

*Digital Marketing Development Strategy Umrah Product of PT. Galuh Mutiara  
Wisata Using the SWOT Approach*

*By Moh Nur Afdhal Dzikra*

*Abstract*

*The existence of travel agencies for worship tours has now begun to mushroom everywhere, from cities to even rural areas. This phenomenon is an advantage for prospective pilgrims who want to go to the holy land to perform Umrah so they have many references to choose which travel is the best to take on the task of providing worship travel services in Indonesia. However, due to this phenomenon, there are also many travelers who are not “Glimpsed” by prospective pilgrims because their presence is not known due to not implementing a good and correct marketing strategy. This study aims to evaluate the implementation of marketing development used by the travel agency PT Galuh Mutiara Wisata in order to increase the number of travelers and also travel revenues using qualitative methods and SWOT analysis approaches. The results of this study indicate that the implementation of digital marketing used by PT Galuh Mutiara Wisata is not good enough so that there is a need for evaluation and improvement aimed at increasing travel revenue and profits.*

***Keywords: Digital Marketing ,SWOT, Travel Agency***

# Strategi Pengembangan Pemasaran Digital Produk Umrah PT. Galuh Mutiara Wisata Dengan Pendekatan SWOT

Oleh Moh Nur Afdhal Dzikra

## ABSTRAK

Biro perjalanan wisata ibadah saat ini keberadaannya sudah mulai menjamur dimana mana, dari mulai perkotaan hingga di pedesaan sekalipun. Fenomena ini menjadi keuntungan untuk para calon jamaah yang hendak berangkat ke tanah suci untuk melaksanakan ibadah umrah jadi memiliki banyak referensi untuk memilih mana travel yang terbaik untuk mengemban tugas sebagai penyedia layanan perjalanan ibadah di Indonesia. Namun akibat fenomena ini, banyak pula travel-travel yang tidak “Dilirik” oleh para calon jamaah karena kehadirannya tidak diketahui akibat tidak menerapkan strategi pemasaran yang baik dan benar. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi implementasi pengembangan pemasaran yang digunakan oleh biro perjalanan wisata PT. Galuh Mutiara Wisata agar dapat meningkatkan jumlah jamaah travel dan juga pendapatan travel dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi pemasaran digital yang digunakan oleh PT. Galuh Mutiara Wisata belum cukup baik sehingga perlu adanya evaluasi dan perbaikan yang ditujukan untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan travel.

**Kata Kunci: Biro Perjalanan Wisata, Pemasaran Digital, SWOT**