

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
DIGITAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN
DAYA SAING PADA *TRAVEL AGENT*
HALALHOLIDAYS.ID**



Disusun Oleh :

Talitha Ananda Nadine – 1409521017

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar

Sarjana Terapan Pariwisata

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata

Universitas Negeri Jakarta

Tahun 2025

ABSTRAK

Meningkatnya intensitas persaingan, ditambah dengan pergeseran perilaku konsumen yang semakin aktif mencari informasi serta melakukan transaksi secara daring, menuntut perusahaan untuk secara maksimal memanfaatkan platform digital. Namun, penerapan strategi digital marketing oleh Halalholidays.id masih menghadapi sejumlah kendala yang menyebabkan rendahnya visibilitas merek dan terbatasnya jangkauan pasar, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap posisi bersaing perusahaan di industri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menelaah secara mendalam sejauh mana strategi pemasaran digital yang telah dijalankan oleh Halalholidays.id mampu berkontribusi terhadap peningkatan daya saing, serta memberikan rekomendasi strategis guna mengembangkan aktivitas promosi digital yang lebih tepat sasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terkait implementasi strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh Halalholidays.id. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa Halalholidays.id telah menerapkan berbagai strategi pemasaran digital, antara lain optimasi mesin pencari, pemanfaatan platform media sosial, pengelolaan website sebagai sarana utama penyajian produk, serta penerapan konten marketing. Strategi-strategi ini berkontribusi positif terhadap peningkatan visibilitas merek, yang terlihat dari posisi website di peringkat atas hasil pencarian serta peningkatan jumlah pengikut di akun media sosial Instagram. Selain itu, peningkatan visibilitas juga berdampak pada peningkatan penjualan, sebagaimana tercermin dari kenaikan jumlah keberangkatan selama tahun 2023 hingga 2024.

Kata Kunci: *Digital marketing, Daya Saing, Travel agent*

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

The increasing intensity of competition, along with the shift in consumer behavior toward actively seeking information and making transactions online, has pushed companies to maximize the use of digital platforms. However, the implementation of digital marketing strategies by Halalholidays.id still faces several challenges, resulting in low brand visibility and limited market reach, which ultimately affect the company's competitive position in the industry. Therefore, this study aims to explore in depth the extent to which the digital marketing strategies implemented by Halalholidays.id contribute to enhancing its competitiveness, and to provide strategic recommendations for developing more targeted and effective digital promotion activities. This research employs a descriptive qualitative approach to gain a comprehensive understanding of the implementation of digital marketing strategies carried out by Halalholidays.id. The findings indicate that the company has adopted various digital marketing strategies, including search engine optimization (SEO), the use of social media platforms, website management as the main product display channel, and content marketing tailored to the target audience. These strategies have positively contributed to increased brand visibility, as evidenced by the website's high ranking on search engine results and the growing number of followers on the company's Instagram account. Furthermore, improved visibility has also had a positive impact on sales performance, as reflected in the increasing number of tour departures throughout 2023 and 2024.

Keyword : *Digital marketing, Competitive Advantage, Travel agent*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta



Firdaus Wajdi, Ph.D.

NIP. 198107182008011016

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Ketua Sidang <u>Jenal Abidin, S.Pd., M.M.Par</u> NIP. 198110012024211001		15/07 2025
2.	Penguji Ahli <u>Revi Agustin Aisyianita, S.Hut., M.Sc</u> NIP. 199008092018032002		16/07 '25
3.	Sekretaris <u>Rinie Octaviany Hasan, M.Si., M.M.Par</u> NIP. 199010292022032003		15/07 25
4.	Pembimbing I <u>Rezka Fedrina, S.ST.Par, M.M.</u> NIP. 197602082008122001		15/07 2025
5.	Pembimbing II <u>Fajar Aditya Nugroho, M.Par</u> NIP. 199709252024061002		15/7 2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Nama : Talitha Ananda Nadine

NIM : 1409521017

Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Implementasi Strategi Marketing Digital dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing pada *Travel agent* Halal holidays.id” merupakan hasil karya pribadi saya dan bukan merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya dengan jelas. Apabila di kemudian hari terbukti terdapat unsur plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Jakarta, 27 Juni 2025

Penulis



Talitha Ananda Nadine

1409521017

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA

UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220 Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Talitha Ananda Nadine

NIM : 1409521017

Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/Usaha Perjalanan Wisata

Alamat Email : anandatalitha726@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul : IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DALAM UPAYA
MENINGKATKAN DAYA SAING PADA TRAVEL AGENT
HALALHOLIDAYS.ID

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, 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 Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Juli 2025

Penulis



(Talitha Ananda Nadine)

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Strategi Pemasaran Digital dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing pada *Travel agent* Halalholidays.id” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana terapan pariwisata. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh Halalholidays.id untuk bersaing dengan *travel agent* serupa lainnya.

Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada

1. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan do’a serta dukungan penuh untuk saya selama penyusunan penelitian ini
2. Ibu Revi Agustin Aisyianita, S.Hut., M.Sc selaku Koordinator Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
3. Ibu Rezka Fedrina, S.ST., M.M selaku dosen pembimbing ke-I, yang telah dengan sabar memberikan arahan serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini
4. Bapak Fajar Aditya Nugroho, M.Par. selaku dosen pembimbing ke-II yang telah dengan sabar memberikan arahan serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini

5. Seluruh pihak Halalholidays.id yang sudah sangat membantu saya selama magang sampai proses penyusunan skripsi ini
6. Seluruh dosen dan staf program studi Usaha Perjalanan Wisata yang telah memberikan ilmu serta pengalaman berharga selama perkuliahan
7. Anggota Wibdun yang telah menjadi *support system* dan membantu saya selama menyusun skripsi ini.
8. Kepada Bia yang selalu bersedia menemani saya dalam selama masa penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat ketidaksempurnaan serta kekurangan karena keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Maka dari itu, kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dimasa yang akan datang. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan banyak pihak lainnya.

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

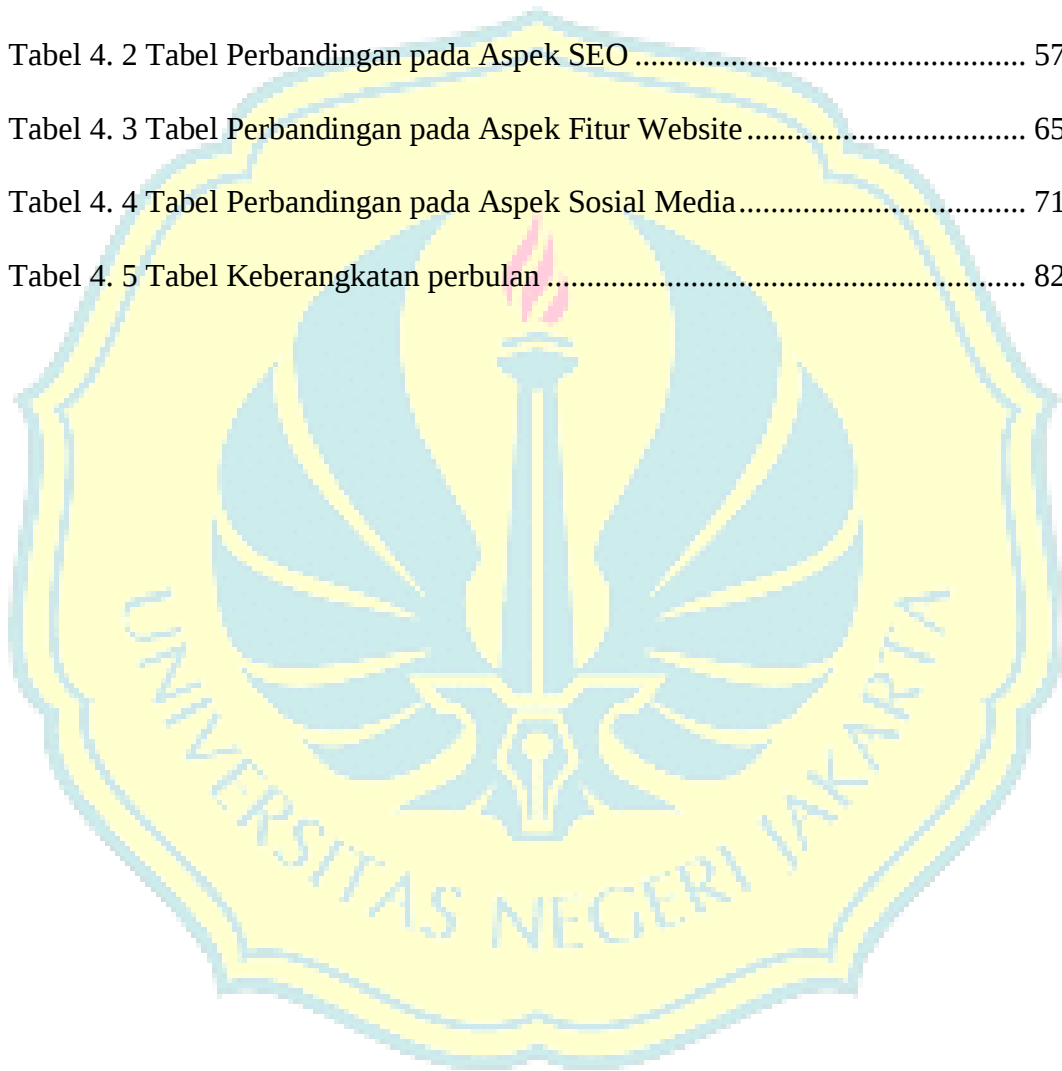
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori	8
1. Pemasaran	8

