

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN DAYA SAING ORGANISASI HAJI
DAN UMRAH DI PT. AN NAMIRAH TRAVELINDO
SURABAYA GAYUNGAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)

Oleh :

Sri Nawang Syh (04010421015)



Dosen Pembimbing :

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM (196212141993031002)
Airlangga Bramayudha, MM (197912142011011005)

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Nawang Syh

NIM : 04010421015

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Strategi Pemasaran Digital Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Organisasi Haji Dan Umrah Di An Namirah Travelindo Surabaya Gayungan** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 23 Desember 2024

Yang membuat pernyataan,



Sri Nawang Syh
04010421015

Persetujuan Dosen Pembimbing

Nama : Sri Nawang Syh
NIM : 04010421015
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul :Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Peningkatan
Daya Saing Organisasi Haji dan Umroh di An Namirah
Travelindo Surabaya Gayungan

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui Pembimbing I dan Pembimbing II untuk di
ajukan pada sidang Skripsi Program Studi Manajemen Dakwah.

Surabaya,17 Desember 2024

Pembimbing I



Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM

NIP. 196212141993031002

Pembimbing II



Airlangga Bramayudha, MM

NIP. 197912142011011005

LEMBARAN PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI
STRATEGI PEMASARAN DIGITAL SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN DAYA SAING ORGANISASI DI AN
NAMIROH TRAVELINDO SURABAYA GAYUNGAN

SKRIPSI


Disusun Oleh :

Sri Nawang Syh

04010421015

Yang telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 23 Desember/2024
Tim Penguji

Penguji I



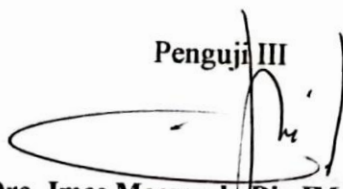
Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM
NIP. 196212141993031002

Penguji II



Airlangga Bramayudha, MM
NIP. 197912142011011005

Penguji III



Dra. Imas Maesaroh, Dip.IM-Lib-M.Lib,Ph.D
NIP. 19660514199203200

Penguji IV



Dr. Achmad Murtafi Harits, Lc., Fil.I
NIP. 197003042007011056

Surabaya, 23 Desember 2024

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya



Dr. Moch. Cholilul Arif, S.Ag., M.Fil.I

NIP. 197110171998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Gri Nawang Syh
NIM : 04010421015
Fakultas/Jurusan : FDK / Manajemen Dakwah
E-mail address : grinawangsyh123@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Peningkatan Daya
Saing Organisasi Haji dan Umrah di PT. An Mamirah Surabaya
Gayungan .

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Januari 2025

Penulis

Sri Nawang Syh

ABSTRAK **(Bahasa Indonesia)**

Nama : Sri Nawang Syh
NIM : 04010421015
Judul : Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Organisasi Haji dan Umroh di An Namirah Travelindo Surabaya Gayungan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran digital sebagai upaya peningkatan daya saing organisasi di PT. An Namirah Travelindo Surabaya Gayungan. Kemajuan dalam dunia digital marketing telah membawa perubahan signifikan dalam lanskap bisnis saat ini. Saat ini, perusahaan dihadapkan pada tekanan persaingan yang semakin tinggi karena akses yang lebih mudah ke pasar global melalui platform digital.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, di mana teknik pengumpulan datanya menggunakan wawancara mendalam, dokumentasi dan observasi. Pada analisis data melewati beberapa tahap yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa strategi pemasaran digital di PT. An Namirah Travelindo Surabaya Gayungan efektif untuk peningkatan daya saing Organisasi Haji dan Umrah. Penggunaan platform digital, seperti media sosial, SEO, Website, Email Marketing, Affiliate Program serta penerapan strategi *Marketing Mix 4P* untuk promosi dan pendaftaran memudahkan calon jamaah untuk mengakses informasi dan melakukan transaksi dengan lebih cepat.

