

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Analisis Faktor Pendukung Dan Penghambat Bisnis Travel Haji Dan Umrah Dalam Merekrut Jemaah Pada PT Arabia Cabang Bukittinggi”**. Disusun oleh **Vito Saputra, NIM 3621032**. Program Studi Manajemen Haji Dan Umrah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan meningkatnya jumlah biro perjalanan haji dan umrah di Kota Bukittinggi menimbulkan persaingan yang semakin ketat dalam menarik minat jemaah. Kondisi tersebut menuntut setiap biro travel, termasuk PT. Arabia Cabang Bukittinggi, untuk memiliki strategi bisnis yang tepat agar mampu merekrut jemaah secara efektif dan berkelanjutan. Di sisi lain, PT. Arabia Cabang Bukittinggi menghadapi beberapa permasalahan, seperti belum optimalnya strategi pemasaran, keterbatasan sumber daya manusia, serta persaingan dengan biro travel sejenis. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam mengenai strategi bisnis yang diterapkan perusahaan dalam merekrut jemaah haji dan umrah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat strategi rekrutmen jemaah, serta menganalisis strategi bisnis yang diterapkan oleh PT. Arabia Cabang Bukittinggi dalam merekrut jemaah haji dan umrah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pihak manajemen, staf pemasaran, serta jemaah PT. Arabia Cabang Bukittinggi. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendukung strategi rekrutmen jemaah pada PT. Arabia Cabang Bukittinggi meliputi reputasi dan kepercayaan masyarakat, kualitas pelayanan dan bimbingan ibadah, serta variasi paket umrah dengan harga yang kompetitif, sedangkan faktor penghambatnya adalah keterbatasan sumber daya manusia yang menyebabkan rangkap tugas karyawan, belum optimalnya pemanfaatan pemasaran digital, serta persaingan yang ketat dengan biro perjalanan haji dan umrah sejenis. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa strategi bisnis yang diterapkan PT. Arabia Cabang Bukittinggi dalam merekrut jemaah meliputi strategi diferensiasi melalui peningkatan kualitas pelayanan dan pendampingan ibadah yang intensif, strategi biaya rendah melalui efisiensi operasional tanpa mengurangi kualitas layanan, serta strategi fokus dengan menargetkan segmen jemaah tertentu, menawarkan produk unggulan berupa paket promo, dan membangun hubungan jangka panjang dengan jemaah.

Kata Kunci : Strategi Bisnis, Travel Haji dan Umrah, Rekrutmen Jemaah, PT. Arabia Cabang Bukittinggi.