

## **EFEKTIVITAS PEMASARAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH UMRAH HAQEEM TRAVEL**

**Lulu Rahma Aulia<sup>1</sup>, Ahmad Munawaru Zaman<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi,  
UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta

<sup>2</sup>Univeristas Pamulang

*Email : lulu.aulia20@mhs.uinjkt.ac.id*

### **ABSTRAK**

Kemajuan teknologi dan tingginya penggunaan media digital memberikan peluang besar bagi bisnis untuk melakukan pemasaran secara efektif. Hal ini juga berlaku bagi biro jasa umroh, seperti Haqeeem Travel yang memanfaatkan pemasaran digital untuk menarik minat masyarakat Muslim Indonesia dalam beribadah umroh. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penggunaan dan efektivitas pemasaran digital oleh Haqeeem Travel dalam menjual produk umrohnya dan meningkatkan jumlah jamaah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan mengumpulkan data deskriptif melalui wawancara dengan tim pemasaran Haqeeem Travel serta analisis literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital yang diterapkan Haqeeem Travel efektif dalam meningkatkan jumlah jamaah. Namun, sebagian besar jamaah yang mendaftar umroh di Haqeeem Travel berasal dari pemasaran melalui kemitraan, bukan dari pemasaran digital.

**Kata Kunci : Efektivitas, Pemasaran Digital, Produk Umrah**

### **ABSTRACT**

*Technological advances and the high use of digital media provide great opportunities for businesses to market effectively. This also applies to Umrah service bureaus, such as Haqeeem Travel, which utilize digital marketing to attract the interest of the Indonesian Muslim community in performing Umrah. This research aims to explain the use and effectiveness of digital marketing by Haqeeem Travel in selling its Umrah products and increasing the number of pilgrims. This research uses qualitative methods, by collecting descriptive data through interviews with the Haqeeem Travel marketing team and analysis of related literature. The research results show that the digital marketing implemented by Haqeeem Travel is effective in increasing the number of pilgrims. However, most of the pilgrims who register for Umrah at Haqeeem Travel come from marketing through partnerships, not from digital marketing.*

*Keywords: Effectiveness, Digital Marketing, Umrah Products*

## **PENDAHULUAN**

Pemasaran digital telah menjadi salah satu pilar utama dalam strategi bisnis modern. Dalam era digital saat ini, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi tidak hanya terbatas pada sektor komersial, tetapi juga telah merambah ke berbagai sektor, termasuk layanan keagamaan seperti perjalanan ibadah umrah. Perubahan ini didorong oleh perkembangan pesat dalam akses internet dan meningkatnya penggunaan media sosial, yang secara signifikan mengubah cara informasi disampaikan dan diterima oleh masyarakat.

Haqem, sebagai salah satu penyelenggara perjalanan umrah terkemuka, telah mengadopsi pemasaran digital dalam upaya untuk meningkatkan jumlah jamaah umrah. Pemasaran digital menawarkan berbagai keunggulan dibandingkan metode pemasaran tradisional, seperti jangkauan yang lebih luas, interaksi yang lebih personal dengan calon jamaah, serta kemampuan untuk melacak dan menganalisis efektivitas kampanye secara real-time.

Namun, meskipun potensinya besar, implementasi pemasaran digital juga menghadapi sejumlah tantangan. Persaingan yang ketat di dunia digital, perubahan algoritma pada platform media sosial, serta kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan tren terbaru merupakan beberapa hambatan yang harus dihadapi. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi seberapa efektif strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh Haqem dalam mencapai tujuan peningkatan jumlah jamaah umrah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas pemasaran digital yang dilakukan oleh Haqem, dengan fokus pada peningkatan jumlah jamaah umrah. Dengan menggunakan berbagai metrik dan indikator kinerja, penelitian ini akan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai sejauh mana pemasaran digital telah berkontribusi terhadap pertumbuhan jamaah umrah Haqem. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan kampanye pemasaran digital dan memberikan rekomendasi strategis untuk peningkatan di masa depan.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi pemasaran digital di sektor perjalanan ibadah, serta memberikan wawasan yang berguna bagi penyelenggara umrah lainnya dalam merancang dan mengimplementasikan kampanye pemasaran yang lebih efektif.

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas tentang efektivitas pemasaran digital di berbagai sektor, termasuk pariwisata dan jasa keuangan. Salah satunya adalah skripsi jurusan Manajemen Haji dan Umrah tahun 2019

yang ditulis oleh Andrian Dwi Novesal dengan judul, “Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pemasaran Produk Umrah Pada PT. Jejak Imani Berkah Bersama Pamulang Tahun 2019”. Penelitian ini menyoroti bagaimana PT. Jejak Imani Berkah Bersama menggunakan Instagram sebagai alat pemasaran utama untuk produk umrah mereka. Selain itu, skripsi jurusan Manajemen Haji dan Umrah tahun 2020 yang ditulis oleh Khoirina Isthi Syahida dengan judul “Penerapan Digital Marketing Dalam Pemasaran Umrah Pada Azkia Tours and Travel, Tangerang Selatan” menjelaskan terkait penerapan yang dilakukan Azkia Tours and Travel dalam digital marketing produk umrahnya. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada pokok pembahasan yang membahas pemasaran digital produk umrah. Perbedaannya adalah penelitian ini tidak secara spesifik menyebutkan platform yang digunakan dalam pemasaran digital, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menyebutkan secara spesifik platform sosial media yang digunakan, yaitu Instagram. Penelitian ini berlokasi di Jakarta Selatan, yang merupakan pusat bisnis dan memiliki basis pelanggan potensial yang besar untuk layanan umrah. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Jakarta Selatan memiliki infrastruktur digital yang lebih baik dan populasi yang lebih melek teknologi dibandingkan daerah lain (Badan Pusat Statistik, 2022).

Penelitian ini berfokus pada dua pertanyaan utama: (1) Bagaimana penerapan strategi digital marketing haqeeem umroh dalam menarik calon jamaah? (2) Bagaimana efektivitas pemasaran digital marketing haqeeem umroh dalam meningkatkan jumlah jamaahnya?

