

**STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DALAM  
MEMPROMOSIKAN PRODUK PAKET HAJI DAN UMRAH PADA PT  
HASANAH ASYSESA MULIA**

**SKRIPSI**

**OLEH:  
MUHAMMAD RIZKY FAHRIZA  
190104030006**



**MANAJEMEN DAKWAH  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN  
2023 M/1443 H**



**STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DALAM  
MEMPROMOSIKAN PRODUK PAKET HAJI DAN UMRAH PADA PT  
HASANAH ASYSESA MULIA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Menyelesaikan Program Strata Satu  
Manajemen Dakwah**

**Oleh:**

**Muhammad Rizky Fahriza  
190104030006**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH  
2023 M/1444 H**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Fahriza

NIM : 190104030006

Tempat/Tanggal Lahir : Balikpapan, 06 April 2001

Jurusan/Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul, “Strategi Pemasaran Berbasis Digital Dalam Mempromosikan Produk Paket Haji dan Umrah Pada PT. Hasanah Asysesa Mulia” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 07 Juni 2023

Yang membuat pernyataan ini,

Muhammad Rizky Fahriza



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
ANTASARI BANJARMASIN**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Jalan A. Yani KM. 4,5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 3253939

website: [www.fdik.uin-antasari.ac.id](http://www.fdik.uin-antasari.ac.id), email: [fdik@uin-antasari.ac.id](mailto:fdik@uin-antasari.ac.id) instagram: [fdikuinantasari](https://www.instagram.com/fdikuinantasari)

**SURAT KETERANGAN LULUS CEK PLAGIASI**

**Nomor : B-64 /Un.14/III.4/PP.00.9/06/2023**

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi menerangkan bahwa skripsi mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama : Muhammad Rizky Fahriza  
NIM : 190104030006  
Program : S-1  
Program Studi : Manajemen Dakwah (MD)

Judul Skripsi:

**STRATEGI PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DALAM MEMPROMOSIKAN  
PRODUK PAKET HAJI DAN UMROH PADA PT. HASANAH ASYSESA MULIA**

Hasil Uji Plagiasi : 15%

Berdasarkan hasil hasil cek plagiasi dengan menggunakan [www.turnitin.com](http://www.turnitin.com) bahwa naskah skripsi ini dinyatakan lulus dan memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 09 Juni 2023

A.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan



Taufiqurrahman

# Cek Plagiasi

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://www.hasanahtours.com">www.hasanahtours.com</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://ojs.stmikdharmapalariau.ac.id">ojs.stmikdharmapalariau.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://balikpapan.hasanahtours.com">balikpapan.hasanahtours.com</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://www.sasiananth.com">www.sasiananth.com</a> Internet Source	<1%

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi Yang Berjudul : *Strategi Pemasaran Berbasis Digital Dalam  
Mempromosikan Produk Paket Haji dan Umroh  
Pada PT. Hasanah Asysesa Mulia*

Ditulis : Muhammad Rizky Fahriza

NIM : 190104030006

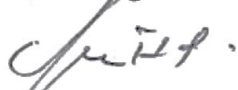
Prodi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

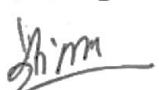
Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya  
untuk dipertahankan di depan sidang Tim Penguji skripsi fakultas dakwah dan ilmu  
komunikasi Uin Antasari Banjarmasin

Banjarmasin, 07 Juli 2023

Pembimbing I

  
Syaipul Hadi, S.I.P. M.A  
NIP. 19691205199903001

Pembimbing II

  
Sri Anafarhanah, MSI  
NIP.198909112015032005

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen Dakwah  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi  
Uin Antasari Banjarmasin



## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **Strategi Pemasaran Berbasis Digital Dalam Mempromosikan Produk Paket Haji dan Umrah Pada PT. Hasanah Asyessa Mulia**, ditulis oleh Muhammad Rizky Fahriza telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin Pada :

Hari : Senin

Tanggal : 26 Juni 2023

Dan dinyatakan LULUS dengan Predikat : 85 (A)

Plh. Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

UIN Antasari Banjarmasin



**Dr. Mahmud Yusuf, M.SI**

**NIP. 197901262006041002**

## TIM PENGUJI

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Taufiqurrahman, S.Ag., M.Ed	1.
2. Sri Anafarhanah, SEI., MSI	2.
3. Syaipul Hadi, S.IP., MA	3.
4. Rahmi Yuningsih, MM	4.



