



Program Studi Manajemen Haji & Umrah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

Penulis :
Adelia Amanda

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 4P (*PRODUCT, PRICE, PLACE, AND PROMOTION*) TERHADAP PENCAPAIAN TARGET SEAT
KEBERANGKATAN UMROH : PENDEKATAN SWOT
PADA PT BERKAH UTAMA TRAVEL BENGKULU**



Editor :
Yosy Arisandy, Ph.D
Dr. Kustin Hartini, M.M

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 4P (*PRODUCT, PRICE, PLACE, AND PROMOTION*) TERHADAP
PENCAPAIAN TARGET SEAT KEBERANGKATAN
UMROH : PENDEKATAN SWOT PADA PT BERKAH
UTAMA TRAVEL BENGKULU**

ARTIKEL ILMIAH



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Akademik Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH :

ADELIA AMANDA

NIM. 2223170002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN HAJI DAN UMROH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU
TAHUN 2026/1447 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-Faksimili (0739)51171-51172

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir jurnal yang berjudul " Analisis Strategi Pemasaran 4P
(Product, Price, Place, and Promotion) Terhadap Pencapaian Target Seat
Keberangkatan Umroh : Pendekatan SWOT Pada PT. Berkah Utama
Travel Bengkulu yang disusun oleh:

Nama : Adelia Amanda

NIM : 2223170002

Prodi : Manajemen Haji & Umrah

Sudah diperiksa dan diperbaiki sesuai saran tim Pembimbing. Oleh
karena itu Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang
Munaqasah Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 26 Januari 2026

Pembimbing I

Pembimbing II

Yosy Arisandi, Ph.D

Dr. Kustin Hartini, M.M

NIP. 198308012014032001

NIP. 19810302202321202

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

Eka Sri Wahyuni, SE, MM

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.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul Analisis Strategi Pemasaran 4P
(*Product, Price, Place, and Promotion*) Terhadap Pencapaian Target
Seat Keberangkatan Umroh : Pendekatan SWOT Pada PT. Berkah
Utama Travel Bengkulu yang disusun oleh:

Nama : Adelia Amanda

NIM : 2223170002

Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal

Telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Sidang *Munaqosyah*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati

Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 19 Februari 2026

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan

sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Manajemen

Haji dan Umrah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 19 Februari 2026

1447 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Khairiah Elwardah, M.Ag

NIP. 197808072005012008

Sekretaris

Dr. Kustin Hartini, MM

NIP. 19810302202321202

Penguji I

Khairiah Elwardah, M.Ag

NIP. 197808072005012008

Penguji II

Katra Pramadeka, M.E.I

NIP. 198807252020121003

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-Faksimili (0739)51171-51172

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Jurnal dengan judul "**Analisis Strategi Pemasaran 4P (Product, Price, Place, and Promotion) Terhadap Pencapaian Target Seat Keberangkatan Umroh: Pendekatan SWOT Pada PT. Berkah Utama Travel 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, 26 Januari 2026

Mahasiswa yang menyatakan




Adelia Amanda
NIM 2223170002

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN 4P (*PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION*) TERHADAP PENCAPAIAN TARGET SEAT KEBERANGKATAN UMROH : PENDEKATAN SWOT PADA PT. BERKAH UTAMA TRAVEL BENGKULU.

Oleh Adelia Amanda (2223170002)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) terhadap pencapaian target *seat* keberangkatan umroh: Pendekatan SWOT pada PT. Berkah Utama Travel Bengkulu. Jenis penelitian ini penelitian lapangan (*Field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data dengan analisis SWOT. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh PT. Berkah Utama Travel Bengkulu cukup efektif untuk mencapai target *seat* keberangkatan umroh. Produk yang memiliki berbagai pilihan, Harga yang kompetitif, lokasi yang strategis dan promosi online dan offline. Hasil analisis SWOT dari faktor internal menunjukan bahwa PT. Berkah Utama Travel Bengkulu memiliki sejumlah kekuatan seperti legalitas, tim KSA, memiliki banyak cabang, memiliki enam owner, dan paket unggulan 13 hari. Namun, terdapat kelemahan persepsi harga, dan pilihan paket yang jarang dipilih. Faktor eksternal peluang memiliki hubungan baik dengan jamaah, dan merupakan salah satu perusahaan yang cukup berkembang. Ancaman yang dihadapi dimana pengetahuan jamaah yang masih kurang tentang hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memilih travel, dan persaingan travel umroh.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Bauran Pemasaran 4P, Target Seat*

