

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Digital dalam Peningkatan Pengguna Jasa pada CV Rahayu Wijaya Tour dan Transport Desa Jarakan Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Nabila Zaidah Nursani, NIM 126407212047, dengan dibimbing oleh Siti Sunaidah, S.H.I., S.Pd., M.M.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Digital, Pengguna Jasa, Biro Perjalanan Wisata, CV Rahayu Wijaya Tour & Transport, Media Sosial.

Industri pariwisata merupakan sektor strategis yang terus berkembang dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Seiring perkembangan teknologi, pola promosi dan perilaku wisatawan turut mengalami perubahan, di mana media sosial dan internet menjadi saluran utama pencarian informasi serta layanan wisata. Biro perjalanan wisata (BPW) dituntut untuk menyesuaikan diri dengan transformasi digital tersebut, termasuk CV Rahayu Wijaya Tour & Transport yang berlokasi di Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung. Perusahaan ini mulai mengoptimalkan strategi pemasaran digital guna meningkatkan jumlah pengguna jasa di tengah persaingan yang semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui analisis strategi pemasaran digital dalam peningkatan pengguna jasa, (2) mengetahui efektivitas strategi pemasaran digital yang diterapkan. Dan (3) mengetahui peluang dan tantangan dalam meningkatkan penggunaan jasa pada CV Rahayu Tour & Transport Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung

Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data terdiri dari data primer, yang diperoleh melalui wawancara dengan pemilik, staf, dan pelanggan CV Rahayu Wijaya Tour & Transport, serta data sekunder berupa profil perusahaan dan dokumentasi pendukung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi metode dan sumber. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) strategi pemasaran digital yang diterapkan mencakup aspek 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) dan terbukti relevan dalam meningkatkan kualitas layanan serta daya tarik pelanggan; (2) strategi tersebut dijalankan melalui pemanfaatan media sosial Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, dan YouTube secara terintegrasi; dan (3) strategi digital ini efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan interaksi digital, dan membangun loyalitas pelanggan, meskipun tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia dan persaingan pasar tetap perlu diantisipasi melalui penguatan konten serta kapasitas tim.

ABSTRACT

Thesis with the title “Analysis of Digital Marketing Strategies in Improving Service Users in CV Rahayu Wijaya Tour and Transport of Jarakan Village, Gondang District, Tulungagung Regency” was written by Nabila Zaidah Nursani, NIM 126407212047, guided by Siti Sunaidah, S.H.I., S.Pd., M.M.

Keywords: Digital Marketing Strategies, Service Users, Travel Agencies Tourism, CV Rahayu Wijaya Tour & Transport, Social Media.

The tourism industry is a strategic sector that continues to grow and contributes significantly to the national economy. Along with technological developments, promotional patterns and tourist behavior have also shifted, where social media and the internet have become the main channels for seeking information and tourism services. Travel agencies are required to adapt to this digital transformation, including CV Rahayu Wijaya Tour & Transport, located in Jarakan Village, Gondang District, Tulungagung Regency. The company has begun to optimize digital marketing strategies to increase service users amid increasingly tight industry competition.

This research aims to: (1) analyze digital marketing strategies in increasing service users; (2) determine the effectiveness of the digital marketing strategies applied; and (3) identify opportunities and challenges in increasing service usage at CV Rahayu Wijaya Tour & Transport, Jarakan Village, Gondang District, Tulungagung Regency.

This study used a qualitative approach with a case study design. The data sources consisted of primary data obtained through interviews with the owner, staff, and customers of CV Rahayu Wijaya Tour & Transport, and secondary data in the form of company profiles and supporting documentation. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation. The validity of the data was tested using triangulation of methods and sources. Data analysis was carried out through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The research findings show that: (1) the digital marketing strategy implemented covers the 7Ps (*product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence*), which have proven relevant in improving service quality and customer appeal; (2) the strategy is executed through the integrated use of social media platforms such as Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, and YouTube; and (3) the digital strategy is effective in reaching a wider market, increasing digital interaction, and building customer loyalty, although challenges such as limited digital human resources and market competition still need to be addressed through content innovation and team capacity strengthening.