



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**STRATEGI MARKETING MELALUI
INSTAGRAM
ALLIA TOUR AND TRAVEL HAJI UMRAH
SURABAYA**

SKRIPSI

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

Oleh :

**Septiyana Dwiyanti
NIM. B94217116**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN
AMPEL SURABAYA
2022**

PERNYATAAN ORIENTISITAS SKRIPSI

PERNYATAAN ORIENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Septiyana Dwiyantri
NIM : B94217116
Program Studi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya belum pernah dipublikasikan di media atau lembaga pendidikan manapun. Skripsi ini benar-benar hasil karya penulis, bukan hasil plagiasi karya orang lain, karena penulis mengerti bahwa plagiasi karya orang lain sangatlah dilarang.

Apabila ada kesalahan di hari nanti atau diketahui bahwa penulisan ini adalah hasil plagiasi, maka penulis bersedia menanggung semua konsekuensi hukum.

Surabaya, 29 Juni 2022




Septiyana Dwiyantri
NIM. B94217116

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Septiyana Dwiyanti
NIM : B94217116
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 29 Juni 2022
Menyetujui Pembimbing



Airlangga Bramayudha, MM.
NIP. 197512142011011005

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

SKRIPSI

Disusun Oleh
Septiyana Dwiyanti
B94217116

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada Tanggal 05 Agustus 2022


Penguji I


Andriana Remangallo, MM
NIP. 197512142001091005

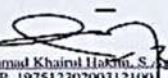
Penguji II


Dra. Imas Marsaroh, Dep. IM, Lih., Ph.D
NIP. 196605141997017001

Penguji III



Dr. Achmad Munzifi Hanis, Lc., M.Fil.
NIP. 197003042007011056

Penguji IV


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

Surabaya, 05 Agustus 2022
Dekan




Dr. Moen. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I.
NIP. 197110171999031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.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 : Septiyana Dwiyanti
NIM : B94217116
Fakultas/Jurusan : Manajemen Dakwah
E-mail address : yantidwiyanti22@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). 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 penerbit 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, 1 Juli 2022

Pemulis

(Septiyana Dwiyanti)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Septiyana Dwiyaniti, 2022. Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana penerapan strategi marketing melalui instagram di Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya dan faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi marketing melalui instagram pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

Untuk mendeskripsikan kedua persoalan tersebut, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dalam bingkai strategi instagram marketing. Data-data diperoleh secara mendalam dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Penelitian ini memberikan hasil sebagai berikut. *Pertama*, penerapan strategi instagram marketing dengan menggunakan fitur-fitur instagram, seperti follower, posting foto dan video, dan insta story. Fitur tersebut digunakan sebagai sarana untuk promosi melalui online agar memudahkan masyarakat untuk mengenal produk dari allia tour and travel. *Kedua*, Pelaksanaan strategi media sosial marketing menggunakan elemen-elemen utama media sosial marketing, seperti content creation, content sharing, connecting, community building. Elemen-elemen utaman ini digunakan untuk memudahkan allia tour and travel dalam mempromosikan produknya. *Ketiga*, penerapan strategi marketing melalui instagram allia tour and travel menggunakan marketing mix. Seperangkat alat marketing mix yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran.

Kata kunci: strategi marketing melalui instagram

ABSTRACT

Septiyana Dwiyantri, 2022. Marketing Strategy Through Instagram Allia Tour and Travel Hajj Umrah Surabaya.

This study aims to describe how the implementation of the marketing strategy through instagram allia tour and travel hajj umrah surabaya and the factors supporting and inhibiting the implementation of the marketing strategy through instagram allia tour and travel hajj umrah surabaya.

To describe these two problems, the researcher uses a qualitative method with a case study approach within the framework of the marketing strategy through instagram. The data obtained in depth with interview techniques, observation and documentation.

This study provides the following results. *First*, the implementation of the Instagram marketing strategy by using Instagram features, such as followers, posting photos and videos, and insta stories. This feature is used as a means for promotion through online to make it easier for the public to get to know the products of Allia Tour and Travel. *Second*, the implementation of the social media marketing strategy uses the main elements of social media marketing, such as content creation, content sharing, connecting, and community building. These main elements are used to make it easier for Allia Tour and Travel to promote sales. *Third*, the implementation of the allia tour and travel marketing strategy through instagram using the marketing mix. a set of marketing mix tools that a company uses to achieve marketing objectives in the target market.

Keywords: marketing strategy through instagram

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORIENTISITAS SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konsep.....	7
F. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II KAJIAN TEORETIK	11
A. Kerangka Teoretik.....	11
1. Manajemen Strategi	11
2. Instagram.....	12
3. Strategi Marketing	16
4. Strategi Marketing Melalui Instagram ...	21
5. Media Sosial Instagram Marketing.....	21

6. Jenis-Jenis Strategi Marketing Melalui Instagram.....	24
7. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Bauran Pemasaran	28
8. Kajian Teoritik Perspektif Islam.....	29
a. Manajemen Strategi.....	29
b. Strategi Marketing	29
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian	35
C. Jenis dan Sumber Data	35
1. Jenis Data	35
2. Sumber Data.....	36
D. Tahap-Tahap Penelitian	38
1. Tahap Pra Lapangan	38
2. Tahap Lapangan.....	40
3. Tahap Analisis Data.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Teknik Validitas Data.....	44
G. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ...	46
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	46
1. Sejarah Allia Tour and Travel	46
2. Keunggulan Allia Tour and Travel.....	48
3. Visi, Misi dan Budaya.....	49
4. Produk Allia Tour and Travel.....	50
5. Paket Haji Plus VIP Khusus Present For Hajj 2027.....	51
6. Paket Umrah Allia Tour and Travel.....	52
7. Struktur Organisasi	59
B. Penyajian Data	60

1. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel	60
2. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel dengan Menggunakan Fitur-Fitur Instagram	62
3. Proses Strategi Marketing Melalui Instagram Dilakukan Allia Tour and Travel.....	68
4. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Allia Tour and Travel.....	70
5. Konsep Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel.....	73
6. Pelaksanaan Strategi Marketing Media Sosial Instagram Menggunakan Elemen-Elemen Utama Madia Sosial Instagram.....	77
7. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Menggunakan Bauran Pemasaran.....	85
C. Analisis Data	91
1. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel	91
2. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel dengan Menggunakan Fitur-Fitur Instagram	92
3. Proses Strategi Marketing Melalui Instagram Dilakukan Allia Tour and Travel.....	102
4. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Allia Tour and Travel.....	105
5. Konsep Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel.....	117
6. Pelaksanaan Strategi Marketing Media Sosial Instagram Menggunakan Elemen-Elemen Utama Madia Sosial Instagram.....	126

7. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Menggunakan Bauran Pemasaran.....	144
BAB V PENUTUP.....	154
A. Kesimpulan	154
B. Saran Peneliti	159
C. Keterbatasan Peneliti	160
DAFTAR PUSTAKA	162
LAMPIRAN	166

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan profil instagram.....	107
Gambar 1.2 Postingan atau feed instagram.....	108
Gambar 1.3 Foto jamaah.....	109
Gambar 1.4 Flyer paket haji.....	110
Gambar 1.5 Video-video instagram	111
Gambar 1.6 Insta story.....	112
Gambar 1.7 Insta story.....	113
Gambar 1.8 Insta story.....	114
Gambar 1.9 Komentar konsumen.....	115
Gambar 1.10 Komentar konsumen.....	116
Gambar 1.11 Komentar konsumen.....	116
Gambar 1.12 Video jamaah	130
Gambar 1.13 Foto jamaah.....	131
Gambar 1.14 Foto jamaah.....	132
Gambar 1.15 Foto jamaah.....	133
Gambar 1.16 Hastag instagram	134
Gambar 1.17 Kata kunci instagram.....	135

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Travel haji dan umrah merupakan biro jasa perjalanan ibadah haji dan umrah. Di Indonesia terdapat banyak travel haji dan umrah yang menawarkan bermacam-macam paket ibadah haji dan umrah. Perusahaan travel berlomba-lomba dalam memasarkan produknya mulai dengan harga paket haji dan umrah yang murah, fasilitas ibadah yang bagus sesuai paket dan penyediaan peralatan yang lengkap. Dalam pemasaran produknya, setiap perusahaan memiliki berbagai cara dalam memasarkan produk seperti melalui pasar offline maupun online. Diera kemajuan global banyak perusahaan travel haji dan umrah menerapkan cara promosi online dengan memanfaatkan media sosial perusahaan mereka seperti website, facebook, twitter dan instagram. Penerapan promosi secara online mampu memudahkan masyarakat dalam mencari informasi mengenai profil travel haji dan umrah sekaligus macam-macam harga paket ibadah haji dan umrah.

Ibadah haji merupakan rukun islam yang ke lima. Ibadah haji wajib dilaksanakan oleh umat islam bagi yang sudah mampu. Waktu melaksanakan ibadah haji pada bulan syawal, dzulqad'ah dan dzulhijjah yang dilaksanakan setiap satu tahun sekali. Jamaah ibadah haji memiliki jumlah jamaah yang banyak, karena jamaah haji berasal dari jamaah yang beragama islam diseluruh dunia. Ibadah haji memiliki bagian yang salah satunya adalah kegiatan umrah. Umrah merupakan fasilitas berupa sarana dana media yang diberikan

kepada umat islam dalam hal beribadah.¹ Umrah sangat dianjurkan untuk dilakukan oleh umat islam dengan tujuan peningkatan iman terlebih bagi mereka yang telah melakukan ibadah haji. Dengan kondisi minat masyarakat yang tinggi terhadap pelaksanaan ibadah umrah ini maka aturan yang ditetapkan akan berhubungan dengan keamanan guna melindungi kepentingan para masyarakat yang melaksanakan ibadah tersebut. Aturan-aturan tersebut dapat disebutkan sebagai berikut: pelayanan administrasi yang ketat, melakukan pembinaan terhadap para peserta kegiatan umrah lebih konsisten, dilakukannya pengawasan terhadap para penyelenggara kegiatan ibadah ini, dan yang terakhir adalah melakukan perlindungan terhadap para jamaah umrah.² Dalam melaksanakan ibadah haji dan umrah harus dilaksanakan sungguh-sungguh dan sesempurna mungkin, karena ibadah haji dan umrah dilaksanakan di Baitullah. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al Baqarah ayat 196, sebagai berikut:

Artinya: "Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah"³

Strategi merupakan sebuah perencanaan yang digunakan untuk kepentingan tercapainya tujuan dari

¹ Ahmad Thib Raya dan Siti Musdah Mulia. *Melayani Seluk-beluk Ibadah Dalam Islam*. (Bogor : Kencana, 2003), 227.

² Undang Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, Penjelasan Umum.

³ Al-Qur'an, Al Baqarah : 196.

sebuah perusahaan. Strategi sendiri terdiri dari dua hal yakni perencanaan dan manajemen, atau dalam bahasa inggris disebut sebagai planning dan management. Strategi yang baik akan mampu menunjukkan taktik yang baik.⁴ Perusahaan akan berusaha dalam memenuhi target dan sasaran dalam dunia persaingan yang ada. Untuk memenangkan persaingan yang di alami, maka perusahaan haru memiliki tanda postif atau nilai lebih dalam bersaing.

Instagram merupakan salah satu aplikasi yang saat ini sedang hangat digunakan para remaja. Instagram adalah aplikasi penggerak dalam ranah fotografi dan videografi. Pemanfaatan instagram ini banyak digunakan sebagai media pemasaran dengan cara mengupload foto atau video produk dengan berbagai efek yang bertujuan menimbulkan nilai interest bagi para calon pembeli atau pembeli. Hal inilah yang menjadi sebuah pilihan para pembeli untuk mengetahui klasifikasi dan harga dari berbagai produk yang ditawarkan oleh perusahaan, dengan kata lain para konsumen dipermudah dalam hal melihat produk yang akan dibeli. Perkembangan dari media pemasaran berbasis online ini membuat kebiasaan baru karena masyarakat tidak perlu repot untuk mencari prooduk yang mereka inginkan, cukup dengan membuka instagram dari perusahaan tersebut dan mereka akan mendapatkan detail informasi dari produk yang mereka inginkan. Kata lainnya adalah konsumen akan mengetahui kualitas dari produk yang diposting pada instagram tersebut.

⁴ Onong Uchjhana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung : Rosdakarya, 1997), 32.

Perkembangan dari media pemasaran berbasis online ini membuat kebiasaan baru karena masyarakat tidak perlu repot untuk mencari produk yang mereka inginkan, cukup dengan membuka instagram dari perusahaan tersebut dan mereka akan mendapatkan detail informasi dari produk yang mereka inginkan. Kata lainnya adalah konsumen akan mengetahui kualitas dari produk yang diposting pada instagram tersebut. Strategi marketing melalui instagram merupakan salah satu cara allia tour and travel haji umrah surabaya untuk mempromosikan produk haji dan umrah pada masyarakat. Strategi marketing melalui instagram diyakini mampu untuk meningkatkan minat masyarakat, karena dengan menerapkan strategi marketing melalui instagram akan memudahkan masyarakat untuk mengenal profil dan produk yang dijual oleh allia tour and travel haji umrah surabaya. Dalam strategi marketing melalui instagram allia tour and travel haji umrah surabaya memiliki penerapan untuk berjalan dan berhasilnya proses promosi yang dilakukan allia tour and travel haji umrah surabaya, tidak hanya penerapan tetapi juga terdapat faktor pendukung dan penghambat proses promosi yang dilakukan allia tour and travel melalui instagram allia tour and travel haji umrah surabaya.

Subjek dalam penelitian ini adalah Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya. Sedangkan objek penelitian ini adalah Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya dan akun resmi instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah, yaitu @allia.umroh. Allia Tour and Travel berpusat di Jl. Gayungsari Barat No. 103D, Gayungsari, Kec. Gayungan, Kota Surabaya. Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya berdiri pada tahun 2016 di

Surabaya. Perusahaan ini bermula dari dibukanya kantor di sebuah Gedung Graha Pena di lantai 10. Kemudian karena adanya kondisi yang bersifat penambahan jumlah konsumen, maka perusahaan ini memindahkan kantornya di Mall City Of Tomorrow lantai UG. Sejak tahun 2018 hingga saat ini Allia Tour and Travel menempati kantor tetap di Ruko Gayungsari Jl. Gayungsari Barat No. 103D Surabaya.⁵ Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memiliki keunggulan yang menarik untuk para calon jamaah, yaitu: jadwal yang pasti, pilihan paket yang beragam, konsep yang berbeda, harga yang kompetitif serta amanah dan melayani dengan berdasarkan Al-Qur'an dan sunah, serta strategi marketing yang menarik dengan menggunakan media sosial instagram.⁶ Berdasarkan paparan tersebut terdapat permasalahan-permasalahan yang akan peneliti teliti berdasarkan pada judul **“Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya”**.

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan penjabaran latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini akan dijabarkan ke dalam 2 poin yang berbeda yakni:

1. Bagaimana penerapan strategi marketing melalui instagram pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat penerapan strategi marketing melalui instagram pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya?

⁵ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

⁶ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

C. Tujuan Penelitian

Pada penyusunan poin B di atas, peneliti memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Mendeskripsikan proses penerapan strategi marketing melalui instagram yang dilakukan oleh Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya kepada jamaah haji dan umrah maupun calon jamaah haji dan umrah melalui media sosial instagram.
2. Memahami faktor pendukung dan penghambat dalam proses penerapan strategi marketing melalui instagram kepada jamaah haji dan umrah Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Melalui detail poin C diatas, maka ditetapkan manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Segi Teoristis

Penelitian ini akan mengandung beberapa manfaat diantaranya adalah:

- a. Dilakukannya penelitian ini adalah berfokus pada strategi marketing melalui instagram. Harapan dari hasil penelitian ini pengembangan ilmu Manajemen Strategi dalam bidang strategi marketing atau pemasaran akan terbantu.
- b. Teori pada penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai media untuk penambahan dan pengembangan teori yang berkaitan dengan strategi marketing melalui instagram.

2. Segi Praktis

Penelitian ini akan mengandung beberapa manfaat diantaranya adalah:

- a. Penelitian ini akan dijadikan media dan bahan guna penambahan wawasan ilmu kepastakaan yang ada.
- b. Penelitian dijadikan rujukan untuk penelitian berikutnya.
- c. Sebagai penambah referensi dan pembelajaran bagi perusahaan sektor travel haji dan umrah dalam menerapkan strategi marketing melalui instagram. Sehingga perusahaan mampu melakukan peningkatan dalam proses capaian target yang ditetapkan.
- d. Sebagai bahan evaluasi, koreksi, masukan kepada seluruh pihak Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya tentang strategi marketing melalui instagram.

E. Definisi Konsep

Instrumen pokok dari sebuah penelitian adalah pengertian dan juga konsep. Definisi dari konsep adalah pengertian singkat dari sebuah fenomena yang menjadi fokus utama. Tujuan dari definisi konsep ini adalah antisipasi dari kondisi kesalahpahaman penelitian yang dilakukan. Bagian ini akan berisi beberapa istilah yang dijadikan sebagai judul didalam penelitian ini.

1. Strategi Instagram Marketing

Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki makna suatu strategi terkait proses

pencapaian target.⁷ Sedangkan instagram marketing merupakan media komunikasi pemasaran digital.⁸ Instagram tidak hanya aplikasi berisikan video ataupun foto saja, namun juga merupakan sebuah aplikasi yang mampu membuat pemakainya membangun identitas visual bisnis.⁹ Strategi promosi menggunakan media sosial instagram mendasari tahapan yang harus dilewati, diantaranya adalah penentuan platform, perencanaan program, pembuatan konten, pelaksanaan program, pemantauan program, dan melakukan evaluasi.

Hal yang perlu dipersiapkan diantaranya adalah riset dan pengambilan keputusan. Peneliti akan menelaah proses pengumpulan informasi dan mengambil keputusan yang dilakukan pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses pada tanggal 10 Mei 2021 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi>.

⁸ Diana Fitri Kusuma, Mohamad Syahriar Sugandi, "Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts," *Jurnal Manajemen Komunikasi*, (online), jilid 3, No. 1, diakses pada Maret 2021 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=diana+fitri+kusuma%2C+mohamad+syahriar+donuts&oq=di#d=gs_qabs&t=1660169969852&u=%23p%3DF03QFSCati4J

⁹ Dwi Untari, Dewi Endah Fajariana, "Stratrgi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Studi Deskriptif Pada Akun Subur Batik," *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, (online), jilid 2, No. 2, diakses pada Maret 2021 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=dwi+untari%2C+dewi+endah&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170105475&u=%23p%3DZF-v3DdovsEJ

2. Tour and Travel Haji Umrah

Tour and travel haji umrah merupakan biro perjalanan yang bergerak dibidang jasa khususnya dalam menyediakan paket perjalanan haji dan umrah. Tour and travel haji umrah menyediakan pelayanan bagi perseorangan maupun kelompok yang akan melakukan perjalanan ibadah haji dan umrah. Tour and travel haji umrah mempunyai tugas sebagai perantara dalam menjual dan mengurus jasa yang dibutuhkan dalam perjalnanan ibadah haji dan umrah. Jamaah yang akan melakukan ibadah haji dan umrah pasti membutuhkan perlengkapan dan bimbingan. Maka dari itu pada masa globalisasi fenomena biro perjalanan haji dan umrah semakin menjamur.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini terdapat sistematika yang di desain dalam lima bab, yaitu:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pertama adalah bab pendahuluan dimana mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

BAB II. KAJIAN TEORETIK

Bab kedua adalah bab kerangka teori dimana mencakup kerangka teoritik dan penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III. METODE PENELITIAN

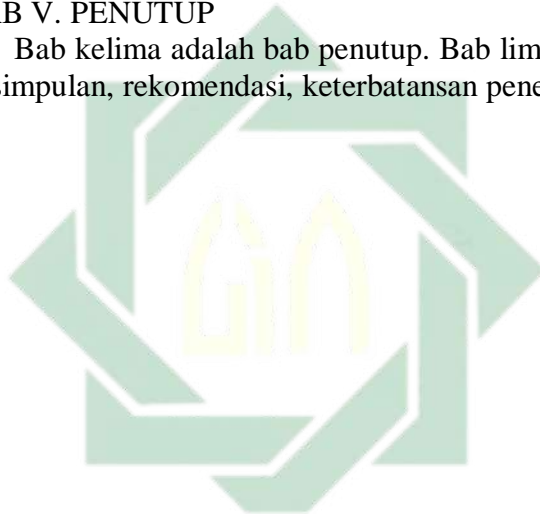
Bab ketiga adalah metode penelitian dimana mencakup uraian pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas data dan teknik analisis data.

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat adalah bab hasil penelitian dimana mencakup gambaran umum subyek penelitian, penyajian data dan pembahasan hasil penelitian (analisis data). Bab ini menguraikan mengenai profil dari tempat penelitian yaitu Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya serta hasil dari penelitian yang sudah disesuaikan dengan lapangan.

BAB V. PENUTUP

Bab kelima adalah bab penutup. Bab lima ini berisi kesimpulan, rekomendasi, keterbatasan peneliti.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Kerangka Teoretik

1. Manajemen Strategi

a. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi (*strategic management*) adalah proses evaluasi, perumusan, dan pengimplementasian sampai ke penilaian strategi. Hasil dari manajemen strategi adalah formula dan penerapan formula itu sendiri. Manajemen strategi berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan, produksi, marketing, keuangan atau akuntansi, pengembangan dan penelitian untuk mencapai kesuksesan organisasi itu sendiri.

Manajemen strategi bertujuan untuk merajai pangsa pasar dan pembuatan peluang yang memiliki ciri khas. Manajemen strategi berfungsi untuk memberikan gambaran dan rute kerja yang terstruktur guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen memiliki 4 fungsi yaitu perencanaan (*planning*), pengarahan (*directing*), pengorganisasian (*organizing*), pengevaluasian (*evaluating*). Peranan manajemen strategi akan diupayakan oleh pihak perusahaan guna membangun sistem kerja yang sistematis dan menyeluruh untuk menganalisis seluruh kegiatan operasional perusahaan.

b. Strategi

Menurut Stephanie K. Marrus, “setrategi merupakan suatu mekanisme dalam pembentukan rencana kerja dimana fokus utamanya adalah tujuan jangka panjang dan sistem yang seperti apa yang akan digunakan dalam mencapai target tersebut”.¹⁰

Strategi adalah rencana tentang cara pendayagunaan dan penggunaan potensi dan sarana yang ada untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dari suatu sasaran kegiatan. Strategi adalah rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan perusahaan yang dijalankan dengan perencanaan, target waktu dan tujuan yang jelas. Keberhasilan suatu perusahaan, diukur melalui daya saing strategis dan profitabilitas tinggi.

2. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram merupakan media sosial yang dapat menampilkan foto-foto secara instant. Instagram yang dapat mengunggah foto dan video dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan cepat diterima.

¹⁰ Husein Umar. *Strategi Management in Action*. (Jakarta : PT. Gramedia Pusaka Utama, 2001), 31.

b. Fitur Instagram

Instagram merupakan media sosial berupa fitur yang selalu bergerak seiring dengan kebutuhan penggunanya. Fitur tersebut adalah sebagai berikut:

1) Pengikut

Instagram memiliki standar sosial yang disebut pengikut (*following*) akun pengguna lain, atau memiliki pengikut (*follower*) di instagram yang pengguna tersebut memiliki. Sehingga pengguna tersebut bisa terhubung dan saling merespon juga mengomentari foto yang telah diunggah oleh pengguna lain.

