

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Di Indonesia, peminat ibadah umrah semakin meningkat setiap tahunnya. Pada april 2019, terhitung jamaah umrah dari Indonesia mencapai 849.000 jamaah dan jika dijumlahkan dari tahun 2018 mencapai 1.050.000 jamaah. Oleh karena itu, biro penyelenggara perjalanan ibadah umrah semakin gencar memasarkan produk jasanya. Semakin banyaknya peminat umrah ini menjadi tantangan untuk bagi biro penyelenggara perjalanan umrah dalam hal strategi pemasaran dan kualitas pelayanannya. Persaingan yang ketat dan permasalahan yang dihadapi semakin beragam, maka biro perjalanan umroh sudah seharusnya meningkatkan strategi pemasaran serta pelayanannya untuk mencapai tujuan dan visi misi perusahaan. Dalam pengelolaan biro penyelenggara perjalanan ibadah umrah sangat diperlukan ilmu dan keterampilan strategi pemasaran dan pelayanan yang baik dengan tujuan untuk memperkenalkan produk-produk agar konsumen tertarik dengan produk jasa yang ditawarkan.<sup>1</sup>

Strategi merupakan rencana yang disatu padukan terkait keunggulan strategi sebuah perusahaan dengan tantangan di lingkungannya, dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat tercapai melalui pelaksanaan yang tepat. Perumusan strategi perusahaan meliputi beberapa hal yang harus ditetapkan. Pertama, yaitu pendefinisian visi, misi, tujuan dan sasaran perusahaan. Kedua, yaitu pembentukan unit bisnis strategis atau *strategic business*

---

<sup>1</sup> Deni Tri Suhesti, Nisha Firda Amalia, dan Rizka Ertama, "Strategi Manajemen Pemasaran Paket Umrah Era New Normal," *Sharia Economic Management Business Journal*, 2, no. 1, (Januari, 2021): 24, <https://siducat.org/index.php/sembj/article/view/176>.

*unit (SBU)*. Ketiga, yaitu penetapan pedoman strategis. Setelah itu menetapkan strategi perusahaan dan membawa perusahaan mencapai tujuannya, kemudian pelaksanaan strategi tersebut dievaluasi dan dikembangkan lagi. Perencanaan strategis sangat menentukan keberlangsungan dan pengembangan perusahaan.<sup>2</sup> Analisis strategis bisa dimulai dengan mengkaji keunggulan dan kelemahan lingkungan internal, dan juga pengkajian kendala dan ancaman lingkungan eksternal perusahaan. Ada empat strategi korporasi umum yang biasa diterapkan dalam perumusan strategi yaitu strategi pengembangan, pemantapan, perubahan dan pemungutan hasil.<sup>3</sup>

Pada dasarnya, setiap perusahaan selalu berusaha agar dapat menghasilkan dan memasarkan produknya, baik berupa barang atau jasa yang dapat menjamin keberlangsungan hidup perusahaan, menjaga kestabilan dan perkembangan perusahaan.<sup>4</sup> American Marketing Association (AMA) merumuskan bahwa pemasaran merupakan suatu fungsi organisasi atau perusahaan dan kumpulan dari beberapa proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan menyampaikan nilai untuk konsumen serta mengatur hubungan konsumen atau pelanggan dengan cara yang dapat menguntungkan sebuah organisasi atau perusahaan tersebut dan para pemangku kepentingan.<sup>5</sup>

Pelayanan merupakan prioritas utama yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen atau pelanggan, khususnya bagi perusahaan yang bergeran

---

<sup>2</sup> Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 116.

<sup>3</sup> *Ibid.*, 117.

<sup>4</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Bisnis Pemasaran*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), 2.

