

**DAMPAK FENOMENA *HALAL LIFESTYLE* TERHADAP  
STRATEGI PEMASARAN HAJI DAN UMROH DALAM  
UPAYA PENINGKATAN JUMLAH JAMAAH  
DI PT. ARMINAREKA PERDANA**

Nama : Tiffan  
NIM : 1031610048  
Dosen Pembimbing : Elsi Mersilia Hanesti, S.EI., M.SEI.

**ABSTRAK**

*Halal lifestyle* merupakan gaya hidup atau tingkah laku seseorang secara Islami yang mengarah kepada hukum Islam. Pada dasarnya konsep dari *halal lifestyle* sederhana sesuatu yang halal sudah pasti baik, bersih, dan sehat. Gaya hidup halal membawa perubahan yang cukup besar bagi kaum muslim di Indonesia contohnya seperti fenomena Hijrah. Dampak perubahan gaya hidup halal terhadap seseorang atau kelompok tertentu dimanfaatkan oleh produsen sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pembelian konsumen terhadap pemenuhan gaya hidup halal mereka.

Salah satu daftar wajib gaya hidup halal yang dilakukan oleh umat muslim diantaranya adalah pemenuhan kebutuhan harian seperti, impian memilih sekolah berbasis agama untuk pendidikan anak, zakat dan sedekah, memilih keuangan syariah serta kewajiban menunaikan Ibadah haji dan umroh. Besarnya peluang inilah yang dapat dipertimbangkan dalam duniabisnis di Indonesia khususnya bidang agen travel haji dan umroh.

PT. Arminareka Perdana sebagai jasa penyelenggara ibadah haji dan umroh memiliki strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jamaah. Strategi pemasaran merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan ketika akan menjalankan suatu usaha, karena dengan adanya strategi pemasaran yang tepat akan membuat usaha lebih mudah dikenali oleh konsumen, dengan demikian pihak travel dapat mencapai target sesuai dengan yang diharapkan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, fenomenologi dipilih karena penelitian ini akan menghasilkan data berupa data tertulis ataupun lisan dari informan dengan melihat fenomena yang saat ini menjadi tren di kalangan masyarakat. Setiap aktivitas yang berhubungan dengan dampak *halal lifestyle* dan juga strategi pemasaran dari biro perjalanan haji dan umroh akan dikaji secara menyeluruh dan mendalam. Hasil akhir dari penelitian ini yakni untuk mengetahui dampak *halal lifestyle* terhadap strategi pemasaran travel.

**Kata Kunci : Halal Lifestyle, Strategi Pemasaran, Haji dan Umroh**