



**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL
PRODUK UMRAH PT. GALUH MUTIARA WISATA DENGAN
PENDEKATAN *SWOT***

SKRIPSI

MOH NUR AFDHAL DZIKRA 2110116001

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL
PRODUK UMRAH PT. GALUH MUTIARA WISATA DENGAN
PENDEKATAN *SWOT***

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

MOH NUR AFDHAL DZIKRA 2110116001

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Moh Nur Afdhal Dzikra

NIM : 2110116001

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 20 Desember 2024

Yang menyatakan,

The image shows a handwritten signature in black ink over a rectangular official stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem on the right and the text 'METERAI CEMPEL' and 'PUSKASAMKOR 5028626' on the left.

(Moh Nur Afdhal Dzikra)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moh Nur Afdhal Dzikra
NIM : 2110116001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Si Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 20 Desember 2024

Yang Menyatakan,


(i) 9803FAMX069626631 (ikra)

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMRAH PT. GALUH MUTIARA WISATA DENGAN PENDEKATAN *SWOT*

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MOH NUR AFDHAL DZIKRA 2110116001

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 8 Januari 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.
Ketua Penguji

Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF
Penguji I

Tati Handayani, S.E, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E, M.M.
Dekan

Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 14 Januari 2025



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.uprvj.ac.id> Email : puskom@uprvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025

Hari ini Rabu , tanggal 08 Januari 2025, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Moh Nur Afdhal Dzikra

No.Pokok Mahasiswa : 2110116001

Program : Ekonomi Syariah S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

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

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, SE.I., M.Si.,Ph.D	Ketua	1.
2	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd.,M.Si.,CDIF	Anggota I	2.
3	Tati Handayani, SE, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 08 Januari 2025

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Ekonomi Syariah S.1

Ade Nur Rohim, M.E.L.,CDIF.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT., atas segala limpahan rahmat, karunia, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Agustus 2024 hingga Desember 2024 dengan judul **“Strategi Pengembangan Pemasaran Digital Produk Umrah PT. Galuh Mutiara Wisata Dengan Pendekatan *SWOT*”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta. Ibu Tati Handayani, SE, MM, selaku pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan nasihat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Bapak Wahyu Munandar serta Bapak Jarkasih selaku pengurus travel mitra penelitian yang telah banyak membantu memberikan informasi dan data yang diperlukan oleh penulis. Kepada Bapak Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D. selaku ketua penguji dan Bapak Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF selaku kepala program studi Ekonomi Syariah

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih secara khusus kepada kedua orang tua yang penulis cintai dan banggakan, Bapak Moh Nurpanca Deny Ardi dan Ibu Nur Nadiroh, atas doa dan dukungannya kepada Ananda selama menjalani pendidikan di perguruan tinggi. Kepada Ardhina Septiani, Sihoms Fam, untuk saran, motivasi, dan afirmasi positif.

Jakarta, 8 Januari 2025

Moh Nur Afdhal Dzikra

*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

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Pernyataan Orisinalitas	iii
Pernyataan Publikasi	iv
Halaman Pengesahan	v
PRAKATA	vi
Abstract	viii
ABSTRAK	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Teori Strategi	22
2.2.2 Pemasaran Digital	23
2.2.3 Produk Umrah	24
2.2.4 Matriks IFE, EFE, dan IE	26
2.2.5 Analisis SWOT	27
2.3 Objek Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Metodologi Penelitian.....	33
3.2 Lokasi Penelitian.....	33
3.3 Objek, Subjek Penelitian, dan Sumber Data	33

3.3.1	Objek Penelitian	33
3.3.2	Subjek Penelitian	33
3.3.3	Sumber Data	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5	Teknik Validitas Data	35
3.5.1	Triangulasi	35
3.6	Teknik Analisis Data	36
3.7	Riset Design	36
BAB IV HASIL PENELITIAN		38
4.1	Kegiatan Wawancara	38
4.1.1	Wawancara Dengan Staff SDM dari PT.Galuh Mutiara Wisata	38
4.1.2	Wawancara Dengan Akademisi Bidang Pemasaran Digital	39
4.2	Kuesioner	40
4.2.1	Kuesioner Lingkungan Internal	41
4.2.2	Kuesioner Lingkungan Eksternal	41
4.3	Kegiatan Observasi Berdasarkan SWOT (<i>Strength, weakness, opportunity, Threats</i>) ...	41
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN		44
5.1	Analisis SWOT dan Matriks IFE, EFE, dan IE	44
5.2	Tahap Implementasi Dari Pengembangan Pemasaran Digital Produk Umrah	52
5.2.1	Kuadran SWOT	52
5.2.2	Matrix IE (Internal-Eksternal)	53
5.2.3	Matrix SWOT	54
BAB VI SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN		58
6.1	Simpulan	58
6.2	Keterbatasan Penelitian	58
6.3	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		60
RIWAYAT HIDUP		64
LAMPIRAN		66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna Media Sosial 2024 (Data Dikelola Oleh Peneliti)	3
Gambar 2 Skema Analisis Swot	29
Gambar 3 Riset Design	37
Gambar 4 Wawancara Dengan Bapak Wahyu Munandar Selaku Staff SDM PT. Galuh Mutiara Wisata	39
Gambar 5 Wawancara Dengan Bapak Moh Imansyah Noor Wihadi Selaku Akademisi Bidang Pemasaran Digital.....	40
Gambar 6 Kuadran SWOT Produk Umrah PT. Galuh Mutiara Wisata	52
Gambar 7 Matrix IE Produk Umrah PT. Galuh Mutiara Wisata	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Travel Wilayah Kebon Jeruk, Jakarta Barat (Data Dikelola Oleh Peneliti)	4
Tabel 2 Matrix Penelitian Terhadulu	12
Tabel 3 Matrix SWOT.....	30
Tabel 4 Data Lingkungan Internal.....	46
Tabel 5 Data Lingkungan Eksternal	48
Tabel 6 Tabel IFAS Produk Umrah PT. Galuh Mutiara Wisata	49
Tabel 7 Tabel EFAS Produk Umrah PT. Galuh Mutiara Wisata	50
Tabel 8 Matrix IE Produk Umrah PT. Galuh Mutiara Wisata	54

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Lembar Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi.....	66
Lampiran 2 Kartu Monitoring Bimbingan	67
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara	68