

ABSTRAK

Pemasaran adalah kegiatan yang penting bagi perusahaan, di mana pemasaran sebagai salah satu faktor yang mendukung perkembangan perusahaan.. Alat yang digunakan dalam proses pemasaran adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (distribusi) dan *promotion* (promosi). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pemasaran yang digunakan oleh An-Nahl Umroh & Haji Surabaya untuk memasarkan paket umroh. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, karena data yang diperoleh dari pendapat beberapa informan kemudian diolah menjadi satu kesatuan data yang terinci dengan baik. Untuk melakukan analisis data penulis menggunakan teknik secara kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan penggunaan bahan dokumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya pemasaran An-Nahl Umroh & Haji Surabaya dalam 4 macam. *Pertama*, pemasaran produk dilakukan oleh An-Nahl Umroh & Haji Surabaya yaitu berupa pelayanan. Seperti yang dijelaskan pada pengertian produk menurut para ahli bahwa produk tidak hanya berupa barang yang dapat dilihat secara fisik, tetapi juga bisa terletak pada pelayanan. *Kedua*, pemasaran harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas. An-Nahl Umroh & Haji Surabaya menyediakan bervariasi paket umroh dan haji dengan banyak pilihan penerbangan serta bermacam pemilihan kelas. *Ketiga*, distribusi (*place*) adalah aktivitas perusahaan untuk menyediakan produk bagi konsumen sasaran. Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. *Keempat*, promosi yang meliputi periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), pemasaran langsung (*direct marketing*), pemasaran dari mulut-ke-mulut (*word-of-mouth marketing*), dan penjualan secara personal (*personal selling*). Dari pemasaran yang diterapkan An-Nahl Umroh & Haji Surabaya diharapkan dapat meningkatkan perolehan jumlah jamaah setiap tahunnya.

Kata kunci : *pemasaran, pemasaran paket umroh*