

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