

**ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM
PENINGKATAN JUMLAH JAMAAH PRODUK
UMRAH PASCA PANDEMI COVID-19 DI PT EBAD AL
RAHMAN WISATA SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Guna Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh :

**Laili Atiqoh
NIM. B74219044**

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

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Laili Atiqoh

NIM : B74219044

Program Studi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan jujur dan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Promosi dalam Peningkatan Jumlah Jamaah Produk Umrah Pasca Pandemi Covid-19 di PT Ebad Al Rahman wisata Sidoarjo”** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Jika dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 25 Desember 2023

Yang membuat pernyataan



Laili Atiqoh

B74219044

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Laili Atiqoh
NIM : B74219044
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : Analisis Strategi Promosi dalam Peningkatan Jumlah Jamaah Produk Umrah Pasca Pandemi Covid-19 di PT Ebad Al Rahman wisata Sidoarjo.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 12 Desember 2023
Dosen Pembimbing,



Moh. Ilham, MM
NIP. 199101222020121010

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM
PENINGKATAN JUMLAH JAMAAH PRODUK
UMRAH PASCA PANDEMI COVID-19 DI PT
EBAD WISATA AL RAHMAN SIDOARJO

SKRIPSI

Disusun Oleh

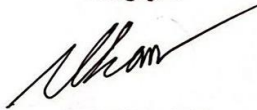
Laili Atiqoh

B74219044

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana
Strata Satu

Pada tanggal 19 Desember 2023

Penguji I



Moh. Ilham, MM
NIP. 199101222020121010

Penguji II



Dra. Imas Maesarah, Dip.IM-Lib., M.Lib., Ph.D
NIP. 196605141992032001

Penguji III



Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 196610242014111001

Penguji IV



Yunita Ardilla, S.Kom., M.MT
NIP. 199206042020122015

Surabaya, 19 Desember 2023



Dr. Muhammad Chagwil Arif, S.Ag. M.Fil.i
NIP. 198710171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@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 : LAILI ATIQOH
NIM : B74219044
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI
E-mail address : lailiatiqoh12@gmail.com

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

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI PROMOSI DALAM PENINGKATAN
JUMLAH JAMA'AH PRODUK UMRAH PASCA PANDEMI
COVID-19 DI PT EBAD AL RAHMAN WISATA SIDOARJO

berserta 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, 04 Agustus 2025

Penulis


(LAILI ATIQOH)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Laili Atiqoh, B74219044. *Analisis Strategi Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Jamaah Produk Umrah Pasca Pandemi Covid-19 di PT Ebad Al Rahman wisata Sidoarjo.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Strategi promosi apa yang digunakan dalam meningkatkan jumlah jamaah produk umrah di PT Ebad Al Rahman Wisata Sidoarjo pasca pandemi. (2) mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi promosi dalam meningkatkan jumlah jamaah produk umrah di PT Ebad Al Rahman Wisata Sidoarjo pasca pandemi.

Fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan strategi promosi dalam meningkatkan jumlah jamaah di PT. Ebad Al Rahman Wisata Sidoarjo. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Dengan data yang diperoleh ialah melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Strategi promosi merupakan hal penting untuk mengkomunikasikan produk kepada konsumen agar konsumen dapat membeli produk yang diiklankan oleh perusahaan. Namun, di masa pandemi Covid-19, aktivitas bisnis dan mobilisasi normal, termasuk perjalanan ke Baitullah, terhambat oleh penutupan Baitullah dan pemberlakuan peraturan PPKM di Indonesia. Hal ini menjadi tantangan bagi para pelaku usaha travel umrah agar dapat terus menunjang usahanya. Tidak semua travel umrah mampu bertahan dalam situasi seperti ini. Ebad Wisata Travel merupakan perusahaan travel yang menjawab tantangan industri pariwisata umrah di masa pandemi Covid-19.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) strategi promosi yang dilakukan oleh PT Ebad Al Rahman Wisata dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah yaitu dengan menggunakan bauran promosi. Bauran promosi yang digunakan yaitu, periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), dan juga hubungan masyarakat (*public relation*). Serta mengadakan webinar dan juga pameran travel dengan

pemberian diskon pembelian yang paling memberikan dampak positif terhadap minat calon jamaah. Dari hal-hal yang dilakukan tersebut strategi promosi yang diterapkan oleh PT Ebad Al Rahman isata dinyatakan berhasil karena mampu memberangkatkan 500 jamaah pasca pandemi covid-19.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Bauran Promosi, umrah, Covid-19.