PT. An Namirah berhasil menjawab tantangan zaman dan menjelma menjadi pelaku yang kompetitif dalam industri perjalanan dan pariwisata melalui implementasi strategi pemasaran digital yang holistik dan terukur.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Daya Saing, platform digital

ABSTRACKSS **(Bahasa Inggris)**

Name : Sri Nawang Syh
NIM : 04010421015
Title : Digital Marketing Strategies as an Effort to Enhance the Competitiveness of Hajj and Umrah Organizations at An Namirah Travelindo Gayungan Surabaya

The purpose of this research is to understand digital marketing strategies as an effort to enhance the competitiveness of the organization at PT. An Namirah Travelindo Surabaya Gayungan. Advancements in the world of digital marketing have brought significant changes to the current business landscape. Currently, companies are facing increasing competitive pressure due to easier access to the global market through digital platforms.

This research is a descriptive qualitative study, where the data collection techniques used are in-depth interviews, documentation, and observation. In data analysis, several stages are passed, namely: data collection, data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The research results conclude that the digital marketing strategy at PT. An Namirah Travelindo Surabaya Gayungan is effective in enhancing the competitiveness of Hajj and Umrah organizations. The use of digital platforms, such as social media, SEO, websites, email marketing, affiliate programs, and the implementation of the 4P Marketing Mix strategy for promotion and registration, makes it easier for prospective pilgrims to access information and conduct transactions more quickly.

PT. An Namirah successfully met the challenges of the times and transformed into a competitive player in the travel and tourism industry through the implementation of a holistic and measurable digital marketing strategy.

Keywords: Digital Marketing, Competitiveness, digital platforms

ABSTRAK (Bahasa Arab)

الاسم: سري ناوانغ سيه

رقم الهوية: 04010421015

العنوان: استراتيجيات التسويق الرقمي كجهد لتعزيز تنافسية منظمات الحج والعمرة في شركة أن نميرة ترافيليندو غايونغان سورابايا

الغرض من هذا البحث هو فهم استراتيجيات التسويق الرقمي كجهد لتعزيز تنافسية PT. An Namirah Travelindo Surabaya Gayungan. المنظمة في شركة التطورات في عالم التسويق الرقمي قد جلبت تغييرات كبيرة إلى مشهد الأعمال الحالي. حاليًا، تواجه الشركات ضغطًا تنافسيًا متزايدًا بسبب سهولة الوصول إلى السوق العالمية من خلال المنصات الرقمية.

هذا البحث هو دراسة نوعية وصفية، حيث تم استخدام تقنيات جمع البيانات مثل المقابلات المتعمقة، والتوثيق، والملاحظة في تحليل البيانات، يتم المرور بعدة مراحل. وهي: جمع البيانات، تقليل البيانات، عرض البيانات، واستخلاص النتائج.

PT. An Namirah Travelindo Surabaya Gayungan تخلص نتائج البحث إلى أن استراتيجية التسويق الرقمي في شركة فعالة في تعزيز تنافسية منظمات الحج والعمرة. استخدام المنصات الرقمية، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، التسويق عبر البريد الإلكتروني، (SEO) تحسين محركات البحث للترويج والتسجيل، يسهل على برامج الشراكة، وتنفيذ استراتيجية مزيج التسويق 4 الحجاج المحتملين الوصول إلى المعلومات وإجراء المعاملات بشكل أسرع. في مواجهة تحديات العصر وتحولت إلى لاعب PT. An Namirah نجحت شركة تنافسي في صناعة السفر والسياحة من خلال تنفيذ استراتيجية تسويق رقمي شاملة وقابلة للقياس.

