ABSTRAK

Rizqia Ayu Amalia(NIM 2040310016”Analisis Strategi Marketing Dalam Memenangkan Persaingan Yang Efektif(Studi Kasus PT. Barokah Madinah Tour Jepara”

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah: 1) bagaimana strategi marketing pada biro haji dan umrah PT Barokah Madinah Tour? 2) bagaimana strategi PT Barokah Madinah Tour dalam memenangkan persaingan yang efektif?

Untuk menjawab rumusan masalah diatas, jenis penelitian yang dilakukan adalah kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara,observasi,dan dokumentasi.

Adapun hasil penelitiannya sebagai berikut: strategi marketing dalam biro haji dan umrah adalah sebuah jalan untuk memajukan sebuah perusahaan yang mencangkup 4p yaitu product,price,place and promotion, strategi marketing tidak luput dari fungsi dan konsep jika ada fungsi dan konsep maka strategi marketing akan berjalan secara teratur. Bauran pemasaran dibutuhkan juga dalam strategi marketing. Persaingan yang efektif juga berperan penting dalam suatu perusahaan karena dalam persaingan yang efektif kita bisa mengetahui persaingan yang sehat antara perusahaan lain dengan dilihat cara pelayanannya. Dalam suatu biro haji dan umrah yang bertanggung jawab atas berbagai fungsi yang mendukung operasional untuk mengoptimalkan sebuah tugas dengan baik dan mencapai tujuan. Hasil dari pelayanan PT Barokah Madinah Tour akan menjadi bukti bahwa biro haji dan umrah yang baik layanannya seperti itu, dalam pelayanan dan juga persaingan dalam suatu perusahaan pasti ada tapi pandai-pandai orang menilai dengan baik dan bijak.

Kata kunci: Strategi Marketing,Bauran Pemasaran,Efektif,Haji dan Umrah