2) Mengunggah Foto dan Video

Instagram memiliki fungsi untuk mengunggah dan membagikan foto dan video kepada pengguna lainnya. Di dalam mengunggah foto dan video terdapat satu fitur *select multiple*, dalam artian memudahkan pengguna mengunggah lebih banyak dari satu

foto sekaligus dalam sekali unggahan.

3) Insta Story

Instagram memiliki fitur insta story, fitur ini memungkinkan pengguna mengirim foto dan video. Terdapat filter menarik yang telah disediakan, insta story muncul pada bar bagian atas feed pengguna. Pada insta story terdapat pilihan untuk merekam video secara online atau live, boomerang, rewine, handsfree, dan zoomout audio. Namun insta story hanya bertahan 24 jam setelah itu akan menghilang dan otomatis akan tersimpan diarsip story.

4) Caption

Instagram memiliki fitur caption, fitur ini digunakan para pengguna untuk memasukan caption atau judul foto dan video pemikiran pengguna.

5) Arroba

Instagram memiliki fitur yang digunakan pengguna untuk

menyinggung pengguna lainnya dengan menambahkan tanda “@” dan memasukan username dari pengguna lain yang akan disinggung. Para pengguna instagram dapat mengomentari foto dan video.

6) Geotagging

Instagram memiliki fitur geotagging, geotagging merupakan fitur yang akan muncul ketika pengguna *idrive* tersebut mampu mendeteksi tempat pengguna tersebut instagram.

7) Like

Instagram memiliki fitur like atau tanda suka yang berfungsi untuk penanda bahwa pengguna lain menyukai foto atau video yang telah diunggah. Berdasarkan jumlah like atau tanda suka pada sebuah foto dan video di instagram merupakan faktor khusus yang mempengaruhi foto

dan video menjadi terkenal atau tidak.

8) Popular

Instagram memiliki fitur populer jika foto atau video yang masuk kedalam halaman populer yang merupakan tempat berkumpul foto dan video seluruh dunia saat ini. Secara tidak langsung foto dan video tersebut akan menjadi dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga follower pengikut juga bisa bertambah banyak.

3. Strategi Marketing

a. Pengertian Strategi Marketing

Strategi marketing atau pemasaran suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses penciptaan, komunikasi, dan penyampaian nilai bagi pelanggan dengan cara yang menguntungkan bagi organisasi. Strategi marketing menjadi upaya dalam pemenuhan keinginan, kebutuhan, menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu dengan yang lainnya. Strategi pemasara diartikan sebagai suatu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Strategi pemasaran menjadi pendekatan pokok yang dilakukan oleh unit bisnis

guna mendapatkan target pasar yang diperlukan.¹¹

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan tujuan perusahaan, karena didalam strategi pemasaran terdapat gambaran yang tertata dan terarah terkait apa saja yang dilakukan dalam pemanfaatan kesempatan dalam pasar sasaran. Penerapan strategi pemasaran dapat mengetahui konsumen tertentu sebagai sasarannya, sehingga dapat mengetahui kepuasan seperti apa yang diharapkan oleh konsumen.

Strategi pemasaran memiliki berbagai kondisi sesuai dengan pengembangan perusahaan. dapat diartikan dalam berbagai konteks sesuai dengan pengembangan strategi yang dilakukan perusahaan. Strategi pemasaran yang diterima secara luas merupakan sebagai konsep pemasaran yang didasarkan pada pengenalan kebutuhan konsumen. Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai semua kegiatan yang diarahkan untuk

¹¹ Wiwit Agus Triyanto. “Algoritma K-Medoids Untuk Penentuan Strategi Pemasaran Produk,” *Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, (online), jilid 6, no. 1, diakses pada Maret 2021 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=wiwit+agus+triyanto+algoritma&oq=wiwi#d=gs_qabs&t=1660170222151&u=%23p%3Dpy_U_1MP50AJ

mencapai tujuan perusahaan, dengan melakukan mengenali dan memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen.

Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai proses menentukan rencana untuk mencapai sebuah hasil akhir tentang apa yang diharapkan oleh konsumen dari masa mendatang tentang kebutuhan yang memuaskan dari produsen terhadap konsumen seperti penetapan harga, promosi serta penyaluran barang dan jasa.

b. Konsep Strategi Marketing

Dalam strategi marketing atau pemasaran terdapat konsep yang sangat penting, berbagai konsep memiliki tujuan yang berbeda-beda. Konsep marketing atau pemasaran timbul dari satu periode ke periode, akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep marketing atau pemasaran dijalankan dengan berdasar pada jenis usaha dan tujuan perusahaan.¹²

Terdapat konsep-konsep yang ada pada marketing atau pemasaran, yaitu:

1) Konsep Produksi

Dalam pengamatan pasar, konsumen lebih menyukai produk yang dapat memenuhi

¹² Kasmir. *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi. (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), 197-199.

kebutuhan mereka dan kemampuan finansial yang target pasar mereka miliki. Konsep tersebut adalah salah satu falsafat tertua yang menjadi panutan para penjual dan konsep yang menekankan volume produksi dengan harga yang relatif rendah.

2) Konsep Produk

Konsep produk ini menjelaskan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik dan berkualitas serta keistimewaan yang mencolok.

3) Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menjelaskan untuk tercapainya tujuan pemasaran sesuai dengan trend yang ada di pasar. Konsep marketing atau pemasaran tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, minat pasar sasaran dan kepuasan yang dibutuhkan secara lebih aman dan nyaman, efisien dan efektif yang dibanding dengan para pesaing dengan mempertahankan dan memajukan kesejahteraan konsumen.

4) Konsep Penjualan

Konsep penjualan menjelaskan bahwa konsumen

tidak akan membeli cukup banyak produk kecuali perusahaan memasarkan suatu produk dengan promosi dan penjualan yang baik.

c. Tujuan Strategi Marketing atau Pemasaran

Setiap marketing atau pemasaran, terdapat kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan, kegiatan tersebut terdapat tujuan tertentu. Tujuan tersebut disesuaikan dengan apa yang diharapkan dan inginkan oleh pihak perusahaan. Dalam perusahaan terdapat tujuan yang bersifat jangka panjang dan jangka pendek, begitu pula dengan kegiatan marketing atau pemasaran akan memiliki berbagai kepentingan yang diharapkan dapat tercapai. Beberapa tujuan tersebut diantaranya adalah:

- 1) Pemenuhan kebutuhan para konsumen dalam sebuah produk ataupun jasa.
- 2) Pemenuhan keinginan seorang pelanggan terhadap sebuah produk atau jasa.
- 3) Pemberian kepuasan yang maksimal terhadap ekspektasi para pelanggan.
- 4) Persaingan yang tinggi harus di hadapi dan dimenangkan guna menguasai pasar.

5) Melebarkan jangkauan perusahaan.¹³

4. Strategi Marketing Melalui Instagram

Strategi marketing atau pemasaran melalui instagram merupakan salah satu cara untuk menjual atau mempromosikan suatu produk lewat media sosial. Media sosial instagram memudahkan perusahaan untuk menjual atau mempromosikan produknya sehingga lebih mudah menjangkau masyarakat untuk membeli produk perusahaan tersebut. Perusahaan menerapkan strategi marketing melalui instagram, karena perkembangan pemasaran secara online khususnya instagram saat ini banyak diminati oleh pelaku usaha dan masyarakat atau konsumen untuk membeli produk yang dijual.

5. Media Sosial Instagram Marketing

Media sosial instagram marketing adalah bentuk pemasaran dari platform instagram melalui pemanfaatan khalayak yang berperan dalam insight yang didapatkan. Media sosial marketing salah satu cara yang memungkinkan dalam keterlibatan, kolaborasi, interaksi dan pengupayaan kemampuan orang lain yang turut berpartisipasi untuk tujuan pemasaran. Dalam dunia bisnis media sosial merupakan jalur yang sangat mendukung untuk menjalankan komunikasi dengan para pelanggan terlebih biaya operasional yang akan dikeluarkan akan sangat berbanding jauh. Media sosial marketing

¹³ Kasmir. *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi. (Jakarta : PT. Rajawali Pers, 2012), 59.

adalah pemberdayaan SDM oleh perusahaan guna mempromosikan produk, website, dan berbagai platform online guna mengkomunikasikan segala sesuatu yang diperlukan kepada para pelanggan.

Media sosial marketing adalah salah satu cara promosi produk berbasis web secara spesifik. Target pasar akan terbangun tidak dengan hal instan yang dibagikan kepada para pelanggan, melainkan terbangun karena menariknya konten yang diberikan kepada para konsumen. Semakin luas dan kompleks media sosial yang digunakan, maka akan semakin tinggi dan besar juga impact yang didapatkan dari promosi tersebut.¹⁴

Media sosial marketing menjadi ranah formula pemasaran yang digunakan para pelaku usaha dalam kondisi jaringan yang luas atau menggunakan massa online sebagai penikmatnya. Program media sosial marketing akan hanya berpusat pada pembuatan materi konten yang memicu daya tarik tersendiri atau biasa dikenal dengan teknik persuasif media melalui jaringan sosial mereka. Pada konteks hubungan oemasaran produk online dan offline, strategi komunikasi menjadi urgensi khusus

¹⁴ Viny Putri Fauzi, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Sosial Media Marketing Er-Corner Boutique dalam Membangun Brand Awareness Kota Pekanbaru,” *Jurnal of Management FISIP*, (online), jilid 3, No. 1, diakses pada November 2021 dari

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=viny+putri+fauzi&oq=viny#d=gs_qabs&t=1660170305846&u=%23p%3DIdVIHQ7iSzM

yang perlu diperhatikan. Strategi komunikasi pemasaran yang efektif dan baik akan menghindarkan perusahaan dari kerugian akibat promosi yang keliru.

Dalam konteks pemasaran ada dua cara promosi pada social media, yakni pemasaran langsung dan pemasaran tidak langsung. Hal ini dilakukan untuk membangun pengakuan, kesadaran, peningkatan daya ingat produk dan merek yang dipromosikan dengan menggunakan web sosial seperti microblogging, blogging, social bookmarking, social networking, dan content sharing.

Variabel kesuksesan pada pemasaran sosial media akan dijelaskan dengan menggunakan empat elemen berikut, yakni:

a. Content Creation

Content creation adalah landasan strategi pada kegiatan pemasaran media sosial. Konsumen akan terbangun kepercayaannya dengan cara membuat konten yang menarik dan mencerminkan ciri khas yang dimiliki oleh perusahaan terkait produk yang ditawarkan. Konten yang baik dan bagus akan membuat kredibilitas dan hubungan yang royal antara konsumen dengan pelaku usaha.

b. Content Sharing

Poin ini perusahaan akan melakukan kegiatan share content ke komunitas-komunitas sosial agar dapat memperluas jangkauan yang ada secara online audiens. Berbagi konten dapat menyebabkan penjualan tidak langsung

dan langsung tergantung pada jenis konten yang dibagikan.

c. Connecting

Connecting merupakan jaringan sosial yang memberikan peluang terhadap perluasan jaringan orang yang memiliki minat yang sama. Perlu adanya kehati-hatian dan kejujuran dalam melakukan social networking.

d. Community Building

Community building adalah interaksi semua orang yang ada di belahan dunia manapun menggunakan teknologi online atau berbasis internet. Interaksi ini akan dibangun dengan cara menciptakan komunitas sendiri melalui internet dengan tujuan untuk mendapatkan target konsumen serta hubungan dari cakupan wilayah yang sangat luas.

6. Jenis-Jenis Strategi Instagram Marketing

Instagram merupakan platform yang mengandalkan konten visual.¹⁵ Terdapat beberapa strategi instagram marketing yang digunakan untuk bisnis, yaitu:

a. Menggunakan instagram dengan akun Bisnis

Akun bisnis sangat direkomendasikan kepada para pelaku

¹⁵ Mirza M. Haekal. “Strategi Instagram Marketing yang Wajib Anda Coba di 2021”. diakses pada November 2021 dari

<https://www.niagahoster.co.id/blog/wp-content/uploads/2020/02/Strategi-Instagram-Marketing-yang-Wajib-Anda-Coba-di-2020-Terlengkap-Featured-Image.png>.

usaha. Hal ini dikarenakan, calon konsumen akan sangat dimudahkan dalam hal menghubungi pihak penjual dan pemberian kesan dan pesan yang bersifat profesional dalam kegiatan bisnis. Akun instagram bisnis mempunyai beberapa fitur yang mendukung meningkatnya insight akun bisnis tersebut, diantaranya adalah instagram ads dan detail insights akun. Insights adalah sebuah fitur yang berguna dalam analisis statistik terkait jangkauan akun bisnis tersebut.

b. Optimasi Profil Bisnis

Optimasi profil merupakan mengoptimalkan profil akun bisnis yang bisa mengubah seorang calon konsumen menjadi konsumen tetap. Beberapa cara yang harus diterapkan oleh pelaku bisnis supaya konsumen tetap menjadi bertambah adalah:

1) Pilih Usernam yang Mudah Dikenali

Menggunakan username dengan nama bisnis. Hal ini dilakukan agar calo konsumen dapat dengan mudah menemukan akun bisnis tersebut, dan meminimalisir kemungkinan error tag ketika calon konsumen tersebut melakukan tag akun.

2) Gunakan Foto Profil Brand Produk

Foto profil merupakan juga merupakan hal pertama yang orang lain lihat ketika mengunjungi sebuah akun akun bisnis. Dapat dikatakan, elemen terpenting pada sebuah akun justru adalah foto profil. Oleh karenanya, foto profil yang digunakan harus menggambarkan brand atau bisnis seperti penggunaan logo bisnis.

3) Tulis Bio yang Menarik dan Informatif

Tulis bio yang menarik dan informatif akan menjadi daya tarik juga bagi calon konsumen. Maka, pengupayaan 150 karakter yang diberikan oleh instagram, harus dapat dioptimalkan dengan lebih baik.

4) Masukkan CTA

Call-to-action (CTA) dapat ditempatkan di akhir bio. Hal ini dilakukan guna mempermudah para konsumen ketika hendak membeli produk yang mereka inginkan.

5) Masukkan Link Dibawah CTA

Pelaku bisnis harus memasukkan link yang berhubungan dengan CTA, agar para konsumen tidak merasa

kebingungan. Jangan cantumkan CTA mengenai hal A, tapi link justru menuju ke B.

c. Ketahui Jenis Postingan di Instagram

Di Instagram, konten dibagi menjadi tiga, yakni:

1) Feed Instagram

Feed instagram ialah keseluruhan template foto dan video yang telah terposting pada akun tersebut.

2) Instagram Story

Instagram story hanya dapat bertahan dalam kurun waktu 24 jam.

3) Instagram Live

Instagram live merupakan sebuah cara dimana pelaku bisnis dapat berinteraksi melalui live comment dengan para followers yang bergabung pada siaran langsung yang dilakukan.

d. Optimasi Feed Instagram

Konten yang di posting pada instagram harus cocok dengan brand yang brand perusahaan tersebut. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus mempersiapkan jenis konten seperti apa yang dapat diposting pada feeds yang tersedia. Jenis konten di feed instagram terdapat dua macam, yakni gambar dan video. Untuk gambar tak ada ketentuan khusus. Untuk video, diatur pada durasi maksimal 60 detik dengan dimensi 1080

x 608 untuk portrait dan 1080 x 1350 untuk landscape.¹⁶

7. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Menggunakan Bauran Pemasaran

Pada pemasaran produk atau jasa, perusahaan menerapkan pemasaran strategik melalui bauran pemasaran, yang mana merupakan komponen alat pemasaran yang digunakan perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan tersebut di ranah target sasaran. Komponen tersebut adalah:

a. Produk

Produk akan berbicara tentang bentuk produk, manfaat produk, instruksi penggunaan, kemasan dan perawatannya.

b. Harga

Harga merupakan nilai uang yang diberikan guna mendapatkan produk yang diinginkan. Harga akan mempengaruhi volume penjualan serta laba yang ingin di capai oleh perusahaan. Tujuan dari penetapan harga, yaitu:

- 1) Peningkatan penjualan.
- 2) Perbaikan dan memaksimalkan market share.
- 3) Menggunakan sistem harga yang cenderung stabil.

¹⁶ Mirza M. Haekal, “Strategi Instagram Marketing yang Wajib Anda Coba di 2021”, diakses pada November 2021 dari

https://www.niagahoster.co.id/blog/wp-content/uploads/2020/02/Strategi-Instagram-Marketing-yang-Wajib-Anda-Coba-di-2020-Terlengkap_Featured-Image.png .

4) Mencapai laba maksimal.

c. Tempat

Tempat merupakan perusahaan yang mendistribusikan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen.

d. Promosi

Promosi merupakan kegiatan pemasaran untuk mengarahkan seseorang untuk menciptakan minat membeli dalam pemasaran dan mendorong peminatan.

8. Kajian Teoritik Perspektif Islam

a. Manajemen Strategi

Manajemen strategi menurut perspektif Islam adalah kumpulan proses aktivitas manajemen Islam pada tahap implementasi, formulasi, evaluasi strategi demi mencapai tujuan organisasi yang diwarnai oleh azas tauhid, orientasi duniawi-ukhrawi dan motivasi mardhatillah.

b. Strategi Marketing atau Pemasaran

Dalam dunia bisnis, marketing atau pemasaran merupakan strategi bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari perusahaan kepada pelanggannya. Menurut perspektif Islam, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan nilai-nilai Islam yang diimbangi dengan semangat ibadah kepada Allah dan mengupayakan secara maksimal kesejahteraan bersama manusia di bumi.

Seperti yang telah tertulis di dalam Al-Qur'an surah Al-Jumu'ah ayat 10, sebagai berikut:

إِنَّا نَدَّبُهُمْ ضُفًّوَتِ الصَّلَاةِ ۖ إِنَّا نَدَّبُهُمْ شُرُفًّوَا إِنَّا
 نَدَّبُهُمْ نَضًّوَا ۖ إِنَّا نَدَّبُهُمْ نَضًّوَا ۖ إِنَّا نَدَّبُهُمْ نَضًّوَا
 نَضًّوَا ۖ إِنَّا نَدَّبُهُمْ نَضًّوَا ۖ إِنَّا نَدَّبُهُمْ نَضًّوَا ۖ

Artinya : Apabila sholat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung. (QS. Al-Jumu'ah: 10)¹⁷

Melalui ayat tersebut maka jelas dikatakan apabila telah dijalankan sholat perintah dari Allah SWT amka bertebaranlah rezeki yang akan di dapatkannya.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini berfokus pada strategi marketing. Peneliti telah mencantumkan penelitian terdahulu, agar mengetahui letak perbedaan antara penelitian yang dulu dan penelitian dimasa sekarang atau terbaru. Hasil penelitian tersebut sebagai berikut:

¹⁷ Al-Qur'an, Al Jumu'ah : 10.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

No.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fatimah Nur Arifah (2015).	Analisis sosial media sebagai strategi marketing dalam bisnis online.	Sosial media sudah mulai dimanfaatkan untuk mempromosikan sebuah produk dan dijadikan salah satu strategi marketing oleh beberapa pelaku bisnis.
2.	Diana Fitri Kusuma & Mohamad Syahriar Sugandi (2018)	Strategi pemanfaatan instagram sebagai komunikasi pemasaran digital oleh dino donust	Perencanaan dan pemanfaatan yang dilakukan oleh Dino Donuts dengan menganalisis masalah, menganalisis khalayak, menentukan tujuan, pemilihan media, dan saluran komunikasi serta mengembangkan rencana untuk mencapai tujuan.
3.	Giri Maulana Arief & Heppy	Pengaruh social media marketing melalui instagram	Pengaruh Social media marketing melalui instagram terhadap minat beli

	Millianyani (2018)	terhadap minat beli konsumen Sugar Tribe.	konsumen Sugar Tribe adalah 56% dan Sub variabel context, communications, connection memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli, sedangkan sub variabel collaboration tidak terpengaruh signifikan terhadap minat beli.
4.	Dewi Kurniawati dan Nugraha Arifin. (2015)	Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa.	Terdapat hubungan yang rendah tetapi pasti antara strategi pemasaran Brodo Footwear dan minat beli mahasiswa di FISIP Universitas Sumatera Utara.
5.	Ariestya Ayu Permata (2016)	Pemanfaatan media sosial untuk jual beli online di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga	Kebiasaan mahasiswa memanfaatkan instagram untuk berbelanja. Media sosial instagram telah menjadi salah satu sarana promosi produk yang

		Surabaya melalui instagram	memiliki kemudahan sangat baik saat ini
--	--	----------------------------	---



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian dengan metode kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan tidak menggunakan perhitungan atau angka. Penelitian kualitatif merupakan sebuah cara atau metode dalam melakukan penelitian yang memiliki tujuan guna memberikan deskripsi dan melakukan analisis terhadap suatu fenomena, tertentu baik secara individu ataupun secara kelompok¹⁸. Penelitian kualitatif yang dilakukan adalah suatu pengamatan yang dilakukan dan berhubungan dengan fenomena yang diamati baik dalam bahasa dan istilahnya. Penelitian kualitatif merupakan sebuah proses kegiatan penyaringan data atau informasi yang dinilai sebagai sesuatu yang wajar tentang sebuah persoalan dalam kondisi atau aspek atau bidang tertentu.

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengungkap sebuah kasus. Dengan demikian, penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus. Studi kasus merupakan suatu runtutan proses ilmiah yang dilakukan untuk mempelajari dan memahami secara lebih dalam tentang suatu kasus yang terjadi secara rinci. Studi kasus juga bertujuan untuk mencari keunikan sebuah kasus. Pada penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan hasil analisis tentang penerapan strategi marketing melalui instagram di Allia

¹⁸ Nana Syaodih Sukmadinata. *Metode Penelitian Pendidikan*. (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2007), 60.

Tour and Travel Haji Umrah Surabaya serta akun resmi instagram Allia Tour and Trvael Haji Umrah Surabaya, yaitu allia.umroh.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah sebuah tempat atau lokasi dimana penelitian dilakukan. Pencarian informasi atau data penelitian secara langsung di lokasi penelitian dan juga dilakukan pada media sosial instagram resmi Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya dengan username @allia.umroh. Peneliti melakukan penelitian di Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya. Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya yang terletak di Jl. Gayungsari Barat No. 103D, Gayungan, Kec. Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur. Lokasi tersebut dipilih, karena lokasi tersebut merupakan kantor pusat. Selain itu, jarak kantor pusat dengan peneliti, maka peneliti mudah untuk menyelesaikan penelitian ini dengan data akurat.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Data dapat diibaratkan sebagai bahan mentah yang kemudian harus dilakukan proses pengolahan sehingga dapat memberikan hasil berupa informasi atau keterangan yang menunjukkan fakta untuk menjadi sebuah pengetahuan. Data dibagi menjadi dua jenis yaitu data primer dan data sekunder.¹⁹

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang didapatkan oleh peneliti langsung dari sumber utama. Data

¹⁹ Jonathan Sarwono. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006), 209.

primer diperoleh secara langsung melalui wawancara terhadap narasumber. Peneliti menggunakan data primer, karena peneliti ingin memperoleh data secara langsung serta menggali informasi mendalam tentang strategi marketing melalui instagram di Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

b. Data Sekunder

Data skunder merupakan sumber data penelitian yang didapatkan dengan menggunakan pihak kedua atau didapatkan melalui media perantara secara tidak langsung dimana pada konteks penelitian yang dilakukan adalah melalui *instagram*, buku, catatan, bukti yang sudah ada atau arsip yang telah dipublikasikan secara publik sehingga dapat diakses dengan sah dan bebas. Peneliti menggunakan data sekunder untuk mengembangkan informasi pada penerapan strategi pemasaran dan peningkatan daya saing. Data sekunder digunakan untuk menguatkan temuan serta memenuhi data yang sudah didapatkan melalui wawancara langsung.