<sup>5</sup> *Ibid.*, 3.

dibidang jasa.<sup>6</sup> Pelayanan disebut sebagai jasa yang diberikan oleh perusahaan, maksudnya terdapat adanya suatu perbuatan yang dilakukan oleh suatu pihak terhadap pihak lain. Sedangkan menurut Sugiarto pelayanan merupakan suatu upaya secara maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri dengan tujuan untuk memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan sehingga kepuasan dapat tercapai.<sup>7</sup>

*Coronavirus Disease* atau Covid-19 adalah virus yang dapat menyebabkan infeksi pada saluran pernapasan bagian atas dengan tingkat ringan maupun sedang. Covid-19 merupakan jenis virus varian baru dengan tingkat penyebaran atau penularan lebih tinggi dibandingkan varian virus lainnya. Covid-19 dapat menular melalui droplet yang menyebar ketika orang yang terpapar virus ini batuk, bersin atau saat berbicara. Droplet yang keluar dari mulut atau hidung seseorang yang positif covid-19 dapat menularkan virus ketika mengenai orang lain atau bisa jatuh ke permukaan benda di sekitar kemudian tersentuh oleh orang lain. Virus *Corona* ditemukan pertama kali di Kota Wuhan Tiongkok pada bulan November 2019. Virus ini menyebar dengan cepat dan menyebabkan wabah Pneumonia yang mendunia. Organisasi Kesehatan Dunia atau *World Health Organization* (WHO) menetapkan Covid-19 atau virus *Corona* sebagai pandemi global yang telah merenggut nyawa ribuan orang.<sup>8</sup>

Pandemi Covid-19 pertama kali terdeteksi di Indonesia yaitu pada awal tahun 2020 tepatnya tanggal 2 Maret 2020 ditemukan 2 orang WNI dikonfirmasi

---

<sup>6</sup> Mas Songko, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jama'ah Umrah Jasmine Tour dan Travel Surabaya", *Iqtisadie: Journal Of Islamic Banking And Shariah Economy*, 1, no. 1, (Maret, 2021): 4, <https://doi.org/10.36781/journalofislamicbankingandshariaheconomy.v1i1.151>.

<sup>7</sup> Ibid., 6.

<sup>8</sup> Ismail Marzuki, *COVID-19: Seribu Satu Wajah*, (Makassar: Yayasan Kita Menulis, 2021), 1.

positif terpapar virus *Corona* yang ditularkan oleh seorang warga negara Jepang. Pada 9 april 2020, pandemi dengan cepat telah menyebar ke seluruh provinsi di Indonesia. Dari ke 34 provinsi, DKI Jakarta, Jawa Timur dan Sulawesi Selatan tercatat sebagai provinsi dengan penduduk yang paling banyak terpapar virus tersebut. Untuk mencegah penyebarannya, maka berbagai upaya pun dilakukan. Ada dua cara yang digunakan dalam pengendalian dan penularan penyebaran Covid-19 yaitu dimulai dengan menjaga jarak (*social distancing*) dan sering mencuci tangan dengan sabun. Secara mandiri masyarakat menyediakan *wastafel portabel* di tempat-tempat tertentu. Dikarenakan penyebaran Covid-19 yang semakin merajalela, maka pemerintah mengeluarkan kebijakan berupa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) berupa himbauan untuk “*Stay At Home*” atau “*Self Quarantine*” yaitu karantina mandiri atau di rumah saja.<sup>9</sup>

Munculnya pandemi virus Covid-19 menjadi permasalahan global dunia termasuk Indonesia yang secara tidak langsung virus ini berdampak negatif bagi masyarakat Indonesia. Berbagai kebijakan yang dikeluarkan dalam pencegahan virus ini seperti *social distancing* atau menjaga jarak dan menghindari kontak langsung dengan orang lain serta PSBB tentunya sangat menghambat masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Penyebaran virus ini berdampak negatif pada berbagai sektor di Indonesia seperti sektor sosial dan ekonomi yang telah di rasakan oleh masyarakat Indonesia sendiri. Begitu pula dengan perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggara perjalanan ibadah umrah juga terkena dampak dari adanya kebijakan yang ketat ini.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Rahmi Rosita, “Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia”, *Jurnal Lentera Bisnis*, 9, no.2, (November, 2020): 109, <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>.

