

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Optimalisasi Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan minat calon jamaah umrah pada PT. Arabia Nusantara Raya Padang” yang disusun oleh Salma Putri dengan NIM 3622017, Jurusan Manajemen Haji dan Umrah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Optimalisasi strategi pemasaran merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk memaksimalkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi pemasaran agar mampu meningkatkan minat konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam industri perjalanan ibadah umrah, strategi pemasaran menjadi faktor penting karena tingginya persaingan antar biro perjalanan umrah. Berdasarkan hal tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana optimalisasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Arabia Nusantara Raya Padang dalam meningkatkan minat calon jamaah umrah.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan optimalisasi strategi pemasaran dalam meningkatkan minat calon jamaah umrah pada PT. Arabia Nusantara Raya Padang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi strategi pemasaran dalam meningkatkan minat calon jamaah umrah pada PT. Arabia Nusantara Raya Padang dapat dilakukan melalui penerapan strategi SO dengan nilai matriks SWOT sebesar 3,45. Strategi tersebut dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk meraih peluang yang ada, yaitu dengan menyediakan variasi paket umrah yang inovatif dan fleksibel sesuai kebutuhan masyarakat, memanfaatkan legalitas resmi dari Kementerian Agama untuk meningkatkan kepercayaan calon jamaah, menyelenggarakan program manasik umrah yang terstruktur dan terjadwal sebagai nilai tambah pelayanan, menjalin kerja sama strategis dengan mitra transportasi dan layanan yang didukung oleh pemerintah Arab Saudi, serta memanfaatkan kualitas pelayanan dan operasional perusahaan untuk mengembangkan usaha umrah sebagai bisnis yang berkelanjutan dan diminati masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Minat Calon Jamaah, Umrah, Analisis SWOT