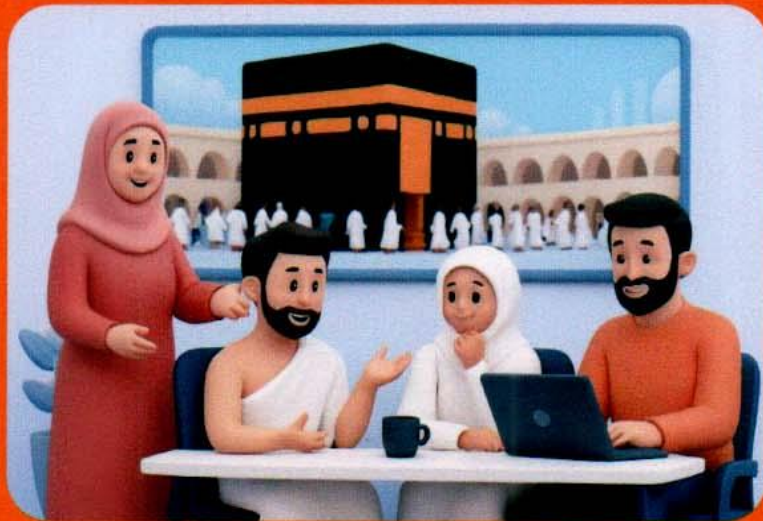




**Penulis :
CHANDRA PUTRA ATMAJA**

**Program Studi Manajemen Haji Umrah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu**

**STRATEGI *BRANDING* DAN PEMASARAN UNTUK MENARIK
JAMAAH MILENIAL
(Studi Pada PT Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu)**



**Editor :
Romi Adetio Setiawan, Ph.D
Yunida Een Friyanti, M.Si**

**STRATEGI *BRANDING* DAN PEMASARAN UNTUK
MENARIK JAMAAH MILENIAL**

(Studi Pada PT Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu)

Jurnal



**PRODI MANAJEMEN HAJI DAN UMRAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN FATMAWATI SOEKARNO BENGKULU**

2025/1447H

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Parah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172

Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uin-fsbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir Dengan Judul *"Strategi Branding Dan Pemasaran Untuk Menarik Jamaah Milenial (Studi Pada Pt Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu)"* Yang Disusun Oleh

Nama **Chandra Putra Atmaja**

NIM **2111170037**

Program Studi **Manajemen Haji dan Umrah**

Bentuk Tugas Akhir **Jurnal**

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 29 Agustus 2025

Pembimbing I

Pembimbing II


Romi Adetio Setiawan, Ph.D

NIP.198312172014031001


Yunida Een Fryanti, M.Si

NIP.198106122015032003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Eka Sri Wahyuni, SE, M.M

NIP.197705092008012014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172

Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.uisu-bengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul *"Strategi Branding Dan Pemasaran Untuk Menarik Jamaah Milenial (Studi Pada Pt Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu)"* yang disusun oleh:

Nama : Chandra Putra Atmaja

NIM : 2111170037

Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Senin

Tanggal : 08 September 2025

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 08 September 2025

15 Rabi'ul Awal 1447 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris


Dr. Desi Isnaini, MA

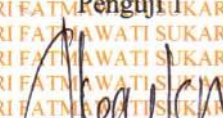
NIP. 197412022006042001

Penguji 1


Yunida Een Fryanti, M.Si

NIP. 198106122015032003

Penguji 2


Dr. Desi Isnaini, MA

NIP. 197412022006042001


Esti Alfiah, ME

NIP. 199307212020122012

Mengetahui,

Dekan


Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag

NIP. 196504101993031007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Buku dengan judul **“Strategi Branding Dan Pemasaran Untuk Menarik Jamaah Milenial (Studi Pada Pt Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu)”** adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 29 - 8 - 2025

Mahasiswa yang menyatakan



Chandra Putra Atmaja
NIM. 2111170037

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *branding* dan efektivitas pemasaran yang diterapkan oleh PT Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu dalam menarik minat jamaah milenial. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis deskriptif dengan teknik purposive. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *branding* yang digunakan mencakup penggunaan identitas visual seperti logo, warna, dan nama perusahaan yang mudah dikenali, serta pemanfaatan media sosial secara aktif sebagai sarana promosi dan edukasi. Strategi pemasaran mencakup penyediaan berbagai pilihan paket umrah, penetapan harga yang kompetitif, promosi digital, dan pelayanan yang berorientasi pada kenyamanan jamaah. Strategi tersebut terbukti efektif dalam menjangkau jamaah milenial yang cenderung lebih responsif terhadap media digital. Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi strategi *branding* yang kuat dan pemasaran digital yang terarah mampu membangun citra positif perusahaan serta meningkatkan minat jamaah, khususnya dari kalangan generasi milenial.

Kata Kunci: Strategi *Branding*, Strategi Pemasaran, Jamaah Milenial, Umrah, PT Alhijaz Indowisata.