<sup>10</sup> Melati Oktavia Utami, Miti Yarmunida dan Yunida Een Fryanti, “Strategi Adaptasi Biro Tour and Travel Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Perusahaan Tour and Travel

Penyebaran virus Corona secara mendunia ini menyebabkan pemerintah Arab Saudi memutuskan untuk tidak menerima jamaah yang akan melaksanakan ibadah haji dan umrah. Akibatnya, seluruh jamaah yang sebelumnya telah mendaftar dan yang akan mendaftar untuk menunaikan ibadah haji dan umrah terpaksa ditunda waktu pemberangkatannya. Melalui Kementerian Agama, pemerintah Indonesia mengeluarkan keputusan Menag RI Nomor 660 Tahun 2021 tentang Pembatalan Keberangkatan Jamaah Haji pada Penyelenggaraan Ibadah Haji Tahun 1443 H/2020 M. Dengan adanya pembatalan keberangkatan ibadah haji dan umrah tersebut sangat berdampak buruk terhadap operasional biro penyelenggara perjalanan ibadah haji dan umrah yang tidak memungkinkan untuk beroperasi secara normal.<sup>11</sup> Perusahaan yang bergerak di bidang biro penyelenggara perjalanan haji dan umrah terancam mengalami kerugian hingga kebangkrutan karena mengalami penurunan secara drastis dalam penjualan jasanya.

Salah satu perusahaan yang juga terkena dampak dari pandemi covid-19 ini adalah PT. Arudam 99 Tour dan Travel. PT. Arudam 99 Tour dan Travel merupakan salah satu perusahaan travel yang bergerak dibidang Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dengan kantor pusat di Madura tepatnya di Jl. Stadion No. 94, Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan. PT. Arudam 99 Tour dan Travel berdiri sejak tahun 2014 dan sudah terdaftar dan berizin resmi di PPIU Kementerian Agama pada tahun 2017. PT. Arudam 99 Tour dan Travel menyediakan produk dan jasa pelayanan tour dan travel untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yaitu konsen dalam perjalanan umrah dan *ticketing*. Arudam

---

Haji dan Umrah PT AQM Kota Bengkulu)", *Jurnal Ekombis Review*, 10, no. S1, (Maret, 2022): 344, <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1>.

<sup>11</sup> Ibid.

99 Tour dan Travel memiliki visi dan misi yaitu melayani dan mempermudah tamu Allah. Selain itu Arudam juga memiliki tujuan yang kuat untuk menjadi perusahaan tour dan travel terbaik di Indonesia yang pada umumnya dan terlebih khusus di daerah Pamekasan dan Surabaya dengan selalu memberikan kepuasan dan manfaat kepada konsumen namun tetap dengan berpegang teguh pada syariat. Salah satu motto dari Arudam 99 Tour dan Travel yaitu “Kepuasan Anda adalah Kesuksesan Kami”.<sup>12</sup>

PT. Arudam 99 Tour dan Travel sangat mengutamakan pelayanan dibandingkan keuntungan. Keuntungan yang di ambil memang tetap ada namun hal tersebut tidak berlebihan karena tujuan utamanya yaitu untuk membantu dan melayani para tamu Allah yang ingin beribadah kepada-Nya. Untuk produk yang tersedia saat ini berupa dua paket umrah yaitu paket 16 hari dengan harga 30,5 juta dan paket 22 hari seharga 34 juta. PT. Arudam 99 Tour dan Travel telah banyak bekerja sama dengan para ulama pondok pesantren di Madura maupun di luar Madura sebagai bentuk dari jaringan pemasarannya. Pondok pesantren tersebut diantaranya yaitu Pondok Pesantren Miftahul Ulum Bettet, Pondok Pesantren Mambaul Ulum Bata-bata, Pondok Pesantren Darul Hijrah, Pondok Pesantren Darul Faqih, Pondok Pesantren At-Taufiqiyah Sumenep, Pondok Pesantren Nahdatut Ta’limiyah, Pondok Pesantren Ummul Qura, Pondok Pesantren As-Salamah Situbondo, dan salah satu pondok pesantren di Probolinggo. Hal ini merupakan perwujudan dari berhasilnya strategi pemasaran yang selama ini telah dilakukan oleh PT. Arudam 99 Tour dan Travel.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> <https://www.travelagenciesfinder.com/ID/Pamekasan/855264211280539/Arudam99-Travel>.