MOTTO

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

Artinya: “Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka ia akan berhasil

## ABSTRAK

**Muhammad Rizky Fahriza**, 19104030006, *Strategi Pemasaran Berbasis Digital Dalam Mempromosikan Produk Paket Haji dan Umrah Pada PT. Hasanah Asysesa Mulia*. Pembimbing: (I) Syaipul Hadi, S.IP., MA, (II) Sri Anafarhanah, SEI, MSI. pada Program Studi Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Sarjana UIN Antasari Banjarmasin. 2023.

**Kata Kunci:**Strategi, Pemasaran berbasis digital, Travel haji dan umrah

Penelitian ini dilatar belakangi oleh mudahnya saat ini untuk berpromosi atau memasarkan produk pada digital marketing, ada ratusan bahkan ribuan iklan atau promosi produk atau jasa yang sama di media sosial pemasaran digital (digital marketing). Termasuk pada perusahaan sektor travel haji dan umrah., banyak perusahaan bergerak pada bidang travel haji dan umrah, khususnya PT. Hasanah Asysesa Mulia yang siap menjadi wadah untuk para jamaah untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah turut andil dalam pemasaran berbasis digital

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran berbasis digital (*digital marketing*) yang dilakukan oleh PT. Hasanah Asysesa Mulia dalam mempromosikan paket layanan haji dan umrah yang dimiliki untuk menarik minat pelanggan dan menjalankan strategi pemasaran berbasis digital

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian lapangan dan menggunakan metode pendekatan kualitatif yaitu dengan melakukan penelitian yang akan menghasilkan data deskriptif terkait pemasaran digital (digital marketing) produk haji dan umrah berupa teks, foto, cerita, gambar, yang ditemukan pada tempat penelitian

Hasil dari Penelitian ini PT. Hasanah Asysesa Mulia dan bukan berupa angka hitung-hitungan. PT. Hasanah Asysesa Mulia sudah sangat baik dalam menerapkan strategi pemasaran berbasis digital dilihat dari penggunaan elemen digital marketing yaitu: Konten, Iklan PPC (Pay Per Click), Marketing Website, Media Sosial, SEO (Search Engine Optimizer) Strategi pemasaran berbasis digital

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Strategi Pemasaran Berbasis Digital Dalam Mempromosikan Produk Paket Haji dan Umrah Pada PT. Hasanah Asysesa Mulia.”. Shalawat dan salam senantiasa terucap kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapat syafa’at di hari kiamat nanti.

Dalam penyusunan tugas ini, penulis sangat berterimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, memberikan bimbingan dan dukungan moral maupun spiritual sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujiburrahman, MA selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin
2. Bapak Dr. H. M. Abduh Amrie, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin.

3. Ibu Sri Anafarhanah, MSI sebagai Ketua Jurusan Manajemen Dakwah sekaligus menjadi pembimbing II yang telah banyak membantu dan memberi bimbingan, arahan serta koreksi dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini
4. Bapak Syaipul Hadi, S.IP, MA Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu, memberikan saran, arahan, masukan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama penulis kuliah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
6. Kepala dan staf perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan Staf Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan layanan yang baik kepada peneliti dalam mendapatkan buku-buku yang diperlukan
7. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan, selalu mengingatkan, memberikan semangat serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen Dakwah 2019 yang telah banyak membantu, kebersamai dan memberikan pengalaman yang sangat luar biasa di masa kuliah.