2. Strategi Pemasaran	9
3. Strategi Pemasaran Digital	13
6. Daya Saing.....	19
7. Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Daya Saing Perusahaan...	20
B. Kerangka Konseptual	22
C. Penelitian Terdahulu	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Pendekatan Penelitian	26
B. Objek Penelitian.....	26
C. Metode Pengumpulan Data	27
D. Teknik Analisis Data.....	30
E. Teknik Keabsahan Data	32
F. Jadwal Penelitian.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	34
1. Sejarah Perusahaan.....	34
2. Kegiatan Perusahaan	35
3. Struktur Organisasi.....	37
B. Hasil Penelitian	38
1. Strategi Pemasaran Digital	38

2. Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Halalholidays.id.....	45
C. Pembahasan.....	45
1. Strategi Pemasaran Digital yang Dijalankan oleh Halalholidays.id.....	45
2. Implementasi Strategi <i>Digital marketing</i> Dalam Meningkatkan Daya Saing Travel Halalholidays.id.....	48
3. Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Terhadap Daya Saing Halalholidays.id	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89
A. Surat Izin Penelitian	89
B. Lembar Persetujuan Informan.....	90
C. Hasil Wawancara	92
D. Dokumentasi	95
RIWAYAT HIDUP.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	33
Tabel 4. 1 Keyword Planner.....	52
Tabel 4. 2 Tabel Perbandingan pada Aspek SEO	57
Tabel 4. 3 Tabel Perbandingan pada Aspek Fitur Website	65
Tabel 4. 4 Tabel Perbandingan pada Aspek Sosial Media.....	71
Tabel 4. 5 Tabel Keberangkatan perbulan	82



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan	37
Gambar 4. 2 Website Halalholidays.id	40
Gambar 4. 3 Tampilan Akun Facebook Halalholidays.....	41
Gambar 4. 4 Tampilan Akun Instagram Halalholidays.id	42
Gambar 4. 5 Tampilan Akun Tiktok Halalholidays.id.....	42
Gambar 4. 6 Meta Judul Website Halalholidays.id.....	50
Gambar 4. 7 Deskripsi Website Halalholidays.id	50
Gambar 4. 8 ALT Text Gambar Halalholidays.id.....	50
Gambar 4. 9 Bentuk URL pada Halalholidays.id	51
Gambar 4. 10 Penggunaan Kata Kunci dalam Judul Website Halalholidays.id ...	55
Gambar 4. 11 Jumlah Backlink pada Website Halalholidays.id	56
Gambar 4. 12 Konten Video Tema Edukasi	74
Gambar 4. 13 Konten Video Tema Entertain.....	75
Gambar 4. 14 Konten Video Tema Inspire	76
Gambar 4. 15 Konten Video Convince	77
Gambar 4. 16 Konten Video Convince	77
Gambar 4. 17 Hasil Pencarian di Google.....	81
Gambar 4. 18 Hasil Interaksi Konten Marketing pada Instagram	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Melakukan Penelitian.....	89
Lampiran 2 Surat Persetujuan Informan 1	90
Lampiran 3 Surat Persetujuan Informan 2	91
Lampiran 4 Hasil Wawancara.....	92
Lampiran 5 Dokumentasi dengan Informan 1 dan 2.....	95



Intelligentia - Dignitas