<sup>13</sup> Wawancara dengan Manager Divisi Umrah PT. Arudam 99 Tour dan Travel

Dampak dari covid-19 yang tidak dapat dihindari oleh PT. Arudam 99 Tour dan Travel mengakibatkan jumlah jamaah yang awalnya setiap tahunnya meningkat mengalami penurunan. Berikut adalah jumlah jamaah PT. Arudam 99 Tour dan Travel sebelum dan sesudah pandemi Covid-19.

**Tabel 1.1**

**Data Jamaah Umrah PT. Arudam 99 Tour dan Travel**

No	Tahun	Jumlah Pendaftar Jamaah Umrah	Keterangan
1	2017	20	Berhasil
2	2018	300	Berhasil
3	2019	700	Berhasil
4	2020	400	Tertunda
5	2021	0	Tidak ada
6	2022 (Oktober)	1200	Berhasil

Dilihat dari tabel di atas, jumlah jamaah sebelum terjadi pandemi mengalami peningkatan yang signifikan, namun saat pandemi melanda jumlah jamaah langsung menurun bahkan sampai tidak ada yang mendaftar sama sekali pada tahun 2021. Pada tahun 2022 pasca pandemi jumlah jamaah langsung melonjak naik menjadi 1200 jamaah dan menjadi jumlah terbanyak selama Arudam didirikan. Hal tersebut merupakan hasil dari penerapan strategi pemasaran dan pelayanan yang telah di rancang dengan baik oleh PT. Arudam 99 Tour dan Travel dalam menghadapi banyaknya travel pesaing pasca pandemi. Strategi tersebut diharapkan dapat menarik minat calon jama'ah untuk mendaftar sebagai jamaah yang akan menggunakan jasa PT. Arudam 99 untuk melaksanakan ibadah umrah. Selain itu, adanya strategi pertahanan atau adaptasi yang diterapkan pada saat pandemi sehingga PT. Arudam 99 Tour dan Travel dapat melewati masa-masa kritisnya dan

perusahaan tidak mengalami kerugian yang lebih besar serta tetap dapat mempertahankan eksistensinya.<sup>14</sup>

Dalam menghadapi era baru setelah pandemi, PT. Arudam 99 tentunya memerlukan inovasi dan ide-ide baru yang difokuskan pada penyusunan dan perencanaan strategi pemasaran dan pelayanan yang dapat beradaptasi dengan situasi pasca pandemi. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut menjadi objek penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) PT. Arudam 99 Tour Dan Travel Pasca Pandemi Covid-19”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan fokus penelitian atau fokus masalah antara lain sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi pemasaran PT. Arudam 99 Tour dan Travel pasca pandemi COVID-19?
2. Bagaimana strategi pelayanan PT. Arudam 99 Tour dan Travel pasca pandemi COVID-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan melihat fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

---

<sup>14</sup> Lailatussani Alfiah dan Wibowo Isa, “Strategi Adaptasi Perusahaan Biro Tour And Travel Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”, *Akademika: Jurnal Keagamaan dan Pendidikan*, 16, no. 2, (Desember, 2020): 115, <https://ejournal.kampusmelayu.ac.id/index.php/akademika/article/view/122>.

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran PT. Arudam 99 Tour dan Travel pasca pandemi COVID-19.
2. Untuk mengetahui strategi pelayanan PT. Arudam 99 Tour dan Travel pasca pandemi COVID-19.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian adalah harapan yang ditegaskan oleh peneliti bahwa hasil dari penelitian ini dapat berguna atau bermanfaat secara nyata baik kegunaan secara praktis maupun teoritis.<sup>15</sup> Adapun kegunaan dari penelitian ini dapat dibagi dalam beberapa sudut pandang, antara lain sebagai berikut.

1. Bagi IAIN Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya referensi pengetahuan bagi perpustakaan IAIN Madura serta dapat dijadikan sebagai sebuah bahan perbandingan oleh mahasiswa yang akan melakukan penelitian sejenis dimasa yang akan datang dan dapat mendukung perkembangan ilmu pengetahuan baik secara konsep maupun teori.