الكلمات المفتاحية: التسويق الرقمي، القدرة التنافسية، المنصات الرقمية

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	VI
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	VII
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	VIII
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	V
ABSTRAK.....	X
ABSTRACK.....	XI
KATA PENGANTAR	XIII
PEDOMAN PENULISAN TRANSLITERASI.....	XV
DAFTAR ISI	XVII
DAFTAR TABEL.....	XIX
DAFTAR GAMBAR	XX
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Definisi Operasional	10
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN TEORETIK	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Kajian Perspektif Dakwah Islam	25
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35

B. Lokasi Penelitian	35
C. Jenis dan Sumber Data	35
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Teknik Analisis Data	39
F. Teknik Validitas Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
B. Penyajian Data.....	48
C. Analisis Data	88
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Rekomendasi.....	98
C. Keterbatasan Penelitian.....	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	109



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

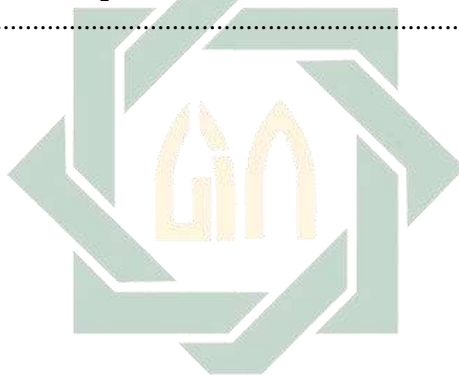
Tabel 4. 1 Struktur Organisasi PT. An Namirah Travelindo.....	44
Tabel 4. 2 Daftar Produk PT An Namirah Bulan September 2024	46
Tabel 4. 3 Daftar Produk PT An Namirah Bulan Oktober	46
Tabel 4. 4 Daftar TProduk PT. An Namirah Bulan November	47



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Halaman Depan Instagram Kantor Ketintang.....	58
Gambar 4. 2 Halaman Depan Instagram Kantor Kutisari.....	60
Gambar 4. 3 Halaman Depan Facebook Kantor Ketintang	64
Gambar 4. 4 Halam Depan Facebook Kantor Kutisari	65
Gambar 4. 5 Halaman Depan Akun Youtube PT An Namirah Surabaya.....	67
Gambar 4. 6 Halan Depan Akun Tiktok Kantor Ketintang.....	70
Gambar 4. 7 Halaman Depan Akun Tiktok Kantor Kutisari	72
Gambar 4. 8 Halaman Depan Website PT An Namiroh Surabaya	75



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adipradana, Yoga, and Yuli Harwani. "A Conceptual Framework of Digital Marketing, Brand Image, and Product Quality Towards Repurchase Intention of Frozen Food Products Through Purchase Decision of Kingko Food Jakarta." 5, no. No.1 (2023): 72.
- Adrianto. "Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander Pada PT. Dipo Cabang Sisingamangaraja." *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 12, no. 2 (June 2024): 71–76.
- Afif Alfiyanto. "Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Berbasis Budaya Religius." *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 10, no. 1 (2020): 53–62.
- Ahmad, Nabila Karim, and Evan Setiawan Asnaini. "Inovasi Sefl-Service Technology Dalam Pelayanan Umrah Pasca Pandemi Covid-19 (Study Pada Pt. Patuna Mekar Jaya Kantor Cabang Bengkulu)." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 06 (2022): 251–266.
- Al Hadi, M. Sabiq. "Rekontruksi Pemahaman Yang Keliru Tentang Kewajiban Dan Keutamaan Haji Dan Umroh." *Al-Iqtishod : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 1, no. No. Mei 2019 (n.d.): Hal. 65-85.
- Alexandre Pinontoan, Nexen, and Cantika Faiza Ramadhona. "Optimasi Pemasaran Digital Dan Media Sosial Untuk Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Ngargoretno." *Journal of Human And Education* 4, no. 2 (2024): 15–19.
- Al-Quran 2. (*Al-Baqarah*):159, n.d.
- Alwendi. "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan." *Manajemen Bisnis* 17, no. 3 (2020): 317–325.
- Amalia, Aisyah. "Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran dan SWOT Pada Perusahaan POPY TUBBY." *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Vol. 1, no. No. 3 (August 2016): 297–306.
- Amanda, Siti Rizky. "Strategi Pemasaran Digital Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan Paket Wisata Lombok." *Journal of Mandalika Review* 1, no. 1 (2022): 18–22.