ABTRACT

This study aims to analyze the branding strategies and marketing effectiveness implemented by PT Alhijaz Indowisata Bengkulu City Branch, in attracting millennial pilgrims. A qualitative method with descriptive analysis and purposive sampling technique was used. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation. The findings indicate that the branding strategy includes the use of visual identity elements such as a recognizable logo, color scheme, and company name, as well as the active use of social media as a tool for promotion and education. The marketing strategy involves offering a variety of Umrah packages, setting competitive prices, conducting digital promotions, and focusing on services that prioritize pilgrims' comfort. These strategies have proven effective in reaching millennial pilgrims, who tend to be more responsive to digital media. The study concludes that a combination of strong branding and targeted digital marketing helps build a positive company image and increases interest among pilgrims, particularly from the millennial generation.

Keywords: Branding Strategy, Marketing Strategy, Millennial Pilgrims, Umrah, PT Alhijaz Indowisata.



MOTTO

Man Jadda Wajada

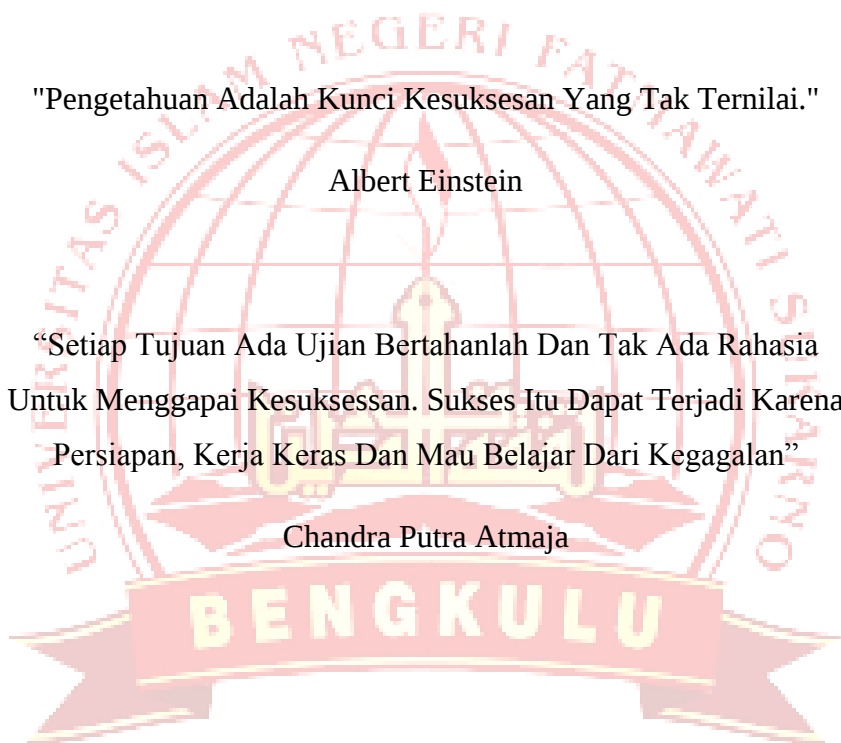
“Barang Siapa Yang Bersungguh-Sungguh, Dia Pasti Berhasil”

"Pengetahuan Adalah Kunci Kesuksesan Yang Tak Ternilai."

Albert Einstein

“Setiap Tujuan Ada Ujian Bertahanlah Dan Tak Ada Rahasia Untuk Menggapai Kesuksesan. Sukses Itu Dapat Terjadi Karena Persiapan, Kerja Keras Dan Mau Belajar Dari Kegagalan”

Chandra Putra Atmaja



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah robbil alamiin, segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir jurnal saya yang berjudul **“Strategi Branding Dan Pemasaran Untuk Menarik Jamaah Milenial (Studi Pada Pt Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu)”** dengan baik dan tepat waktunya. Maka, sebagai rasa syukur dan ucapan terimakasih saya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Yang pertama dan paling utama, penulis mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT, atas segala rahmat, nikmat dan karunianya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan pada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan tepat waktu.
2. Terima kasih kepada ke dua orang tua saya, Pahlawan saya Bapak saya (Alman), Cinta Pertama dan Malaikat Tanpa Sayap saya Mamak saya (Mita Hartini) yang menjadi alasan utama saya bertahan dan berjuang. Terima kasih atas cinta tanpa syarat, raga yang kuat, doa yang tiada henti, dan yang telah ikhlas bercucuran keringat untuk menyekolahkan saya hingga menyandang gelar sarjana. Semoga ini bisa menjadi hadiah untuk kedua orang tua saya dan bisa membuat mereka bangga. Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.
3. Kepada diri saya sendiri, Chandra Putra Atmaja. Terima kasih telah bertahan sampai sekarang, terima kasih untuk

tetap berjuang dan berusaha untuk terus mencoba. Terima kasih untuk diri sendiri yang memutuskan tidak menyerah atas sesulit apa proses penyusunan skripsi. Skripsi ini adalah bukti bahwa setiap usaha, doa, dan kerja keras tidak akan pernah sia-sia. Semoga ini menjadi langkah awal saya untuk mimpi-mimpi yang lebih besar di masa depan.