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajemen dan staff marketing Haqeeem Travel, serta penelitian lapangan yang dilakukan selama empat bulan, mulai dari November 2023 hingga Februari 2024. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari wawancara (Creswell, 2013).

Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas pemasaran digital dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah, serta memberikan rekomendasi strategis untuk peningkatan di masa depan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan strategi pemasaran digital di sektor perjalanan ibadah, serta memberikan wawasan yang berguna bagi penyelenggara umrah lainnya dalam merancang dan mengimplementasikan kampanye pemasaran yang lebih efektif.

## **LANDASAN TEORI**

Pemasaran digital telah menjadi aspek krusial dalam strategi bisnis modern, memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan teknologi dan internet untuk mencapai dan berinteraksi dengan konsumen secara lebih efisien dan efektif. Pemasaran digital melibatkan berbagai teknik dan saluran, seperti media sosial, email, mesin pencari, dan situs web, yang semuanya dirancang untuk menarik, melibatkan, dan mempertahankan pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks industri perjalanan ibadah umrah, pemasaran digital memegang peranan penting dalam menjangkau calon jamaah, mengedukasi mereka mengenai produk dan layanan umrah, serta memfasilitasi proses pendaftaran dan pembelian.

Konsep pemasaran digital berfokus pada penggunaan platform digital untuk menyampaikan pesan pemasaran secara lebih personal dan interaktif. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), pemasaran digital memungkinkan perusahaan untuk melakukan segmentasi pasar yang lebih spesifik, memungkinkan personalisasi pesan yang lebih efektif. Fleksibilitas pemasaran digital juga memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen, serta mengukur kinerja kampanye pemasaran secara real-time melalui berbagai metrik seperti jangkauan, interaksi, konversi, dan pengembalian investasi (ROI).

Efektivitas pemasaran digital dapat dilihat dari beberapa aspek utama. Pertama, jangkauan kampanye, yaitu seberapa luas audiens yang dapat dijangkau oleh pesan pemasaran. Kedua, tingkat interaksi, yang mengukur seberapa aktif audiens terlibat dengan konten yang disajikan. Ketiga, konversi, yang merujuk pada sejauh mana interaksi tersebut dapat diubah menjadi tindakan yang diinginkan, seperti pendaftaran umrah atau pembelian paket umrah. Keempat, ROI, yang menilai efisiensi pengeluaran pemasaran terhadap pendapatan yang dihasilkan (Ryan & Jones, 2012).

Media sosial merupakan salah satu saluran paling efektif dalam pemasaran digital. Kaplan dan Haenlein (2010) mengemukakan bahwa media sosial menawarkan platform interaktif yang memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan mereka. Instagram, misalnya, adalah platform yang populer digunakan dalam pemasaran produk umrah karena kemampuannya untuk menyampaikan pesan visual yang kuat dan menarik perhatian pengguna. Studi yang dilakukan oleh Andrian Dwi Novesal (2019) tentang "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pemasaran Produk Umrah pada PT. Jejak Imani Berkah Bersama Pamulang Tahun 2019" menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat secara signifikan meningkatkan minat calon jamaah melalui visualisasi yang menarik

dan informasi yang mudah diakses

Lebih lanjut, Khoirina Isthi Syahida (2020) dalam penelitiannya yang berjudul "Penerapan Digital Marketing dalam Pemasaran Umrah pada Azkia Tours and Travel, Tangerang Selatan" mengungkapkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital yang baik dapat meningkatkan kesadaran dan minat calon jamaah terhadap produk umrah. Penelitian ini menyoroti pentingnya penggunaan berbagai platform digital, seperti website dan media sosial, untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Penelitian ini juga menekankan bahwa pemasaran digital dapat membantu perusahaan dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mendorong penjualan.

(Sarwono dan Prihartono:2012) mengemukakan bahwa teknik yang memudahkan akses dan publikasi informasi menggunakan interaksi sosial melalui sosial media. Kemudian Aloysius Bagas Pradipta Irianto dalam jurnalnya berjudul pemanfaatan sosial media untuk meningkatkan market share UKM, Pada saat ini terdapat dua jenis pemasaran, yaitu offline marketing atau pemasaran tradisional yang dilakukan dengan mencari pelanggan atau klien melalui pertemuan secara langsung berhadapan dengan mereka yang mungkin tertarik menjadi pelanggan atau klien. Pemasaran yang lain menggunakan situs web sebagai media pemasaran yang dikenal sebagai online marketing. Dari sudut pandang bisnis, sosial media adalah tentang memungkinkan pembicaraan. Sosial media juga tentang cara pembicaraan ini bisa dihasilkan, dipromosikan, dan dijadikan pendapatan (Safko, 2016). Media sosial adalah tempat, alat bantu, layanan yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri mereka untuk bertemu dan berbagi dengan rekan lainnya melalui teknologi internet. Sosial media adalah fase perubahan bagaimana orang menemukan, membaca, berbicara, dan membagi-bagikan informasi, berita, data kepada orang lain. Sosial media menjadi sangat populer karena kemudahan dan memberikan kesempatan kepada orang-orang untuk dapat terhubung secara online dalam bentuk hubungan personal, politik dan kegiatan bisnis. Sosial media menyediakan layanan komunikasi sosial.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pemasaran digital antara lain kualitas konten, interaksi dengan pengguna, dan penggunaan teknologi analitik. Konten yang menarik dan relevan sangat penting untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat pengguna. Menurut Ryan dan Jones (2012), konten yang baik harus informatif, menghibur, dan mampu memicu reaksi emosional. Interaksi yang aktif dengan pengguna juga penting untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Teknologi analitik memungkinkan perusahaan untuk melacak perilaku pengguna, mengukur efektivitas kampanye, dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk

*Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqem Travel meningkatkan hasil kampanye (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).*

Efektifitas adalah istilah yang berasal dari kata bahasa Inggris *effective*, yang berarti melaksanakan dengan berhasil atau benar. Efektivitas dapat diekspresikan dengan berbagai macam cara dan dilihat dari berbagai sudut pandang, serta memiliki hubungan yang kuat dengan efisiensi. Menurut Arthur G. Gedeian dkk dalam bukunya *Organization Theory and Design*, efektivitas didefinisikan sebagai berikut: "*That is, the greater the extent it which an organization's goals are met or surpassed, the greater its effectiveness*".

