

ABSTRAK

Rohmatul Ismah (1940310018) angkatan 2019 dengan judul Strategi Manajemen Pemasaran Melalui *Ultimate Advantage* Dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh Pada AlBayt Tours Demak. Skripsi Program S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Program Studi Manajemen Dakwah Institut Agama Islam Negeri Kudus (IAIN) Kudus.

Penelitian ini memiliki tujuannya itu pertama, untuk mengetahui strategi manajemen pemasaran dalam merekrut calon jamaah umroh melalui *ultimate advantage* pada PT. Al Bayt Tours Demak. Kedua, untuk mengetahui kendala strategi manajemen pemasaran melalui *ultimate advantage*.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif (penelitian lapangan) dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Metode penelitian yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian, dilakukan proses analisis data dengan cara mengumpulkan, mereduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Pertama, strategi manajemen pemasaran melalui *ultimate advantage* dalam merekrut calon jamaah umroh dengan mengaplikasikan fungsi – fungsi manajemen, adapun fungsi – fungsi manajemen tersebut yaitu : 1. Perencanaan dilakukan dengan memperhatikan konsep yang telah disampaikan oleh Jerome Mc. Cathy yaitu dengan memperhatikan 4P (*Product, Price, Promotion, dan Place*). 2. pengorganisasian, dilakukan dengan dikendalikan secara langsung oleh pemimpin dalam menetapkan strategi manajemen pemasaran serta dibantu oleh masing – masing pimpinan. 3. Pelaksanaan strategi manajemen pemasaran dilakukan dengan melibatkan seluruh elemen perusahaan baik staf, petugas lapangan maupun pemimpin ikutan andil dalam pelaksanaan strategi manajemen pemasaran untuk mencapai tujuan yang telah diharapkan. 4. Pengawasan, dilakukan dengan memperkuat produk – produk serta harga, serta memperhatikan kualitas pelayanan dan fasilitas dengan semaksimal mungkin. Kendala Strategi Manajemen Pemasaran melalui *Ultimate Advantage* dalam Merekrut Calon Jamaah Umroh yaitu kurang maksimalnya jobsdesk, perubahan teknologi, perubahan tren konsumen, dan adanya persaingan antar kompetitor baik dari segi harga, kualitas pelayanan, serta fasilitas yang diberikan, namun kendala tersebut dapat diatasi oleh tim manajemen pemasaran dengan membranding produknya dengan lebih kuat dengan mempersiapkan strategi yang tepat dalam mencapai tujuan.

Kata Kunci : Strategi Manajemen Pemasaran, *Ultimate Advantage*, Fungsi-fungsi Manajemen, Jamaah Umroh