

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Pelanggan Travel Al-Azhar Mitra Utama Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam**”, yang disusun oleh Wulan Sari, NIM 3622012. Program Studi S1 Manajemen Haji & Umrah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sjech M, Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan industri perjalanan ibadah haji dan umrah yang semakin kompetitif, di mana setiap travel berlomba-lomba untuk menarik minat pelanggan melalui berbagai strategi pemasaran. Travel Al-Azhar Mitra Utama Cabang Agam sebagai salah satu penyedia layanan haji dan umrah menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus menarik calon jamaah baru.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh Travel Al-Azhar Mitra Utama Kecamatan Banuhampu Kabupaten Agam dalam upaya meningkatkan minat pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan melalui analisis SWOT, sehingga dapat diketahui strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan minat jamaah terhadap layanan haji dan umrah yang ditawarkan.

Metode Penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, informan dalam pengumpulan data ini adalah Pimpinan, Karyawan, dan Jama'ah Travel Mitra Utama Agam. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, Teknik Analisis data yang digunakan adalah melalui Analisis SWOT, Matriks IFAS, Matriks EFAS, Matrik SWOT, dan Tabel Bobot Skor.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran yang diterapkan oleh Travel Al-Azhar Mitra Utama digunakan sebagai strategi WT (*Weakness–Threat*) untuk menekan kelemahan internal perusahaan serta menghadapi ancaman eksternal, khususnya persaingan antar biro perjalanan. Strategi pemasaran tersebut meliputi penyesuaian layanan sesuai kebutuhan jamaah, penetapan harga yang kompetitif, pemanfaatan media promosi, serta peningkatan kualitas pelayanan dan profesionalisme sumber daya manusia guna menjaga kepercayaan pelanggan dan menarik calon jamaah baru.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran Al-Azhar Mitra Utama, Minat Pelanggan, SWOT*