2. Sumber Data

Sumber data menjadi hal yang sangat penting untuk melakukan sebuah penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan, sumber data yang digunakan adalah melalui informan, observasi dan dokumentasi.

a. Informan

Informan adalah orang atau subjek yang memiliki kompetensi dibidangnya dan bersedia menjadi narasumber dalam penelitian yang dilakukan. Informan merupakan orang yang benar-benar mengetahui tentang informasi dan kondisi tempat penelitian. Dalam hal ini, peneliti akan memberikan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan rumusan masalah atau hal yang ingin peneliti ketahui pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

b. Dokumen

Dokumen adalah sumber data tertulis seperti contohnya adalah catatan, buku dan segala bentuk karya tulis yang dipublikasikan secara resmi oleh suatu lembaga atau instansi. Dalam penelitian yang dilakukan salah satu sumber data yang digunakan adalah dokumen, hal tersebut disebabkan karena dokumen dapat digunakan sebagai sarana atau media untuk melakukan penafsiran, pengujian, analisa dan sebagai bukti tertulis penyajian data. Dalam pengumpulan data, peneliti mendapat sumber data primer berupa Profil Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, jumlah data jamaah Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

c. Observasi

Observasi adalah sumber data yang diperoleh melalui pengamatan secara

langsung dengan tujuan untuk mendapatkan data atau informasi secara empiris. Pada penelitian yang dilakukan pengamatan dilakukan dengan ikut keterlibatan secara langsung dan melakukan pengamatan melalui kunjungan website perusahaan. Melalui keterlibatan secara langsung dilapangan dan melakukan pengamatan melalui kunjungan website perusahaan maka dapat dilakukan pengamatan secara langsung terkait dengan hal-hal yang memiliki hubungan dengan kejadian yang sedang berlangsung. Objek pengamatan adalah tentang strategi pemasaran dan peningkatan daya saing.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Untuk melakukan penelitian secara kualitatif maka harus dilakukan dengan tahap-tahap tertentu yang disebut juga sebagai tahap penelitian. Adapun tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan adalah tahap awal dalam melakukan penelitian. Adapun tahap pra lapangan tersebut adalah sebagai berikut:

a. Melakukan Penyusunan Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang dimaksud adalah proposal penelitian sehingga pada tahap ini yang dilakukan adalah melakukan penulisan dan penyusunan rancangan penelitian kedalam bentuk proposal penelitian. Proposal penelitian yang dibuat terdiri

dari tiga bab. Pada bab pertama berisikan judul penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Pada bab kedua berisikan penelitian terdahulu, definisi konsep, kerangka teori dan pada bab ketiga berisikan metode penelitian dan sistematika penelitian.

b. Memilih Objek Penelitian

Sebelum dilakukan usulan pengajuan judul penelitian, maka harus dilakukan pencarian data dan informasi tentang objek penelitian yang diambil. Dalam penelitian yang dilakukan objek penelitian yang diambil adalah Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

c. Mengurus Perizinan

Selanjutnya adalah melakukan pengurusan izin penelitian yang digunakan untuk mendapatkan izin melakukan kegiatan penelitian pada objek yang akan diteliti. Pengurusan izin dilakukan dengan meminta surat pengantar dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Surat izin tersebut dibuat dengan tujuan untuk meminta izin secara resmi pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya untuk dapat dilakukan penelitian pada instansi tersebut. Surat pengantar diberikan kepada direktur utama Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya untuk meminta persetujuan

pelaksanaan penelitian di tempat tersebut.

d. Menyiapkan Perlengkapan Penelitian

Dalam melakukan penelitian perlu disiapkan perlengkapan penelitian yang digunakan untuk membantu atau mempermudah dalam proses memperoleh data-data. Perlengkapan yang perlu disiapkan adalah alat tulis, alat perekam dan kamera.

e. Menentukan Informan

Selanjutnya adalah menentukan informan berdasarkan dari pendapat dan saran yang diberikan oleh Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya mengenai informan yang paling sesuai untuk bisa menjadi narasumber penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan terdapat tiga orang informan yaitu direktur, marketing dan desain grafis.

2. Tahap Lapangan

Setelah tahap pra lapangan selesai dilaksanakan maka selanjutnya adalah tahap lapangan, adapun tahap lapangan dilaksanakan sebagai berikut:

a. Membangun Keakraban

Membangun keakraban adalah tahap yang dilakukan untuk menjalin keakraban terhadap informan dan instansi yang menjadi objek penelitian. Apabila tercipta keakraban dengan objek penelitian maka proses memperoleh data dapat dilakukan dengan lebih baik dan mendalam.

b. Menjaga Tata Krama

Meskipun sudah tercipta keakraban, penelitian tetap harus dilakukan dengan santun dan menjaga tata krama serta adat dan norma-norma sosial yang berlaku di daerah penelitian dilaksanakan. Tata krama, adat dan norma-norma sosial yang dimaksud adalah dengan menghormati budaya organisasi perusahaan yang diteliti. Dengan demikian suasana penelitian akan tetap terjaga dengan baik dan membuat penelitian dapat dilakukan dengan lancar.

c. Melakukan Wawancara

Terakhir adalah mulai melakukan wawancara dan observasi mengenai objek penelitian yang terkait. Wawancara dilakukan dengan informan yang telah bersedia sebelumnya serta pengamatan dilakukan langsung dilokasi penelitian dengan cara ikut membantu atau terlibat dalam beberapa kegiatan yang dilaksanakan. Dengan demikian diharapkan penelitian yang dilakukan bisa mendapatkan data yang valid.

3. Tahap Analisis Data

Tahap analisis data adalah tahap yang dilakukan setelah data selesai dikumpulkan. Data yang sudah dikumpulkan tersebut selanjutnya dilakukan pengolahan data dan dilakukan analisis dengan berbagai teknik pengolahan data dan analisis. Hal tersebut memiliki tujuan untuk mempermudah penentuan

data sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai dari penelitian yang dilakukan. Proses analisis data dilakukan sebagai berikut:

- a. melakukan analisis data yang sudah berhasil dikumpulkan sebelumnya melalui wawancara dan observasi.
- b. Melakukan proses penafsiran data dengan cara mengidentifikasi poin penting yang terdapat dalam data yang kemudian akan dikembangkan dalam teori-teori yang ada.
- c. melakukan pemeriksaan data untuk mengetahui bahwa data telah valid atau absah dan bisa diolah.
- d. Membuat kesimpulan berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan data.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian untuk mengumpulkan data. Pada penelitian yang dilakukan digunakan metode atau teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data yang valid :

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik atau metode untuk memperoleh data dengan melakukan kegiatan tanya jawab yang dilakukan dengan lisan terhadap informan yang telah ditentukan sebelumnya. teknik wawancara digunakan dengan tujuan untuk dapat memperoleh informasi yang lebih akurat karena diperoleh secara langsung dari narasumber. Wawancara dilakukan kepada Direktur Allia Tour and

Travel Haji Umrah Surabaya, Staf Marketing Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, Staf Keuangan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya dan beberapa pegawai Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

2. Observasi

Observasi adalah teknik atau metode untuk memperoleh data yang memiliki ciri khas dibandingkan dengan teknik atau metode pengumpulan data lainnya. Teknik observasi dilakukan apabila penelitian berkaitan dengan perilaku kerja atau proses kerja yang tidak membutuhkan responden dalam jumlah yang besar. Observasi yang dilakukan memiliki kelebihan yaitu data yang diperoleh lebih lengkap dan akurat karena diperoleh dan dialami langsung secara empiris. Pada penelitian yang dilakukan metode observasi dilakukan dengan cara berperan serta atau terlibat dalam kegiatan sehari-hari dan melakukan pengamatan melalui kunjungan website perusahaan yang juga akan digunakan sebagai sumber data.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik atau metode yang dilakukan untuk memperoleh data melalui berkas-berkas seperti transkrip, buku, kumpulan catatan, dan segala bentuk berkas tertulis lainnya. Dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk membuat data yang telah ditemukan menjadi lebih kuat. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian adalah dengan mencatat data tertulis yang dipublikasikan pada website resmi Allia Tour and Travel Surabaya dan instagram resmi Allia Tour and Travel Surabaya, dokumen

dalam bentuk file berisikan profil Allia Tour and Travel dan file foto-foto untuk pemasaran yang ada di instagram resmi Allia Tour and Travel Surabaya.

F. Teknik Validitas Data

Teknik validitas data adalah teknik yang dilakukan untuk melakukan pemeriksaan terhadap data yang telah diperoleh. Hasil dari penggunaan analisis ini dapat dinyatakan valid jika data yang diperoleh mengacu pada tidak adanya perbedaan dengan realita yang sebenarnya. Teknik validitas yang dilakukan adalah:

1. Triangulasi Data

Triangulasi data menjadi metode yang dipilih untuk menguji tingkat kredibilitas sebuah sumber data. Dimana dilakukan perbandingan melalui tiga sumber berbeda guna menguji keabsahan atau kevalidan sebuah data. Apabila ketiganya memiliki kesamaan maka jelaslah data tersebut telah valid. Tiga sumber ini adalah hasil dari dilakukannya observasi, pengumpulan dokumentasi, hingga pada perumusan dari hasil wawancara.

2. Perpanjangan Keikutsertaan Peneliti

Keikutsertaan peneliti akan digunakan dalam pemanfaatan pengumpulan informasi dan perluasan kajian yang lebih banyak lagi. Selain itu, peneliti akan dapat menyampaikan data dengan lebih detail. Semakin lama peneliti berada dalam lapangan, maka peneliti akan dapat menemukan data serta informasi yang valid. Hasil yang akan didapatkan adalah berupa terciptanya hubungan yang terjalin positif antara subjek sumber data dengan peneliti. Adapun peneliti akan melakukan perpanjangan

keikutsertaan hingga data yang didapatkan dapat dikatakan valid.

G. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini peneliti menerapkan kualitatif deskriptif sebagai analisis data yang ada. Hal ini dilakukan guna mendapatkan gambaran atau detail tentang fakta serta korelasi fenomena yang diselidiki.

Langkah menganalisis data (Creswell, 2010) adalah:

1. Melakukan olah data dan interpretasi data
Beberapa komponen yang berperan adalah antara lain transkrip wawancara, hasil scanning materi, data yang didapatkan ketika melakukan survey lapangan, dan mentabulasikan data-data yang didapatkan.
2. Memahami secara keseluruhan terkait detail data
Melakukan penulisan catatan khusus atau berupa gagasan umum data yang diperoleh.
3. Melakukan analisis lebih rinci dan melakukan koding data
Proses koding data ini dilakukan guna mendeskripsi setting dan seluruh detail informasi yang diperlukan guna di analisis lebih mendalam. Kemudian akan diolah menjadi segmentasi berupa tulisan sebelum digunakan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Sejarah Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Allia Tour and Travel Haji Umrah atau PT. Allia Arsy Wisata berdiri sejak tahun 2016 di Surabaya. Dimulai membuka kantor di Gedung Graha Pena Lantai 10 dan seiring dengan bertambahnya jamaah yang dilayani maka pada bulan juni 2017 operasional kantor pindah di Mall City Of Tomorrow atau CITO lantai UG sejak bulan februari 2018 hingga saat ini 2021 Allia Tour and Travel Haji Umrah menempati kantor tetap di Ruko Gayungsari Jl. Gayungsari Barat No.103D Surabaya. Pada akhir tahun 2021 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya akan pindah tempat di Gedung Graha Pena Lantai 9.²⁰

Pada tahun 2017, pemerintah mengeluarkan kebijakan moratorium izin umrah bagi travel baru. Kebijakan tersebut pada tahun yang sama PT. Allia Arsy Wisata membeli izin travel umrah atas nama PT. Indonesia Super Holiday yang bertempat di Jakarta untuk dapat digunakan sebagai syarat kegiatan pemberangkatan jamaah umrah. Sebagai perusahaan umrah travel PT. Allia Arsy Wisata berfokus pada bidang mengelola perjalanan spiritual berupa: Umrah, Haji Khusus dan Halal

²⁰ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

Tour yang seluruhnya dikemas dengan pengalaman berbeda dan menonjolkan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan setiap jamaah yang berbeda.²¹

Pada tahun 2018, PT. Allia Arsy Wisata atau Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya semakin matang dengan lahirnya ide-ide penyelenggaraan ibadah haji dan umrah untuk segmentasi masyarakat menengah ke bawah. Hal ini dimulailah tahap penyelenggaraan paket ibadah umrah konsorsium. Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga menyelenggarakan ibadah haji plus sehingga Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya menjadi penyelenggara ibadah haji dan umrah yang lengkap.²²

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya setiap tahunnya memberangkatkan lebih dari 2000 jamaah. Jamaah mempercayakan ibadah haji dan umrah pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, karena kenikmatan layanan dan fasilitas premium dengan harga minimum serta pilihan paket beragam yang disesuaikan dengan budget dan jadwal penerbangan melalui Surabaya dan Jakarta. Pada tahun 2016 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya telah memberangkatkan 320 jamaah umrah, pada tahun 2017 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya telah memberangkatkan 520 jamaah umrah, dan pada

²¹ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

²² <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

tahun 2018 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memberangkatkan 1100 jamaah umrah. Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya semakin matang menjadi biro perjalanan haji dan umrah ditandai dengan ada ide penyelenggaraan haji dan umrah untuk segmentasi masyarakat menengah ke bawah.²³

2. Keunggulan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

a. Jadwal yang pasti

Sebagai salah satu preferred travel agent Saudi Airlines, Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memiliki jaminan untuk kepastian dan jadwal keberangkatan.²⁴

b. Harga yang kompetitif

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memiliki harga yang kompetitif disetiap paket ibadah haji dan umrah. Dibandingkan dengan travel haji dan umrah lainnya dengan paket yang sama maka jamaah dapat merasakan nilai lebih yang didapatkan hanya di Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.²⁵

c. Konsep yang berbeda

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memiliki konsep yang berbeda

²³ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

²⁴ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

²⁵ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

dibandingkan travel lainnya. Setiap paket keberangkatan jamaah Allia Tour and Travel Surabaya selalu dikemas berbeda dengan memberikan layanan istimewa berupa destinasi ke Thaif, Jabal Maghnit, dan tempat lainnya yang anti mainstream. Selain itu Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya selalu memberikan pengalaman dengan merasakan sensasi wisata kuliner khas Arabian.²⁶

d. Pilihan paket yang beragam

Seluruh paket yang ada pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya didesign dan disesuaikan dengan kemampuan masyarakat serta kebutuhan individu yang berbeda serta dapat disesuaikan sehingga Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya mampu memberikan beragam paket yang menjadi pilihan.²⁷

3. Visi, Misi dan Budaya Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

a. Visi

Memudahkan perjalanan ibadah haji dan umrah masyarakat muslim Indonesia.

b. Misi

Memudahkan perjalanan ibadah haji dan umrah masyarakat muslim Indonesia serta memberikan kemudahan akses

²⁶ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

²⁷ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

ibadah haji dan umrah bagi seluruh masyarakat muslim Indonesia.

c. Budaya

Berpegang dengan Al Qur'an dan Sunnah serta amanah dan melayani dengan sepenuh hati.²⁸

4. Produk Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

a. Haji

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya melayani haji plus dengan menggunakan Visa Furoda yang memungkinkan jamaah bisa berangkat pada tahun yang sama dengan tahun pendaftaran dan juga haji plus yang menggunakan Visa Kuota Pemerintah Indonesia dengan masa tunggu lima sampai enam tahun. Fasilitas haji plus yang diberikan adalah setara dengan hotel bintang lima dan juga tenda VIP di Arafah dan Mina.²⁹

b. Umrah

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya melayani perjalanan umrah yang dikemas dengan menggabungkan antaran pengalaman perjalanan religius sesuai tata cara Al Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memberikan pengalaman perjalanan

²⁸ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

²⁹ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

yang tidak akan terlupakan dengan mengunjungi tempat-tempat eksotis di Saudi dan juga dikombinasikan dengan kunjungan ke negara lain seperti Turki dan Jordania dengan pilihan harga paket yang disesuaikan dengan kemampuan jamaah dengan kategori paket hemat, medium, premium.³⁰

c. Halal Tour

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga melayani perjalanan halal tour. Halal tour merupakan produk terbaru dari Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya berupa layanan perjalanan wisata ke negara tujuan pilihan yang dikemas dengan jaminan makanan dan minuman halal selama program, serta tetap menjaga syariat Islam seperti mengingatkan waktu shalat dan menyediakan tempat shalat yang representatif selama program.³¹

5. Paket Haji Plus VIP Khusus Present For Hajj 2027

Paket Haji Plus VIP dengan bimbingan sesuai sunnah dan fasilitas istimewa. Dengan harga paket \$12.500, DP porsi awal \$4.500 dan harga visa kuota pemerintah atau masa tunggu enam tahun, jamaah akan terbang dengan pesawat Saudi Airlines Direct Jakarta-Jeddah-

³⁰ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

³¹ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

Madinah.³² Dalam paket Haji Plus VIP memiliki fasilitas sebagai berikut:

- a. Program haji sesuai sunnah tamattu, tarwiyah, mengambil nafar tsani
- b. Hotel bintang lima di Mekkah Movenpick Hajar dan hotel bintang lima di Madinah Movenpick Anwar
- c. Transportasi bus AC terbaru
- d. Hotel transit dekat Aziziyah yaitu Maya Hotel
- e. Arafah – Mina tenda VIP maktab 114-116
- f. City tour Mekkah – Madinah
- g. Executive Lounge di Jakarta
- h. Perlengkapan Eksklusif
- i. Gratis medical check up
- j. Gratis biaya Hadyu

6. Paket Umrah Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Terdapat banyak pilihan paket umrah, masyarakat tinggal memilih dan menyesuaikan paket umrah mana yang akan dibeli sesuai dengan kemampuan finansialnya.

- a. Umrah Konsorsium 10 Hari Bersama Ustadz Fachry Permana

Paket umrah konsorsium 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Fachry Pernama. Dengan harga paket Rp 24.500.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Dalam paket ini

³² <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 25 Maret 2022.

memiliki beberapa akomodasi umrah yang termasuk dan tidak termasuk.³³

1) Termasuk Akomodasi Paket Umrah

- a) Sudah termasuk perlengkapan umrah dan airport handling
- b) Tiket penerbangan langsung Surabaya – Jeddah pulang pergi
- c) Hotel berbintang di Madinah Nozol Royal Inn Hotel (termasuk karantina tiga hari) dan hotel berbintang di Makkah Marriot Jabal Omar
- d) Transportasi bus dengan kapasitas 50%
- e) Fasilitas makan tiga kali sehari full board di restaurant hotel dengan menu Indonesia
- f) Visa umrah dan asuransi covid19
- g) Ziarah di Kota Makkah dan Madinah sesuai program
- h) Air zam-zam lima liter

³³ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 26 Maret 2022.

2) Tidak Termasuk Akomodasi Paket Umrah

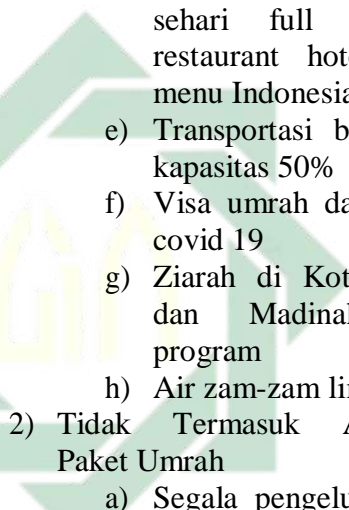
- a) Segala pengeluaran yang bersifat pribadi
 - b) Test PCR di Indonesia dan Saudi (jika berbayar)
 - c) Karantina H-1 keberangkatan dan H+1 kepulangan
 - d) Ziarah tambahan yang diluar program
 - e) Kelebihan bagasi pesawat pada saat kepulangan
 - f) Biaya dokumen pembuatan paspor dan dokumen lainnya
- b. Umrah 10 Hari Bersama Ustadz Ma'ruf Nursalam, Lc.

Paket umrah 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Ma'ruf Nursalam, Lc. Dengan harga paket Rp 26.950.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Dalam paket ini memiliki beberapa akomodasi umrah yang termasuk dan tidak termasuk.³⁴

1) Termasuk Akomodasi Paket Umrah

- a) Sudah termasuk perlengkapan umrah dan airport handling

³⁴ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 26 Maret 2022.

- 
- b) Tiket penerbangan langsung Surabaya – Jeddah pulang pergi
- c) Hotel berbintang di Madinah Rawda Royal Inn dan hotel berbintang di Mekkah Movenpick
- d) Fasilitas makan tiga kali sehari full board di restaurant hotel dengan menu Indonesia
- e) Transportasi bus dengan kapasitas 50%
- f) Visa umrah dan asuransi covid 19
- g) Ziarah di Kota Mekkah dan Madinah sesuai program
- h) Air zam-zam lima liter
- 2) Tidak Termasuk Akomodasi Paket Umrah
- a) Segala pengeluaran yang bersifat pribadi
- b) Test PCR di Indonesia dan Saudi (jika berbayar)
- c) Karantina H-1 keberangkatan dan H+1 kepulangan
- d) Ziarah tambahan diluar program
- e) Kelebihan bagasi pesawat pada saat kepulangan

- f) Biaya dokumen pembuatan paspor dan dokumen lainnya
- c. Umrah Konsorsium 10 Hari Bersama Ustadz Muhammad Yudo M.pd

Paket umrah konsorsium 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Muhammad Yudo M.Pd. Dengan harga paket Rp 24.500.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Dalam paket ini memiliki beberapa akomodasi umrah yang termasuk dan tidak termasuk.³⁵

1) Termasuk Akomodasi Paket Umrah

- a) Sudah termasuk perlengkapan umrah dan airport handling
- b) Tiket penerbangan langsung Surabaya – Jeddah pulang pergi
- c) Hotel berbintang di Madinah Nozol Royal Inn Hotel dan hotel berbintang di Mekkah Marriot Jabal Omar
- d) Transportasi bus dengan kapasitas 50%
- e) Fasilitas makan tiga kali sehari full board di

³⁵ <https://alliatour.com/>. Obsevasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 26 Maret 2022.

- restaurant hotel dengan menu Indonesia
 - f) Visa umrah dan asuransi covid 19
 - g) Ziarah di Kota Mekkah dan Madinah sesuai program
 - h) Air zam-zam lima liter
- 2) Tidak Termasuk Akomodasi Paket Umrah
- a) Segala pengeluaran yang bersifat pribadi
 - b) Test PCR di Indonesia dan Saudi (jika berbayar)
 - c) Karantina H-1 keberangkatan dan H+1 kepulangan
 - d) Ziarah tambahan diluar program
 - e) Kelebihan bagasi pesawat pada saat kepulangan
 - f) Biaya pembuatan dokumen paspor dan dokumen lainnya
- d. Umrah Exclusive 10 Hari Bersama Ustadz Asatizah Ahlus Sunnah
- Paket umrah konsorsium 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Asatizah Ahlus Sunnah. Dengan harga paket Rp 27.500.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Dalam paket ini

memiliki beberapa akomodasi umrah yang termasuk dan tidak termasuk.³⁶

1) Termasuk Akomodasi Paket Umrah

- a) Sudah termasuk perlengkapan umrah dan airport handling
- b) Tiket penerbangan langsung Surabaya – Jeddah pulang pergi
- c) Hotel berbintang di Madinah al Nokhba Royal Inn dan hotel berbintang di Mekkah Movenpick
- d) Transportasi bus dengan kapasitas 50%
- e) Fasilitas makan tiga kali sehari full board di restaurant hotel dengan menu Indonesia
- f) Visa umrah dan asuransi covid 19
- g) Ziarah di Kota Mekkah dan Madinah sesuai program
- h) Air zam-zam lima liter

2) Tidak Termasuk Akomodasi Paket Umrah

- a) Segala pengeluaran yang bersifat pribadi

³⁶ <https://alliatour.com/>. Observasi peneliti melalui kunjungan website yang diakses pada tanggal 26 Maret 2022.