ABSTRACT

ANALYZE THE 4P MARKETING STRATEGY (PRODUCT, PRICE, PLACE, AND PROMOTION) TOWARDS ACHIEVING THE TARGET OF UMRAH DEPARTURE SEATS, EMPLOYING A SWOT APPROACH AT PT. BERKAH UTAMA TRAVEL BENGKULU.

By Adelia Amanda (2223170002)

This study aims to analyze the 4P marketing strategy (product, price, place, promotion) towards achieving the target of Umrah departure seats: the SWOT approach at PT. Berkah Utama Tour & Travel Bengkulu. This type of research is field research uses a qualitative approach. Data analysis techniques use SWOT analysis. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The results of the study indicate that the strategy used by PT. Berkah Utama Travel Bengkulu is quite effective in achieving the target of Umrah departure seats. Products with various choices, competitive prices, strategic locations, and online and offline promotions. The results of the internal factors SWOT analysis of PT. Berkah Utama Travel Bengkulu possesses several strengths, including legality, the KSA team, an extensive branch network, and ownership by six partners. and a 13-day flagship package. However, there are weaknesses in price perception and the package options. External factors of opportunity have good relationships with pilgrims, and it is one of the companies that is quite developed. Threats faced include the pilgrims' congregation still lacking knowledge regarding key factors to consider when choosing a travel agency, as well as intense competition among Umrah travel agencies.

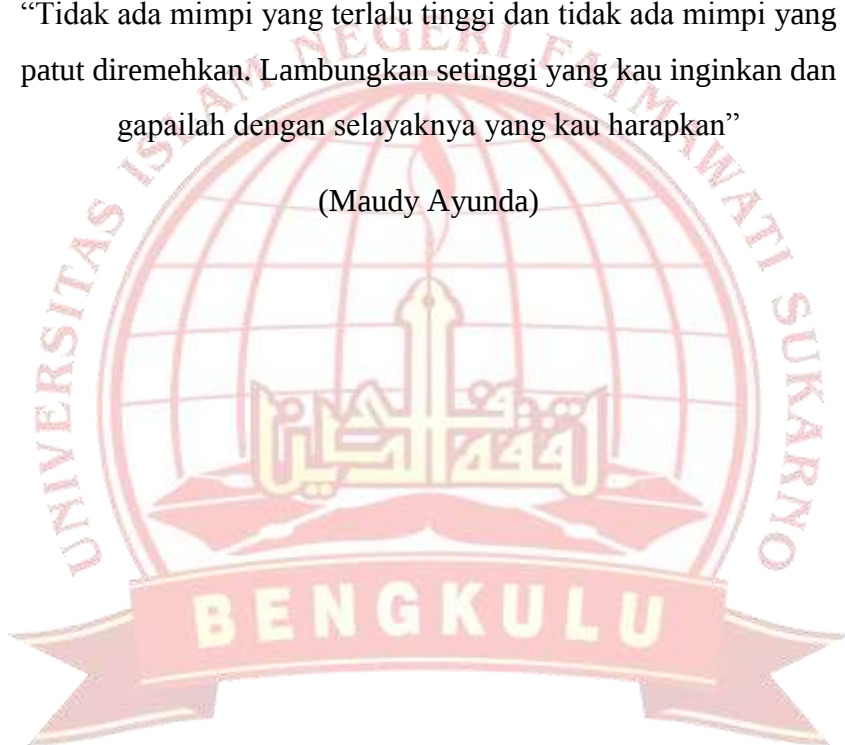
Keywords : *Marketing Strategy, SWOT Analysis, 4P Marketing Mix, Target Seat*

