



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**IMPLEMENTASI STRATEGI NINE P'S OF
MARKETING MIX DALAM PEMASARAN
UMRAH PADA PT. AYU AMANAH NUSANTARA
SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh
Ziti Nurhalizah
NIM. 04020420053

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA 2023**

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ziti Nurhalizah
NIM : 04020420053
Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Implementasi Nine P'S Of Marketing Mix Dalam Pemasaran Umrah Pada PT. Ayu Amanah Nusantara Sidoarjo** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut

Surabaya, 18 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



Ziti Nurhalizah

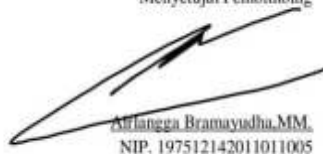
NIM. 04020420053

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Ziti Nurhalizah
NIM : 04020420053
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Implementasi Strategi Nine PS of Marketing Mix Dalam
Pemasaran Umrah Pada PT. Ayu Amanah Nusantara Sidoarjo

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan.

Surabaya, 19 Desember 2023
Menyetujui Pembimbing



Afjangga Bramayudha, MM,
NIP. 197512142011011005

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

"IMPLEMENTASI STRATEGI NINE P'S OF MARKETING MIX DALAM PEMASARAN UMRAH PADA PT. AYU AMANAH NUSANTARA SIDOARJO"

SKRIPSI

Disusun Oleh

Ziti Nurhafizah

04020420053

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu

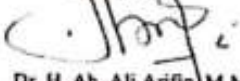
Pada tanggal 27 Desember 2023

Tim Penguji

Penguji I


Airlangga Bramayudha, M.M.
NIP. 197512302003121001

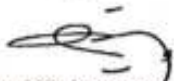
Penguji II


Dr. H. Ab. Ali Arifin, M.M.
196212141993031002

Penguji III


H. Mufli Labih, S. MCL
NIP. 196401021990031001

Penguji IV


Ahmad Khairul Hakim, S.Ag., M.Si
NIP. 197512302003121001



Dr. Moch. Chusnul Arif, S.Ag., M.Pd.I
199110171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431973 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Zil Nuzulizah
NIM : 04020402053
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi / Prodi Manajemen Dakwah
an
E-mail address : nurhalizah2016@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
 Skripsi Tesis Disertasi (Lain-Lain)
yang berjudul :
Implementasi Strategi Nine P's Di Marketing Mix Dalam Pemasaran Umrat Pada PT. Ayu Amanah Nusantara Salsoro

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penentu yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Januari 2024

Penulis

(Zil Nuzulizah)

ABSTRAK

Ziti Nurhalizah, 2023, Implementasi Strategi *Nine P's Of Marketing Mix* Dalam Pemasaran Umrah Pada PT. Ayu Amanah Nusantara Sidoarjo.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi *nine p's of marketing mix* dalam pemasaran umrah pada PT. Ayu Amanah Nusantara Sidoarjo. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor penghambat yang dihadapi saat pengimplementasian strategi *nine p's of marketing mix* dalam pemasaran umrah pada PT. Ayu Amanah Nusantara Sidoarjo.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data untuk menggali informasi melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan di PT. Ayu Amanah Nusantara Sidoarjo.

Hasil penelitian yang diperoleh peneliti di lapangan, bahwa strategi *nine p's of marketing mix* terdiri dari product, price, place, promotion, people, process, physical evident, packing, payment. Semua strategi tersebut sudah diterapkan oleh PT. Ayu Amanah Nusantara. Yaitu strategi produk yang ditawarkan bermutu dan variatif. Harga yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan. Promosi yang efektif menggunakan sosial media, kemitraan, promosi penjualan, dan seminar. Mengenai SDM yang mempunyai kualitas yang baik sehingga dapat melayani jemaahnya dengan baik. Proses

yang dilakukan oleh perusahaan juga merupakan proses kegiatan yang dilakukan mulai dari jamaah masih berada di Tanah Air hingga jamaah berada di Tanah Suci. Lingkungan kerja yang nyaman dan baik. Pengemasan brosur yang memenuhi standart. Sistem pembayaran yang mudah. Secara keseluruhan melalui bauran pemasaran ini dapat meningkatkan volume penjualan.

Namun terdapat satu faktor yang menjadi penghambat dalam pengimplementasian strategi *nine p's* of marketing mix pada PT. Ayu Amanah Nusantara, yaitu kurangnya sumber daya manusia dalam kegiatan mengelola sosial media, desain brosur, konten video, dan customer service. Sehingga mempengaruhi pengimplementasian 9P pada elemen promotion (promosi) dan people (orang).

Kata kunci: Marketing Mix.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Ziti Nurhalizah, 2023, Implementation of the Nine P's Of Marketing Mix Strategy in Umrah Marketing at PT. Ayu Amanah Nusantara Sidoarjo.

