

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Paket Haji Dan Umroh (Studi pada PT. Menara Kamilah Tulungagung)” yang ditulis oleh Yunita NIM. 126407211027 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Pariwisata Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dibimbing oleh Mashudi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Digital, Penjualan, Haji dan Umroh

PT. Menara Kamilah Tulungagung penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai implementasi pemasaran digital serta memberikan rekomendasi yang praktis bagi perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar yang ada.

Tujuan penelitian ini adalah untuk: 1.) Untuk Mengetahuai Strategi Pemasaran Digital Apa Saja Yang Efektif Untuk Meningkatkan Penjualan Paket Haji dan Umroh di PT. Menara Kamilah Tulungagung, 2.) Mengetahui Apa Saja Yang Menjadi Faktor Keberhasilan Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan Paket Haji dan Umroh di PT. Menara Kamilah Tulungagung.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi. Teknik analisis data sesuai konsep Miles dan Huberman yaitu melalui kondensasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pengecekan keabsahan temuan dilakukan dengan perpanjangan keikutsertaan dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; 1) Strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh PT. Menara Kamilah Tulungagung melalui penggunaan media sosial, khususnya Instagram dan WhatsApp, terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan paket haji dan umrah. 2) Keberhasilan penerapan strategi pemasaran digital di PT. Menara Kamilah Tulungagung dipengaruhi oleh konsistensi, kreativitas, serta kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp secara efektif.

ABSTRACT

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Paket Haji Dan Umroh (Studi pada PT. Menara Kamilah Tulungagung)” yang ditulis oleh Yunita NIM. 126407211027 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Pariwisata Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dibimbing oleh Mashudi.

Keywords: Digital Marketing Strategy, Sales, Hajj and Umrah

This research at PT. Menara Kamilah Tulungagung is expected to provide in-depth insights into digital marketing implementation and provide practical recommendations for companies facing existing market challenges.

The objectives of this research are: 1. To determine which digital marketing strategies are effective in increasing sales of Hajj and Umrah packages at PT. Menara Kamilah Tulungagung, and 2.) To determine the factors contributing to the success of implementing digital marketing strategies in increasing sales of Hajj and Umrah packages at PT. Menara Kamilah Tulungagung.

This research method uses a qualitative approach with descriptive analysis. Data collection was conducted through interviews, direct observation, and documentation. Data analysis techniques, in accordance with the concepts of Miles and Huberman, include data condensation, data presentation, drawing conclusions, and verification. The validity of the findings was checked by extending participation and triangulating sources.

The results of the study indicate that: 1) The digital marketing strategy implemented by PT. Menara Kamilah Tulungagung's use of social media, particularly Instagram and WhatsApp, has proven effective in increasing sales of Hajj and Umrah packages. 2) The success of implementing digital marketing strategies at PT. Menara Kamilah Tulungagung is influenced by the company's consistency, creativity, and ability to effectively utilize social media such as Instagram and WhatsApp.