MOTTO

“Karena sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan (Q.S Al-
Insyirah: 5-6)”

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang
patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan
gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”

(Maudy Ayunda)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur dan terima kasih kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia-Nya, dan kasih sayang yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, kesabaran, pemikiran, dan ilmu kepadaku sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir jurnal saya yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) Terhadap Pencapaian Target Seat Keberangkatan Umroh : Pendekatan SWOT Pada PT. Berkah Utama Travel Bengkulu”** dengan baik dan lancar. Dengan ini kupersembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Firman Suhedi dan Ibu Afriyani yang sangat penulis sayangi, terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Dua orang yang selalu berusaha untuk anak pertamanya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Meskipun ayah dan ibu tidak sempat merasakan pendidikan sampai ke bangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan doa, kasih sayang, semangat, dan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta selalu memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Semoga dengan karya ini dapat membuat ayah dan ibu lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak perempuan pertamanya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Semoga ayah dan ibu selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.

2. Adik laki-laki saya Rangga Rizki Firnando yang selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif dan panutannya di masa yang akan datang kelak.
3. Kedua pembimbing skripsiku Ibu Yosy Arisandi Ph.D dan Ibu Dr. Kustin Hartini, M.M yang telah memberikan waktu, ilmu, dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada sahabat-sahabat saya Sabrina, Izzah, dan Salma yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, mendengarkan keluh kesah, serta doa selama perkuliahan dari awal sampai akhir.
5. Bapak dan Ibu dosen UINFAS yang telah memberikan ilmu yang berguna dan bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Untuk teman-teman Manajemen Haji dan Umroh angkatan 2022 khususnya kelas 8A terima kasih atas pelajaran dan kebersamaan selama ini.
7. Terakhir, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri sendiri, Adelia Amanda sebagai bentuk penghargaan atas segala perjuangan, kesabaran, dan keyakinan yang telah menemani setiap langkah dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Sulit bisa bertahan sampai dititik ini, terima kasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri. Tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) Terhadap Pencapaian Target Seat Keberangkatan Umroh : Pendekatan SWOT Pada PT. Berkah Utama Travel Bengkulu.** Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Haji dan Umroh Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zulkarnain Dali, 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.

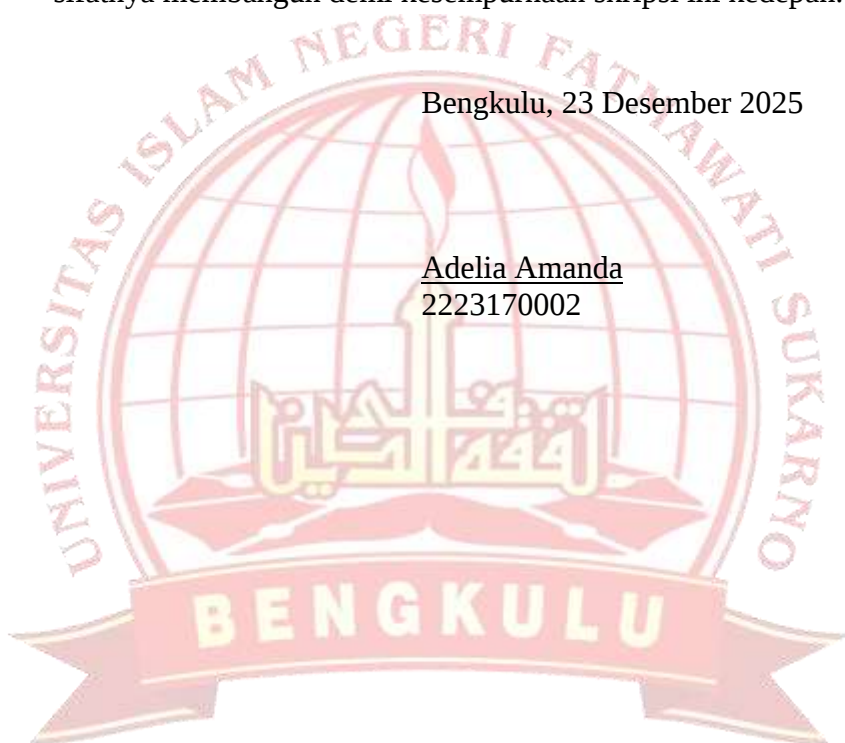
3. Ibu Eka Sri Wahyuni, M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Haji dan Umroh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Ibu Khairiah Elwardah, M.Ag selaku Koordinator Program Studi Manajemen Haji dan Umroh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
5. Ibu Yosy Arisandi, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Ibu Dr. Kustin Hartini, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
7. Kedua orang tua penulis yang senantiasa yang memberikan doa, cinta, dan dukungannya kepada penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Teman-teman kelas Manajemen Haji dan Umroh 8A dan teman-teman seperjuangan MHU.

11. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebut satu per satu.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kekurangan dan kelemahan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini kedepan.

Bengkulu, 23 Desember 2025

Adelia Amanda
2223170002



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Penelitian Terdahulu	8
F. Metode Penelitian.....	14
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	14
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	15
3. Informan Penelitian	16
4. Sumber Data.....	17

5. Teknik Pengumpulan Data	18
6. Teknik Analisis Data	20
G. Sistematika Penulisan	22
BAB II KAJIAN TEORI	24
A. Strategi Pemasaran.....	24
1. Strategi	24
2. Pemasaran.....	26
3. Pemasaran Syariah	30
B. Marketing Mix.....	47
1. <i>Product</i> (Produk).....	48
2. <i>Price</i> (Harga).....	53
3. <i>Place</i> (Tempat).....	60
4. <i>Promotion</i> (Promosi).....	65
C. Marketing Mix Syariah	72
1. <i>Pragmatism</i>	72
2. <i>Palliation</i>	73
3. <i>Peer-support</i>	73
4. <i>Pedagogy</i>	73
5. <i>Persistent</i>	73
6. <i>Patience</i>	73
7. <i>Pertinence</i>	74
D. Analisis SWOT	76
1. Definisi Analisis SWOT.....	76
2. Faktor-Faktor Analisis SWOT	78
3. Tujuan Analisis SWOT	80

4. Manfaat Analisis SWOT	81
5. Matriks Analisis SWOT	82
E. Kerangka Berpikir.....	84
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	85
A. Sejarah PT. Berkah Utama Travel Bengkulu.....	85
B. Visi dan Misi.....	86
C. Struktur Organisasi PT. Berkah Utama Travel Bengkulu	87
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	88
A. Strategi Pemasaran 4P PT. Berkah Utama Travel Bengkulu	88
B. Analisis Faktor Internal dan Eksternal PT. Berkah Utama Travel Bengkulu	97
BAB V PENUTUP.....	112
A. Kesimpulan	112
B. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Ibadah Umroh.....	3
Gambar 2. 1 Gambar Matriks SWOT	82
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	84



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Nama Informan Penelitian.....	17
Tabel 2. 1 Matriks SWOT	83
Tabel 4. 1 Hasil Matriks SWOT	111



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Validasi Tema Tugas Akhir
- Lampiran 2 Surat Penunjukkan SK Pembimbing
- Lampiran 3 Halaman Persetujuan Penelitian
- Lampiran 4 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5 Pedoman Wawancara
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Pembimbing 1
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Pembimbing 2
- Lampiran 8 Daftar Nilai Artikel Jurnal
- Lampiran 9 Daftar Hadir Ujian Komprehensif
- Lampiran 10 Daftar Nilai Ujian Komprehensif
- Lampiran 11 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 12 Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 13 Surat Bebas Plagiasi
- Lampiran 14 Surat Kelengkapan SKPI
- Lampiran 15 LOA
- Lampiran 16 Validasi Judul
- Lampiran 17 Dokumentasi Penelitian