2. Bagi PT. Arudam 99 Tour dan Travel

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi PT. Arudam 99 Tour dan Travel dalam menyusun strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih baik dan sesuai untuk diterapkan pasca pandemi Covid-19.

3. Bagi Peneliti

---

<sup>15</sup> Agung Edy Wibowo, *Metodologi Penelitian: Pegangan Untuk Menulis Karya Ilmiah*, (Cirebon: Penerbit Insania, 2021), 48.

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti dalam memperkaya pemahaman ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran dan pelayanan serta dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan untuk memecahkan suatu permasalahan yang nyata di kalangan masyarakat.

#### 4. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian diharapkan mampu mengedukasi masyarakat dalam memilih biro penyelenggara perjalanan ibadah umrah dengan pelayanan yang baik dan sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

### **E. Definisi Istilah**

Definisi istilah diperlukan untuk menghindari perbedaan penafsiran dari banyaknya istilah yang kurang dipahami yang digunakan dalam penelitian ini. Definisi istilah sangat penting untuk menggambarkan fenomena yang hendak diteliti secara tepat dan benar. Maka dari itu, perlunya batasan-batasan definisi istilah yang terdapat dalam judul proposal penelitian ini, antara lain:

#### 1. Strategi

Strategi adalah suatu pernyataan yang dapat menuntun arah bagaimana individu-individu dapat bekerja sama di dalam suatu perusahaan atau organisasi.<sup>16</sup>

#### 2. Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU)

---

<sup>16</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Bisnis Pemasaran*, (Depok: Rajawali Pers, 2018), 21.

Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) adalah biro perjalanan wisata yang telah mendapat ijin dari Menteri Agama Republik Indonesia untuk menyelenggara perjalanan umrah.<sup>17</sup>

### 3. Umrah

Umrah adalah ibadah yang dilakukan oleh umat Islam dengan melakukan ziarah atau kunjungan ke ka'bah, melakukan tawaf dengan mengelilingi ka'bah, bersa'i di antara bukit Shafa dan Marwah dan mencukur rambut dengan cara tertentu serta dapat dilaksanakan setiap waktu.<sup>18</sup>

### 4. PT. Arudam 99 Tour dan Travel

PT. Arudam 99 Tour dan Travel adalah salah satu perusahaan travel yang bergerak dibidang penyelenggara perjalanan ibadah umrah dengan kantor pusat di Madura.

### 5. Pandemi

Pandemi adalah masa dimana suatu kejadian dengan tingkat insiden yang tinggi yang biasanya dikaitkan dengan penyebaran suatu penyakit menular yang terjadi dalam waktu dan cakupan sebaran yang luas dan cepat.<sup>19</sup>

### 6. Covid-19

Covid-19 adalah virus yang dapat menyebabkan infeksi pada saluran pernapasan bagian atas yang dapat menular melalui droplet yang menyebar ketika orang yang terpapar virus ini batuk, bersin atau saat berbicara.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> <https://tric-indonesia.com/layanan/sertifikasi-ppiu/>

<sup>18</sup> Muhammad Noor, "Haji dan Umrah", *Jurnal Humaniora dan Teknologi*, 4, no. 1, (Oktober, 2018): 39, <https://doi.org/10.34128/jht.v4i1.42>.

<sup>19</sup> Nurul Aeni, "Pandemi COVID-19: Dampak Kesehatan, Ekonomi, dan Sosial", *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*, 17, no. 1, (Juni, 2021): 19, <https://doi.org/10.33658/jl.v17i1.249>.

<sup>20</sup> Ismail Marzuki, *COVID-19: Seribu Satu Wajah*, (Makassar: Yayasan Kita Menulis, 2021), 1.