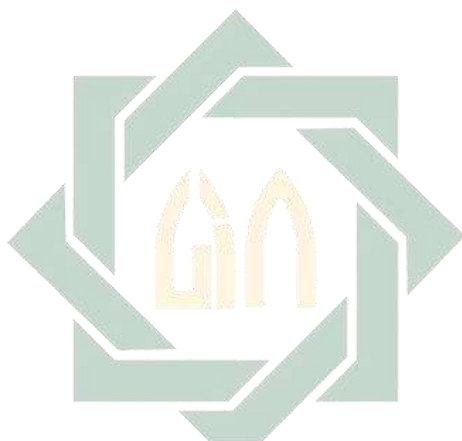
UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI Error! Bookmark not defined.	
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Definisi Konsep.....	10
F. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II KAJIAN TEORITIK	14
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Kerangka Teoritik.....	21
1.Strategi	21
2.Promosi.....	26
3.Strategi promosi	27

4. Produk	30
5. Covid 19	32
6. Umroh.....	34
7. Strategi Promosi Menurut Perspektif Islam	37
Kerangka Berpikir.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Jenis dan Sumber Data.....	43
1. Jenis Data	43
2. Sumber Data.....	43
D. Tahap-tahap Penelitian.....	45
1. Tahap Pra Penelitian.....	45
2. Tahap Pelaksanaan Penelitian.....	49
3. Tahap Analisis Data	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50
a. Observasi	50
b. Wawancara	52
c. Dokumentasi.....	53
F. Teknik Validitas Data.....	54
G. Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV PEMBAHASAN PENELITIAN	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56

1.Profil PT. Ebad Wisata.....	56
2.Visi dan Misi PT. Ebad Wisata	58
3.Struktur Organisasi PT. Ebad Wisata.....	59
B. Penyajian Data.....	60
1.Strategi Promosi di Ebad Wisata.....	61
2.Target Jamaah Umrah Travel Ebad Wisata Sidoarjo.	75
3.Konsep Penentuan Harga Produk Paket Umrah Travel Ebad Wisata Sidoarjo.	77
4.Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Penentuan Strategi Promosi di Travel Ebad Wisata Sidoarjo	80
C. Analisis Data.....	85
1.Penerapan Strategi Promosi sebelum dan sesudah pandemi Covid-19 di Ebad Wisata Travel Sidoarjo.	86
2.Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Strategi Promosi di Travel Ebad Wisata Sidoarjo.	97
BAB V PENUTUP	100
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran dan Rekomendasi.....	103
C. Keterbatasan Penelitian.....	104
DAFTAR PUSTAKA	104
Lampiran.1 Surat Izin Penelitian Skripsi	110
Lampiran.2 Dokumentasi	111



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

suatu perusahaan.

C. Keterbatasan Penelitian

Peneliti sadar bahwa tidak ada penelitian yang sempurna, termasuk penelitian yang dilakukan peneliti saat ini. Sehingga, masih banyak hal yang perlu disempurnakan. Peneliti juga kesulitan mencari referensi teori yang relevan untuk menambah wawasan peneliti terkait topik pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Lilian Yulia. “Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Cafe.” *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis* 1, no. 1 (2016): 112–17.
- Ahmad Mustag,. *The Furture of Economics: An Islamic Perspektif*. jakarta: Asy Syaamil Press & Grafika, 2001.
- Albi Anggito, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kulitatif*. Sukabumi: CV. Jejak, 2018.
- Bachtar S Bachri. “Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif.” *Jurnal Teknologi Pendidikan* 10, no. 1 (2010): 56.

- Dewa, Chriswardana Bayu. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Penjualan Jasa Grabcar Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Wisatawan di Yogyakarta),” no. 1 (2018).
- Dewi, Dyana Putri Kristina Sintya, and Komang Rahayu Indrawati. “Gambaran Celebrity Worship Pada Penggemar K-Pop Usia Dewasa Awal Di Bali.” *Jurnal Psikologi Udayana* 6, no. 02 (2019): 291–300.
- Duan, Remart R., Johnny A. F. Kalangi, and Olivia F. C. Walangitan. “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo.” *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS* 9, no. 1 (June 24, 2019): 128. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23710.128-136>.
- “Ebad Group (PT. Ebad Al-Rahman Wisata).” Ebad.eilhamzah.com, November 14, 2023. <https://ebad.eilhamzah.com/>.
- “Etika Sales Promosi (Sp) Kosmetik Wardah Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Beauty Kendari).” Thesis (Skripsi), Institut Agama Islam Negeri Kendari, 2018. <http://digilib.iainkendari.ac.id/id/eprint/1810>.
- Garaika, Garaika, and Winda Feriyan. “PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA.” *Jurnal AKTUAL* 16, no.