Dengan kerendahan hati penulis berharap agar bermanfaat untuk kita semua khususnya dibidang manajemen wisata religi. Teriring doa

semoga Allah SWT senantiasa membalas segala amal baik dari semuanya dengan sebaik-baik. Akhirnya penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan sangat jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu kritik dan yang membangun ini dari semua pihak sangat peneliti harapkan demi perbaikan dalam skripsi ini. Dengan kerendahan hati sekali lagi peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam segala hal demi kelancaran penelitian skripsi ini, semoga Allah SWT memberikan balasan pahala yang berlipat ganda, Aamiin Yaa Rabbal Alamin.

Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, semua kritik dan saran atas bantuan dari semua pihak sangat peneliti harapkan demi perbaikan penelitian ini. Peneliti juga berharap semoga apa yang telah tertulis dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Banjarmasin, 08 Juni 2023

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEABSAHAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>BUKTI BEBAS PLAGIASI</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Fokus penelitian .....	6
C. Tujuan penelitian.....	6
D. Signifikasi penelitian.....	7
E. Definisi Operasional.....	8
F. Penelitian terdahulu.....	12
G. Sistematika penulisan.....	14
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR</b> .....	16
A. Kajian Teori .....	16
1. Strategi .....	16
a. Pengertian Strategi .....	16
b. Langkah-langkah Strategi .....	18

2.	Jual Beli dalam Islam .....	20
a.	Pengertian Jual Beli.....	20
b.	Dasar Hukum Jual Beli harus Adil dan Jujur.....	22
3.	Pemasaran .....	25
a.	Pengertian Pemasaran .....	25
b.	Fungsi Pemasaran.....	26
4.	Strategi Pemasaran .....	27
a.	Pengertian Strategi Pemasaran .....	27
b.	Bauran Pemasaran ( <i>Marketing mix</i> ).....	28
5.	Pemasaran Digital .....	31
a.	Pengertian Digital.....	31
b.	Pengertian Pemasaran Digital .....	32
c.	Strategi Pemasaran Digital.....	33
d.	Media Pemasaran Digital .....	34
B.	Kerangka Pikir .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>38</b>
A.	Jenis Penelitian.....	38
B.	Subjek dan Objek Penelitian .....	38
C.	Lokasi Penelitian.....	39
D.	Sumber Data.....	39
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
F.	Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
A.	Hasil Penelitian .....	43
1.	Sejarah berdirinya PT. Hasanah Asysesa Mulia .....	43
2.	Identitas Travel dan Tujuan PT. Hasanah Asysesa Mulia .....	45
3.	Visi dan Misi serta Motto PT. Hasanah Asysesa Mulia .....	46
4.	Struktur Organisasi PT. Hasanah Asysesa Mulia .....	47
5.	Produk Paket haji dan Umroh PT. Hasanah Asysesa Mulia .....	49

6. Konsep Umroh PT. Hasanah Asysesa Mulia .....	55
B. Analisis Strategi Digital Marketing PT. Hasanah Asysesa Mulia .....	56
1. Konten .....	66
2. Search Engine Optimizer .....	71
3. Media sosial .....	73
4. Marketing Website .....	76
5. Iklan PPC .....	78
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>83</b>
A. Simpulan .....	83
B. Rekomendasi .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>93</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 .....	37
Gambar 4.2 .....	44
Gambar 4.3 .....	45
Gambar 4.4 .....	47
Gambar 4.5 .....	49
Gambar 4.6 .....	51
Gambar 4.7 .....	52
Gambar 4.8 .....	57
Gambar 4.9 .....	57
Gambar 4.10 .....	58
Gambar 4.11 .....	58
Gambar 4.12 .....	59
Gambar 4.13 .....	60
Gambar 4.14 .....	61
Gambar 4.15 .....	66
Gambar 4.16 .....	70
Gambar 4.17 .....	71
Gambar 4.18 .....	75
Gambar 4.19 .....	75

Gambar 4.20.....	77
Gambar 4.21.....	78
Gambar 4.22.....	80