The purpose of this research is to determine the implementation of the nine p's of marketing mix strategy in Umrah marketing at PT. Ayu Amanah Nusantara Sidoarjo. Apart from that, this research also aims to determine the inhibiting factors faced when implementing the nine p's of marketing mix strategy in Umrah marketing at PT. Ayu Amanah Nusantara Sidoarjo.

In this research, the researcher used a qualitative research method with a case study type of research. This research also uses data collection techniques to dig up information through interviews, observations and documentation carried out at PT. Ayu Amanah Nusantara Sidoarjo.

The research results obtained by researchers in the field are that the nine p's of marketing mix strategy consists of product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, packing, payment. All of these strategies have been implemented by PT. Ayu Amanah Nusantara. Namely the product strategy offered is quality and varied. Prices are in accordance with the facilities offered. Effective promotion using social media, partnerships, sales promotions, and seminars. Regarding human resources who have good quality so they can serve their congregation well. The process carried out by the company is also a process of activities carried out from the time the congregation is still in the country until

the congregation is in the Holy Land. Comfortable and good work environment. Brochure packaging that meets standards. Easy payment system. Overall, this marketing mix can increase sales volume.

However, there is one factor that is an obstacle in implementing the nine p's of marketing mix strategy at PT. Ayu Amanah Nusantara, namely the lack of human resources in managing social media, brochure design, video content and customer service. So that it influences the implementation of 9P on the promotion and people elements.

Keywords: Marketing Mix,



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

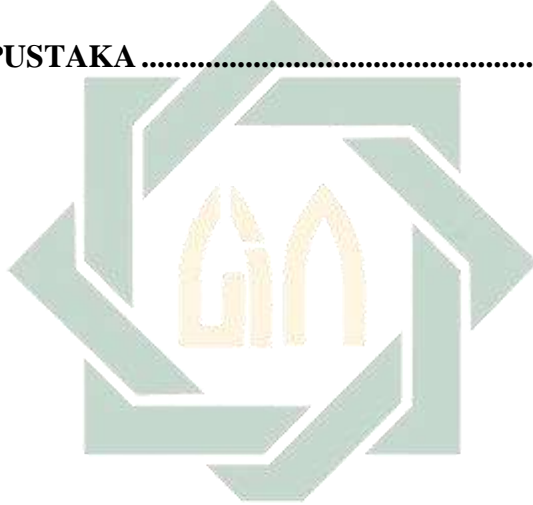
DAFTAR ISI

MOTTO.....	5
ABSTRAK.....	7
ABSTRACT.....	9
KATA PENGANTAR.....	11
DAFTAR ISI.....	13
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konsep.....	7
F. Sistematika Pemahasan	9
BAB II.....	11
KAJIAN TEORITIK	11
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
B. Kerangka Teoritik.....	19
1. Produk (Product).....	22
2. Harga (Price).....	24
3. Tempat (Place).....	25

4. Promosi (Promotion).....	27
5. Orang (People).....	29
6. Proses (Process).....	32
7. Bukti Fisik (Physical Evidence)	34
8. Pengemasan (Packging).....	35
9. Pembayaran (Payment).....	36
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
A. Pendekatan dan jenis penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian	39
C. Jenis dan Sumber Data	40
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Validitas Data.....	44
G. Teknik Analisis Data	45
BAB IV	47
PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
1. Sejarah Singkat PT. Ayu Amanah Nusantara	47
1. Visi Misi PT. Ayu Amanah Nusantara	49
2. Motto.....	50
3. Struktur Organisasi PT. Ayu Amanah Nusantara	51
PT. Ayu Amanah Nusantara.....	Error! Bookmark not defined.
B. Penyajian Data.....	51

1. Implementasi Strategi Nine P's Of Marketing Mix PT. Ayu Amanah Nusantara	51
a. Produk (Product)	51
b. Harga (Price)	56
c. Tempat (Place).....	61
d. Promosi (Promotion).....	63
e. Orang (People).....	67
f. Proses (Process)	70
g. Bukti Fisik (Physical Evident)	76
h. Pengemasan (Packging)	80
i. Pembayaran (Payment)	83
2. Faktor Penghambat dalam Pengimplementasian Strategi Nine P's Of Marketing	85
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)	86
1. Implementasi Strategi Nine P's Of Marketing Mix PT. Ayu Amaanah Nusantara Sidoarjo	86
a. Produk (Product)	87
b. Harga (Price)	91
c. Tempat (Place).....	94
d. Promosi (Promotion).....	95
e. Orang (People).....	98
f. Proses (Process)	101
g. Bukti Fisik (Physical Evidence).....	102
h. Pengemasan (Packging)	104
i. Pembayaran (Payment)	105
2. Faktor Penghambat dalam Pengimplementasian	106
Strategi Nine P's Of Marketing	106
BAB V.....	108
PENUTUP	108
A. Kesimpulan.....	108

