

ABSTRACT

Business development and competition at this time are very rapidly. One of examples on them is the field of tour & travel business. The sample of company that exploit the opportunities is PT. Riau Wisata Hati. RWH is the official organizer of Umrah worship that has been proven and tested to be the Umrah organizer with the highest level of satisfaction in Riau .

In the marketing of PT. Riau Wisata Hati uses Integrated Marketing Communication strategy. The purpose of this research is to know the development of RWH in running the business using IMC strategy in terms of syari'ah marketing. This type of research is a qualitative research with descriptive approach focused on the company supported by statements from some pilgrims who have used the services of RWH.

The results showed that the Integrated Marketing Communication (IMC) strategy used by PT. Riau Wisata Hati in performing its dutiehas a fairly rapid development. This is evidenced by the increasing number of pilgrims from year to year include with statements expressed by pilgrims associated with the services provided in accordance with the provisions of marketing in both conventional marketing and syari'ah marketing.

Keywords: *Integrated Marketing Communication , IMC, Syari'ah Marketing.*

ABSTRAK

Perkembangan dan persaingan bisnis pada saat ini sangat pesat. Salah satunya dalam bidang usaha bisnis tour & travel. Perusahaan yang memanfaatkan adanya kesempatan ini adalah PT. Riau Wisata Hati. RWH merupakan penyelenggara resmi ibadah umrah yang sudah terbukti dan teruji menjadi penyelenggara umrah dengan tingkat kepuasan tertinggi di Riau.

Dalam pemasaran PT. Riau Wisata Hati menggunakan strategi *Integrated Marketing Communication*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui perkembangan yang diperoleh RWH dalam menjalankan bisnis menggunakan strategi IMC yang ditinjau dari pemasaran syariah. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang difokuskan terhadap perusahaan dengan didukung pernyataan dari beberapa jamaah yang telah menggunakan jasa RWH.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) yang digunakan PT. Riau Wisata Hati dalam melakukan tugasnya memiliki perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah jamaah dari tahun ke tahun disertakan dengan pernyataan yang dinyatakan oleh jamaah terkait dengan pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan ketentuan pemasaran baik dalam pemasaran konvensional maupun pemasaran syariah.

Kata Kunci: *Integrated Marketing Communication, IMC, Pemasaran Syariah.*