

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Strategi Bisnis Biro Perjalanan Umroh Dalam Meningkatkan Daya Saing Diera Digital. (Studi Kasus PT.Sinai Tour and Travel Bukittinggi Gulai Bancah)**” ini ditulis oleh Najla Nayla Nofel NIM 3622043. Program Studi Manajemen Haji Dan Umrah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Latar belakang penelitian ini dilihat dari perkembangan industri perjalanan umroh di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan pascapandemi Covid-19, seiring dengan tingginya minat masyarakat Muslim untuk melaksanakan ibadah umroh. Kondisi tersebut mendorong munculnya persaingan yang semakin ketat antar biro perjalanan umroh, khususnya di era digital yang ditandai dengan pemanfaatan teknologi informasi dan media sosial. Perubahan perilaku calon jamaah yang semakin bergantung pada informasi digital menuntut biro perjalanan umroh untuk mampu merancang strategi bisnis yang adaptif agar dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saing. Tujuan dari penelitian ini menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh PT Sinai Tour and Travel Bukittinggi Gulai Bancah dalam meningkatkan daya saing di era digital. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen, staf operasional, administrasi, serta jamaah, dan didukung oleh dokumentasi serta media sosial resmi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran jasa 7P, yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Sinai Tour and Travel Bukittinggi Gulai Bancah telah menerapkan strategi bisnis yang berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan, pendampingan ibadah yang profesional, serta pembangunan kepercayaan jamaah. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook digunakan sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan calon jamaah, meskipun implementasinya belum sepenuhnya optimal. Beberapa kendala yang dihadapi perusahaan antara lain masih dominannya pemasaran tatap muka, keterbatasan inovasi konten digital, serta belum terintegrasinya sistem pelayanan berbasis digital secara menyeluruh.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Biro Perjalanan Umroh, Daya Saing, Era Digital, Bauran Pemasaran 7P