- Amelia, Shy She, and Iswadi. "Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya." *Technomedia Journal* 8, no. 3 (2023): 1–13.
- Anggia, Tulandi Riry. "Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Harga, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Surat Kabar Manado Post." *Jurnal EMBA* Vol. 3, no. No. 2 (2015): Hlm 107-116.
- Aprida, Oma, and Syaiful Bahri. "Penerapan Teori Competitive Advantage Michael Porter dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam: Studi Kasus di MIS GUPPI 13 Tasik Malaya, Kabupaten Rejang Lebong" (n.d.).
- Ardani, Wayan. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen." *Jurnal Tadbir Peradaban* 2, no. 1 (2022): 40–47.
- Ariyanto, Aris, Rejeki Bangun, and Muhamad Rifqi Min Indillah. *Manajemen Pemasaran*. 1st ed. Vol. 1. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2023.
- Arifin, Miftahol, Moh. Kurdi, and Syaiful Anwar. "Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Amanda Cafe Di Era Revolusi Industri 4.0." *Journal MISSY 2* (2021).
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep Dan Strategi*. Ed. 1 Cet. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Bangun, Wilson. "Budaya Organisasi: Dampaknya Pada Peningkatan Daya Saing Perusahaan." *Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (2008): 38–49.
- Buchari Alma, Haji. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Cahya, Bayu Tri. "Implementasi Teori Michael Porter Strategic Dalam Meningkatkan Penjualan Di Kawasan Wisata Kuliner Di Kabupaten Pati." *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman* Vol. 7, no. No. 3 (2019): hal. 97-111.
- D.A, Anindya. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua"." *At-Tawassuth* II (2017): 389-412,.
- Dokumentasi. *PT. An Namirah Travelindo Surabaya*, October 17, 2024.

- Fadhillah, R R, Adi Indrayanto, and Dian Purnomo Jati. “Analisis Strategi Pemasaran BUMDes Kartika Mandiri Desa Karangkemiri Kecamatan Pekuncen Kabupaten Banyumas.” *Rural Tourism and Creative Economy to Develop Sustainable Wellness*. (2020). Accessed December 12, 2024. <https://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/myc/article/view/3076>.
- Fauza Husna. “Peran Affiliator Dalam Menarik Minat Belanja Konsumen.” *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) 2* (2023): 299–306.
- Fiati, Rina. “Strategi Pengembangan Jaringan Usaha UMKM Pigura Kaligrafi Memasuki Pasar Ekspor.” *Jurnal Dianmas* 5, no. April (2021): 53–62.
- Frick, Tim. “Sustainable Digital Marketing: Redefining Success for 2024.” *Mightybytes*.
- Fuad, Akhmad, and Syahmardi Yacob. “Pengaruh Media Sosial Dan Daya Tarik Dalam Meningkatkan Minat Umroh Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Tanah Suci Pada Generasi Milenial Di Kota Jambi.” *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan* 11, no. 04 (2022): 845–859.
- Gundasari, Dyah. *Pengantar Komunikasi Antarmanusia*. Sumatera Utara: Yayasan Kita Menulis, 2022.
- Hadi, Antonius Satria, and Ardhi Khairi. “Pemilihan Strategi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Ibu Pkk Desa Gadingharjo.” *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 1 (2020): 127–132.
- Hamdat, Aminuddin, Arfah, and Aryanti muhtar Kusuma. *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen: Prinsip Dasar, Strategi Dan Implementasi*. Edisi 1. Vol. 1. Yogyakarta: Mirra Buana Media, 2020.
- Haryanti, Sri, and Bambang Mursito. “Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada PT. Danar Hadi Surakarta.” *Journal of Chemical Information and Modeling*, no. No. 9 (2017): hal. 1689-1699.
- Haryanti, Sri, Bambang Mursito, and Sudarwati. “Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk

- Batik Pada PT. Danar Hadi Surakarta.” *Manajemen* 01 (2016): 1–23.
- Haryanto, Resty Avita. “Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mcdonald’s MANADO.” *Jurnal EMBA* Vol.1 (2013).
- Hasan, Golan, Ardila, Azwin Handoko, Feby Fitria Salim, Putri Siti Rohaizat, and Yohana Juwitasari Hulu. “Implementasi Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran Dan Untuk Meningkatkan Penjualan.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 5, no. 1 (2022): 505–515.
- Hermansyah, David, and Baiq Ida Astini. “Penerapan Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Visibilitas dan Pertumbuhan Bisnis di Era Digital.” *Seminar Nasional LPPM UMMAT Universitas Muhammadiyah Mataram* 3 (2024).
- Hulwatunnisa, Raihanah Hasanudin, Arnold, Satrio Ariodutho, David Chandrawan. “Strategi Pemasaran Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Warung Padasuka.” *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi* 04, no. 02 (2023): 123–134.
- Imran, Moch Irzad Aditya. “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang.” *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 2, no. 1 (2018): 50–64.
- Indrapura, Putri Fauziah Sri, and Uus Mohammad Darul Fadli. “Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika.” *Jurnal Economina* 2, no. 8 (2023): 1970–1978.
- Ismuratno, Irwan, Mohammad K Hamdani, and Eka D Prahastiwi. “Implementasi Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di Lembaga Sekolah Dasar Islam Insan Cendekia Pacitan.” *Jurnal Ilmiah Kreatif: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam* Vol. 19, no. No. 1 (January 2021). Accessed December 12, 2024.
<https://www.neliti.com/id/publications/497531/implementasi-strategi-pemasaran-jasa-pendidikan-di-lembaga-sekolah-dasar-islam-i>.
- Iswara, I Made Ardhy Kusuma, and Luh Putu Mahyuni. “Strategi UMKM Mempertahankan Pelanggan Di Era Digitalisasi.”

- JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)* 8, no. 1 (2024): 143–155.
- Junidar, Ulfa. “Strategi Pemasaran Digital Lembaga Filantropi Islam (Studi Terhadap PKPU Dan Rumah Zakat Di Indonesia).” *Jurnal Peradaban Islam* 2, no. 2 (2020): 1–29.
- Kartawaria, Josephine Ruth, and Albert Claus Normansah. “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Perusahaan START UP.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* Vo.; 4 (April 2023): 21–29.
- Karundeng, Thessa N, Silvy L. Mandey, and Sumaraw. “ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI KAYU (STUDI KASUS DI CV. KARYA ABADI, MANADO) |.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol. 6, no. No. 3 (2018): 1748–1757.
- Katrin, Katrina, and Zon Vanel. “Strategi Pemasaran Komunikasi Digital Marketing Platform (Cashbac) Untuk Meningkatkan Daya Beli Konsumen.” *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2020): 14.
- Kriyanto, Rachmat. *Tehnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Kusumawardhani, Ratih, Ignatius Soni Kurniawan, and Nonik Kusuma Ningrum. “Pelatihan Pemasaran Digital Dan Manajemen Usaha Untuk Akselerasi Kinerja UKM Pengrajin Bambu Di Desa Tirtoadi, Mlati, Sleman.” *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 5, no. 1 (2020): 11–17.
- Lesmana, Nandang, and Ilham Hakim. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Hendri Herman. Edisi I. Depok, 2022.
- Marselina, Resya Dwi, Hilman Al Hafizh, and Triyana Triyana. “Analisis Jaringan Bisnis Untuk Meningkatkan Dan Mengembangkan Fashion Sabhira.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8, no. 1 (2024): 2615–2622.
- Mas’Ari, Ahmad, Muhammad Ihsan Hamdy, and Mila Dinda Safira. “Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau.” *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri* 5, no. 2 (February 6, 2020): 79.