- b) Test PCR di Indonesia dan Saudi (jika berbayar)
- c) Karantina H-1 keberangkatan dan H+1 kepulangan
- d) Ziarah tambahan diluar program
- e) Kelebihan bagasi pesawat pada saat kepulangan
- f) Biaya pembuatan dokumen paspor dan dukomen lainnya

7. Struktur Organisasi

Sebagai perusahaan yang telah berdiri kurang lebih enam tahun. Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memiliki struktur organisasi yang lengkap. Adapun struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut:

Struktur Organisasi

Allia Tour and Travel Surabaya

Direktur Utama	: Dedy Zulkhaidir
Komisaris	: Halimatus Nur Sakdiyah
Staf-Staf	
Supervisor	: Tika Novita
Admin Keuangan	: Azizah
Marketing	: Khoirunissa
Operasional Lapangan:	Hafid Thohari
	: Dian Harianto
	: Ali Hasan
Desain Grafis	: Muhammad Ali
Customer Service	: Nilla
Perlengkapan	: Muhammad Thaufiq

: Deny Saputra
 Kebersihan : Irfan Wahyu
 : Rudi Setiawan

B. Penyajian Data

Dalam subbab penyajian data, peneliti beberapa data yang didapatkan oleh peneliti dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Permasalahan yang diambil berkaitan dengan proses pengumpulan informasi pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya. Narasumber yang menjadi sumber data, yaitu direktur, staf keuangan, staf marketing dan staf desain grafis di Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya. Adapun keterangan dari coding yang dibuat oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- NS 1 : Direktur Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya
- NS 2 : Staf Keuangan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya
- NS 3 : Staf Marketing Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya
- NS 4 : Staf Desain Grafis Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Peneliti mendapatkan data dari hasil penelitian. Data ini selanjutnya diolah untuk kemudian dipaparkan dalam penyajian data. Data yang telah didapatkan digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah diambil. Adapun hasil dari pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Allia tour and travel menerapkan strategi pemasaran melalui instagram agar memudahkan

konsumen atau calon jamaah untuk membeli produk dari allia tour and travel dan memberikan pelayanan terbaik. Penerapan pemasaran melalui instagram sangat memudahkan bagi allia tour and travel, karena dengan penerapan pemasaran melalui instagram produk yang allia tour and travel promosikan dikenal banyak orang, tidak hanya dari kalangan anak muda tetapi dari kalangan orang tua pun juga mengenal produk allia tour and travel dari instagram. Untuk menemukan alamat instagram allia tour and travel tidaklah susah. Biasanya untuk orang tua mereka akan mencari di internet atau google terlebih dahulu dengan kata kunci umroh sunnah surabaya atau umroh hemat, dengan kata kunci tersebut konsumen atau calon jamaah dengan mudah menemukan instagram allia tour and travel. Tetapi terdapat hambatan, karena tidak semua orang khususnya orang tua mereka mempunyai akun instagram hanya sebagian orang tua yang mempunyai dan aktif di media sosial instagram. Bagi konsumen yang tidak memiliki akun instagram, mereka hanya bisa mencari informasi mengenai allia tour and travel melalui media sosial lain seperti facebook dan internet atau google.

Dari hasil observasi yang di dapat melalui kunjungan instagram³⁷, dijelaskan bahwa penerapan strategi pemasaran melalui instagram agar memudahkan konsumen atau calon jamaah untuk membeli produk dari allia tour and travel

³⁷ Instagram allia.umroh. Observasi penelitian melalui kunjungan instagram yang diakses pada tanggal 6 Agustus 2022.

dan memberikan pelayanan terbaik. Penerapan pemasaran melalui instagram sangat memudahkan bagi allia tour and travel, karena dengan penerapan pemasaran melalui instagram produk yang allia tour and travel promosikan dikenal banyak orang, tidak hanya dari kalangan anak muda tetapi dari kalangan orang tua pun juga mengenal produk allia tour and travel dari instagram. Tetapi terdapat hambatan, karena tidak semua orang khususnya orang tua mereka mempunyai akun instagram hanya sebagian orang tua yang mempunyai dan aktif di media sosial instagram. Bagi konsumen yang tidak memiliki akun instagram, mereka hanya bisa mencari informasi mengenai allia tour and travel melalui media sosial lain seperti facebook dan internet atau google.

2. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya dengan Menggunkan Fitur-Fitur Instagram

a. Follower

“Banyaknya follower di akun instagram allia tour and travel sangat berpengaruh. Karena apabila akun instagram allia tour and travel memiliki banyak follower maka semakin banyak juga orang yang mrlihat postingan yang kami bagikan dan percaya pada kami. Di dalam akun instagram allia tour and travel sekarang memiliki follower kurang lebih 3.980

followe dan setiap harinya bertambah” (Narasumber 1).³⁸

Narasumber pertama menjelaskan, bahwa pengaruh follower untuk allia tour and travel sangat penting. Hal ini dikarenakan semakin banyak follower semakin banyak juga masyarakat mengetahui tentang postingan yang dibagikan oleh allia tour and travel dan percaya pada allia tour and travel. Allia tour and travel sekarang memiliki follower yang cukup banyak, follower yang dimiliki oleh akun instagram allia tour and travel memiliki jumlah kurang lebih 3.980 follower dan bertambah setiap harinya.

“Memiliki banyak follower akan membuat brand kami semakin kuat. Karena kami percaya suatu stigma yang menganggap akun instagram yang dibuat untuk bisnis dan memiliki banyak follower merupakan akun instageam yang sudah besar dan sudah pasti dipercaya banyak orang” (Narasumber 2).³⁹

Narasumber kedua menjelaskan, bahwa memiliki banyak follower dapat memperkuat brand yang dimiliki allia tour and travel. Selain itu stigma yang dipercayai oleh allia and travel merupakan stigma yang mengganggu

³⁸ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

³⁹ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

jika akun istagram yang memiliki banyak follower bisa disebut akun instagram yang sudah besar dan akan dipercayai banyak orang.

“Jumlah banyaknya follower sangat menguntungkan bagi kami, karena bisa mempercepat pemasaran produk yang kami lakukan. Dan memudahkan orang untuk lebih mengenal dan percaya dengan akun instagram allia tour and travel” (Narasumber 3).⁴⁰

Narasumber ketiga menjelaskan, bahwa keuntungan memiliki banyak follower. Keuntungan yang di dapat oleh allia tour and travel adalah proses pemasaran lebih cepat, memudahkan orang untuk lebih mengenal allia tour and travel dan mendapat kepercayaan dari pelanggan.

b. Posting Foto dan Video

“Mengunggah foto dan video yang diunggah merupakan hal terpenting bagi kami. Dengan unggahan foto dan video, kami bisa memberikan informasi mengenai macam-macam harga paket ibadah haji. Tidak hanya harga paket, di dalam akun instagram allia tour and travel kami juga mengunggah foto dan video jamaah yang sudah melakukan ibadah haji dan umrah bersama kami allia tour and travel. Mengunggah foto dan video juga bisa dibilang strategi karena tujuan kami adalah memancing

⁴⁰ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

orang yang sudah melihat unggahan kami untuk komen, DM atau langsung menghubungi contact person di bio instagram allia tour and travel” (Narasumber 1).⁴¹

Narasumber pertama menjelaskan, bahwa mengunggah foto dan video merupakan cara untuk memberikan informasi pada calon pelanggan. Foto dan video yang diunggah oleh allia tour and travel merupakan macam-macam harga paket yang ditawarkan oleh allia tour and travel serta foto dan video kegiatan jamaah saat melakukan ibadah haji dan umrah bersama allia tour and travel. Hal ini merupakan salah satu strategi allia tour and travel untuk memancing calon konsumen untuk komen, mengirim pesan atau DM dan bisa menghubungi contact person yang sudah ada di bio allia tour and travel. “Unggahan foto dan video bisa menambah kepercayaan banyak orang terhadap akun instagram kami allia tour and travel, dari rasa percaya tersebut membuat orang yang minat dengan produk kami bisa komen atau mengirim pesan melalui instagram langsung atau langsung menghubungi nomor whatsapp yang sudah ada di bio instagram allia tour and travel. Dengan mengunggah foto dan video, kami memberikan bukti

⁴¹ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

bahwa produk yang kami jual dengan harga terjangkau dengan banyak pilihan paket. Selain itu, kami juga mengunggah foto dan video saat jamaah melakukan ibadah haji umrah di mekkah dan madinah” (Narasumber 3).⁴²

Narasumber ketiga menjelaskan, bahwa mengunggah foto dan video merupakan sebuah pembuktian pada masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan pada allia tour and travel. Saat calon konsumen merasa percaya dan sudah minat pada salah satu produk allia tour and travel, calon konsumen akan menghubungi allia tour and travel dengan cara komen disalah satu unggah foto dan video atau mengirim pesan langsung (DM) atau mehubungi contact person nomor whatsapp yang sudah ada di bio instagram allia tour and travel. Dalam instagram allia tour and travel berisi tentang foto dan video jamaah saat melakukan ibadah haji umrah, macam-macam paket haji umrah dan harganya.

c. Insta Story

“Kami setiap hari membuat insta story tentang harga paket haji umrah, berita terbaru dari mekkah dan madinah, foto atau video jamaah di mekkah dan madinah. Tujuan membuat insta story masih sama, yaitu untuk membuat orang-orang percaya dengan allia tour and

⁴² Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

travel. Insta story setiap hari kami perbarui agar follower kami tidak bosan melihat insta story kami. Insta story yang kami buat juga memiliki keuntungan untuk meningkatkan penjualan produk kami” (Narasumber 3).⁴³

Narasumber menjelaskan, bahwa tujuan membuat insta story adalah agar calon konsumen lebih percaya dengan produk allia tour and travel. Dengan isi insta story tentang harga paket haji umrah, kegiatan jamaah di mekkah dan madinah, dan berita terbaru di mekkah dan madinah. Insta story yang dibuat oleh allia tour and travel berbeda-beda setiap harinya agar tidak membuat bosan follower setianya. Insta story juga memiliki keuntungan bagi allia tour and travel, yaitu bisa meningkatkan penjualan produk allia and travel.

“Dalam promosi produk kami, instagram story dapat dikatakan sangat berpengaruh bagi bisnis kami. Contohnya, selama ini banyak pemasaran produk hanya terpaku pada media sosial facebook. Facebook hanya dapat menjadi alat promosi yang berkesan kaku atau itu-itu saja. Disini kami mencoba membuat insta story yang lebih efektif untuk menarik minat konsumen pada produk yang kami tawarkan. Insta story setiap hari kami perbarui dengan informasi-informasi

⁴³ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

produk, harga dan berita terbaru di mekkah dan madinah serta ilmu-ilmu yang berisi tentang ibadah haji dan umrah” (Narasumber 4).⁴⁴

Narasumber keempat menjelaskan, bahwa insta story merupakan salah wadah untuk melakukan promosi produk yang dijual oleh allia tour and travel. Allia tour and travel juga memberikan contoh, bahwa insta story lebih efektif untuk menarik minat konsumen pada produk yang ditawarkan allia tour and travel. Insta story allia tour and travel setiap hari juga diperbarui dengan informasi-informasi mengenai produk, harga, berita mekkah dan madinah serta ilmu-ilmu yang berisi tentang ibadah haji dan umrah.

3. Proses Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Yang Dilakukan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

“Pertama mencari calon customer yang potensial, perusahaan mencari calon customer yang menyukai produk jasa ibadah haji dan umrah Allia Tour and Travel serta kemungkinan besar akan tertarik dengan produk yang ada di Allia Tour and Travel dengan membuka akun hashtag yang berhubungan dengan produk. Kedua membuat guidelines profil instagram yang akan dipakai untuk setiap kegiatan usaha. Feeds yang ada di instagram menjadi guidelines penting yang membangun profil perusahaan,

⁴⁴ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

oleh karena itu perusahaan harus membuat feeds semenarik mungkin untuk menarik calon customer. Ketiga membuat konten yang berkualitas, dalam instagram marketing konten merupakan hal terpenting yang diperhatikan oleh perusahaan. Keempat berkomunikasi dengan follower, komunikasi yang dimaksud adalah membalas setiap komentar yang ada diposting perusahaan, membuat kuis pertanyaan di instagram story dengan mengajukan pertanyaan terkait produk perusahaan” (Narasumber 1).⁴⁵

Narasumber pertama menjelaskan tentang tahap-tahap strategi instagram marketing yang pertama mencari calon customer yang potensial dengan cara membuka akun hashtag, kedua guidelines profil instagram yang dipakai untuk kegiatan usaha dan membuat feeds semenarik mungkin untuk menarik calon customer, ketiga membuat konten berkualitas, keempat berkomunikasi dengan follower seperti membalas komentar disetiap postingan dan membuat kuis pertanyaan di story yang terkait perusahaan.

“Langkah pertama membuat profil instagram yang bisa menarik customer. Kedua menciptakan komunikasi melalui hashtag, fungsinya untuk menjangkau customer secara lebih luas. Pencantuman hashtag memungkinkan foto dan video produk Allia Tour and Travel yang diposting akan dilihat oleh banyak orang. Ketiga membuat konten menarik yang berisi wawasan mengenai ibadah haji dan umrah serta

⁴⁵ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

harga paket umrah Allia Tour and Travel. Keempat memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di instagram, seperti membuat inststory dan mengelolah foto dan video. Kelima berkomunikasi memlalui komentar dan DM” (Narasumber 3).⁴⁶

Narasumber ketiga menjelaskan bahwa proses strategi instagram marketing yang pertama adalah membuat profil instagram yang menarik, kedua menciptakan komunikasi melalui hashtag untuk menjangku customer secara lebih luas, ketiga membuat konten yang menarik yang berisi wawasan mengenai ibadah haji dan umrah serta harga paket umrah Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, keempat memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di instagram seperti membuat instagram story dan mengelolah foto dan video, kelima berkomunikasi melalui komentar dan pesan (DM).

4. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya dengan instagramnya yang bernama “allia.umroh”. Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memiliki follower atau pengikut 3.980 dan 1.122 yang diikuti dengan 1.095 postingan foto dan video yang ada pada laman instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.⁴⁷ Instagram Allia Tour and

⁴⁶ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 26 Maret 2021.

⁴⁷ Instagram allia.umroh. Observasi penelitian melalui kunjungan instagram yang diakses pada tanggal 6 Agustus 2022.

Travel Haji Umrah Surabaya selalu berusaha menjalin komunikasi baik dengan para jamaah dan dengan membalas komen dari para jamaah. Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya tetap memberikan informasi-informasi terkait perkembangan ibadah haji, umrah dan halal tour sesuai program. Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga memberikan informasi tentang Kajian Islami serta Kajian Fiqih Ibadah persembahkan dari Allia Tour and Travel Surabaya. Dari hasil observasi yang didapatkan melalui kunjungan instagram, terdapat beberapa hal yang ada pada instgram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya penyedia jasa haji dan umrah, yaitu:

- a. Tampilan profil dan laman utama Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya. Pada tampilan profil terdapat jumlah postingan, jumlah pengikut, jumlah yang diikuti, bio, sorotan story dan feed.
- b. Konten Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, memiliki konten pada setiap postingannya, yaitu:

- 1) Foto

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memberikan informasi berupa foto yang diunggah dalam postingannya. Isi postingan foto Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya berupa produk terbaru dan harga paket haji umrah, foto para jamaah yang berada di Mekkah,

Madinah dan tempat halal tour sesuai program, foto edukasi tentang ibadah haji dan umrah, motivasi serta Sunnah Rasul beserta ayat-ayat Al-Qur'an.

2) Video

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya selain memiliki banyak foto tentang ibadah haji dan umrah juga terdapat banyak video yang diunggah dalam postingannya. Postingan berupa video dokumenter yang berisi kegiatan jamaah saat di Mekkah, Madinah dan tempat halal tour, video edukasi tentang ibadah haji dan umrah, motivasi serta Sunnah Rasul beserta ayat-ayat Al-Qur'an.

3) Insta Story

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga aktif dalam mengunggah story di Instagram. Story yang diunggah berupa informasi terkait produk, kegiatan jamaah saat di Mekkah, Madinah dan halal tour, edukasi tentang haji dan umrah, motivasi serta Sunnah Rasul beserta ayat-ayat Al-Qur'an.

c. Komentar Para Konsumen

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga melakukan komunikasi dengan baik pada jamaahnya dengan

saling membalas komentar pada postingan produknya.

5. Konsep Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

a. Konsep Produksi

“Konsep produksi yang dilakukan Allia Tour and Travel adalah pengamatan pasar, pengamatan pasar ini dilakukan untuk mengetahui minat customer. Customer lebih menyukai produk yang sudah tersedia dengan harga yang menurut customer mampu untuk membeli produk kami” (Narasumber 2).⁴⁸

“Allia Tour and Travel melakukan produksi dengan mengamati minat customer mulai dari harga yang terjangkau, jenis produk baik merupakan barang maupun jasa dan customer menyukai produk yang sudah tersedia” (Narasumber 3).⁴⁹

“Produksi yang Allia Tour and Travel lakukan dengan mencari tahu minat masyarakat seperti jenis paket haji umrah dan harga murah. Tersedianya produk juga menjadi daya tarik masyarakat, karena masyarakat menyukai produk yang sudah tersedia” (Narasumber 4).⁵⁰

Narasumber kedua, ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, konsep

⁴⁸ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

⁴⁹ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

⁵⁰ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

produksi yang dilakukan oleh Allia Tour and Travel Haji Umrah Suarabaya adalah dengan pengamatan pasar. Pengamatan pasar bertujuan untuk mengetahui minat masyarakat tentang harga dan produk yang sudah tersedia.

b. Konsep Produk

“Allia Tour and Travel menawarkan produk yang bermutu dan berkualitas, karena customer lebih berminat pada produk yang bermutu dan berkualitas” (Narasumber 1).⁵¹

“Produk yang berkualitas memiliki daya tarik tersendiri maka dari itu Allia Tour and Travel sangat mementingkan kualitas produk agar masyarakat yang ingin membeli produk kami merasa nyaman dan puas” (Narasumber 2).⁵²

“Produk-produk yang ada apa Allia Tour and Travel merupakan produk dengan harga cukup murah dan memiliki kualitas baik serta memiliki keistimewaan tersendiri dibandingkan biro jasa haji umrah lainnya. Dengan harga yang cukup murah bisamenarik minat masyarakat untuk menggunakan biro jasa haji umrah Allia Tour and Travel Surabaya” (Narasumber 3).⁵³

“Kualitas produk merupakan hal yang utama untuk suatu produk, seperti halnya

⁵¹ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

⁵² Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

⁵³ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

produk yang ditawarkan Allia Tour and Travel untuk menarik minat pembeli. Produk yang ditawarkan memiliki kualitas baik dan harga ekonomis untuk masyarakat yang membeli produk Allia Tour and Travel” (Narasumber 4).⁵⁴

Narasumber pertama, kedua, ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, konsep produk yang digunakan oleh Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memberika penawaran mutu, kualitas serta harga yang terjangkau sehingga membuat masyarakat lebih berminat untuk menggunakan produk jasa Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

c. Konsep Pemasaran

“Konsep pemasaran yang kami gunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan menentukan kebutuhan konsumen dan pasar sasaran dengan menggunakan media online atau offline” (Narasumber 2).⁵⁵

“Kami menggunakan konsep pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran dengan menentukan kebutuhan dan keinginan calon jamaah haji” (Narasumber 3).⁵⁶

“Memenuhi kebutuhan pasar merupakan konsep pemasaran yang Allia Tour and Travel terapkan, karena dengan konsep pemasaran Alliah Tour and Travel bisa

⁵⁴ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

⁵⁵ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 30 Maret 2021.

⁵⁶ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 30 Maret 2021.

mencapai tujuan pemasaran yang diharapkan” (Narasumber 4).⁵⁷

Narasumber kedua, ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, konsep pemasaran yang digunakan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya dengan menentukan kebutuhan dan keinginan pasar untuk mencapai tujuan pasar sasaran, sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi dengan baik.

d. Konsep Penjualan

“Konsep penjualan yang kami gunakan untuk mempromosikan produk Allia Tour and Travel dengan baik sehingga calon jamaah menganal dan membeli produk dari kami. Kami mempromosikan tidak hanya di pasar offline tetapi juga online yang lebih berkembang saat ini” (Narasumber 1).⁵⁸

“Sebagai biro jasa travel haji dan umrah, kami memiliki konsep penjualan yang bertujuan untuk mempromosikan produk. Kami memanfaatkan media sosial instagram untuk mempromosikan produk sehingga calon jamaah bisa mengenal produk Allia Tour and Travel melalui media sosial instagram resmi kami” (Narasumber 2).⁵⁹

“Calon jamaah akan membeli produk tetapi tidak semua produk akan dibeli,

⁵⁷ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 30 Maret 2021.

⁵⁸ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 30 Maret 2021.

⁵⁹ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 30 Maret 2021.

maka dari itu Allia Tour and Travel menggunakan konsep penjualan yang baik saat mempromosikan setiap produknya dengan offline maupun online” (Narasumber 3).⁶⁰

Narasumber pertama, kedua dan ketiga menjelaskan bahwa, konsep penjualan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, yaitu mempromosikan produk dengan cara offline dan online. Untuk online Allia Tour and Travel menggunakan media sosial yang sekarang sedang berkembang salah satunya adalah instagram. Tujuan mempromosikan produk secara online agar memudahkan calon jamaah untuk memilih produk dan berkomunikasi dengan pihak Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

6. Pelaksanaan Strategi Marketing Melalui Media Sosial Instagram Menggunakan Elemen-Elemen Utama Media Sosial Instagram

a. Content Creation

“Pertama, membuat konten yang menarik dan berkualitas, konten yang dibuat seperti foto saat jamaah berziarah di Masjid Quba, Kebun Kuram dan Jabal Uhud. Selain itu, video saat jamaah berkunjung di Kompleks Masjid Nabawi Madinah. Konten yang dibuat harus memenuhi beberapa aspek, seperti SEO,

⁶⁰ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 30 Maret 2021.

masyarakat dan lainnya. Kedua, membangun konsistensi branding. Content creation harus mampu merealisasikan strategi dalam bentuk konten yang unik dan menarik, contohnya dalam menggunakan font, warna dan tone yang tepat sesuai dengan brand image perusahaan. Ketiga, membantu perusahaan tampil sebagai expert (ahli). Konten yang relevan membantu masyarakat mengenal perusahaan sebagai ahli dibidangnya. Keempat, mengelola dan membuat strategi konten. Content creation harus mengetahui siapa target pasar dan apa kebutuhan target pasar. Kelima, membuat konten yang mudah ditemukan. Untuk mencapai tujuan content marketing perusahaan membutuhkan strategi SEO, seperti penggunaan kata kunci. Kata kunci yang digunakan "allia tour and travel umroh sunnah surabaya" (Narasumber 3).⁶¹ "Membuat konten menarik dengan ide-ide yang kreatif, harus bisa membuat strategi dalam bentuk konten menarik dan mudah dipahami, membuat konten yang relevan agar masyarakat bisa dengan mudah mengenal perusahaan, harus menguasai target pasar dan kebutuhan target pasar, konten yang mudah ditemukan" (Narasumber 4).⁶²

⁶¹ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 27 Maret 2021.

⁶² Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 27 Maret 2021.