## F. Kajian Terdahulu

Penelitian yang akan saya lakukan yaitu berjudul “Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) PT. Arudam 99 Tour Dan Travel Pasca Pandemi Covid-19”. Disini saya akan menganalisis bagaimana strategi pemasaran dan pelayanan yang dilakukan perusahaan penyelenggara perjalanan ibadah umrah bernama PT. Arudam 99 pada saat pandemi berlangsung. Penelitian ini tentunya tidak lepas dari berbagai penelitian terdahulu yang saya jadikan sebagai pandangan dan referensi dalam pembuatannya, antara lain:

**Tabel 1.2**

### **Penelitian Terdahulu**

<b>No.</b>	<b>Nama</b>	<b>Judul</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
<b>1</b>	Dicky Zulkarnain	Dampak Covid-19 Terhadap Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (Ppiu) Di PT. Penjuru Wisata Negeri (Aet Travel) Kota Bengkulu	Dampak yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 diantaranya yaitu pemunduran jadwal keberangkatan, pengurangan jumlah karyawan, pengurangan gaji karyawan, dan operasional perusahaan menjadi terbatas. Strategi yang digunakan untuk menanggulangi dampak Covid-19 tersebut adalah strategi solusi adaptive untuk penyesuaian terhadap keadaan pada saat pandemi Covid-19	1. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif 2. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. 3. Objek penelitian berupa Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah	1. Fokus penelitian 2. Lokasi penelitian 3. Tujuan Penelitian 4. Tahun penelitian

			berlangsung dengan tujuan untuk menarik kembali minat masyarakat yang menurun.		
2	Alfina Maw`Izhoh Azmi Siregar	Analisis Strategi Pemasaran Rindu Haji Dan Umroh Tour And Travel Pada Masa Covid-19	Strategi pemasaran Rindu Haji Umroh Tour and Travel selama masa pandemi COVID-19 yaitu sebagai berikut: <i>Geographic segmentation, Demographic segmentation, Psychographic segmentation, Behavioral segmentation.</i> Selama masa pandemi tidak ada perubahan untuk strategi <i>positioning</i> , yaitu melayani para jamaah dengan sebaik mungkin sehingga merasa nyaman dan kebutuhannya terpenuhi. Strategi bauran pemasaran: (1) produk: memformulasikan produk baru berupa tabungan emas, (2) harga: sesuai pasar, (3) promosi: aktif menggunakan sosial media dan menjaga hubungan dengan para alumni dan mitra. (4) distribusi: menerapkan perumahan	1. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif 2. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. 3. Objek penelitian yaitu Rindu Haji & Umrah Tour and Travel.	1. Lokasi penelitian 2. Waktu penelitian 3. Tidak difokuskan pada strategi pelayanan

			karyawan dan pelayanan dapat dilakukan dikantor atau kunjungan.		
3	Nurhaviza	Strategi Pemasaran Paket Ibadah Umroh Pada PT. Shirotol Jannah Pekanbaru Di Era New Normal	PT. Shirotol Jannah telah melakukan strategi pemasaran yang efektif dengan mengandalkan media sosial sebagai bentuk promosi dan perluasan pasar serta mengedepankan pelayanan yang baik untuk meningkatkan jumlah jamaah umrah. Adapun strategi yang di era new normal yaitu: <i>Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process.</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif</li> <li>2. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan: wawancara, observasi, dan dokumentasi.</li> <li>3. Objek penelitian yaitu PT. Shirotol Jannah Pekanbaru.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fokus penelitian strategi pemasaran</li> <li>2. Lokasi penelitian</li> <li>3. Waktu penelitian</li> <li>4. Tidak difokuskan pada strategi pelayanan</li> </ol>

Dari uraian penelitian terdahulu diatas, terdapat beberapa perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian ini diantaranya tema pembahasan, fokus penelitian, lokasi penelitian dan waktu penelitian. Sedangkan persamaannya yaitu terletak pada metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan objek penelitian. Pada penelitian ini tema pembahasannya adalah Strategi pemasaran dan pelayanan biro perjalanan umrah, objek penelitiannya PT. Arudam 99 Tour dan Travel, dan metode penelitiannya kualiatatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk

mengetahui strategi pemasaran dan pelayanan yang dilakukan untuk menghadapi persaingan di era baru setelah pandemi Covid-19.