

ABSTRAK

Marfuzah, 2026. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Travel Umrah PT. Embun Nabawi Wisata Kantor Cabang Kayutangi. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bsnis Islam. Pembimbing (1) Lutpi Sahal, SHI. M.S.I dan Pembimbing (2) Dra. Hj. Fithriana Syarqawie, M.H.I

Kata Kunci : Media Sosial, Pemasaran, dan Penjualan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media sosial yang semakin pesat dan dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran dalam meningkatkan penjualan jasa travel umrah pada PT. Embun Nabawi Wisata Cabang Kayutangi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui cara pemanfaatan media sosial, kendala yang dihadapi beserta solusi yang dilakukan, serta tanggapan konsumen terhadap pemasaran yang dilakukan.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, lokasi penelitian dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis melalui tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data sampai dengan kesimpulan untuk memperoleh gambaran pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan penjualan jasa travel umrah PT. Embun Nabawi Wisata Kantor Cabang Kayutangi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dilakukan melalui pembuatan konten promosi, penyampaian informasi, serta penyajian testimoni jamaah. Hal ini mampu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Meskipun terdapat kendala seperti keterbatasan dalam pengelolaan konten, perusahaan melakukan upaya perbaikan dengan meningkatkan kualitas dan konsistensi konten. Secara umum, konsumen memberikan tanggapan positif terhadap pemasaran yang dilakukan melalui media sosial. Dengan demikian, media sosial berperan penting dalam mendukung peningkatan penjualan jasa travel umrah.