1 (April 30, 2019): 21.
<https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>.

Hasriadi. *Strategi Pembelajaran*. Bantul, DI Yogyakarta: Mata Kata Inspirasi, 2022.

Hermawan, Lucius. “Dilema Diversifikasi Produk: Meningkatkan Pendapatan Atau Menimbulkan Kanibalisme Produk?” *Competence: Journal of Management Studies* 9, no. 2 (2015).

Hidayat, Taufik. “Strategi Pemasaran Produk Al Multazam Group Dalam Meningkatkan Jumlah Calon Jamaah Selama Pandemi Covid-19,” 2022.

Ilham Yudiansyah. “Implementasi Pelayanan Prima Ibadah Umroh Pada PT. Alia Indah Wisata Jakarta.” Skripsi, Universitas Syarif Hidayatullah, 2013.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/3070>
1.

kotler, philip & Amasttrong, and Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 jilid 2. Jakarta: Erlangga, 2008.

Martowinangun, Kasino, Devita Juniati Sri Lestari, and Karyadi Karyadi. “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung.” *Jurnal Co Management* 1, no. 1 (2019): 139–52.

Pramiyati, Titin, Jayanta Jayanta, and Yulnelly Yulnelly. “Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual yang Faktual

(Studi Kasus: Skema Konseptual Basis Data Simbumil).”
Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer 8,
no. 2 (November 1, 2017): 679.
<https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1574>.

Prianto, Andika, and M Abrar Kasmin Hutagalung. “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jamaah Umroh PT. Ikhwanul Ikhlas Wisata.” *Jurnal Al-Qasd* 2, no. 1 (February 2020).

Retno, and Mansyur Pribadi. *Panduan Ibadah Umrah Dan Haji*. Cirebon: Swagati Press, 2010.

Riki, Riki, Hendri Kremer, Suratman Suratman, Vincentius Ade Arianto Ciptoputra, and Hazriyanto Hazriyanto. “Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk.” *Jurnal Cafetaria* 4, no. 1 (January 16, 2023): 98–105.
<https://doi.org/10.51742/akuntansi.v4i1.811>.

Ryan Aditia Wijaya. “Upaya PT Niat Suci Ke Baitullah Dalam Meningkatkan Pemahaman Calon Jamaah Umrah Melalui Bimbingan Manasik.” Thesis (Skripsi), Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau., 2021.

Sahputra, Ngatno, and Ahmad Taufiq Harahap. “Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Pada

Pt. Siar Haramain International Wisata Di Medan,” no. 2 (2022).

Sangen, Marijati. “PENGARUH CONTENT MARKETING, SALES PROMOTION, PERSONAL SELLING, DAN ADVERTISING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA HOTEL BIUTI DI BANJARMASIN” 3 (2019).

Siahaan, Matdio. “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Pendidikan.” *Jurnal Kajian Ilmiah*, no. 1 (2020).

Sondak, Sandi Hesti, Rita N Taroreh, and Yantje Uhing. “Faktor-Faktor Loyalitas Pegawai Di Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 7, no. 1 (2019).

Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005.

Syahputra, Idham. “Strategi Pembelajaran Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Asing Dalam Meningkatkan Kemampuan Berbahasa Siswa,” 2014.

Syamsiyah, Nur. “Strategi Pemasaran Produk Umrah Pada Travel Smarts Umrah Lampung.” *Multazam : Jurnal Manajemen Haji dan Umrah* 3, no. 1 (June 1, 2023): 1. <https://doi.org/10.32332/multazam.v3i1.5399>.

Thaliah Izdihar Nabilah. “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN ILFA TRAVEL SELAMA SITUASI PANDEMI COVID-19

PADA PERIODE FEBRUARI SAMPAI DESEMBER
TAHUN 2020.” Skripsi, STIE Mandala Jakarta, 2021.

Ziaulhaq Fathulloh and Faizatul Zulfa. “Pengaruh Promosi Online dan Offline Terhadap Minat Jama’ah Haji pada Masa Pandemi Covid-19.” *Idarotuna : Journal of Administrative Science* 1, no. 2 (August 22, 2021): 122–36.
<https://doi.org/10.54471/idarotuna.v1i2.12>.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A