

ABSTRAK

Nama : Vivi Nurul Afidah
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul : Strategi Pemasaran Paket Ibadah Haji Dan Umroh Dalam Merekrut Jamaah Di PT. Sela Express Kota Pekanbaru

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya permintaan masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji, tetapi di sisi lain, karena adanya pembatasan kuota haji, maka tidak semua orang bisa langsung berangkat haji pada tahun berjalan, yang disebabkan panjangnya daftar antrian di Indonesia atau yang sering disebut dengan daftar tunggu (*waiting list*) yang berkisar 15-20 tahun. Karena adanya sistem *waiting list*, masyarakat Indonesia lebih memilih untuk melakukan ibadah umroh terlebih dahulu dan melaksanakan haji di penyelenggara haji khusus. Permasalahan dalam hal ini adalah hadirnya travel haji dan umroh yang semakin menjamur sehingga menimbulkan persaingan dalam sektor penyedia jasa layanan umroh dan haji khusus, hal ini menuntut perusahaan penyedia jasa perjalanan haji dan umroh tersebut harus meningkatkan strategi pemasaran yang lebih baik unggul dan terpercaya, untuk merebut dan menguasai pasar dalam merekrut jamaah haji maupun umroh. Penelitian ini dilakukan di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru. Adapun tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut strategi pemasaran paket ibadah haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT. Sela Express Kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, informan dalam penelitian ini berjumlah lima orang, yang terdiri dari dua orang pimpinan dan tiga orang karyawan Selatour. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan analisis kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian data diatas, dapat disimpulkan bahwa, strategi pemasaran paket ibadah haji dan umroh dalam merekrut jamaah di PT. Sela Express Tour Kota Pekanbaru dengan menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix*, pertama melalui produk. Kedua, melalui harga. Ketiga, melalui distribusi. Keempat, melalui promosi. Dari penerapan strategi pemasaran tersebut PT. Sela Express Tour berhasil merekrut jamaah umroh dan haji plus dan terus meningkat dalam setiap tahunnya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Paket Ibadah Haji dan Umroh, Jamaah

ABSTRACT

Name : Vivi Nurul Afidah
Department : Management of Dakwah
Title : The Marketing Strategy of the Umrah and Hajj Package in Recruiting Pilgrims in PT Sela Express Pekanbaru

This research is motivated by the increasing demand of society to conduct pilgrimage or hajj. In fact, due to limited hajj quota, there are only some people can conduct pilgrimage in the running year. The waiting list for hajj is about 15-20 years. Due to this waiting list policy, many people then prefer conducting umrah first or they prefer conducting special hajj quota. This then supports the growth of hajj and umrah travel companies so that there is a tight competition among these companies. This also challenges them to use special and competitive marketing strategy to win the competition of recruiting the hajj and umrah pilgrims. This research was done ole of health division of Pekanbaru government in serving health before travelling for pilgrimage. This research was done in in PT Sela Express Pekanbaru. This thesis uses qualitative descriptive method. There are five informants selected; two leaders of PT Sela Express Pekanbaru and two staffs of PT Sela Express Pekanbaru. Data are collected from observation, interview and documentation. This thesis concludes that the Marketing Strategy of the Umrah and Hajj Package in Recruiting Pilgrims in PT Sela Express Pekanbaru uses marketing mix; product, price, distribution and promotion. Based on this marketing strategy implementation, PT Sela Tour successfully recruits the umrah and special hajj pilgrims and its pilgrims are increasing each year.

Keywords : Marketing Strategy, Umrah and Hajj Package, Pilgrims