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Produk Umroh Haqem Travel

#### 1. Umroh Diamond



**Gambar 4.1**Brosur Paket Umroh Diamond

Umroh Diamond merupakan program umroh yang memfasilitasi pelayanan akomodasi hotel bintang 5 di Mekkah dan Madinah. Program akhir Ramadhan paket diamond ini menggunakan hotel mekkah Dorrar Al Eiman dan hotel Madinah di Dar Al Eiman. Program perjalanan selama 16 hari dengan rincian 10 hari di Mekkah, 4 hari di Madinah dan 2 hari terhitung perjalanan. Maskapai yang digunakan pada program ini adalah Garuda Indonesia. Dengan harga paket :

- Quad : IDR 88,9 Jt (sekamar ber-empat)
- Triple : IDR 99,9 Jt (sekamar bertiga)
- Double : IDR 109,9 Jt (sekamar berdua)

## 2. Umroh Reguler Free Thaif



Gambar 4.2 Brosur Paket Umroh Reguler Free Thaif

Umroh free thaif adalah program perjalanan umroh sekaligus kunjungan ke kota thaif, biasanya program tambahan thaif ini akan mengunjungi berbagai tempat bersejarah dalam perkembangan Islam sekaligus memaknai peristiwa-peristiwa dibalik tempat bersejarah tersebut. Program perjalanan 12 hari ini menggunakan maskapai Saudi Airlines dan fasilitas hotel Mekkah bintang 5 Le Meridien Tower dan hotel Madinah bintang 3 di ALandalus Palace 3. Dengan harga :

- Quad : IDR 27,5 Jt (sekamar berempat)
- Triple : IDR 28,5 Jt (sekamar bertiga)
- Double : IDR 30,5 Jt (sekamar berdua)

## 3. Umroh Special Promo



Gambar 4.3 Brosur Paket Umroh Special Promo

*Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqem Travel*  
 Umroh special promo adalah program umroh reguler selama 9 hari dengan harga yang relative murah. Program ini dibuat untuk orang-orang yang ingin melaksanakan ibadah umroh tapi dengan *budget* yang terbatas. Program ini menggunakan maskapai Qatar Airways yang akan transit di Kota Doha selama 2 jam. Dengan fasilitas layanan hotel bintang 5 Mekkah di Le Meridien Towers dan fasilitas hotel bintang 3 Madinah di AAndalus Palace 3. Harga paket ini adalah

- Quad : IDR 24,9 Jt (sekamar berempat)
- Triple : IDR 26 Jt (sekamar bertiga)
- Double : IDR 27,5 Jt (sekamar berdua)

#### 4. Umroh Holiday Season



**Gambar 4.4 Brosur Paket Umroh Holiday Season**

Umroh holiday season adalah program umroh yang dibuat untuk yang sedang ingin melaksanakan umroh pada saat waktu libur yaitu pada bulan Desember. Program ini sudah dilaksanakan pada bulan Desember 2023 lalu. Maskapai yang digunakan Garuda Airlines dengan fasilitas hotel Mekkah Bintang 5 Le Meridien Tower dan hotel Madinah bintang 3 AAndalus Palace 3. Dengan perjalanan selama 11 hari, program ini senilai :

- Quad : IDR 32,9 Jt (sekamar berempat)
- Triple : IDR 34,4 Jt (sekamar bertiga)
- Double : IDR 36,9 Jt (sekamar berdua)

## 5. Umroh Landing Madinah



Gambar 4.5 Brosur Paket Umroh Landing Madinah

Paket umroh landing Madinah adalah program perjalanan umroh dengan landing di Kota Madinah. Program ini menjadi program yang lebih unggul daripada program landing Jeddah karna jika landing di Madinah akan jauh lebih menghemat waktu. Maskapai yang digunakan pada program ini adalah Saudi Airlines dan fasilitas hotel Mekkah Bintang 5 Le Meridien Tower dan hotel Madinah Bintang 3 Alandalus Palace 3. Harga paket ini adalah :

- Quad : IDR 27 Jt (sekamar berempat)
- Triple : IDR 28 Jt (sekamar bertiga)
- Double : IDR 29,5 Jt (sekamar berdua)

## 6. Umroh Plus Turki



Gambar 4.6 Brosur Paket Umroh Plus Turki

Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqem Travel Umroh Plus Turki adalah paket perjalanan umroh yang mencakup ibadah umroh di Mekkah dan Madinah serta perjalanan ke Turki. Paket ini dirancang untuk memberikan bimbingan spiritual dan keagamaan sekaligus mengajak jamaah untuk mengeksplorasi budaya dan tradisi Turki. Program perjalanan ini selama 16 hari menggunakan maskapai Saudi Airlines. Dengan fasilitas hotel Mekkah Le Meridien Towers, Hotel Madinah ALandalus Palace 3, Hotel Turki Gulerpark, Colossae, dan Solem Cave.

7. Umroh Ramadhan



Gambar 4.7 Brosur Paket Umroh Awal Ramadhan



Gambar 4.8 Brosur Paket Umroh Akhir Ramadhan

Lulu Rahma Aulia. Ahmaad Munawaruzaman

Umroh Ramadhan adalah program yang dibuat ketika sudah memasuki bulan Ramadhan. Haqem memiliki dua program keberangkatan pada bulan Ramadhan, yaitu awal Ramadhan dan akhir Ramadhan. Paket awal Ramadhan menggunakan maskapai Saudi Airlines dengan fasilitas hotel mekkah Bintang 5 dan hotel Madinah Bintang 3. Untuk harga paket umroh awal Ramadhan, antara lain:

- Quad : IDR 28,5 Jt (sekamar berempat)
- Triple : IDR 30 Jt (sekamar bertiga)
- Double : IDR 31,5 Jt (sekamar berdua)

Sementara paket umroh akhir Ramadhan menggunakan maskapai Garuda Indonesia dengan fasilitas hotel Makkah Bintang 3 dan hotel Madinah Bintang 3. Program ini dibuat untuk orang yang ingin merasakan itikaf di Masjidil Haram dan Lebaran di Makkah. Untuk harga paket ini, antara lain:

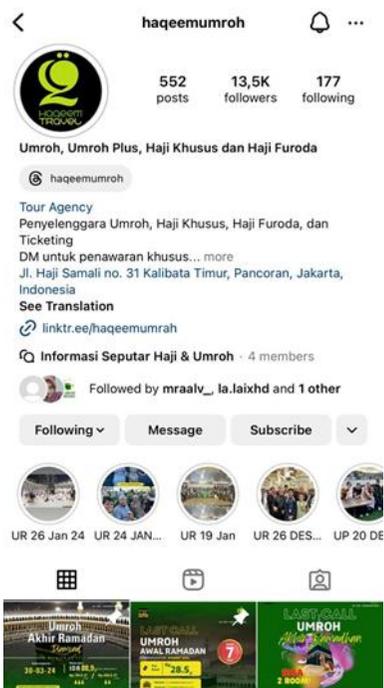
- Quad : IDR 39,9 Jt (sekamar berempat)
- Triple : IDR 43,9 Jt (sekamar bertiga)
- Double : IDR 49,5 Jt (sekamar berdua)

Haqem Travel memberikan informasi secara spesifik pada setiap paket yang tersedia, antara lain:

- Jadwal keberangkatan dan kepulangan
- Harga Termasuk
  - 1) Tiket Ekonomi PP
  - 2) Visa Umrah + Tasreh Rawdah
  - 3) Hotel sesuai program
  - 4) Bus AC
  - 5) Kereta Cepat (Sesuai Program)
  - 6) Muthowwif & Tour Leader
  - 7) Handling airport
  - 8) Asuransi Perjalanan
- Harga belum termasuk
  - 1) Pengurusan Paspor
  - 2) Pengeluaran Pribadi Jamaah
  - 3) Optional tour & Kereta Cepat
  - 4) Perlengkapan Umroh
  - 5) Manasik Ibadah Umroh
    - Hotel Madinah
    - Hotel Makkah
    - Itinerary

## Digital Marketing Haqem Travel Dalam Memasarkan Produk Umroh

### Tampilan Akun Instagram Haqem Travel



Adapun beberapa fitur Instagram yang digunakan oleh tim Digital Marketing Haqem Travel sebagai berikut :

#### a) Feeds Instagram

Feed Instagram adalah umpan utama yang muncul di bagian pertama akun pengguna. Ini terdiri dari pengguna yang mengunggah foto dan video dari akun pengguna mereka. Umpan Instagram terutama didasarkan pada teknologi saat ini, dengan posting baru muncul di sudut kanan atas.

Feeds Instagram Haqem berisi berbagai macam konten untuk menarik minat dan *trust* calon jamaah seperti *flyer-flyer paket umroh yang masih tersedia, flyer tanggal keberangkatan (date confirmed)*, konten edukasi, konten reminder, testimoni jamaah, dan masih banyak lagi.

#### b) Insta story

Instagram kini memiliki fitur yang disebut Instastory yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video dalam format cerita 24 jam. Cerita-cerita ini muncul di feed para pengikut, di antara profil ikon mereka. Fitur

Instastory memungkinkan pengguna untuk berbagi momen harian, wawasan, atau konten kreatif dengan cara yang lugas dan tanpa suara.

Haqem menggunakan fitur instastory untuk mengunggah dokumentasi kegiatan seperti manasik, kegiatan selama perjalanan ibadah umroh berupa foto atau video, me-repost story jamaah yang sedang berangkat umroh, menginformasikan postingan terbaru (feeds), interaksi dengan pengikut berupa QnA, dan mengunggah konten-konten video terkait keberangkatan maupun konten edukasi.

c) Siaran langsung

Siaran langsung atau dikenal sebagai "Instagram Live," adalah fitur yang memungkinkan pengguna menyiarkan video langsung ke pengikut mereka. Komunikasi real-time antara pemilik akun dan pengikutnya dimungkinkan oleh fitur ini. Berikut adalah beberapa fitur utama dari siaran langsung Instagram:

1. Realtime interaction
2. Durasi fleksible
3. Notifikasi
4. Penyelenggaraan Bersama (Co-hosting)
5. Penyimpanan Rekaman
6. Interaksi dengan emoji dan pertanyaan

Haqem juga menggunakan fitur siaran langsung Ketika ada kegiatan manasik umroh. Tujuannya adalah untuk memberikan akses kepada jamaah yang tidak dapat hadir dalam kegiatan manasik dan juga orang-orang untuk bisa menyaksikan keberlangsungan acara manasik tersebut. Haqem juga menggunakan fitur live untuk menjual produk umrohnya setidaknya dua kali dalam seminggu pada pukul 13.00-14.00 WIB. Namun, jadwal live dapat berubah-ubah tergantung pada kesibukan staff Haqem sendiri.

d) Direct Message

DM atau yang sering dikenal dengan Direct Message (DM), fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan percakapan pribadi dengan pengguna Instagram lainnya. Pemanfaatannya dapat digunakan untuk mengirim teks, gambar, video, atau bahkan satu konten ke konten lainnya secara langsung melalui pesan langsung tanpa harus membagikan konten yang relevan di aliran umum.

Fitur ini digunakan oleh Haqem untuk berkomunikasi dengan calon jamaah yang tertarik dengan produk umroh Haqem.

e) Caption

Caption adalah teks yang menyertai foto atau video yang diunggah oleh pengguna Instagram. Fungsi caption adalah untuk memberikan konteks, menjelaskan, atau menyoroti poin-poin yang dapat membantu orang

*Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqem Travel* memahami apa yang terjadi pada gambar atau pesan yang dimaksud secara lebih rinci. Setiap postingannya, Haqem selalu menyertai caption yang relevan dengan konten yang diunggah sehingga orang umum yang melihat postingan Haqem dapat lebih mudah memahami video atau foto yang diunggah.

f) Hashtag

Hashtag (#) adalah tanda pagar yang digunakan di media sosial untuk mengidentifikasi atau mengklasifikasikan konten. Fungsi utama hashtag adalah untuk membuat konten lebih mudah ditemukan oleh pengguna yang tertarik dengan topik atau tema tertentu. Pada setiap foto atau video yang diunggah,