Narasumber ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, content creaton harus bisa membuat konten yang unik dan menarik sehingga membuat masyarakat mengenal perusahaan sebagai ahli dibidangnya, seperti foto saat jamaah berziarah di Masjid Quba, Kebun Kuram dan Jabal Uhud. Selain itu, video saat jamaah berkunjung di Kompleks Masjid Nabawi Madinah. Content creaton harus bisa membangun konsistensi branding yang mampu merealisasikan strategi dalam bentuk konten yang unik dan menarik. Content creaton membantu perusahaan tampil sebagai expert. Content creaton harus mampu mengelola dan membuat strategi konten. Content creaton harus membuat konten yang mudah ditemukan seperti menggunakan kata kunci allia tour and travel adalah umroh sunnah surabaya.

b. Content Sharing

“Content sharing memiliki tugas untuk membagikan konten yang sudah dibuat ke beberapa akun soaial media yang dimiliki allia tour and travel seperti instagram (allia.umroh), website (<https://alliatour.com/>) dan facebook (allia umroh haji). Berbagi konten bertujuan untuk memberikan informasi terkait produk yang ada dalam perusahaan” (Narasumber 2).⁶³

⁶³ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 27 Maret 2021.

“Melakukan content sharing ke platform media sosial yang dimiliki allia tour and travel seperti instagram (allia.umroh), website (<https://alliatour.com/>) dan facebook (allia umroh haji), perusahaan harus memperhatikan beberapa tips supaya mendapatkan hasil maksimal. Ada beberapa tips yang harus dilakukan, yaitu kenali karakteristik media sosial, sesuaikan konten dengan media sosial, membuat jadwal posting sehari bisa memosting dua sampai tiga konten dalam setiap dua hari sekali, optimalkan konten, kenali masyarakat” (Narasumber 3).⁶⁴

Narasumber kedua dan ketiga menjelaskan bahwa, content sharing memiliki tugas untuk membagikan konten ke media sosial yang dimiliki allia tour and travel seperti instagram allia.umroh, website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji dan harus memperhatikan beberapa tips agar content sharing berhasil. Tips yang harus dilakukan antara lain, yaitu kenali karakteristik media sosial, sesuaikan konten dengan media sosial, membuat jadwal posting sehari bisa memosting dua sampai tiga konten dalam setiap dua hari sekali, optimalkan konten, kenali masyarakat.

⁶⁴ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 27 Maret 2021.

c. **Connecting**

“Allia tour and travel mempunyai jaringan yang luas sehingga dapat membangun hubungan dengan lebih banyak orang yang berminat dengan produk Allia tour and travel. Terdapat contact person whatsapp yang bisa dihubungi 085785649730 dan 081335657332, dengan respon lumayan cepat dan baik” (Narasumber 2).⁶⁵

“Dalam meningkatkan hubungan dengan masyarakat Allia tour and travel menggunakan connecting yang bertujuan untuk memperluas jaringan, sehingga memudahkan masyarakat untuk mengenal produk-produk yang ada pada allia tour and travel. Masyarakat bisa menghubungi kami untuk membeli produk atau hanya sekedar bertanya-tanya dulu, terdapat contact person whatsapp yang bisa dihubungi 085785649730 dan 081335657332” (Narasumber 3).⁶⁶

“Untuk mengenalkan profil dan produk paket ibadah haji umrah, allia tour and travel memanfaatkan conneting untuk mempermudah pemasaran dan masyarakat yang berminat dengan biro jasa haji dan umrah allia tour and travel, masyarakat bisa menghubungi nomor whatsapp yang sudah tersedia, yaitu

⁶⁵ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 27 Maret 2021.

⁶⁶ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 27 Maret 2021.

085785649730 dan 081335657332 agar lebih memudahkan masyarakat untuk bertanya-tanya mengenai produk dengan respon cepat” (Narasumber 4).⁶⁷

Narasumber kedua, ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, *conneting* yang digunakan oleh *allia tour and travel haji umrah surabaya* sangat penting untuk memperluas jaringan dan dapat membangun hubungan yang menghasilkan lebih banyak bisnis. *Conneting* juga memudahkan masyarakat untuk mengenal dan produk yang ditawarkan oleh *allia tour and travel haji umrah surabaya*. Terdapat *contact person whatsapp* yang bisa dihubungi 085785649730 dan 081335657332, dengan respon lumayan cepat dan baik untuk bertanya atau membeli produk *allia tour and travel haji umrah suarabya*.

d. Community Building

“Komunitas online merupakan cara berinteraksi dengan masyarakat di seluruh dunia dengan memanfaatkan media sosial yang ada pada *Allia Tour and Travel*, dengan adanya komunitas online memudahkan pihak *Allia Tour and Travel* mengetahui berita terbaru di Mekkah dan Madinah secara online. *Allia tour and travel* bekerja sama dengan hotel di Mekkah, yaitu: *Movenpick, Marriot Jabal Omar* dan

⁶⁷ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 27 Maret 2021.

hotel di Madinah, yaitu: Movenpick Anwar, Nozol Royal Inn Hotel, Rawda Royal Inn dan al Nokhba Royal Inn. Seperti halnya sekarang berita tentang covid19 yang ada di dunia terutama di Mekkah dan Madinah yang mengakibatkan ibadah haji dan umrah ditunda, Allia Tour and Travel selalu mengikuti komunitas online untuk mengetahui perkembangan covid19 di Mekkah dan Madinah, jika keadaan sudah membaik dan pemerintah membolehkan ibadah haji dan umrah Allia Tour and Travel juga akan memberangkatkan jamaah haji dan umrah yang sudah mendaftar” (Narasumber 3).⁶⁸

“Allia Tour and Travel mengikuti community building atau komunikasi online yang sangat berpengaruh untuk kemajuan Allia Tour and Travel. Community building tak hanya berinteraksi dengan masyarakat di Indonesia saja melainkan di seluruh dunia terutama Mekkah dan Madinah. Community building memberikan kemudahan untuk Allia Tour and Travel untuk mencari informasi secara online dan bekerjasama dengan panitia haji dan umrah di Mekkah dan Madinah serta memudahkan untuk bekerjasama dengan pihak hotel dan tempat halal tour yang

⁶⁸ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 27 Maret 2021.

sudah menjadi salah satu produk dari allia tour and travel. Pihak hotel yang telah bekerja sama dengan allia tour and travel antara lain, hotel di Mekkah, yaitu: Movenpick, Marriot Jabal Omar dan hotel di Madinah, yaitu: Movenpick Anwar, Nozol Royal Inn Hotel, Rawda Royal Inn dan al Nokhba Royal Inn.” (Narasumber 4).⁶⁹

Narasumber ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, community building atau komunitas online sangat berpengaruh bagi penyelenggara biro jasa haji dan umrah. Community building merupakan cara berinteraksi dengan orang di seluruh dunia terutama di Mekkah dan Madinah serta memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi secara online terkait ibadah haji dan umrah. Allia tour and travel melakukan community bulding untuk bekerja sama dengan hotel di Mekkah dan Madinah, yaitu Mekkah Movenpick, Marriot Jabal Omar dan Madinah Movenpick Anwar, Nozol Royal Inn Hotel, Rawda Royal Inn dan al Nokhba Royal Inn.

⁶⁹ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 27 Maret 2021.

7. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya Menggunakan Bauran Pemasaran

a. Produk

“Produk yang ada di Allia Tour and Travel adalah perjalan Haji dan Umrah. Namun Allia Tour and Travel memiliki produk lain yaitu Halal Tour yang melayani perjalanan wisata ke negara tujuan pilihan yang dikemas dengan jaminan makanan dan minuman halal selama program, serta tetap menjaga syariat Islam seperti mengingatkan waktu shalat dan menyediakan tempat shalat yang representatif selama program” (Narasumber 1).⁷⁰

Narasumber pertama melelaskan, bahwa produk Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya adalah perjalanan haji, umrah dan halal tour. Pernyataan narasumber pertama dengan narasumber kedua dan narasumber ketiga memiliki kesamaan, sebagai berikut:

“Produk sudah dipastikan merupakan produk haji, umrah dan halal tour. Terdapat pilihan paket untuk haji dan umrah” (Narasumber 2).⁷¹

“Tersedia paket haji dan umrah untuk produk yang ditawarkan kepada calon

⁷⁰ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

⁷¹ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

jamaah, tetapi juga ada paket halal tour sesuai program” (Narasumber 3).⁷²

Narasumber kedua dan ketiga menjelaskan bahwa produk Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya kepada konsumen atau calon jamaah merupakan paket perjalanan haji dan umrah. Namun Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga menyediakan produk lainnya seperti paket perjalanan halal tour sesuai program.

b. Harga

“Harga yang Allia Tour and Travel berikan kepada calon jamaah untuk bergabung dengan Allia Tour and Travel cukup bervariasi tergantung pada pilihan paket produk. Contohnya paket umrah yang tersedia di Allia Tour and Travel yang pertama ada paket umrah konsorsium 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Fachry Pernama. Dengan harga paket Rp 24.500.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Kedua ada paket umrah 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Ma’ruf Nursalam, Lc. Dengan harga paket Rp 26.950.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Ketiga ada paket umrah konsorsium 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz

⁷² Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

Muhammad Yudo M.Pd. Dengan harga paket Rp 24.500.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Keempat ada paket umrah konsorsium 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Asatizah Ahlus Sunnah. Dengan harga paket Rp 27.500.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Sedangkan untuk haji disini Allia Tour and Travel mempunyai paket Haji Plus VIP 2027 dengan harga paket \$12.500 dan DP porsi awal \$4.500, jamaah akan terbang dengan pesawat Saudi Airlines Direct Jakarta-Jeddah-Madinah dan harga visa pemerintah atau masa tunggu enam tahun” (Narasumber 2).⁷³

“Allia Tour and Travel sudah memiliki website resmi sebagai media iklan atau promosi. Dalam website tersebut sudah tertera harga produk paket haji dan umrah, mulai dari harga paket umrah promo dan paket umrah murah. Selain website, Allia Tour and Travel juga menggunakan media sosial instagram yang sama-sama berperan penting dalam mengiklankan harga produk paket haji dan umrah. Harga paket yang dipromosikan bermacam-macam ada paket umrah konsorsium 10 dengan harga paket Rp 24.500.000 juta, paket

⁷³ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

umrah 10 hari dengan harga paket Rp 26.950.000 juta, paket umrah konsorsium 10 hari dengan harga paket Rp 24.500.000 juta, paket umrah konsorsium 10 hari dengan harga paket Rp 27.500.000 juta. Semua harga sudah termasuk pesawat, hotel, makan dan perlengkapan jamaah” (Narasumber 3).⁷⁴

Narasumber kedua dan ketiga menjelaskan bahwa, harga yang ditetapkan oleh Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya sudah disesuaikan dengan produk dan pemasaran yang telah dipilih oleh konsumen. Harga paket ibadah haji, umrah dan halal tour juga menyesuaikan dari penghasilan calon konsumen.

c. Tempat

“Allia Tour and Travel memiliki tempat yang cukup strategis dan mudah dijangkau bagi customer dengan alamat di Ruko Gayungsari Jl. Gayungsari Barat No.103D Surabaya. Pada akhir tahun 2021 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya akan pindah tempat di Gedung Graha Pena Lantai 9. Sedangkan allia tour and travel juga mempunyai alamat media sosial yang bisa dihubungi, yaitu instagram [allia.umroh](https://www.instagram.com/allia.umroh), website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji ” (Narasumber 3).⁷⁵

⁷⁴ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

⁷⁵ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 30 Maret 2021.

“Tempat Allia Tour and Travel telah menyesuaikan pasar yang ada dan telah menyederhanakan jangkauan bagi customer yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah. Dengan alamat di Ruko Gayungsari Jl. Gayungsari Barat No.103D Surabaya. Pada akhir tahun 2021 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya akan pindah tempat di Gedung Graha Pena Lantai 9. Sedangkan allia tour and travel juga mempunyai alamat media sosial yang lebih memudahkan masyarakat dan bisa dihubungi, yaitu instagram [allia.umroh](https://www.instagram.com/allia.umroh), website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji” (Narasumber 4).⁷⁶

Narasumber ketiga dan keempat menjelaskan, bahwa tempat atau kantor yang sekarang memiliki lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. dengan alamat di Ruko Gayungsari Jl. Gayungsari Barat No.103D Surabaya. Pada akhir tahun 2021 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya akan pindah tempat di Gedung Graha Pena Lantai 9. Sedangkan allia tour and travel juga mempunyai alamat media sosial yang bisa dihubungi, yaitu instagram [allia.umroh](https://www.instagram.com/allia.umroh), website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji.

⁷⁶ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 30 Maret 2021.

d. Promosi

“Promosi yang dilakukan menggunakan media sosial, digital dan sales promotion. Untuk media sosial Allia Tour and Travel melalui website <https://alliatour.com/>, facebook allia umroh haji dan instagram allia.umroh. Sedangkan sales promotion membuka stand dan menyebarkan brosur ditempat yang menjadi sasaran pemasaran” (Narasumber 2).⁷⁷

“Promosi yang dilakukan menggunakan promosi pemasaran online dan offline. Promosi online menggunakan media sosial instagram allia.umroh, facebook allia umroh haji dan website <https://alliatour.com/>. Untuk promosi offline menggunakan tim sales Allia Tour and Travel” (Narasumber 3).⁷⁸

Narasumber kedua dan ketiga menjelaskan, bahwa promosi yang dilakukan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya adalah promosi secara online dan offline. Untuk promosi online Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memanfaatkan media sosial yang sekarang sedang berkembang, seperti website <https://alliatour.com/>, facebook allia umroh haji dan instagram allia.umroh . Dalam penelitian ini peneliti lebih berfokus dengan promosi

⁷⁷ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 30 Maret 2021.

⁷⁸ Hasil Wawancara Narasumber, Tanggal 29 Maret 2021.

yang menggunakan media sosial instagram. Sedangkan offline Allia Tour and Travel Haji Umrah menggunakan jasa marketing atau sales.

C. Analisis Data

1. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Marketing Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Allia tour and travel menerapkan strategi pemasaran melalui instagram agar memudahkan konsumen atau calon jamaah untuk membeli produk dari allia tour and travel dan memberikan pelayanan terbaik. Penerapan pemasaran melalui instragram sangat memudahkan bagi allia tour and travel, karena dengan penerapan pemasaran melalui instagram produk yang allia tour and travel promosikan dikenal banyak orang, tidak hanya dari kalangan anak muda tetapi dari kalangan orang tua pun juga mengenal produk allia tour and travel dari instagram. Untuk menemukan alamat instagram allia tour and travel tidaklah susah. Biasanya untuk orang tua mereka akan mencari di internet atau google terlebih dahulu dengan kata kunci umroh sunnah surabaya atau umroh hemat, dengan kata kunci tersebut konsumen atau calon jamaah dengan mudah menemukan instagram allia tour and travel. Tetapi terdapat hambatan, karena tidak semua orang khususnya orang tua mereka mempunyai akun instagram hanya sebagian orang tua yang mempunyai dan aktif di media sosial instagram. Bagi konsumen yang tidak memiliki akun instagram, mereka hanya bisa mencari informasi mengenai allia tour and

travel melalui media sosial lain seperti facebook dan internet atau google.

Dari hasil observasi yang di dapat melalui kunjuang instagram , dijelaskan bahwa penerapan strategi pemasaran melalui instagram agar memudahkan konsumen atau calon jamaah untuk membeli produk dari allia tour and travel dan memberikan pelayanan terbaik. Penerapan pemasaran melalui instragram sangat memudahkan bagi allia tour and travel, karena dengan penerapan pemasaran melalui instagram produk yang allia tour and travel promosikan dikenal banyak orang, tidak hanya dari kalangan anak muda tetapi dari kalangan orang tua pun juga mengenal produk allia tour and travel dari instagram. Tetapi terdapat hambatan, karena tidak semua orang khususnya orang tua mereka mempunyai akun instagram hanya sebagian orang tua yang mempunyai dan aktif di media sosial instagram. Bagi konsumen yang tidak memiliki akun instagram, mereka hanya bisa mencari informasi mengenai allia tour and travel melalui media sosial lain seperti facebook dan internet atau google.

2. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya dengan Menggunkan Fitur-Fitur Instagram

a. Follower

Pengikut atau follower merupakan pengikut akun intagram, setiap pengikut pasti akan mendapatkan pemberitahuan mengenai postingan atau unggahan terbaru dari akun instagram yang diikuti.

Ada keuntunagn memiliki banyak follower di instagram, yaitu bisa dikenal banyak orang.⁷⁹ Keuntungan ketika dikenal banyak orang, akan lebih mudah dipercaya orang. Jika mudah dipercaya banyak orang akan mudah mendapatkan peluang. Dan tidak bisa dipungkiri jumlah follower bisa menjadi ukuran ketika ada orang yang mengajak kerja sama, karena setiap usaha membutuhkan marketing dan salah satu cara marketing paling dasar adalah bagaimana caranya produk bisa dilihat atau dikenal banyak orang yang sesuai dengan target marketingnya. Harapannya setelah melihat produknya maka mereka akan notice, penasaran dan ingin tahu lebih dalam sampai akhirnya mereka membeli.⁸⁰

“Banyaknya follower di akun instagram allia tour and travel sangat berpengaruh. Karena apabila akun instagram allia tour and travel memiliki banyak follower maka semakin banyak juga orang yang mrlihat postingan yang kami bagikan dan percaya pada kami. Di dalam akun instagram allia tour and travel sekarang memiliki follower kurang lebih 3.980

⁷⁹ Gilang Romadhon. “Keuntungan Memiliki Jumlah Followers Banyak Di Instagram”. YouTube, diunggah oleh Rintisan Startup, diakses pada tanggal 26 Januari 2020 dari <https://youtu.be/YV5MIxd3npU>.

⁸⁰ Gilang Romadhon. “Keuntungan Memiliki Jumlah Followers Banyak Di Instagram”. YouTube, diunggah oleh Rintisan Startup, diakses pada tanggal 26 Januari 2020 dari <https://youtu.be/YV5MIxd3npU>.

followe dan setiap harinya bertambah” (Narasumber 1).

Narasumber pertama menjelaskan, bahwa pengaruh follower untuk allia tour and travel sangat penting. Hal ini dikarenakan semakin banyak follower semakin banyak juga masyarakat mengetahui tentang postingan yang dibagikan oleh allia tour and travel dan percaya pada allia tour and travel. Allia tour and travel sekarang memiliki follower yang cukup banyak, follower yang dimiliki oleh akun instagram allia tour and travel memiliki jumlah kurang lebih 3.980 follower dan bertambah setiap harinya.

“Memiliki banyak follower akan membuat brand kami semakin kuat. Karena kami percaya suatu stigma yang menganggap akun instagram yang dibuat untuk bisnis dan memiliki banyak follower merupakan akun instagram yang sudah besar dan sudah pasti dipercaya banyak orang” (Narasumber 2).

Narasumber kedua menjelaskan, bahwa memiliki banyak follower dapat memperkuat brand yang dimiliki allia tour and travel. Selain itu stigma yang dipercayai oleh allia and travel merupakan stigma yang menganggap jika akun instagram yang memiliki banyak follower bisa disebut akun instagram

yang sudah besar dan akan dipercayai banyak orang.

“Jumlah banyaknya follower sangat menguntungkan bagi kami, karena bisa mempercepat pemasaran produk yang kami lakukan. Dan memudahkan orang untuk lebih mengenal dan percaya dengan akun instagram allia tour and travel” (Narasumber 3).

Narasumber ketiga menjelaskan, bahwa keuntungan memiliki banyak follower. Keuntungan yang di dapat oleh allia tour and travel adalah proses pemasaran lebih cepat, memudahkan orang untuk lebih mengenal allia tour and travel dan mendapat kepercayaan dari pelanggan.

Dari hasil wawancara narasumber pertama, kedua dan ketiga maka jumlah follower atau pengikut sangat mempengaruhi karena banyak konsumen yang melihat dan percaya pada allia tour and travel. Hal ini dijelaskan oleh narasumber pertama, yaitu “karena apabila akun instagram allia tour and travel memiliki banyak follower maka semakin banyak juga orang yang melihat postingan yang kami bagikan dan percaya pada kami”. Hal ini juga dijelaskan oleh narasumber kedua dan ketiga, yaitu “Karena kami percaya suatu stigma yang menganggap akun instagram yang dibuat untuk bisnis dan memiliki banyak follower merupakan

akun instagram yang sudah besar dan sudah pasti dipercaya banyak orang” dan “Jumlah banyaknya follower sangat menguntungkan bagi kami, karena bisa mempercepat pemasaran produk yang kami lakukan. Dan memudahkan orang untuk lebih mengenal dan percaya dengan akun instagram allia tour and travel”. Banyaknya follower dan kepercayaan dari follower merupakan keuntungan bagi allia tour and travel agar produk-produk allia bisa cepat dikenal banyak orang dan juga banyak peminatnya.

b. Posting Foto dan Video

Posting merupakan unggahan foto dan video. Sesuatu yang diunggah akan tampil menjadi feed instagram pada profil dan akan dilihat oleh siapa saja yang mengunjungi profil instagram tersebut. Namun agar sukses mengimplementasikan digital marketing melalui instagram, ada banyak hal yang harus diperhatikan terutama dalam memosting foto dan video di instagram. Memosting foto dan video untuk berbisnis harus sering dilakukan, disarankan untuk memosting foto dan video bisa konsisten posting setiap hari agar memberikan rasa percaya pada

konsumen jika produk dan akun instagram dapat dipercayai.⁸¹

“Mengunggah foto dan video yang diunggah merupakan hal terpenting bagi kami. Dengan unggahan foto dan video, kami bisa memberikan informasi mengenai macam-macam harga paket ibadah haji. Tidak hanya harga paket, di dalam akun instagram allia tour and travel kami juga mengunggah foto dan video jamaah yang sudah melakukan ibadah haji dan umrah bersama kami allia tour and travel. Mengunggah foto dan video juga bisa dibilang strategi karena tujuan kami adalah memancing orang yang sudah melihat unggahan kami untuk komen, DM atau langsung menghubungi contact person di bio instagram allia tour and travel” (Narasumber 1).

Narasumber pertama menjelaskan, bahwa mengunggah foto dan video merupakan cara untuk memberikan informasi pada calon pelanggan. Foto dan video yang diunggah oleh allia tour and travel merupakan macam-macam harga paket yang ditawarkan oleh allia tour and travel serta foto dan video kegiatan jamaah saat melakukan ibadah haji dan umrah bersama allia tour and travel. Hal ini merupakan salah satu

⁸¹ Imam Syafi. “Berapa Kali Idealnya Upload Postingan di Instagram”. YouTube, diunggah oleh Satoeasa, diakses pada tanggal 29 Maret 2021 dari <https://youtu.be/f-O3XZwQI4>.

strategi allia tour and travel untuk memancing calon konsumen untuk komen, mengirim pesan atau DM dan bisa menghubungi contact person yang sudah ada di bio allia tour and travel.

“Unggahan foto dan video bisa menambah kepercayaan banyak orang terhadap akun instagram kami allia tour and travel, dari rasa percaya tersebut membuat orang yang minat dengan produk kami bisa komen atau mengirim pesan melalui instagram langsung atau langsung menghubungi nomor whatsapp yang sudah ada di bio instagram allia tour and travel. Dengan mengunggah foto dan video, kami memberikan bukti bahwa produk yang kami jual dengan harga terjangkau dengan banyak pilihan paket. Selain itu, kami juga mengunggah foto dan video saat jamaah melakukan ibadah haji umrah di mekkah dan madinah” (Narasumber 3).