4. Terima kasih untuk Adik saya tercinta Arini Putri Pansilian, yang selalu menjadi alasan tambahan saya untuk terus berjuang. Semoga ini bisa menjadi hadiah untuknya, dan bisa membuatnya bangga.
5. Terima kasih untuk pembimbing I, Bapak Romi Adetio Setiawan, Ph.D yang telah banyak memberikan saya arahan dan bimbingan dalam penyusunan tugas akhir ini dan terima kasih juga kepada pembimbing II, Bunda Yunida Een Fryanti, M.Si yang juga selalu membimbing saya, memberikan semangat dan selalu memotivasi saya.
6. Sahabat-sahabat karir saya, Faishal Rifqi Maycelino, Jefri Kurniawan, Muhammad Iqbalul Fajri, Frizkan Lil Abdi, Hasza Jiwanda, Indra Putra Pratama, Abeng Ganda Manah, dan Sahrul Gunawan. yang selalu memberikan semangat kepada saya dan telah bersedia menemani seluruh proses perkuliahan dari awal sampai akhir.
7. Bapak dan ibu dosen UINFAS yang telah memberikan ilmu yang berguna dan bermanfaat selama masa perkuliahan.

8. Kepada teman-teman seperjuangan prodi Manajemen Haji Dan Umrah angkatan 2021 yang telah berjuang bersama saya dari awal kuliah sampai saat ini.
9. KKN 58 Aprizal Wahyu Ngadianto, Fadel Ilham Susanto, Tiara Diva Paramitha, Vonza Nabilla Suryawan, Esy Sapitri Nengseh, Najaria, Septi Aulia, Audri Aisa Juliastuti dan Maimunah. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya selama perkuliahan yang penuh kenangan dan akan selalu membekas di hati.
10. Untuk Agama, Bangsa dan Almamater kampus Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UIN FAS).

Bengkulu, 13 Agustus 2025

Chandra Putra Atmaja

2111170037

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi *Branding* Dan Pemasaran Untuk Menarik Jamaah Milenial (Studi Pada Pt Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu)”**. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran agama Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus di dunia maupun akhirat.

Penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Haji Dan Umroh Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Demikian penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Zulkarnain, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

3. Ibu Eka Sri Wahyuni, M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Ibu Khairiah Elwardah, M.Ag selaku Koordinator Program Studi Manajemen Haji dan Umroh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
5. Bapak Romi Adetio Setiawan, Ph.D selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan yang baik.
6. Bunda Yunida Een Fryanti, M.Si selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan yang baik.
7. Kedua orang tua penulis yang selalu mendukung, mendoakan kesuksesan penulis dan yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar, membimbing dan memberikan berbagai ilmu.
9. Kepala Cabang dan admin PT. Wafdullah Tamu Mulia Cabang Bengkulu yang telah membantu dalam penelitian tugas akhir ini.
10. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang terbaik.

11. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan supaya tugas akhir cepat selesai.
12. Dan semua pihak yang memberikan dukungan dan semangat yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.

Banyak tantangan yang penulis hadapi dalam menulis tugas akhir ini, berkat dukungan dan bimbingan dari beberapa pihak sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, 13 Agustus 2025

Chandra Putra Atmaja

2111170037

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABTRACT	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Penelitian Terdahulu	6
F. Metode Penelitian.....	12
1. Jenis dan pendekatan Penelitian	12
2. Waktu dan tempat penelitian.....	13
3. Informan penelitian	13
4. Sumber data.....	14
5. Teknik pengumpulan data	14
6. Teknik analisis data.....	16
G. Sistematika penulisan.....	17

BAB II KAJIAN TEORI19

A. Strategi	19
B. Strategi <i>Branding</i>	20
1. <i>Brand positioning</i>	22
2. <i>Brand Personality</i>	23
3. <i>Brand Identity</i>	23
C. Strategi Pemasaran	26
1. Produk Jasa (<i>Product</i>).....	28
2. Harga Jasa (<i>Price</i>).....	29
3. Tempat/Lokasi (<i>Place</i>).....	30
4. Promosi (<i>Promotion</i>).....	31
5. Orang/Partisipan (<i>People</i>).....	32
6. Sarana Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	33
7. Proses (<i>Process</i>).....	34
D. Generasi Milenial	39
1. Generasi Milenial Perkotaan	41
2. Generasi Milenial Pedesaan	42
E. Kerangka Berpikir	43

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN44

A. PT Alhijaz Indowisata.....	44
B. Struktur PT Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu	46
1. Kepala Cabang	46
2. Sekretaris.....	47
3. Kordinator lapangan.....	47

C. Visi dan Misi Lembaga	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Strategi <i>Branding</i> PT Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu.....	49
1. <i>Brand positioning</i>	49
2. <i>Brand Personality</i>	51
3. <i>Brand Identity</i>	53
B. Strategi Pemasaran PT Alhijaz Indowisata Cabang Kota Bengkulu.	54
1. Produk Jasa (<i>Product</i>)	55
2. Harga Jasa (<i>Price</i>)	56
3. Tempat/Lokasi (<i>Place</i>)	57
4. Promosi (<i>Promotion</i>)	59
5. Orang/Partisipan (<i>People</i>)	60
6. Sarana Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	62
7. Proses (<i>Process</i>)	63
C. Respon Jamaah Milenial	64
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68