Haqem selalu menyertakan hastag seperti #UmrohRamadhan #Umrohhemat #SpiritualJourney #UmrohwithHaqem #UmrohPromo dengan tujuan untuk memudahkan pengguna lain dalam mencari postingan dengan label tertentu.

g) Instagram Ads

Instagram ads adalah jenis iklan bersponsor yang ditawarkan platform Instagram untuk membantu bisnis dan pengiklan untuk meningkatkan visibilitas produk atau layanan mereka. Haqem sendiri menggunakan fitur ini untuk mengiklan produk umroh agar memudahkan kegiatan pemasaran produk kepada orang banyak

1. Facebook

Nama akun facebook Haqem Travel adalah Haqem Travel. Haqem Travel memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada facebook untuk memasarkan produknya, yaitu facebook page dan facebook ads.

a) *Facebook Page*

Facebook page atau halaman facebook adalah salah satu fitur gratis yang ditawarkan oleh Facebook untuk meningkatkan kepercayaan pengguna dan konsumen terhadap bisnis apa pun yang beroperasi di situs tersebut. Bisnis apa pun dapat menggunakan merek, gerakan, acara, dan organisasi untuk menarik pembeli. Halaman Facebook yang dimiliki oleh Haqem Travel ini menyajikan berbagai macam informasi tentang Haqem Travel. Di dalam halaman Facebook Haqem Travel terdapat galeri foto dan video perjalanan umrah jamaah Haqem selama melaksanakan ibadah umroh di Makkah dan di Madinah, yang berguna sebagai dokumentasi dan untuk menarik minat calon jamaah lain untuk melaksanakan ibadah umroh menggunakan jasa travel Haqem.

Facebook Page Haqem Travel juga dapat berkomunikasi langsung dengan jamaah melalui fitur Massanger di Facebook, selain itu juga terdapat kolom

Whatsapp yang langsung terhubung ke kantor untuk mendapatkan informasi lebih detail.

b) *Facebook Ads*

Selain Facebook Page, ada juga Facebook Ads yang dimanfaatkan oleh Haqem Travel untuk mengiklankan produknya. Facebook ads adalah jenis iklan yang menargetkan setiap pengguna Facebook dengan promosi atau iklan. Biasanya, iklan muncul di sidebar atau di bagian bawah postingan. Pada dasarnya, jenis iklan di Facebook cukup beragam, mulai dari teks, gambar, banner, video, dan lainnya.. Tentunya iklan akan diatur secara otomatis dan tersistematis oleh Facebook. Iklan yang dipasang dalam bentuk video ataupun foto ditambah dengan caption menarik yang berisi penjelasan mengenai produk umrah dan bersifat mengajak dan meyakinkan pengguna Facebook yang melihatnya. Iklan ini akan muncul di beranda Facebook pengguna lainnya, jika calon jamaah tertarik dengan iklan tersebut, jamaah bisa mengklik iklan tersebut dan akan langsung diarahkan ke halaman Haqem Travel

2. Website

Website merupakan pusat jaringan utama atau semacam Host Spot yang berfungsi menjadi media dan memiliki Alamat tersendiri (domain), untuk melakukan promosi dan pengenalan paket Umroh (*Product Knowledge*) maupun keberadaan Haqem Travel sebagai penyelenggara resmi PPIU secara mendetail kepada public. Melalui domain website *haqemtravel.co.id*, pihak Haqem Travel sebagai pelaku bisnis jasa traveling, tidak perlu mengeluarkan biaya khusus untuk iklan maupun ongkos promosi kepada pihak kedua.

Pembuatan website juga menggunakan biaya yang murah karena hanya membutuhkan dukungan tenaga TI (teknologi informasi) yang handal, berjiwa seni dan paham segmen pasar yang dituju, dalam mendesain, agar dapat menyentuh opini dan sence of religiusitas. Desain yang bersifat multi dimensi, mampu menggabungkan warna, narasi dan image, pemakaian simbol-simbol keagamaan dstnya. Website yang terlihat bagus, enak dipandang, punya daya tarik dan terlihat elegan, tentu memiliki magnet tersendiri dan berkarakter untuk menarik pelanggan.

Halaman muka web, menjadi starting point yang mendorong dan menggoda publik yang melihatnya untuk lebih lanjut akan menelusuri ke dalam konten promosi secara detail. Pada gilirannya, publik sebagai pasarnya dapat mengenal secara mendalam, dan dalam waktu bersamaan, mereka dapat melanjutkan penelusurannya terkait eksistensi dan keberadaan (track ricord) perusahaan Haqem Travel sebagai penyelenggara traveling yang bernuansa religus pada masyarakat agamis.

Informasi paket umroh Haqem Travel yang dijelaskan pada website lebih detail dan lengkap merupakan bahan pengetahuan awal bagi public untuk

*Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqem Travel* melakukan pertimbangan guna komparasi dan membanding-bandingkan dengan product bisnis lainnya yang sejenis pada media sosial dalam jaringan (daring). Calon Jamaah dapat mempertimbangkan dengan membandingkan dan memperhitungkan besaran harga maupun fasilitas yang diperoleh jika menggunakan jasa Haqem Travel dan atau melalui jasa layanan travel lainnya.

Masyarakat umum sebagai calon jamaah Umrah, dapat mencari dan menemukan secara mandiri dengan mengakses lalu melihat program paket perjalanan yang ditawarkan Haqem Travel via Website, sekiranya tertarik dan berminat, maka calon jamaah sekaligus dapat mengakses office dalam jaringan (daring) untuk memesan dan mendaftarkan diri secara langsung saat itu melalui website, dimana media ini sudah masuk dalam jaringan publik secara open akses (open acces) dan transparan.