- Ma'sum, Toha. "Eksistensi Manajemen Pemasaran Dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan." *Jurnal Intelektual: Jurnal Pendidikan dan Studi Keislaman* 10, no. 2 (2020): 133–153.
- Muhammad Zaki, and Rosyadi. "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern." *Manajemen dan Inovasi (MANOVA) Volume 1 Nomor 2 1* (2018): 2.
- Mursi, Abdul hamid. *SDM Yang Produktif*. Jakarta: Gema insane press, 2001.
- Mustafa, Pinton Setya. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Tindakan Kelas Dalam Pendidikan Olahraga*. Ed. 1. Mojokerto: Mustafa, 2022.
- Nasution, S. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Ningsih, Desy Dwi Sulastriya, and M Ruslianor Maika. "Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar Di Sidoarjo." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 693–702.
- Nur Arafah, Nadiya, Mutiara Kamilatunaimah, Chyntia Huang, Renza Fahlevi, Universitas Internasional Batam, and Jl Gajah Mada Baloi Sei Ladi. "Strategi Digital Marketing Menggunakan Media Sosial Dan E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis UMKM Yasmin's Brownies." *MANABIS (Jurnal Manajemen dan Bisnis)* 1, no. 4 (2022): 259–271.
- Nurhayaty, Maria. "Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence) 7P DI PD RASA GALENDO KABUPATEN CIAMIS." *Jurnal Media Teknologi* 8, no. 2 (April 21, 2022): 119–127.
- Observasi. *Kantor PT. An Namiroh Travelindo Surabaya*, October 19, 2024.
- Prasetyo, Andi, Jefri Aulia Martha, and Aniek Indrawati Wati. *Digital Marketing*. Edited by Nadya Artha Fransiska. Pert. Malang: Edulitera, 2020.
- Pratiwi, Dwi Zhaafira, and Dhani Ichsanuddin Nur. "Expanding Market Access Through the Implementation of Digital Marketing in MSME Businesses Bank BTPN Syariah Customers." *Jati Emas (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)* 8, no. 4 (2024): 6–7.

- Priangani, Ade. “Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks.” *Jurnal Kebangsaan* Vol. 2, no. 4 (2013): 1-9 hlm.
- . “Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global.” *Jurnal Kebangsaan* Vol. 2, no. 4 (2013): 1-9 hlm.
- Raco, Dr J R. *Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakteristik Dan Keunggulannya)*. Surabaya: Grasinfo, 2010.
- Ramadhani, Dini Suci &, and Ratni Prima Lita. “Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Konsumen Damarindo Digital Printing Di Padang).” *Jurnal Ekonomi* 7 (2019): h.2.
- Rangkuti, Freddy. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Ratna Gumilang, Risa. “Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 10, no. 1 (2019): 9–14.
- Resya Dwi Marselina, Alya Putri Agustina, Indah Siti Aulya, Juliana Juliana, Nirmala Nurdiandani, and Ulfiana Hanifah. “Strategi Pemasaran Melalui Jaringan Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan Buku Do’a Pada Percetakan CV. Aslan Grafika.” *CiDEA Journal* 2, no. 2 (2023): 99–110.
- Rifqi, Muhammad, Putra Parningotan Parapat, and Muhammad Alfiannor. “Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Syariah.” *Journal Islamic education* 3, no. 1 (2024): 346–359.
- Rudianto, Zeptanus Ricky Vernando. “Strategi Pemasaran Digital Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing(Studi Kasus Pada UMKMDi Daerah Istimewa Yogyakarta).” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)* 2, no. 2 (2023): 449–456.
- Sahlan, Deflion Yussac, Fatma Ramdani, and Hanifah Muslimah Az-Zahra. “Perancangan Antarmuka Pengguna Aplikasi Pemasaran Namiroh Berbasis Web Dengan Metode Design Thinking PT. An Namiroh Travelindo.” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* Vol. 6, no. 2 (2022): 45–53.

