

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Strategi Pemasaran Umrah Dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah Pada Pt. Sinai Tour And Travel Kota Padang”** Prodi Manajemen Haji Dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran umrah dalam meningkatkan jumlah jemaah pada PT. Sinai Tour and Travel Kota Padang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada adanya persaingan yang semakin ketat antar biro perjalanan umrah serta terjadinya penurunan jumlah jemaah pada PT. Sinai Tour and Travel dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pimpinan perusahaan, beserta staf / karyawan PT Sinai Tour and Travel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan meliputi bauran pemasaran 7P, yaitu product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence. Strategi utama yang dilakukan perusahaan adalah pemasaran langsung, promosi melalui media sosial, serta pelayanan yang berorientasi pada kepuasan jemaah. Berdasarkan analisis SWOT, diketahui bahwa PT. Sinai Tour and Travel memiliki kekuatan pada kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan, namun masih memiliki kelemahan pada strategi promosi yang belum maksimal. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan strategi pemasaran yang lebih terintegrasi dan inovatif agar mampu meningkatkan daya saing dan jumlah jemaah di masa mendatang.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Umrah, Jumlah Jemaah, PT Sinai Tour and Travel