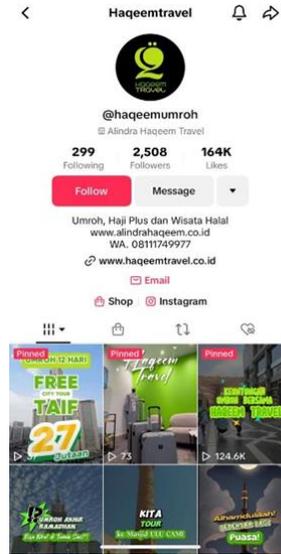
**Gambar 2**  
**Tampilan Website Haqem Travel**



3. Tiktok

Sama halnya dengan akun instagram Haqem Travel, pada bagian halaman utama Tiktok terdapat informasi mengenai layanan apa saja yang tersedia pada Haqem Travel seperti Umroh, Haji Plus, Wisata Halal, dan Ticketing. Nomor WhatsApp dan juga alamat email pun terdapat didalamnya untuk memudahkan calon jamaah jika ingin berkonsultasi maupun mendaftarkan diri. Tiktok Haqem sendiri kini memiliki lebih dari 2.5K pengikut dan 164K orang menyukai konten-konten yang disajikan.

**Gambar 3**  
**Akun Tiktok Haqem Travel**



Konten yang dibuat memiliki banyak variasi namun tetap dengan konsep keagamaan yang bertujuan untuk mengedukasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan Mekkah, Madinah dan juga ibadah Umroh sebagai konten soft selling yang di upload dengan rutin pada waktu tertentu.

**Gambar 4**  
**Konten-konten Tiktok Haqem Travel**



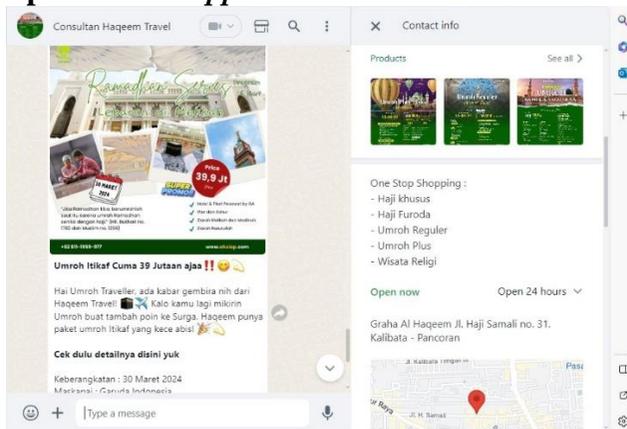
#### 4. WhatsApp

Selain Instagram dan Facebook, Haqem Travel juga menggunakan aplikasi WhatsApp untuk pemasaran digitalnya. WhatsApp adalah aplikasi ponsel pintar yang memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima pesan yang mirip dengan SMS tanpa menggunakan pulsa melainkan jaringan internet. atau koneksi internet.

Saat ini Whatsapp mempunyai fitur terbaru untuk pengelolaan bisnis yaitu fitur Whatsapp Business. WhatsApp Business adalah aplikasi gratis yang dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan pemilik bisnis Haqem Travel memiliki WhatsApp Business dengan nama akun staff marketing yang diakhiri dengan (Travel Consultan). Di dalam akun WhatsApp Business Haqem Travel terdapat informasi mengenai perusahaan Haqem Travel, deskripsi, jam operasional, alamat (dintegrasikan maps), katalog produk dan jasa yang ditawarkan, hingga email dan website. WhatsApp Business ini merupakan kontak yang sering dicantumkan di flyer atau brosur yang disebarluaskan ke masyarakat. Ketika calon jamaah tertarik dengan produk yang ditawarkan Haqem Travel, jamaah bisa langsung menghubungkan nomer yang tercantum untuk mendapat informasi lebih lanjut mengenai produk Haqem Travel.

Staff marketing haqem sendiri membuat konten broadcast tentang produk umroh yang tersedia yang berisi tentang informasi produk seperti tanggal keberangkatan, maskapai yang digunakan, layanan hotel yang digunakan, harga paket, include paket, dan informasi social media serta Alamat kantor Haqem Travel.

**Gambar 5**  
**Tampilan WhatsApp Business dan Konten Broadcast**



## **Mekanisme dan Proses Pemasaran Digital Produk Umroh Haqem Travel**

Haqem Travel merupakan Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa layanan haji, umroh dan wisata halal. Dalam menjalankan usahanya, haqem travel tentu saja menggunakan teknologi digital sebagaimana yang dilakukan oleh travel lain untuk menjangkau lebih banyak lagi jamaah dalam rangka menawarkan produk umroh yang mereka tawarkan. Digital marketing menjadi salah satu instrument terpenting dalam mencapai tujuan perusaah untuk mendapatkan keuntungan. Untuk menlancarkan kegiatan pemasaran agar terciptanya target bisnis yang sesuai dengan perusahaan inginkan, Haqem Travel sudah menerapkan kegiatan pemasaran dengan baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan melihat ungkapan yang sudah penulis kembangkan pada bab sebelumnya dimana Haqem Travel melakukan komunikasi bisnis berbasis digital, identifikasi digital marketing, alur pendaftaran dan perolehan jamaah berbasis media social. Hal diatas terbukti dengan meningkatnya jumlah jamaah umrah sekaligus jumlah wisata muslim.

Memanfaatkan pemasaran digital jelas bukan tugas yang mudah, dan juga bukan sesuatu yang sederhana untuk dilakukan. Untuk memenuhi kebutuhan semua pelanggan, berdasarkan berbagai hambatan sosial dan ekonomi yang dihadapi Masyarakat saat ini, dari yang sederhana hingga yang mudah digunakan, Haqem Travel menggunakan beberapa metode untuk memasarkan produk mereka. Sayangnya, hal ini tentunya sebagai upaya untuk mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat. Hal ini dikarenakan hampir semua penduduk di provinsi ini dan sekitarnya cukup akrab dalam menggunakan smartpone untuk komunikasi sehari-hari. Fenomena ini tidak secara perlahan mengurangi keunggulan paradigma pemasaran digital. Hal ini dikarenakan smartpone memiliki banyak sekali fitur yang dapat membuat komunikasi menjadi lebih mudah dan efisien, sehingga dapat mengurangi biaya operasional di bidang penjualan. Bahkan dapat membantu meningkatkan komunikasi sehingga lebih efektif, ringkas, dan jelas, yang akan membantu meningkatkan penjualan yang semakin produktif.

Haqem Travel sudah menerapkan kegiatan pemasaran dengan baik secara langsung maupun tidak langsung. Haqem Travel melakukan komunikasi bisnis berbasis digital, identifikasi digital marketing, alur pendaftaran dan perolehan jamaah berbasis media sosial. Hal di atas terbukti dengan meningkatnya jumlah jamaah umrah dan jamaah Haqem.

