

## ABSTRAK

Uzlifatul Jannah, 2023, *Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) PT. Arudam 99 Tour Dan Travel Pasca Pandemi Covid-19*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing: Dr. H. Zainal Abidin, M.E.I.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Strategi Pelayanan, Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) PT. Arudam 99 Tour dan Travel, Pasca Pandemi Covid-19*

Di Indonesia, peminat ibadah umrah semakin meningkat setiap tahunnya. Oleh karena itu, biro penyelenggara perjalanan ibadah umrah semakin gencar memasarkan produk jasanya. Namun penyebaran virus Covid-19 secara mendunia pada tahun 2021 menyebabkan seluruh pemberangkatan haji dan umrah dibatalkan. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Agama mengeluarkan keputusan Menag RI Nomor 660 Tahun 2021 tentang Pembatalan Keberangkatan Jamaah Haji pada Penyelenggaraan Ibadah Haji Tahun 1443 H/2020 M. Adanya pembatalan tersebut berdampak buruk terhadap PT. Arudam 99 Tour dan Travel yang bergerak dibidang Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) yang berlokasi di Madura. Setelah dua tahun berlalu pandemi mulai reda, maka dibutuhkan strategi pemasaran dan pelayanan untuk kembali menghidupkan PT. Arudam 99 Tour dan Travel yang sempat berhenti total sebelumnya. Dari paparan diatas, maka penelitian ini difokuskan pada dua fokus penelitian; pertama untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Arudam 99 Tour dan Travel pasca pandemi covid-19. Kedua, untuk mengetahui strategi pelayanan PT. Arudam 99 Tour dan Travel pasca pandemi covid-19.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara utuh. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data jenis observasi non partisipan yaitu peneliti sebagai penyimak atau penonton terhadap semua kegiatan atau kejadian yang terjadi di lokasi penelitian dan akan dijadikan topik pembahasan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur yaitu wawancara yang lebih bebas daripada wawancara terstruktur.

Hasil dari penelitian ini menunjuka bahwa strategi pemasaran dan pelayanan yang diterapkan oleh PT. Arudam 99 Tour dan Travel Pamekasan pasca pandemi Covid-19. Strategi yaitu meliputi strategi segmenting, targeting dan positioning. Selain itu PT. Arudam 99 juga menggunakan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidence, dan Process*). Strategi pemasaran yang paling potensial adalah tiga strategi yaitu produk, harga, dan promosi. Sedangkan strategi pelayanan yang diterapkan oleh PT. Arudam 99 Tour dan travel pasca pandemi meliputi strategi *reliability, assurance, tangible, empathy* dan *responsive*. Dari kelima strategi pelayann tersebut semuanya sangat berpengaruh untuk meningkatkan jumlah jamaah PT. Arudam 99 kedepannya.