Narasumber ketiga menjelaskan, bahwa mengunggah foto dan video merupakan sebuah pembuktian pada masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan pada allia tour and travel. Saat calon konsumen merasa percaya dan sudah minat pada salah satu produk allia tour and travel, calon konsumen akan menghubungi allia tour and travel dengan cara komen disalah satu unggah foto dan video atau mengirim pesan langsung (DM) atau menghubungi contact

person nomor whatsapp yang sudah ada di bio instagram allia tour and travel. Dalam instagram allia tour and travel berisi tentang foto dan video jamaah saat melakukan ibadah haji umrah, macam-macam paket haji umrah dan harganya.

Dari hasil wawancara narasumber pertama dan ketiga bahwa posting foto dan video bertujuan untuk memberikan informasi dan memberikan rasa percaya bagi banyak orang. Hal ini harus diperhatikan untuk akun instagram bisnis seperti akun instagram allia tour and travel. Sesuai yang dijelaskan oleh narasumber pertama dan ketiga, yaitu “Dengan unggahan foto dan video, kami bisa memberikan informasi mengenai macam-macam harga paket ibadah haji. Tidak hanya harga paket, di dalam akun instagram allia tour and travel kami juga mengunggah foto dan video jamaah yang sudah melakukan ibadah haji dan umrah bersama kami allia tour and travel” dan “Unggahan foto dan video bisa menambah kepercayaan banyak orang terhadap akun instagram kami allia tour and travel, dari rasa percaya tersebut membuat orang yang minat dengan produk kami bisa komen atau mengirim pesan melalui instagram langsung atau langsung menghubungi nomor whatsapp yang sudah ada di bio instagram allia tour and travel”.

c. Insta Story

Insta story atau instagram story merupakan salah satu fitur dari instagram yang berguna untuk berbagi cerita keseharian dalam bentuk teks, video singkat, foto ataupun gambar.⁸²

Unggahan insta story hanya berjalan 24 jam, jika sudah 24 jam insta story secara otomatis akan hilang dari instagram.

“Kami setiap hari membuat insta story tentang harga paket haji umrah, berita terbaru dari mekkah dan madinah, foto atau video jamaah di mekkah dan madinah. Tujuan membuat insta story masih sama, yaitu untuk membuat orang-orang percaya dengan allia tour and travel. Insta story setiap hari kami perbarui agar follower kami tidak bosan melihat insta story kami. Insta story yang kami buat juga memiliki keuntungan untuk peningkatan penjualan produk kami” (Narasumber 3).

Narasumber ketiga menjelaskan, bahwa tujuan membuat insta story adalah agar calon konsumen lebih percaya dengan produk allia tour and travel. Dengan isi insta story tentang harga paket haji umrah, kegiatan jamaah di mekkah dan madinah, dan berita terbaru di mekkah dan madinah. Insta story yang dibuat oleh allia tour and travel berbeda-

⁸² Bagus. “*Penjelasan Insight Story Instagram (pertanda kalau story ig kamu di sukai follower)*”. YouTube, diunggah oleh Bagus icy, diakses pada tanggal 22 Juli 2021 dari <https://youtu.be/n9BOBr56BvE>.

beda setiap harinya agar tidak membuat bosan follower setianya. Insta story juga memiliki keuntungan bagi allia tour and travel, yaitu bisa meningkatkan penjualan produk allia and travel.

“Dalam promosi produk kami, instagram story dapat dikatakan sangat berpengaruh bagi bisnis kami. Contohnya, selama ini banyak pemasaran produk hanya terpaku pada media sosial facebook. Facebook hanya dapat menjadi alat promosi yang berkesan kaku atau itu-itu saja. Disini kami mencoba membuat insta story yang lebih efektif untuk menarik minat konsumen pada produk yang kami tawarkan. Insta story setiap hari kami perbarui dengan informasi-informasi produk, harga dan berita terbaru di mekkah dan madinah serta ilmu-ilmu yang berisi tentang ibadah haji dan umrah” (Narasumber 4).

Narasumber keempat menjelaskan, bahwa insta story merupakan salah wadah untuk melakukan promosi produk yang dijual oleh allia tour and travel. Allia tour and travel juga memberikan contoh, bahwa insta story lebih efektif untuk menarik minat konsumen pada produk yang ditawarkan allia tour and travel. Insta story allia tour and travel setiap hari juga diperbarui dengan informasi-informasi mengenai produk, harga, berita mekkah dan madinah serta

ilmu-ilmu yang berisi tentang ibadah haji dan umrah.

Dari hasil wawancara narasumber ketiga dan keempat menjelaskan, bahwa insta story yang dibuat setiap hari bertujuan untuk membuat rasa percaya konsumen pada instagram allia tour and travel dengan membuat insta story setiap hari. Hal ini dijelaskan oleh narasumber ketiga, yaitu “tujuan membuat insta story masih sama, yaitu untuk membuat orang-orang percaya dengan allia tour and travel”. Sedangkan narasumber keempat menjelaskan, bahwa “disini kami mencoba membuat insta story yang lebih efektif untuk menarik minat konsumen pada produk yang kami tawarkan. Insta story setiap hari kami perbarui dengan informasi-informasi produk, harga dan berita terbaru di mekkah dan madinah serta ilmu-ilmu yang berisi tentang ibadah haji dan umrah”.

3. Proses Strategi Marketing Melalui Instagram Yang Dilakukan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

“Pertama mencari calon customer yang potensial, perusahaan mencari calon konsumen yang menyukai produk perusahaan serta kemungkinan besar akan tertarik dengan produk perusahaan dengan membuka akun hashtag yang berhubungan dengan produk. Kedua membuat guidelines profil instagram yang akan dipakai untuk setiap kegiatan usaha. Postingan

atau unggahan yang ada di instagram menjadi guidelines penting yang membangun profil perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus membuat postingan semenarik mungkin untuk menarik calon konsumen. Ketiga membuat konten yang berkualitas, dalam instagram marketing konten merupakan hal terpenting yang diperhatikan oleh perusahaan. Keempat berkomunikasi dengan follower, komunikasi yang dimaksud adalah membalas setiap komentar yang ada diposting perusahaan, membuat kuis pertanyaan di instagram story dengan mengajukan pertanyaan terkait produk perusahaan” (Narasumber 1)

Narasumber pertama menjelaskan tentang tahap-tahap strategi instagram marketing yang pertama mencari calon konsumen yang potensial dengan cara membuka akun hashtag, kedua guidelines profil instagram yang dipakai untuk kegiatan usaha dan membuat feeds semenarik mungkin untuk menarik calon konsumen, ketiga membuat konten berkualitas, keempat berkomunikasi dengan follower seperti membalas komentar disetiap postingan dan membuat kuis pertanyaan di story yang terkait perusahaan. Pernyataan ini memiliki kesamaan dengan penjelasan yang diberikan narasumber ketiga sebagai berikut:

“Langkah pertama membuat profil instagram yang bisa menarik customer. Kedua menciptakan komunikasi melalui hashtag, fungsinya untuk menjangkau customer secara lebih luas. Pencantuman hashtag memungkinkan foto dan video produk

perusahaan yang diposting akan dilihat oleh banyak orang. Ketiga membuat konten menarik tentang produk serta harga produk. Keempat memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di instagram, seperti membuat inststory dan mengelolah foto dan video. Kelima berkomunikasi melalui komentar dan DM” (Narasumber 3).

Narasumber ketiga menjelaskan bahwa proses strategi instagram marketing yang pertama adalah membuat profil instagram yang menarik, kedua menciptakan komunikasi melalui hashtag untuk menjangku customer secara lebih luas, ketiga membuat konten yang menarik yang berisi wawasan mengenai ibadah haji dan umrah serta harga paket umrah Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, keempat memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di instagram seperti membuat instagram story dan mengelolah foto dan video, kelima berkomunikasi melalui komentar dan pesan (DM).

Dari hasil wawancara dengan narasumber pertama dan ketiga, “maka proses strategi instagram marketing yang dilakukan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya adalah membuat memanfaatkan instagram dengan memosting foto atau video tentang produk yang menarik sehingga calon pelanggan tertarik dengan produk Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya”. Strategi pemasaran melalui media sosial seperti instagram membuat pemasaran menjadi semakin menarik, semakin

baik dan semakin praktis.⁸³ Instagram sangat baik digunakan karena mengandalkan gambar dan video sebagai daya tarik utama, juga dilengkapi dengan fasilitas menulis komentar, membuat story dan pesan. Sesuai dengan penjelasan narasumber pertama dan ketiga yang menjelaskan “bahwa bagaimana tahap-tahap instagram marketing untuk mempromosikan produk”.

4. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang berbagi foto, video dan menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jaringan termasuk instagram itu sendiri.⁸⁴ Penggunaan instagram semakin hari semakin bertambah banyak, sehingga hal ini merupakan potensi pasar yang berkembang terus. Allia Tour and Travel Haji Umrah

⁸³ Wayan Budi Mahardhika, Ni Nyoman Sunariani, “Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui Media Sosial Instagram,” *Jurnal Manajemen Bisnis*, (online), jilid 16, No. 1, diakses pada tanggal 22 Juli 2022 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=wayan+budi+mahardika%2C+ni+nyoman+sunariani+strategi+pemasaran+produk+makanan&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170492834&u=%23p%3Du6reu4vqgUJ

⁸⁴ Cindie Sya’bania Feroza, Desi Misnawati. “Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan,” *Jurnal Inovasi*, (online), jilid 14, No. 1, diakses pada tanggal 22 Juli 2022 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=cindie+media+komunikasi&oq=cindie+media+kom#d=gs_qabs&t=1660170581234&u=%23p%3Da954c-nGnDsJ

Surabaya dengan akun instagramnya yang bernama “Alli.umroh” terus berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada jamaah haji maupun umrah dengan mempromosikan produknya kepada masyarakat dengan menerapkan pemasaran secara online.

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memiliki follower atau pengikut 3.980 dan 1.122 yang diikuti dengan 1.095 postingan foto dan video yang ada pada laman instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya. Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya selalu berusaha menjalin komunikasi baik dengan para jamaah. Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya tetap memberikan informasi-informasi terkait perkembangan ibadah haji, umrah dan halal tour sesuai program. Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga memberikan informasi tentang Kajian Islami serta Kajian Fiqih Ibadah persembahan dari Allia Tour and Travel Surabaya. Dari hasil observasi yang didapatkan melalui kunjungan instagram, terdapat beberapa hal yang ada pada instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya penyedia jasa haji dan umrah, yaitu:

- a. Tampilan profil dan laman utama Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya. Pada tampilan profil terdapat jumlah postingan, jumlah pengikut, jumlah yang diikuti, bio, sorotan story dan feed.



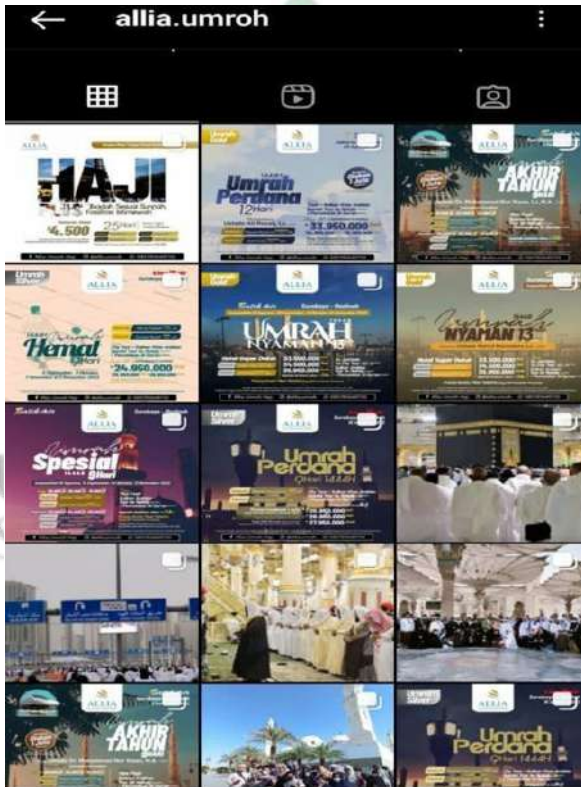
Tampilan profil instagram Allia
Tour and Travel
Gambar 1.1

- b. Konten Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, memiliki konten pada setiap postingannya, yaitu:

1) Foto

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memberikan informasi berupa foto yang diunggah dalam postingannya. Isi postingan foto Allia Tour and

Travel Haji Umrah Surabaya berupa produk terbaru dan harga paket haji umrah, foto para jamaah yang berada di Mekkah, Madinah dan tempat halal tour sesuai program, foto edukasi tentang ibadah haji dan umrah, motivasi serta Sunnah Rasul beserta ayat-ayat Al-Qur'an.



Postingan atau feed instagram Allia Tour and Travel
Gambar 1.2



Foto jamaah instagram allia tour and travel
Gambar 1.3



Flyer paket haji instagram allia tour and travel

Gambar 1.4

2) Video

Allia Tour and Travel Haji Umrah surabaya selain memiliki banyak foto tentang ibadah haji dan umrah juga terdapat banyak video yang diunggah dalam postingannya. Postingan berupa video dokumenter yang berisi kegiatan jamaah saat di Mekkah, Madinah dan tempat halal tour, video edukasi tentang ibadah haji dan umrah, motivasi serta Sunnah Rasul beserta ayat-ayat Al-Qur'an.



Video-video instagram
allia tour and travel
Gambar 1.5

3)

Story

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga aktif dalam mengunggah story di instagram. Story yang diunggah berupa informasi terkait produk, kegiatan jamaah saat di Mekkah, Madinah dan halal tour, edukasi tentang haji dan umrah, motivasi serta Sunnah Rasul beserta ayat-ayat Al-Qur'an.



Insta story instagram allia tour and travel
Gambar 1.6



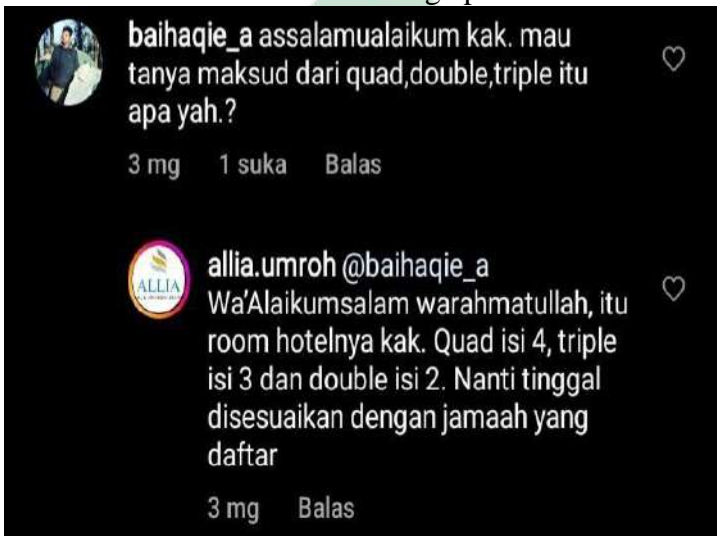
Insta story instagram allia tour and travel
Gambar 1.7



Insta story instagram allia tour and travel
Gambar 1.8

c. Komentar Para Konsumen

Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga aktif melakukan komunikasi dengan baik pada jamaahnya dengan saling membalas komentar pada postingan produknya. Kebanyakan jamaah berkomentar mengenai fasilitas ibadah, berdoa untuk kembali melakukan ibadah dengan allia tour and travel dan harga paket.



Komentar konsumen instagram allia tour and travel
Gambar 1.9



Komentar konsumen instagram allia tour and travel
Gambar 1.10



Komentar konsumen instagram allia tour and travel
Gambar 1.11

5. Konsep Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

a. Konsep Produksi

Konsep produksi merupakan salah satu konsep dalam bisnis.⁸⁵ Konsep produksi menegaskan bahwa konsumen akan lebih menyukai produk yang sudah tersedia.

“Konsep produksi yang dilakukan Allia Tour and Travel adalah pengamatan pasar, pengamatan pasar ini dilakukan untuk mengetahui minat customer. Customer lebih menyukai produk yang sudah tersedia dengan harga yang menurut customer mampu untuk membeli produk kami” (Narasumber 2).

“Allia Tour and Travel melakukan produksi dengan mengamati minat customer mulai dari harga yang terjangkau, jenis produk baik merupakan barang maupun jasa dan customer menyukai produk yang sudah tersedia” (Narasumber 3).

“Produksi yang Allia Tour and Travel lakukan dengan mencari tahu minat masyarakat seperti jenis paket haji umrah dan harga murah. Tersedianya produk

⁸⁵ Akhmad Sefudin, “Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing mix) 4P ke 4C (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI),” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, (online), jilid 1, No. 1, diakses pada tanggal 22 Juli 2022 dari

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=akhmad+sefudin&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170754192&u=%23p%3DPwxa-RVdTt4J

juga menjadi daya tarik masyarakat, karena masyarakat menyukai produk yang sudah tersedia” (Narasumber 4).

Narasumber kedua, ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, konsep produksi yang dilakukan oleh Allia Tour and Travel Haji Umrah Suarabaya adalah dengan pengamatan pasar. Pengamatan pasar bertujuan untuk mengetahui minat masyarakat tentang harga dan produk yang sudah tersedia.

Dari hasil wawancara oleh narasumber kedua, ketiga dan keempat bahwa konsep produksi adalah produk yang lebih disukai masyarakat merupakan produk yang sudah tersedia. Hal ini dijelaskan oleh narasumber kedua, yaitu “konsep produksi yang dilakukan Allia Tour and Travel adalah pengamatan pasar, pengamatan pasar ini dilakukan untuk mengetahui minat customer. Customer lebih menyukai produk yang sudah tersedia dengan harga yang menurut customer mampu untuk membeli produk kami”. Hal ini juga dijelaskan oleh narasumber ketiga, yaitu “Allia Tour and Travel melakukan produksi dengan mengamati minat customer mulai dari harga yang terjangkau, jenis produk baik merupakan barang maupun jasa dan customer menyukai produk yang sudah tersedia”. Dan narasumber keempat juga menjelaskan yang sama dengan

narasumber kedua dan ketiga, yaitu “produksi yang Allia Tour and Travel lakukan dengan mencari tahu minat masyarakat seperti jenis paket haji umrah dan harga murah. Tersedianya produk juga menjadi daya tarik masyarakat, karena masyarakat menyukai produk yang sudah tersedia”.

b. Konsep Produk

Konsep produk adalah produk yang akan disukai oleh konsumen merupakan produk yang menawarkan ciri paling bermutu, berkualitas baik, berkinerja dan inovatif.⁸⁶ Perusahaan lebih memperhatikan untuk menghasilkan produk yang unggul dan kualitas baik.

“Allia Tour and Travel menawarkan produk yang bermutu dan berkualitas, karena customer lebih berminat pada produk yang bermutu dan berkualitas” (Narasumber 1).

“Produk yang berkualitas memiliki daya tarik tersendiri maka dari itu Allia Tour and Travel sangat mementingkan kualitas produk agar masyarakat yang ingin membeli produk kami merasa nyaman dan puas” (Narasumber 2).

⁸⁶ Akhmad Sefudin, “Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing mix) 4P ke 4C (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI),” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, (online), jilid 1, No. 1, diakses pada tanggal 23 Juli 2022 dari

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=akhmad+sefudin&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170754192&u=%23p%3DPwxa-RVdTt4J

“Produk-produk yang ada apa Allia Tour and Travel merupakan produk dengan harga cukup murah dan memiliki kualitas baik serta memiliki keistimewaan tersendiri dibandingkan biro jasa haji umrah lainnya. Dengan harga yang cukup murah bisa menarik minat masyarakat untuk menggunakan biro jasa haji umrah Allia Tour and Travel Surabaya” (Narasumber 3).

“Kualitas produk merupakan hal yang utama untuk suatu produk, seperti halnya produk yang ditawarkan Allia Tour and Travel untuk menarik minat pembeli. Produk yang ditawarkan memiliki kualitas baik dan harga ekonomis untuk masyarakat yang membeli produk Allia Tour and Travel” (Narasumber 4).

Narasumber pertama, kedua, ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, konsep produk yang digunakan oleh Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memberikan penawaran mutu, kualitas serta harga yang terjangkau sehingga membuat masyarakat lebih berminat untuk menggunakan produk jasa Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

Dari hasil wawancara oleh narasumber pertama, kedua, ketiga dan keempat bahwa konsep produk merupakan produk yang dihasilkan lebih bermutu, berkualitas dan harga yang terjangkau dengan begitu masyarakat akan lebih tertarik untuk membeli

produk tersebut. Hal ini dijelaskan oleh narasumber pertama, yaitu “Allia Tour and Travel menawarkan produk yang bermutu dan berkualitas, karena customer lebih berminat pada produk yang bermutu dan berkualitas”. Hal ini juga dijelaskan oleh narasumber kedua, yaitu “produk yang berkualitas memiliki daya tarik tersendiri maka dari itu Allia Tour and Travel sangat mementingkan kualitas produk agar masyarakat yang ingin membeli produk kami merasa nyaman dan puas”. Hal ini juga dijelaskan oleh narasumber ketiga dan keempat, yaitu “produk-produk yang ada apa Allia Tour and Travel merupakan produk dengan harga cukup murah dan memiliki kualitas baik serta memiliki keistimewaan tersendiri dibandingkan biro jasa haji umrah lainnya”. Dan narasumber keempat, yaitu “kualitas produk merupakan hal yang utama untuk suatu produk, seperti halnya produk yang ditawarkan Allia Tour and Travel untuk menarik minat pembeli”.

c. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran adalah kunci untuk mencapai tujuan organisasional yang ditetapkan dalam perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan nilai pelanggan pada pasar

sasaran.⁸⁷ Konsep pemasaran telah ditunjukkan dalam banyak cara dan konsep pemasaran lebih berfokus pada kebutuhan konsumen.

“Konsep pemasaran yang kami gunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan menentukan kebutuhan konsumen dan pasar sasaran dengan menggunakan media online atau offline” (Narasumber 2).

“Kami menggunakan konsep pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran dengan menentukan kebutuhan dan keinginan calon jamaah haji” (Narasumber 3).

“Memenuhi kebutuhan pasar merupakan konsep pemasaran yang Allia Tour and Travel terapkan, karena dengan konsep pemasaran Allia Tour and Travel bisa mencapai tujuan pemasaran yang diharapkan” (Narasumber 4).

Narasumber kedua, ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, konsep pemasaran yang digunakan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya dengan menentukan kebutuhan dan keinginan

⁸⁷Akhmad Sefudin, “Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing mix) 4P ke 4C (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI),” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, (online), jilid 1, No. 1, diakses pada tanggal 23 Juli 2022 dari

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=akhmad+sefudin&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170754192&u=%23p%3DPwxa-RVdTl4J

pasar untuk mencapai tujuan pasar sasaran, sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi dengan baik.

Dari hasil wawancara oleh narasumber kedua, ketiga dan keempat bahwa konsep pemasaran merupakan konsep untuk mencapai tujuan perusahaan dengan cara menentukan kebutuhan pasar. Hal ini dijelaskan oleh narasumber kedua, yaitu “konsep pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan menentukan kebutuhan konsumen dan pasar”. Narasumber ketiga dan keempat juga memiliki penjelasan yang sama, yaitu “konsep pemasaran untuk mencapai tujuan pemasaran dengan menentukan kebutuhan dan keinginan”. Dan narasumber keempat, yaitu “memenuhi kebutuhan pasar merupakan konsep pemasaran dan mencapai tujuan pemasaran yang diharapkan”.

d. Konsep Penjualan

Konsep penjualan adalah menawarkan produk-produk secara teratur karena perusahaan harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif.⁸⁸ Kebanyakan perusahaan

⁸⁸ Akhmad Sefudin, “Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing mix) 4P ke 4C (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI),” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, (online), jilid 1, No. 1, diakses pada tanggal 23 Juli 2022 dari

menggunakan konsep penjualan ketika perusahaan mempunyai kapasitas yang lebih. Dalam bauran pemasaran konsep penjualan menekankan pada pentingnya promosi.⁸⁹

“Konsep penjualan yang kami gunakan untuk mempromosikan produk Allia Tour and Travel dengan baik sehingga calon jamaah menganal dan membeli produk dari kami. Kami mempromosikan tidak hanya di pasar offline tetapi juga online yang lebih berkembang saat ini” (Narasumber 1).