Pemasaran modern, memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih efisien. Haqem Travel,

*Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqem Travel* sebagai salah satu penyedia jasa perjalanan umrah terkemuka, telah mengadopsi berbagai platform media sosial untuk meningkatkan jumlah jamaah.

Haqem Travel menggunakan berbagai media digital, seperti situs web, diikuti dengan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan Whatsapp, yang terus digunakan dan dioperasikan. Berikut adalah bentuk media digital Haqem Travel.

Instagram merupakan salah satu platform utama yang digunakan oleh Haqem Travel. Platform ini dikenal dengan konten visual yang kuat, seperti foto dan video, yang sangat efektif dalam menarik perhatian audiens. Melalui Instagram, Haqem Travel dapat menampilkan berbagai aspek dari layanan mereka, mulai dari testimoni jamaah, foto perjalanan, hingga video informatif tentang paket umrah yang ditawarkan. Konten visual yang menarik dan konsisten dapat membangun citra positif dan meningkatkan minat calon jamaah. Selain itu, fitur Instagram Stories dan IGTV memungkinkan Haqem Travel untuk berbagi konten yang lebih interaktif dan mendalam, seperti tur virtual dari tempat-tempat suci dan wawancara dengan jamaah yang telah melakukan perjalanan umrah bersama mereka. Penggunaan hashtag yang tepat juga membantu dalam memperluas jangkauan konten, sehingga dapat dilihat oleh audiens yang lebih luas dan berpotensi menjadi calon jamaah.

WhatsApp, di sisi lain, digunakan untuk komunikasi yang lebih langsung dan personal dengan calon jamaah. Platform ini memungkinkan Haqem Travel untuk memberikan layanan pelanggan yang responsif dan efisien. Melalui WhatsApp, calon jamaah dapat dengan mudah mengajukan pertanyaan, meminta informasi tambahan, dan mendapatkan update terbaru tentang perjalanan umrah mereka. Kemudahan komunikasi ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas. Haqem Travel juga memanfaatkan fitur WhatsApp Broadcast untuk mengirimkan pesan massal kepada calon jamaah tentang promo, jadwal keberangkatan, dan informasi penting lainnya. Dengan demikian, WhatsApp menjadi alat yang efektif dalam mengelola hubungan pelanggan dan memastikan bahwa calon jamaah selalu mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

TikTok, sebagai platform yang lebih baru, menawarkan peluang unik bagi Haqem Travel untuk menjangkau audiens yang lebih muda. Konten video pendek yang kreatif dan menghibur dapat menarik perhatian pengguna TikTok dan meningkatkan kesadaran tentang layanan umrah yang ditawarkan. Haqem Travel dapat memanfaatkan tren dan tantangan populer di TikTok untuk membuat konten yang relevan dan menarik. Misalnya, mereka dapat membuat video pendek yang menampilkan tips perjalanan umrah, momen-

momen berkesan dari perjalanan jamaah, atau penjelasan singkat tentang proses pendaftaran umrah. Penggunaan musik dan efek visual yang menarik juga dapat meningkatkan daya tarik konten. Dengan mengikuti tren dan berpartisipasi dalam tantangan TikTok, Haqem Travel dapat meningkatkan visibilitas mereka di platform ini dan menjangkau calon jamaah dari kalangan milenial dan Gen Z yang lebih aktif di TikTok.

Facebook tetap menjadi salah satu platform yang paling luas digunakan oleh berbagai demografi, termasuk calon jamaah umrah. Haqem Travel menggunakan Facebook untuk membangun komunitas online dan berinteraksi dengan calon jamaah melalui postingan reguler, live video, dan grup diskusi. Postingan di Facebook dapat mencakup informasi rinci tentang paket umrah, testimoni jamaah, artikel yang relevan tentang perjalanan umrah, serta update tentang kegiatan terbaru Haqem Travel. Fitur Facebook Live memungkinkan Haqem Travel untuk menyelenggarakan sesi tanya jawab secara langsung, webinar, atau siaran langsung dari lokasi keberangkatan dan tujuan umrah. Interaksi langsung ini tidak hanya meningkatkan engagement tetapi juga memberikan kesempatan bagi calon jamaah untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka secara real-time. Grup Facebook juga berfungsi sebagai forum diskusi bagi calon jamaah untuk berbagi pengalaman, tips, dan informasi penting tentang perjalanan umrah. Dengan membangun komunitas yang aktif dan suportif, Haqem Travel dapat meningkatkan loyalitas dan keterlibatan pelanggan.

Penggunaan keempat platform ini tidak hanya meningkatkan jangkauan dan visibilitas Haqem Travel tetapi juga memungkinkan pendekatan pemasaran yang lebih personal dan interaktif. Melalui Instagram, Haqem Travel dapat menampilkan konten visual yang menarik; melalui WhatsApp, mereka dapat memberikan layanan pelanggan yang responsif dan personal; melalui TikTok, mereka dapat menjangkau audiens yang lebih muda dengan konten kreatif; dan melalui Facebook, mereka dapat membangun komunitas online yang aktif dan terlibat. Kombinasi dari berbagai platform ini memungkinkan Haqem Travel untuk menjangkau berbagai segmen pasar dan memenuhi kebutuhan serta preferensi beragam calon jamaah.

Keberhasilan strategi pemasaran digital Haqem Travel juga didukung oleh penggunaan data dan analitik. Dengan menganalisis metrik seperti tingkat interaksi, jangkauan, konversi, dan feedback pelanggan, Haqem Travel dapat mengukur efektivitas kampanye mereka dan melakukan penyesuaian yang diperlukan. Misalnya, mereka dapat mengidentifikasi jenis konten yang paling disukai oleh audiens di setiap platform dan mengoptimalkan strategi konten mereka berdasarkan temuan tersebut. Data analitik juga membantu dalam memahami perilaku dan preferensi calon jamaah, sehingga memungkinkan

*Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqeeem Travel*  
 Haqeeem Travel untuk menyusun pesan pemasaran yang lebih personal dan relevan.

