

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Syariah Guna Keberlanjutan Bisnis Biro Perjalanan Haji dan Umrah (Studi Pada PT Menara Kamilah Tour & Travel dan Cahaya Madinah di Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Firda Aulia Nur Miftitah di bawah bimbingan Dr. H. Mashudi, M.Pd.I., dan Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Haji, Umrah, Keberlanjutan Bisnis.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya orang Islam di Indonesia yang memiliki keinginan untuk menjalankan ibadah Haji dan Umrah. Hal tersebut membuat peluang bagi masyarakat untuk membuka bisnis haji dan umrah disertai dengan penerapan strategi yang harus dijalankan, sebuah perusahaan jasa dalam menjalankan bisnisnya dapat mengimplementasikan strategi pemasaran yang dilakukan, agar dapat berhasil dengan efektif dan mempertahankan eksistensi di tengah persaingan antar agen perjalanan.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis strategi bauran pemasaran syariah yang diterapkan oleh PT Menara Kamilah Tour & Travel dan Cahaya Madinah di Tulungagung; dan (2) mengetahui hasil dari pelaksanaan strategi pemasaran tersebut terhadap keberlanjutan bisnis biro perjalanan haji dan umrah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis detesis. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan 4 narasumber dan melalui observasi. Untuk mendapatkan kredibilitas data, peneliti melakukan triangulasi, perpanjangan kehadiran, peningkatan ketekunan, diskusi sejawat, dan review informan. Dependabilitas dan konfirmabilitas dilakukan para pembimbing sebagai independen auditor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi bauran pemasaran syariah yang diterapkan oleh kedua biro perjalanan mencakup aspek produk, harga, tempat, dan promosi yang dilandasi prinsip-prinsip Islam. PT Menara Kamilah menyajikan produk inovatif seperti paket umrah plus menonton pertandingan sepak bola, harga fleksibel, lokasi strategis, serta promosi aktif melalui media sosial dan pendekatan langsung (door to door) ke pesantren. Cahaya Madinah menawarkan paket kategori bronze, silver, dan gold serta paket haji Furodha, didukung oleh strategi promosi melalui pesantren dan digital marketing, serta layanan customer service yang responsif dan profesional. (2) Keberlanjutan bisnis terwujud melalui peningkatan jumlah jamaah yang signifikan setiap tahun, loyalitas pelanggan, serta perluasan pasar ke berbagai wilayah di Jawa Timur. Komitmen pada kualitas layanan, reputasi positif di mata konsumen, dan kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar menjadi faktor utama dalam menjaga eksistensi dan daya saing bisnis di tengah fluktuasi regulasi dan permintaan pasar yang terus berubah.

ABSTRACT

Thesis with the title: “Sharia Marketing mix Strategy for Business Sustainability in Hajj and Umrah Travel Agencies (A Study at PT Menara Kamilah Tour & Travel and Cahaya Madinah in Tulungagung Regency)” was written by Firda Aulia Nur Miftitah under guidance of Dr. H. Mashudi, M.Pd.I., and Dr. Muhammad Aswad, M.A.

Keywords: Strategy, Marketing, Hajj, Umrah, Business sustainability.

This research is motivated by the large number of Muslims in Indonesia who wish to perform Hajj and Umrah, creating opportunities for opening Hajj and Umrah businesses that require well-implemented strategies for success and for sustaining business amid competition among travel agencies.

The research problems in this study are: (1) analyze the Sharia marketing mix strategies implemented by PT Menara Kamilah Tour & Travel and Cahaya Madinah in Tulungagung; and (2) identify the outcomes of these marketing strategies on the business sustainability of Hajj and Umrah travel agencies

This study employs a qualitative approach with a case study method. Research data were collected through in-depth interviews with four informants and observations. To ensure data credibility, the researcher conducted triangulation, extended engagement, increased rigor, peer discussions, and informant reviews. Dependability and confirmability were verified by supervisors acting as independent auditors.

The findings show that (1) The Sharia marketing mix strategies implemented by both travel agencies encompass the elements of product, price, place, and promotion, all grounded in Islamic principles. PT Menara Kamilah offers innovative products such as Umrah packages combined with football match viewings, flexible pricing, strategically located offices, and active promotion through social media and direct (door-to-door) approaches to Islamic boarding schools (pesantren). Cahaya Madinah provides Umrah packages in bronze, silver, and gold categories, as well as Furodha Hajj packages, supported by promotion strategies involving pesantren and digital marketing, along with responsive and professional customer service. (2) Business sustainability is achieved through a significant increase in the number of pilgrims each year, strong customer loyalty, and market expansion into various regions of East Java. A commitment to service quality, a positive reputation among consumers, and the ability to adapt to market dynamics are key factors in maintaining business existence and competitiveness amid fluctuating regulations and ever-changing market demands