- Sanjaya, and Tarigan. *Creative Digital Marketing Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif, Dan Berdaya Hasil Gemilan*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2009.
- Santoso, Rudi. "Review of Digital Marketing & Business Sustainability of E-Commerce During Pandemic Covid-19 in Indonesia." *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan* 5, no. 2 (2020): 95–106.
- Setiawati. "Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm." *Strategi Komunikasi Pemasaran* (2017): 1–5.
- Shiyamy, Achmad F, Siti Rohmat, and Adi Sopian. "Analisis Pengendalian Kualitas Produk Dengan Statistical Process Control." *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen* 2, no. 2 (2021): 32–44.
- Sifwah, Mudrika Aqillah, Zidna Zaena Nikhal, Anggi Puspita Dewi, Neuneu Nurcahyani, and Ratna Nur Latifah. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM." *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, no. 1 (2024): 109–118.
- Sifwah, Mudrika Aqillah, Zidna Zaena Nikhal, Anggi Puspita Dewi, Neuneu Nurcahyani, Ratna Nur Latifah, Studi Program, Fakultas Manajemen, et al. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM." *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production* 2, no. 1 (2024): 109–118.
- Sischa Ayu Anggraeni, and Nilawati Fiernaningsih. "Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital: Studi Kasus Usaha 'SAPIRING' Sale Pisang Kering." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 4 (2024): 2637–2643.
- Sobarna, Nanang, and Ahmad Hasan Ridwan. "Makna Tijarah Dalam Tafsir Ayat Dan Hadits Ekonomi Serta Penerapannya Dalam Praktik Bisnis Islam." *Eco-Iqtishodi : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah* 5, no. 2 (2024): 145–158.
- Stanton, Wilian J. *Prinsip Pemasaran*. Edited by Terjemahan. Yohanes Lamarto. Edisi 7. Jakarta: Erlangga, 2012.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Suprianto, Edy. “Pengaruh Strategic Leadership, Corporate Culture, Commitment Management, Innovation dan Competitive Advantage Di Moderasi Change Management Terhadap Corporate Performance PT LEKOM MARAS.” *Jurnal EKOBISMAN* Vol. 6, no. 1 (2021): 70–85.
- Suryati, Dr. Adelia, Prof. Dr. Ety Murwaningsari, and Dr. Sekar Mayangsari. *Keunggulan Kompetitif: Konsep dan Studi Kasus*. Ed. 1. Indramayu, Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2022.
- Syafitri, Diana Eri, and Mawardi Nur. “Analisis Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Bisnis Agrowisata (Studi Kasus CV . Empang Emak Niyah).” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (2024): 191–219.
- Ulandari, Ofiana. “Efektivitas marketing mix 4P terhadap penjualan BUMDes ‘Sumber Rejeki’ Desa Samir Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.” *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)* (June 4, 2023): 183–195.
- Via Syahdaniya, Afif, and Samsul Rifa’i. “Dekonstruksi Haji Dan Umrah Dalam Dakwah.” *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah* 3, no. 2 (December 28, 2021): 109–123.
- Wahyuni, Sri Wulan, Indriya Rusmana, Annisa Fatari Nurfaidzi, Alfiah Nur Syahidah, Kamelia Darma Zahra, and Afiq Abdurrahman. “Prospek Travel Bisnis Haji Dan Umrah: Entrepreneur Di Era Digital.” *mecca: Journal of Hajj and Umrah Studies* 1, no. 1 (2024): 74–90.
- Wawancara, 2 November 2024. “Kantor PT. An Namiroh Travelindo Surabaya,” October 17, 2024.
- Wawancara, 17 Oktober 2024. “PT. An Namiroh Travelindo Surabaya,” November 2, 2024.