“Sebagai biro jasa travel haji dan umrah, kami memiliki konsep penjualan yang bertujuan untuk mempromosikan produk. Kami memanfaatkan media sosial instagram untuk mempromosikan produk sehingga calon jamaah bisa mengenal produk Allia Tour and Travel melalui media sosial instagram resmi kami” (Narasumber 2).

“Calon jamaah akan membeli produk tetapi tidak semua produk akan dibeli, maka dari itu Allia Tour and Travel

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=akhmad+sefudin&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170754192&u=%23p%3DPwxa-RVdTt4J

⁸⁹ Akhmad Sefudin, “Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing mix) 4P ke 4C (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI),” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, (online), jilid 1, No. 1, diakses pada tanggal 23 Juli 2022 dari

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=akhmad+sefudin&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170754192&u=%23p%3DPwxa-RVdTt4J

menggunakan konsep penjualan yang baik saat mempromosikan setiap produknya dengan offline maupun online” (Narasumber 3).

Narasumber pertama, kedua dan ketiga menjelaskan bahwa, konsep penjualan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, yaitu mempromosikan produk dengan cara offline dan online. Untuk online Allia Tour and Travel menggunakan media sosial yang sekarang sedang berkembang salah satunya adalah instagram. Tujuan mempromosikan produk secara online agar memudahkan calon jamaah untuk memilih produk dan berkomunikasi dengan pihak Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

Dari hasil wawancara narasumber pertama, kedua dan ketiga bahwa konsep penjualan adalah mempromosikan produk yang bertujuan mencapai sasaran pasar. Hal ini dijelaskan oleh narasumber pertama, yaitu “konsep penjualan yang kami gunakan untuk mempromosikan produk Allia Tour and Travel dengan baik sehingga calon jamaah menganal dan membeli produk dari kami”. Hal ini juga dijelaskan oleh narasumber kedua dan ketiga dengan penjelasan yang sama, narasumber kedua, yaitu “konsep penjualan yang bertujuan untuk mempromosikan produk”. Dan narasumber ketiga, yaitu

“konsep penjualan yang baik saat mempromosikan setiap produknya dengan offline maupun online”.

6. Pelaksanaan Strategi Marketing Melalui Media Sosial Instagram Menggunakan Elemen-Elemen Utama Media Sosial Instagram

a. Content Creaton

Content Creaton merupakan orang yang bertugas membuat konten atau memproduksi iklan di media sosial. Menjadi seorang content creaton, diajarkan cara membuat konten iklan yang bisa menarik khalayak. Sebagai content creaton dalam memproduksi iklan dibutuhkan kerja sama tim yang baik, manajemen waktu yang baik dan memiliki ide-ide yang inovatif. Content creaton memiliki tugas yang tidak mudah karena tugas content creaton harus memikirkan ide dan konsep sebuah iklan, tidak hanya konsep iklan content creaton juga memiliki tugas copywriter. Karena content creaton juga harus memikirkan semua komponen yang ada dalam iklan termasuk copy dalam iklan tersebut.

“Pertama, membuat konten yang menarik dan berkualitas, konten yang dibuat seperti foto saat jamaah berziarah di Masjid Quba, Kebun Kuram dan Jabal Uhud. Selain itu, video saat jamaah berkunjung di Kompleks Masjid Nabawi Madinah. Konten yang dibuat harus

memenuhi beberapa aspek, seperti SEO, masyarakat dan lainnya. Kedua, membangun konsistensi branding. Content creation harus mampu merealisasikan strategi dalam bentuk konten yang unik dan menarik, contohnya dalam menggunakan font, warna dan tone yang tepat sesuai dengan brand image perusahaan. Ketiga, membantu perusahaan tampil sebagai expert (ahli). Konten yang relevan membantu masyarakat mengenal perusahaan sebagai ahli dibidangnya. Keempat, mengelola dan membuat strategi konten. Content creation harus mengetahui siapa target pasar dan apa kebutuhan target pasar. Kelima, membuat konten yang mudah ditemukan. Untuk mencapai tujuan content marketing perusahaan membutuhkan strategi SEO, seperti penggunaan kata kunci. Kata kunci yang digunakan allia tour and travel adalah umroh sunnah surabaya” (Narasumber 3).

“Membuat konten menarik dengan ide-ide yang kreatif, harus bisa membuat strategi dalam bentuk konten menarik dan mudah dipahami, membuat konten yang relevan agar masyarakat bisa dengan mudah mengenal perusahaan, harus menguasai target pasar dan kebutuhan target pasar, konten yang mudah ditemukan” (Narasumber 4).

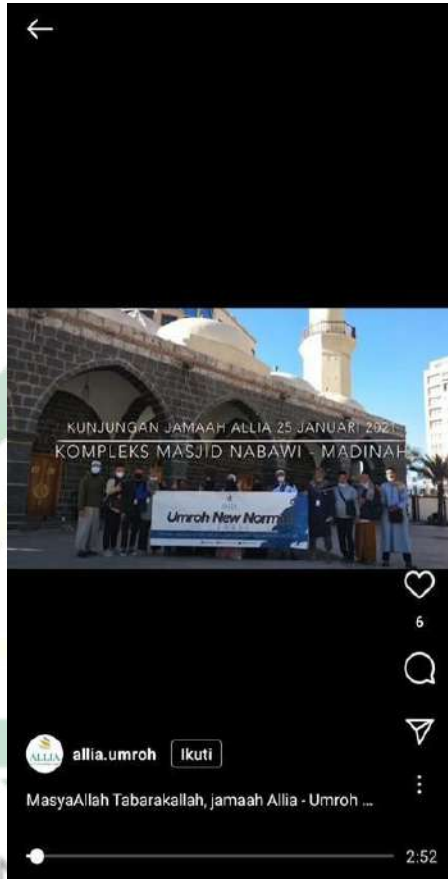
Narasumber ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, content creaton harus bisa membuat konten yang unik dan menarik sehingga membuat masyarakat mengenal perusahaan sebagai ahli dibidangnya, seperti foto saat jamaah berziarah di Masjid Quba, Kebun Kuram dan Jabal Uhud. Selain itu, video saat jamaah berkunjung di Kompleks Masjid Nabawi Madinah. Content creaton harus bisa membangun konsistensi branding yang mampu merealisasikan strategi dalam bentuk konten yang unik dan menarik. Content creaton membantu perusahaan tampil sebagai expert. Content creaton harus mampu mengelola dan membuat strategi konten. Content creaton harus membuat konten yang mudah ditemukan seperti menggunakan kata kunci allia tour and travel umroh hemat berkualitas sesuai sunnah, umroh sunnah surabaya, umroh sesuai sunnah, dan umroh sesuai sunnah surabaya.

Dari hasil wawancara oleh narasumber ketiga dan keempat bahwa content creaton memiliki tugas untuk membuat konten yang menarik sehingga bisa mengundang masyarakat untuk melihat dan membaca apa isi konten tersebut. Hal ini dijelaskan oleh narasumber ketiga, yaitu “konten yang relevan membantu masyarakat mengenal perusahaan sebagai ahli dibidangnya dan

untuk mencapai tujuan content marketing perusahaan membutuhkan strategi SEO, seperti penggunaan kata kunci. Kata kunci yang digunakan allia tour and travel adalah umroh hemat berkualitas sesuai sunnah, umroh sunnah surabaya, umroh sesuai sunnah, dan umroh sesuai sunnah surabaya”. Hal ini juga sama dengan yang dijelaskan oleh narasumber keempat, yaitu “membuat konten menarik dengan ide-ide yang kreatif, harus bisa membuat strategi dalam bentuk konten menarik dan mudah dipahami, membuat konten yang relevan agar masyarakat bisa dengan mudah mengenal perusahaan, harus menguasai target pasar dan kebutuhan target pasar, konten yang mudah ditemukan”.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A



Video saat jamaah berkunjung di
Kompleks Masjid Nabawi
Madinah
Gambar 1.12

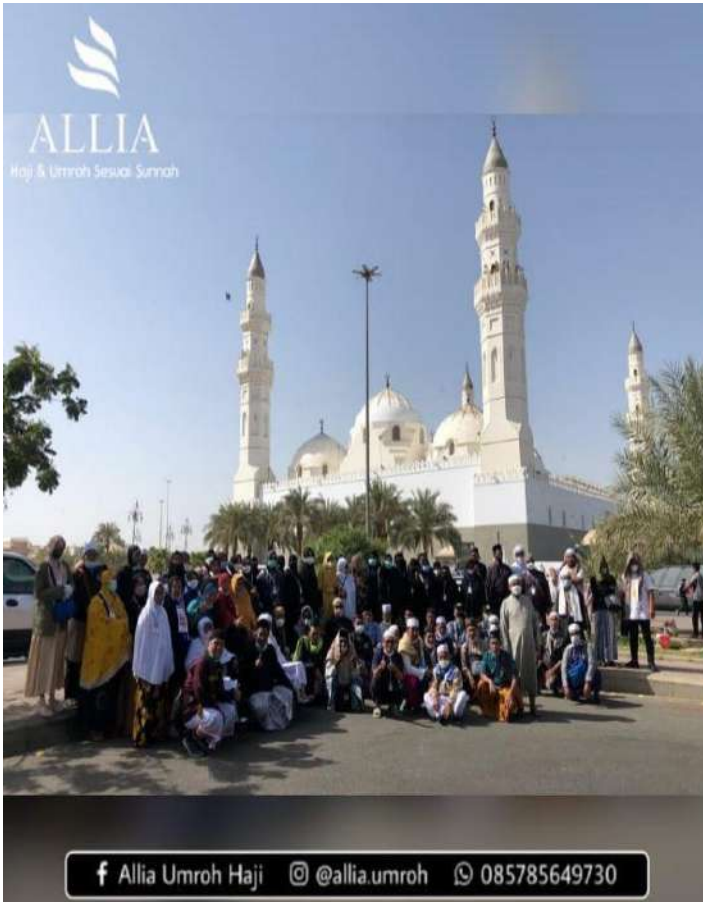


Foto saat jamaah berkunjung di Masjid Quba
Gambar 1.3



Foto saat jamaah berkunjung di Kebun Kurma
Gambar 1.14



Foto saat jamaah berkunjung di Jabal Uhud
Gambar 1.15

ama.umroh
الحمد لله الذي بعمته تتم الصالحات

Teruntuk antum yang merindukan Baitullah
Umroh Sesuai Sunnah Musim 1444H

✈️ UMRAH SUNNAH 13 HARI ✈️
SPESIAL 2X JUMATAN
PLUS THAIF | JABAL MAGNIT | KULINER ARABIAN | TOUR
NUKALY | PERCETAKAN AL QUR'AN

SURABAYA LANGSUNG MADINAH
✈️ By BATIK AIR

Keberangkatan InshaAllah :
25 Agustus 2022

GOLD
HOTEL

🏠 Madinah 6N: Golden Tulip ★★★★★

🏠 Makkah 5N : Elaf Kinda ★★★★★

Harga paket : Rp. 31.950.000

MasyaAllah Tabarakallah....

Silahkan booking / pendaftaran / agen ke:
Consultant & Marketing
Allia Tour & Travel
☎️ 085785649730 | 081335657332
🏠 Graha Pena Lt. 9 Jl. A.Yani No. 88 Surabaya

Note:

- Langsung klik link di bio untuk hub Admin
- Daftar online untuk proses lebih mudah
- Konsultasi pertemuan mohon konfirmasi terlebih dahulu



#umrohsesuaisunnah #umrohsunnah
#umrohsunnahsurabaya
#umrohsunnahhemat

Hastag instagram allia tour and travel
1.16



Kata kunci instagram allia tour and travel

1.17

b. Content Sharing

Content sharing adalah suatu distribusi konten diberbagai platform yang relevan seperti instagram, twitter, facebook dan media sosial lainnya.

Content sharing juga memiliki tugas untuk membagikan konten yang dibuat pada akun sosial yang dimiliki oleh perusahaan.

“Content sharing memiliki tugas untuk membagikan konten yang sudah dibuat ke beberapa akun soaial media yang dimiliki allia tour and travel seperti instagram (allia.umroh), website (<https://alliatour.com/>) dan facebook (allia umroh haji). Berbagi konten bertujuan untuk memberikan informasi terkait produk yang ada dalam perusahaan” (Narasumber 2).

“Melakukan content sharing ke platform media sosial yang dimiliki allia tour and travel seperti instagram (allia.umroh), website (<https://alliatour.com/>) dan facebook (allia umroh haji), perusahaan harus memperhatikan beberapa tips supaya mendapatkan hasil maksimal. Ada beberapa tips yang harus dilakukan, yaitu kenali karakteristik media sosial, sesuaikan konten dengan media sosial, membuat jadwal posting seharibisa memosting dua sampai tiga konten dalam setiap dua hari sekali, optimalkan konten, kenali masyarakat” (Narasumber 3).

Narasumber kedua dan ketiga menjelaskan bahwa, content sharing memiliki tugas untuk membagikan konten ke media sosial yang dimiliki allia tour and travel seperti instagram allia.umroh, website

<https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji dan harus memperhatikan beberapa tips agar content sharing berhasil. Tips yang harus dilakukan antara lain, yaitu kenali karakteristik media sosial, sesuaikan kinten dengan media sosial, membuat jadwal posting sehari bisa memosting dua sampai tiga konten dalam setiap dua hari sekali, optimalkan konten, kenali masyarakat.

Dari hasil wawancara oleh narasumber kedua dan ketiga bahwa content sharing memiliki tugas untuk membagikan konten ke media sosial yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini dijelaskan oleh narasumber kedua, yaitu “content sharing memiliki tugas untuk membagikan konten yang sudah dibuat ke beberapa akun media sosial yang dimiliki allia tout and travel akun soial media seperti instagram allia.umroh, website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji. Berbagi konten bertujuan untuk memberikan informasi terkait produk yang ada dalam perusahaan”. Hal ini juga dijelaskan oleh narasumber ketiga, yaitu “melakukan content sharing ke platform media sosial seperti instagram allia.umroh, website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji, perusahaan harus memperhatikan beberapa tips supaya mendapatkan hasil maksimal”. Pada penelitian ini peneliti lebih fokus dengan

media sosial instagram. Ada beberapa tips yang harus dilakukan, yaitu kenali karakteristik media sosial, sesuaikan kintan dengan media sosial, membuat jadwal posting, optimalkan konten, kenali masyarakat.

c. Connecting

Connecting adalah menghubungkan konten dengan audiens yang tepat sasaran, kemudian mendorong mereka menjadi pelanggan.

“Allia tour and travel mempunyai jaringan yang luas sehingga dapat membangun hubungan dengan lebih banyak orang yang berminat dengan produk Allia tour and travel. Terdapat contact person whatsapp yang bisa dihubungi 085785649730 dan 081335657332, dengan respon lumayan cepat dan baik” (Narasumber 2).

“Dalam peningkatan hubungan dengan masyarakat Allia tour and travel menggunakan connecting yang bertujuan untuk memperluas jaringan, sehingga memudahkan masyarakat untuk mengenal produk-produk yang ada pada allia tour and travel. Masyarakat bisa menghubungi kami untuk membeli produk atau hanya sekedar bertanya-tanya dulu, terdapat contact person whatsapp yang bisa dihubungi 085785649730 dan 081335657332” (Narasumber 3).

“Untuk mengenalkan profil dan produk paket ibadah haji umrah, allia tour and travel memanfaatkan conneting untuk mempermudah pemasaran dan masyarakat yang berminat dengan biro jasa haji dan umrah allia tour and travel, masyarakat bisa menghubungi nomor whatsapp yang sudah tersedia, yaitu 085785649730 dan 081335657332 agar lebih memudahkan masyarakat untuk bertanya-tanya mengenai produk dengan respon cepat” (Narasumber 4).

Narasumber kedua, ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, conneting yang digunakan oleh allia tour and travel haji umrah surabaya sangat penting untuk memperluas jaringan dan dapat membangun hubungan yang menghasilkan lebih banyak bisnis. Conneting juga memudahkan masyarakat untuk mengenal dan produk yang ditawarkan oleh allia tour and travel haji umrah surabaya. Terdapat contact person whatsapp yang bisa dihubungi 085785649730 dan 081335657332, dengan respon lumayan cepat dan baik untuk bertanya atau membeli produk allia tour and travel haji umrah suarabya.

Dari hasil wawancara narasumber kedua, ketiga dan keempat, bahwa conneting bisa menghubungkan konten dengan lebih banyak orang. Hal ini dijelaskan oleh narasumber kedua, yaitu “Allia tour and travel mempunyai

jaringan yang luas sehingga dapat membangun hubungan dengan lebih banyak orang yang berminat dengan produk allia tour and travel. Masyarakat bisa menghubungi kami untuk membeli produk atau hanya sekedar bertanya-tanya dulu, terdapat contact person whatsapp yang bisa dihubungi 085785649730 dan 081335657332”.

Selain itu penjelasan narasumber ketiga, yaitu “dalam meningkatkan hubungan dengan masyarakat Allia Tour and Travel menggunakan connecting yang bertujuan untuk memperluas jaringan, sehingga memudahkan masyarakat untuk mengenal produk-produk yang ada pada Allia Tour and Travel”. Hal ini juga dijelaskan oleh narasumber keempat, yaitu “untuk mengenalkan profil dan produk paket ibadah haji umrah, Allia Tour and Travel memanfaatkan conneting untuk mempermudah pemasaran dan masyarakat yang berminat dengan biro jasa haji dan umrah Allia Tour and Travel”.

d. Community Building

Community building adalah sebuah komunitas online besar individu dimana terjadinya interaksi antara manusia yang tinggal di seluruh dunia dengan

menggunakan media sosial.⁹⁰ Dengan adanya community building perusahaan lebih mudah berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang di seluruh dunia.

“Komunitas online merupakan cara berinteraksi dengan masyarakat di seluruh dunia dengan memanfaatkan media sosial yang ada pada Allia Tour and Travel, dengan adanya komunitas online memudahkan pihak Allia Tour and Travel mengetahui berita terbaru di Mekkah dan Madinah secara online. Allia tour and travel bekerja sama dengan hotel di Mekkah, yaitu: Movenpick, Marriot Jabal Omar dan hotel di Madinah, yaitu: Movenpick Anwar, Nozol Royal Inn Hotel, Rawda Royal Inn dan al Nokhba Royal Inn. Seperti halnya sekarang berita tentang covid19 yang ada di dunia terutama di Mekkah dan Madinah yang mengakibatkan ibadah haji dan umrah ditunda, Allia Tour and Travel selalu mengikuti komunitas online untuk

⁹⁰ Mochamad Aji Purnomo, Harrie Lutfie, “Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness SV. Indolecture Pramadana Kreasi Tahun 2019,” *Jurnal eProceedings of Applied Science*, (online), jilid 5, No. 2, diakses pada tanggal 23 Juli 2022 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=mochamad+aji+purnomo&oq=moc#d=gs_qabs&t=1660170836387&u=%23p%3D9Bn9sE9nONcJ

mengetahui perkembangan covid19 di Mekkah dan Madinah, jika keadaan sudah membaik dan pemerintah membolehkan ibadah haji dan umrah Allia Tour and Travel juga akan memberangkatkan jamaah haji dan umrah yang sudah mendaftar” (Narasumber 3).

“Allia Tour and Travel mengikuti community building atau komunikasi online yang sangat berpengaruh untuk kemajuan Allia Tour and Travel. Community building tak hanya berinteraksi dengan masyarakat di Indonesia saja melainkan di seluruh dunia terutama Mekkah dan Madinah. Community building memberikan kemudahan untuk Allia Tour and Travel untuk mencari informasi secara online dan bekerjasama dengan panitia haji dan umrah di Mekkah dan Madinah serta memudahkan untuk bekerjasama dengan pihak hotel dan tempat halal tour yang sudah menjadi salah satu produk dari allia tour and travel. Pihak hotel yang telah bekerja sama dengan allia tour and travel antara lain, hotel di Mekkah, yaitu: Movenpick, Marriot Jabal Omar dan hotel di Madinah, yaitu: Movenpick Anwar, Nozol Royal Inn Hotel, Rawda Royal Inn dan al Nokhba Royal Inn.” (Narasumber 4).

Narasumber ketiga dan keempat menjelaskan bahwa, community building

atau komunitas online sangat berpengaruh bagi penyelenggara biro jasa haji dan umrah. Community building merupakan cara berinteraksi dengan orang di seluruh dunia terutama di Mekkah dan Madinah serta memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi secara online terkait ibadah haji dan umrah. Allia tour and travel melakukan community bulding untuk bekerja sama dengan hotel di Mekkah dan Madinah, yaitu Mekkah Movenpick, Marriot Jabal Omar dan Madinah Movenpick Anwar, Nozol Royal Inn Hotel, Rawda Royal Inn dan al Nokhba Royal Inn.

Dari hasil wawancara oleh narasumber ketiga dan keempat bahwa community building adalah komunikasi secara online dengan banyak orang di seluruh dunia. Hal ini dijelaskan oleh narasumber ketiga, yaitu “komunitas online merupakan cara berinteraksi dengan masyarakat di seluruh dunia dengan memanfaatkan media sosial yang ada pada Allia Tour and Travel, dengan adanya komunitas online memudahkan pihak Allia Tour and Travel mengetahui berita terbaru di Mekkah dan Madinah secara online”. Hal ini juga dijelaskan oleh narasumber keempat, yaitu “community building tak hanya berinteraksi dengan masyarakat di Indonesia saja melainkan di seluruh

dunia terutama Mekkah dan Madinah”. Community building memberikan kemudahan untuk Allia Tour and Travel untuk mencari informasi secara online dan bekerjasama dengan panitia haji dan umrah di Mekkah dan Madinah serta memudahkan untuk bekerjasama dengan pihak hotel dan tempat halal tour yang sudah menjadi salah satu produk dari Allia Tour and Travel. Allia tour and travel melakukan community bulding untuk bekerja sama dengan hotel di Mekkah dan Madinah, yaitu Mekkah Movenpick, Marriot Jabal Omar dan Madinah Movenpick Anwar, Nozol Royal Inn Hotel, Rawda Royal Inn dan al Nokhba Royal Inn.

7. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Menggunakan Bauran Pemasaran

a. Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk dibeli dan digunakan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pembeli. Produk didefinisikan sebagai kumpulan dari barang-barang yang nyata maupun tidak nyata, termasuk warna, kemasan, harga, merek dan kuailitas. “Produk yang ada di Allia Tour and Travel adalah perjalanan Haji dan Umrah. Namun Allia Tour and Travel memiliki produk lain yaitu Halal Tour yang melayani perjalanan wisata ke negara tujuan pilihan yang dikemas dengan

jaminan makanan dan minuman halal selama program, serta tetap menjaga syariat Islam seperti mengingatkan waktu shalat dan menyediakan tempat shalat yang representatif selama program” (Narasumber 1).