B. Saran	109
C. Keterbatasan Penelitian	109
DAFTAR PUSTAKA	110



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Program Perjalanan Umrah	71
Tabel 4. 2 Rundown Kegiatan Umrah.....	72



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Sertifikat Legalitas PT. Ayu Amanah Nusantara.	49
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT. Ayu Amanah Nusantara 2023	51
Gambar 4.3 Paket Umrah 9 Hari, 12 Hari, dan 16 Hari.....	53
Gambar 4. 4 Perlengkapan Umrah.....	55
Gambar 4. 5 Figora Kenang-Kenangan.	56
Gambar 4. 6 Paket Umrah Milad.	59
Gambar 4. 7 Paket Promo Umrah Cicilan 0%.	60
Gambar 4. 8 Lokasi PT. Ayu Amanah Nusantara.....	62
Gambar 4. 9 Papan Reklame/ Billboard Ayu Amanah.	63
Gambar 4. 10 Platform Instagram Ayu AMANah.....	66
Gambar 4. 11 Pamflet Undangan Syiar Baitullah.....	67
Gambar 4. 12 Pelatihan Membuat Laporan.	69
Gambar 4. 13 Kegiatan Manasik Umrah.	71
Gambar 4. 14 Kantor Ayu Amanah Nusantara Tampak Depan.	77
Gambar 4. 15 Kantor Ayu Amanah Nusantara Tampak Dalam.....	78
Gambar 4. 16 Papan Catatan Keberangkatan Umrah.	79
Gambar 4. 17 Kartu Nama Karyawan PT. Ayu Amanah Nusantara.	79
Gambar 4. 18 Desain Brosur Umrah PT. Ayu Amanah Nusantara.	82
Gambar 4. 19 Kwitansi Pembayaran Umrah.	84
Gambar 4. 20 Bukti Pembayaran Via Transfer.....	85

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati, Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Aulia Pohan, Sistem Pembayaran Strategi Dan Implementasi Di Indonesia, Rajawali Press, 2011.
- Chan, Gladish. 2012, The 9 Ps in Marketing Mix, diakses pada tanggal 12 Juni 2023 dari <http://www.foxbusinessjournal.com/mkt/9Ps.html>.
- David B. Humphrey. Payment Systems: Principles, Practice, and Improvements, Washington. D. C: The World Bank, 2001.
- Emzir. (2011). Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data. Jakarta. Rajawali pers.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial). At-Taqaddum.
- Kirom Cihwanul, "Strategi Marketing Mix Baitul Mal Wa Tamwil (BMT) Unit Gabungan Terpadu (UGT) Sidogiri Pasuruan." Jurnal Studi Keislaman 3, no,1 (2016): 1633-184
- Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran. Jakarta Prenhallindo, 2002. Marketing Essentials, terj. Herujati Purwoto. Jakarta: Erlangga, 1999.

- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran. Terj Benyamin Molan Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Maier, T., & Schramm-Klein, H. (2018). Marketing mix, customer astisfaction and loyalty: A systematic review and future research agenda. *Journal of Retalling and Consumer Services*, 40, 193-2034.
- Moh. Hafid, dkk “Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis Pasar di PT. Ash Shofwah Group Tour Haji dan Travel.”*Jurnal al-Idarah* 4, no.1 (2023)
- Moh Nasuka, “Konsep Marketing Mix Dalam Perspektif Islam: Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai.” *Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam* 05, no.01(2020): 27-46
- Noviyanti, Devi “Pentingnya Implementasi Strategi Pemasaran Bagi Travel Haji dan Umrah di *Banjarmasin*.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 14, no.28 (2015)
- Nurfauzia, Vira “*Implementasi Srategi Pemasaran Pada Biro Perjalanan Umrah Dalam Perspektif Pemasara Syariah*.” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, no.2 (2020): 82-95.

Nurhabibah Desi, “Strategi Manajemen Dalam Merekrut Calon Jamaah Umrah.” *Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 2, no.1 (2022): 18-36

Prianto Andika, dkk “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jamaah Umrah PT. *Ikhwanul Ikhlas Wisata.*” *Jurnal Al-Qasd* 2, no.1 (2020)

Rahardjo, Mudjia, Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG PROGRAM PASCASARJANA (2017), hlm. 1-20.

Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran Jelajahi dan Rasakan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005).

Tri Suhesti Deni, dkk “*Strategi Manajemen Pemasaran Paket Umrah Era New Normal.*” *Sharia Economic Management Business Journal* 2, no.1 (2021): 24-42.

Vicky Wahyuni, dkk “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Umrah.” *Jurnal FEB* 1, no.1

Yazid, *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2008.