Narasumber pertama menjelaskan, bahwa produk Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya adalah perjalanan haji, umrah dan halal tour. Pernyataan narasumber pertama dengan narasumber kedua dan narasumber ketiga memiliki kesamaan, sebagai berikut:

“Produk sudah dipastikan merupakan produk haji, umrah dan halal tour. Terdapat pilihan paket untuk haji dan umrah” (Narasumber 2).

“Tersedia paket haji dan umrah untuk produk yang ditawarkan kepada calon jamaah, tetapi juga ada paket halal tour sesuai program” (Narasumber 3).

Narasumber kedua dan ketiga menjelaskan bahwa produk Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya kepada konsumen atau calon jamaah merupakan paket perjalanan haji dan umrah. Namun Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga menyediakan produk lainnya seperti paket perjalanan halal tour sesuai program.

Dari hasil wawancara narasumber pertama, kedua dan ketiga menjelaskan bahwa produk Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya merupakan paket

ibadah haji, umrah dan halal tour sesuai program. Hal ini sesuai penjelasan narasumber pertama, kedua dan ketiga, yaitu “produk yang ada di Allia Tour and Travel adalah perjalanan Haji dan Umrah. Namun Allia Tour and Travel memiliki produk lain yaitu Halal Tour yang melayani perjalanan wisata ke negara tujuan pilihan yang dikemas dengan jaminan makanan dan minuman halal selama program”.

b. Harga

Harga adalah jumlah uang untuk mendapatkan produk atau layanan.⁹¹ Harga merupakan salah satu variabel pemasaran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dan harga sangat mempengaruhi besarnya volume penjualan serta laba yang dicapai oleh perusahaan.

“Harga yang Allia Tour and Travel berikan kepada calon jamaah untuk bergabung dengan Allia Tour and Travel cukup bervariasi tergantung pada pilihan paket produk. Contohnya paket umrah yang tersedia di Allia Tour and Travel

⁹¹ Dita A, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan,” (Medan: Jurnal Keuangan dan Bisnis, Universitas Negeri Medan, Maret 2010), (online), jilid 2, No. 1, diakses pada tanggal 23 Juli 2022 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=dita+a+pengaruh+harga+dan+kualitas+produk&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170940166&u=%23p%3D_eZvCLC0XdAJ

yang pertama ada paket umrah konsorsium 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Fachry Pernama. Dengan harga paket Rp 24.500.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Kedua ada paket umrah 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Ma'ruf Nursalam, Lc. Dengan harga paket Rp 26.950.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Ketiga ada paket umrah konsorsium 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Muhammad Yudo M.Pd. Dengan harga paket Rp 24.500.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Keempat ada paket umrah konsorsium 10 hari bersama dan dibimbing langsung oleh Ustadz Asatizah Ahlus Sunnah. Dengan harga paket Rp 27.500.000 juta, jamaah akan terbang dengan pesawat Lion Air Premium SUB-JED. Sedangkan untuk haji disini Allia Tour and Travel mempunyai paket Haji Plus VIP 2027 dengan harga paket \$12.500 dan DP porsi awal \$4.500, jamaah akan terbang dengan pesawat Saudi Airlines Direct Jakarta-Jeddah-Madinah dan harga visa pemerintah atau masa tunggu enam tahun” (Narasumber 2).

“Allia Tour and Travel sudah memiliki website resmi sebagai media iklan atau

promosi. Dalam website tersebut sudah tertera harga produk paket haji dan umrah, mulai dari harga paket umrah promo dan paket umrah murah. Selain website, Allia Tour and Travel juga menggunakan media sosial instagram yang sama-sama berperan penting dalam mengiklankan harga produk paket haji dan umrah. Harga paket yang dipromosikan bermacam-macam ada paket umrah konsorsium 10 dengan harga paket Rp 24.500.000 juta, paket umrah 10 hari dengan harga paket Rp 26.950.000 juta, paket umrah konsorsium 10 hari dengan harga paket Rp 24.500.000 juta, paket umrah konsorsium 10 hari dengan harga paket Rp 27.500.000 juta. Semua harga sudah termasuk pesawat, hotel, makan dan perlengkapan jamaah” (Narasumber 3).

Narasumber kedua dan ketiga menjelaskan bahwa, harga yang ditetapkan oleh Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya sudah disesuaikan dengan produk dan pemasaran yang telah dipilih oleh pelanggan. Harga paket ibadah haji, umrah dan halal tour juga menyesuaikan dari penghasilan calon konsumen.

Dari hasil wawancara narasumber kedua dan ketiga menjelaskan bahwa setiap produk memiliki harga bervariasi. Penyesuaian harga disesuaikan dengan paket produk masing-masing. Hal ini

dijelaskan oleh narasumber kedua dan ketiga, yaitu “untuk harga yang diberikan kepada calon jamaah sangat bervariasi, tergantung paket yang dipilih”.

c. Tempat

“Allia Tour and Travel memiliki tempat yang cukup strategis dan mudah dijangkau bagi customer dengan alamat di Ruko Gayungsari Jl. Gayungsari Barat No.103D Surabaya. Pada akhir tahun 2021 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya akan pindah tempat di Gedung Graha Pena Lantai 9. Sedangkan allia tour and travel juga mempunyai alamat media sosial yang bisa dihubungi, yaitu instagram [allia.umroh](#), website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji ” (Narasumber 3).

“Tempat Allia Tour and Travel telah menyesuaikan pasar yang ada dan telah menyederhanakan jangkauan bagi customer yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah. Dengan alamat di Ruko Gayungsari Jl. Gayungsari Barat No.103D Surabaya. Pada akhir tahun 2021 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya akan pindah tempat di Gedung Graha Pena Lantai 9. Sedangkan allia tour and travel juga mempunyai alamat media sosial yang lebih memudahkan masyarakat dan bisa dihubungi, yaitu instagram [allia.umroh](#), website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji” (Narasumber 4).

Narasumber ketiga dan keempat menjelaskan, bahwa tempat atau kantor yang sekarang memiliki lokasi yang cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. dengan alamat di Ruko Gayungsari Jl. Gayungsari Barat No.103D Surabaya. Pada akhir tahun 2021 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya akan pindah tempat di Gedung Graha Pena Lantai 9. Sedangkan allia tour and travel juga mempunyai alamat media sosial yang bisa dihubungi, yaitu instagram [allia.umroh](#), website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji.

Dari hasil wawancara narasumber ketiga dan keempat menjelaskan bahwa Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memiliki lokasi yang strategis. Hal ini dijelaskan oleh narasumber ketiga, yaitu “Allia Tour and Travel memiliki tempat yang cukup strategis dan mudah dijangkau bagi masyarakat dengan alamat di Ruko Gayungsari Jl. Gayungsari Barat No.103D Surabaya. Pada akhir tahun 2021 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya akan pindah tempat di Gedung Graha Pena Lantai 9. Sedangkan allia tour and travel juga mempunyai alamat media sosial yang bisa dihubungi, yaitu instagram [allia.umroh](#), website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji”. Dan narasumber keempat,

yaitu “tempat Allia Tour and Travel telah menyesuaikan pasar yang ada dan telah menyederhanakan jangkauan bagi masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah dengan alamat di Ruko Gayungsari Jl. Gayungsari Barat No.103D Surabaya. Pada akhir tahun 2021 Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya akan pindah tempat di Gedung Graha Pena Lantai 9. Sedangkan allia tour and travel juga mempunyai alamat media sosial yang bisa dihubungi, yaitu instagram [allia.umroh](https://www.instagram.com/allia.umroh), website <https://alliatour.com/> dan facebook allia umroh haji”.

d. Promosi

Promosi adalah proses komunikasi dan arus informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan masyarakat pada tindakan yang menciptakan kegiatan pertukaran dalam pemasaran. Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Promosi bukan saja berfungsi untuk alat komunikasi antara penjual dan pembeli, melainkan juga sebagai alat untuk mengajak konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. “Promosi yang dilakukan menggunakan media sosial, digital dan sales promotion. Untuk media sosial Allia Tour and

Travel melalui website <https://alliatour.com/>, facebook allia umroh haji dan instagram allia.umroh. Sedangkan sales promotion membuka stand dan menyebarkan brosur ditempat yang menjadi sasaran pemasaran” (Narasumber 2).

“Promosi yang dilakukan menggunakan promosi pemasaran online dan offline. Promosi online menggunakan media sosial instagram allia.umroh, facebook allia umroh haji dan website <https://alliatour.com/>. Untuk promosi offline menggunakan tim sales Allia Tour and Travel” (Narasumber 3).

Narasumber kedua dan ketiga menjelaskan, bahwa promosi yang dilakukan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya adalah promosi secara online dan offline. Untuk promosi online Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya memanfaatkan media sosial yang sekarang sedang berkembang, seperti website <https://alliatour.com/>, facebook allia umroh haji dan instagram allia.umroh. Sedangkan offline Allia Tour and Travel Haji Umrah menggunakan jasa marketing atau sales. Dalam penelitian ini peneliti lebih berfokus dengan promosi yang menggunakan media sosial instagram

Dari hasil wawancara dengan narasumber kedua dan ketiga, promosi yang dilakukan oleh Allia Tour and

Travel Haji Umrah Surabaya adalah pemasaran online atau menggunakan media sosial. Hal ini dijelaskan oleh narasumber kedua, yaitu “promosi yang dilakukan menggunakan media sosial, digital dan sales promotion. Untuk media sosial Allia Tour and Travel melalui website <https://alliatour.com/>, facebook allia umroh haji dan instagram allia.umroh”. Dan narasumber ketiga menjelaskan bahwa “promosi yang dilakukan online menggunakan media sosial website <https://alliatour.com/>, facebook allia umroh haji dan instagram allia.umroh. Selain promosi secara online Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga melakukan promosi secara online”. Hal ini dijelaskan oleh narasumber kedua, yaitu “sedangkan pemasan offline menggunakan sales promotion membuka stand dan menyebarkan brosur ditempat yang menjadi sasaran pemasaran”. Dan narasumber ketiga menjelaskan bahwa “untuk promosi offline menggunakan tim sales Allia Tour and Travel”. Dalam penelitian ini peneliti lebih berfokus dengan promosi yang menggunakan media sosial instagram.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, bahwa:

1. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Penerapan strategi pemasaran melalui instagram agar memudahkan konsumen atau calon jamaah untuk membeli produk dari allia tour and travel dan memberikan pelayanan terbaik. Penerapan pemasaran melalui instagram sangat memudahkan bagi allia tour and travel, karena dengan penerapan pemasaran melalui instagram produk yang allia tour and travel promosikan dikenal banyak orang, tidak hanya dari kalangan anak muda tetapi dari kalangan orang tua pun juga mengenal produk allia tour and travel dari instagram.

2. Penerapan Strategi Marketing Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya dengan Menggunakan Fitur-Fitur Instagram

- a. Follower, setiap pengikut pasti akan mendapatkan pemberitahuan mengenai postingan atau unggahan terbaru dari akun instagram yang diikuti. Keuntungan memiliki banyak follower, agar dikenal dan dipercaya banyak orang.
- b. Posting Foto dan Video, memosting foto dan video untuk berbisnis harus sering

dilakukan, disarankan untuk memosting foto dan video bisa kobsisten posting setiap hari agar memberikan rasa percaya pada konsumen jika produk dan akun instagram dapat dipercayai

- c. Insta Story, salah satu fitur dari instagram yang berguna untuk berbagi cerita keseharian dalam bentuk teks, video singkat, foto ataupun gambar. Unggahan insta story hanya berjalan 24 jam, jika sudah 24 jam insta story secara otomatis akan hilang dari instagram. Allia tour and travel setiap hari membuat insta story tentang harga paket haji umrah, berita terbaru dari mekkah dan madinah, foto atau video jamaah di mekkah dan madinah.

3. Proses Strategi Marketing Melalui Instagram yang dilakukan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Proses strategi instagram marketing yang dilakukan Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya adalah Pertama, mencari calon customer yang potensial. Kedua, membuat guidelines profil instagram. Ketiga, membuat konten yang berkualitas. Keempat, berkomunikasi dengan follower melalui komentar atau pesan (DM). Kelima, memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di instagram.

4. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya

Media sosial instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya yang bernama

“allia.umroh”, peneliti memaparkan beberapa hal yang penting didalamnya diantaranya sebagai berikut:

- a. Tampilan profil dan laman utama Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.
 - b. Konten instagram “allia.umroh”, memiliki konten pada setiap postingannya yaitu: foto, video dan story.
 - c. Komentar para konsumen merupakan salah satu wadah untuk saling berkomunikasi.
5. Konsep Strategi Marketing Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya
- a. Konsep Produksi
Konsep produksi adalah dengan mengamati minat pelanggan mulai dari harga yang terjangkau, jenis produk baik merupakan barang maupun jasa dan pelanggan menyukai produk yang sudah tersedia.
 - b. Konsep Produk
Konsep produk yang berkualitas memiliki daya tarik tersendiri maka dari itu perusahaan sangat mementingkan kualitas produk agar masyarakat yang ingin membeli produk dari perusahaan tersebut merasa nyaman dan puas.
 - c. Konsep Pemasaran
Konsep pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan memenuhi kebutuhan konsumen dan pasar sasaran.

d. Konsep Penjualan

Konsep penjualan yang digunakan perusahaan untuk mempromosikan produk. Perusahaan mempromosikan produk tidak hanya di pasar offline tetapi juga online yang lebih berkembang saat ini.

6. Pelaksanaan Strategi Media Sosial Marketing Menggunakan Elemen-Elemen Utama Media Sosial Marketing

a. Content Creation

Tugas content creation adalah membuat konten dengan isi konten yang harus disesuaikan dengan format yang ada pada media sosial Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya. Dari hasil diatas maka pengoptimalkan konten Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya terdapat berbagai hal diantaranya sebagai berikut:

- 1) Membuat konten menarik dengan ide-ide yang kreatif, menarik dan berkualitas.
- 2) Membutuhkan strategi SEO seperti penggunaan kata kunci dan hastag instagram allia tour and travel, yaitu “umroh sunnah surabaya”
- 3) Membangun konsistensi branding.
- 4) Membantu perusahaan tampil sebagai expert.
- 5) Mengelola dan membuat strategi konten.

6) Membuat konten yang mudah ditemukan.

b. Content Sharing

Tugas content sharing adalah membagikan konten ke platform media sosial. Terdapat tips agar mendapatkan hasil maksimal, yaitu:

- 1) Kenali karakteristik media sosial.
- 2) Sesuaikan konten dengan media sosial.
- 3) Membuat jadwal posting.
- 4) Optimalkan konten.
- 5) Kenali masyarakat.

c. Connecting

Connecting adalah meningkatkan hubungan dengan masyarakat Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya menggunakan connecting yang bertujuan untuk memperluas jaringan, sehingga memudahkan masyarakat untuk mengenal produk-produk yang ada pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya.

d. Community Building

Community building adalah cara berinteraksi dengan masyarakat di seluruh dunia dengan memanfaatkan media sosial yang ada pada Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, dengan adanya komunitas online memudahkan pihak Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya mengetahui berita terbaru yang ada di Mekkah dan Madinah secara online.

7. Penerapan Strategi Marketing Melalui Instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya Menggunakan Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Tempat dan Promosi)
 - a. Produk yang dijual adalah paket ibadah haji, umrah dan halal tour.
 - b. Harga yang ditetapkan bervariasi menyesuaikan paket produk yang dipilih.
 - c. Tempat Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya sangat strategis sehingga memudahkan masyarakat untuk mendatanginya.
 - d. Promosi yang dilakukan oleh Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya adalah mempromosikan produk secara online menggunakan media sosial yang dimiliki Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, selain itu Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya juga melakukan promosi dengan offline dengan jasa timarketing yaitu sales promotion.

B. Saran Peneliti

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh sebelumnya maka dapat disimpulkan, bahwa pengoptimalan konten dan fitur dalam media sosial instagram milik Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya perlu ditingkatkan lagi. Sebagai contoh konten yang ada pada instagram Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya yang masih tergolong sederhana tanpa adanya pembaruan dan kurangnya fitur tambahan didalamnya. Fitur yang bisa Allia Tour and Travel tambahkan adalah fitur shop, fitur shop merupakan fitur

baru untuk pelaku bisnis yang promosinya melalui media sosial instagram. Tujuan penambahan fitur shop untuk memungkinkan akun pengguna menampilkan produk yang dijual seperti produk yang diletakkan pada etalase toko.

Saran peneliti merupakan salah satu saran yang keluar dari pendapat peneliti melalui temuan-temuan yang ada pada penelitian ini. Semoga, saran ini bisa menjadi masukan yang bermanfaat dan berkenan bagi Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya, sehingga dapat memiliki sistem perencanaan strategi instagram marketing dengan baik dimasa yang akan datang.

C. Keterbatasan Peneliti

Keterbatasan penelitian yang dilakukan di Allia Tour and Travel Haji Umrah Surabaya adalah pertemuan antara peneliti dengan narasumber. Pertemuan ini sangat penting dalam mencari informasi terkait apa yang diteliti oleh peneliti. Hal ini mempengaruhi hasil dari penelitian yang kurang baik dalam mengumpulkan data yang sesuai dengan kebutuhan. Data yang didapat oleh peneliti merupakan hasil dari usaha peneliti yang terus menerus menghubungi dan mendatangi langsung kantor guna mendapatkan informasi yang valid.

Tidak mudah mendapatkan data dan informasi di sebuah perusahaan besar dengan masih adanya pandemi covid-19. Hal inilah yang membuat perusahaan memperketat pengamanan bagi semua yang akan melakukan kontak dengan karyawan yang ada didalam. Sehingga peneliti tetap mencari cara dengan terus menghubungi dan mendatangi kantor, guna mencari data dan informasi yang valid.

Dengan keterbatasan penelitian tersebut, peneliti mengharapkan kritik maupun saran yang dapat

dijadikan masukan dalam menciptakan penelitian dengan konteks yang sama oleh peneliti lain, agar peneliti selanjutnya dapat memperbaiki penelitian ini dengan lebih baik lagi di masa mendatang, sehingga penelitian dengan konteks menggunakan sistem koordinasi dapat menjadi penelitian yang lebih menarik lagi yang nantinya akan diteliti oleh peneliti lainnya di masa mendatang khususnya di masa setelah pandemi covid-19 ini berakhir.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, Al Baqarah : 196.
Al-Qur'an, Al Jumu'ah : 10.
- Bagus., "Penjelasan Insight Story Instagram (pertanda kalau story ig kamu di sukai follower)". YouTube, diunggah oleh Bagus icy, diakses pada tanggal 22 Juli 2021 dari <https://youtu.be/n9BOBr56BvE>.
- Dita, A., "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Majestyk Bakery & Cake Shop Cabang H.M. Yamin Medan," (Medan: Jurnal Keuangan dan Bisnis, Universitas Negeri Medan, Maret 2010), (online), jilid 2, No. 1, diakses pada tanggal 23 Juli 2022 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=dita+a+pengaruh+harga+dan+kualitas+produk&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170940166&u=%23p%3D_eZvCLC0XdAJ
- Effendy, O.U., *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung : Rosdakarya, 1997), 32.
- Fauzi, V.P., "Pemanfaatan Instagram Sebagai Sosial Media Marketing Er-Corner Boutique dalam Membangun Brand Awareness Kota Pekanbaru," *Jurnal of Management FISIP*, (online), jilid 3, No. 1, diakses pada November 2021 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=viny+putri+fauzi&oq=viny#d=gs_qabs&t=1660170305846&u=%23p%3DId_VIHQ7iSzMJ
- Feroza, C.S & Misnawati, D., "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun

- @Yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan,” *Jurnal Inovasi*, (online), jilid 14, No. 1, diakses pada tanggal 22 Juli 2022 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=cindie+media+komunikasi&oq=cindie+media+kom#d=gs_qabs&t=1660170581234&u=%23p%3Da954c-nGnDsJ
- Haekal, M.M., “*Strategi Instagram Marketing yang Wajib Anda Coba di 2021*”. diakses pada November 2021 dari <https://www.niagahoster.co.id/blog/wp-content/uploads/2020/02/Strategi-Instagram-Marketing-yang-Wajib-Anda-Coba-di-2020-Terlengkap-Featured-Image.png>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, diakses pada tanggal 10 Mei 2021 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/strategi>.
- Kasmir., *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi. (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), 197-199.
- Kasmir., *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi. (Jakarta : PT. Rajawali Pers, 2012), 59.
- Kusuma, D.F & Sugandi, M.S., “Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts,” *Jurnal Manajemen Komunikasi*, (online), jilid 3, No. 1, diakses pada Maret 2021 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=diana+fitri+kusuma%2C+mohamad+syahriar+donuts&oq=di#d=gs_qabs&t=1660169969852&u=%23p%3DF03QFSCati4J
- Mahardhika, W.B & Sunariani, N.N., “Strategi Pemasaran Produk Makanan Catering Melalui

- Media Sosial Instagram,” *Jurnal Manajemen Bisnis*, (online), jilid 16, No. 1, diakses pada tanggal 22 Juli 2022 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=wayan+budi+mahardika%2C+nnyoman+sunariani+strategi+pemasraan+produk+makanan&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170492834&u=%23p%3Du6reu4vgqlUJ
- Purnomo, M.A & Lutfie, H., “Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness SV. Indolecture Pramadana Kreasi Tahun 2019,” *Jurnal eProceedings of Applied Science*, (online), jilid 5, No. 2, diakses pada tanggal 23 Juli 2022 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=mochamad+aji+purnomo&oq=moc#d=gs_qabs&t=1660170836387&u=%23p%3D9Bn9sE9nONcJ
- Raya, A.T & Mulia, S.M., *Melayani Seluk-beluk Ibadah Dalam Islam*. (Bogor : Kencana, 2003), 227.
- Romadhon, G., “Keuntungan Memiliki Jumlah Followers Banyak Di Instagram”. YouTube, diunggah oleh Rintisan Startup, diakses pada tanggal 26 Januari 2020 dari <https://youtu.be/YV5MIxd3npU>.
- Sarwono, J., *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006), 209.
- Sefudin, A., “Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing mix) 4P ke 4C (Studi Kasus pada Universitas Indraprasta PGRI),” *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, (online), jilid 1, No. 1, diakses pada tanggal 22 Juli 2022 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_s

[dt=0%2C5&q=akhmad+sefudin&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170754192&u=%23p%3DPwxa-RVdTt4J](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=akhmad+sefudin&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170754192&u=%23p%3DPwxa-RVdTt4J)

Sukmadinata, N.S., *Metode Penelitian Pendidikan*. (Bandung : PT. Remaja Rosda Karya, 2007), 60.

Syafi, I., “Berapa Kali Idealnya Upload Postingan di Instagram”. YouTube, diunggah oleh Satoeasa, diakses pada tanggal 29 Maret 2021 dari https://youtu.be/_f-O3XZwQI4.

Triyanto, W.A., “Algoritma K-Medoids Untuk Penentuan Strategi Pemasaran Produk,” *Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, (online), jilid 6, no. 1, diakses pada Maret 2021 dari

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=wiwit+agus+triyanto+algoritma&oq=wiwi#d=gs_qabs&t=1660170222151&u=%23p%3Dpy_U_1MP50AJ

Undang Undang Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji, Penjelasan Umum.

Umar, H., *Strategi Management in Action*. (Jakarta : PT. Gramedia Pusaka Utama, 2001), 31.

Untari, D & Fajariana, D.E., “Stratrgi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram Studi Deskriptif Pada Akun Subur Batik,” *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, (online), jilid 2, No. 2, diakses pada Maret 2021 dari https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=dwi+untari%2C+dewi+endah&btnG=#d=gs_qabs&t=1660170105475&u=%23p%3DZF-v3DdovsEJ