Dengan memanfaatkan keunggulan dari masing-masing platform media sosial, Haqeeem Travel dapat menciptakan pengalaman pemasaran yang holistik dan menyeluruh. Kombinasi dari berbagai saluran komunikasi ini tidak hanya membantu dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah tetapi juga dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dalam era digital yang terus berkembang, adaptasi dan inovasi dalam strategi pemasaran digital sangat penting untuk tetap kompetitif dan relevan di pasar. Haqeeem Travel telah menunjukkan bahwa dengan strategi pemasaran digital yang terintegrasi dan berbasis data, perusahaan dapat mencapai hasil yang signifikan dan berkelanjutan dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah.

Tabel 1. Perolehan Jamaah Umrah Melalui Digital

<b>Platform</b>	<b>2019</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Instagram	43	52	74
Facebook	39	45	58
Website	6	8	14
Tiktok	3	4	11
Jumlah	91	109	157

Sumber: Data Digital Marketing Haqeeem Travel

Terlihat pada grafik diatas, perolehan jamaah umroh yang terjadi peningkatan pada tahun 2022 sampai tahun 2023 melalui digital marketing, dimana media sosial Instagram menjadi urutan pertama dalam memperoleh jamaah yang kemudia disusul oleh facebook, website dan tiktok, pada tahun 2020 hingga 2021 tidak adanya perolehan jamaah dikarenakan terjadinya pandemi Covid-19.

Dalam mengimplementasikan digital marketing, terdapat indikator-indikator digital marketing yang di kemukakan oleh Yazer Nasdini, berupa aksesibilitas, interaktivitas, hiburan, kepercayaan, kejengkelan, dan informatif yang secara tidak langsung diperhatikan Haqeeem Travel untuk menerapkan digital marketing. Berikut indikator-indikator digital marketing yang diperhatikan Haqeeem Travel dalam menjalankan bisnis agar terjadinya peningkatan jumlah jamaah umrah dan wisata muslim

1. Accessibility (Aksesibilitas)

Dengan dilakukannya digital marketing akan meningkatkan aksesibilitas Haqeeem Travel, dapat menjangkau lebih banyak calon jamaah dan meningkatkan kesadaran merek di pasar.

2. Interactivity

Salah satu indikator utama dari aktivitas media sosial adalah jumlah pengguna atau peserta yang berinteraksi dengan konten yang diposting oleh Haqeeem.

Misalnya, jumlah "*like*", komentar, dan berbagi di media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok yang dapat memberikan informasi kepada audiens tentang beberapa konten yang menarik dan relevan.

3. Hiburan

Setiap konten foto atau video yang ditayangkan di akun media sosial Haqem dapat meningkatkan aspek hiburan dari marketing campaign. Hasil konten yang sudah diposting dapat dilihat menarik atau tidak dari jumlah penayangan, like dan juga komentar. Biasanya video merupakan salah satu konten yang paling efektif untuk menghibur audiens.

4. Kejengkalan

Frekuensi interaksi, atau keterlibatan antara pelanggan potensial atau situs web perusahaan atau postingan adalah indikator penting dari kejengkalan. Biasanya semakin banyak pendengar yang terlibat dengan konten, semakin besar pula ikatan mereka dengan merek yang bersangkutan.

5. Informatif

Semua konten yang dihasilkan baik di TikTok, Instagram maupun di Facebook selalu memiliki standar informatif yang relevan. Misalnya, konten reminder Islami, informasi up to date Saudi Arabia dan juga informasi tentang haji dan umroh.

Dalam konteks ini, Haqem Travel menyoroti penggunaan media sosial untuk pemasaran digital sebagai pengganti cara beriklan tradisional. Mendorong pengguna untuk menggunakan teknologi dengan hati-hati dan membuat penyesuaian yang tepat akan membantu memastikan keefektifan konten, selain dampaknya terhadap penjualan dan produk yang disediakan. Beberapa kegiatan yang dilakukan Haqem Travel dalam hal pemasaran digital menggunakan media sosial adalah sebagai berikut:

a) Menentukan tujuan

Yang paling penting adalah menentukan tujuan. Haqem Travel secara konsisten menunjukkan tujuan jangka panjang untuk membuat konten. Tujuannya adalah untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk yang ditawarkan oleh Haqem Travel.

b) Menetapkan sasaran

Haqem Travel menetapkan tujuan dengan menentukan sasaran. Konten Haqem Travel ditujukan untuk masyarakat Indonesia di seluruh dunia.

c) Merancang konten

Tim digital konten dan Manajemen mendiskusikan konten yang akan dibuat. Setelah meninjau konten yang akan dibuat, tim digital Haqem mengumpulkan informasi yang perlu dibagikan, seperti informasi produk,

*Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqem Travel* kegiatan manasik, kegiatan jamaah ketika terjadi krisis atau musibah, informasi kontak yang bisa dibagikan, dan laporan kejadian terkait pelaksanaan ibadah haji dan umroh. Setelah konten dibuat oleh tim media, konten tersebut kembali dikirim ke Manajemen yang dibantu oleh internet marketing untuk menentukan apakah konten tersebut layak atau tidak untuk diposting di halaman media sosial Haqem Travel. Jika konten tersebut sudah siap untuk diposting ke media sosial, maka konten tersebut akan diberikan lagi kepada personil media untuk diupload ke beberapa platform media sosial Haqem Travel.

d) Memilih Saluran

Setelah tujuan, slogan, dan konten ditentukan, langkah selanjutnya adalah memilih lokasi yang sesuai untuk pembuatan produk. Haqem Travel memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp sebagai alat digital untuk promosi produk.

e) Evaluasi

Langkah terakhir, evaluasi. Setelah konten terekspos di media sosial, tim digital Haqem melakukan analisis terhadap media sosial untuk mengetahui jumlah pengikut, frekuensi melihat konten, jumlah pengguna yang membagikan konten, jumlah pengguna yang membagikan konten, dan lain sebagainya. Setelah itu, jika tidak memenuhi tujuan dan target, tim media bersama dengan Manajemen akan melakukan penilaian terhadap konten yang bersangkutan untuk menentukan mana yang berjalan dengan baik dan mana yang tidak, bahkan mungkin akan terus mengembangkan kegiatan media sosial tersebut dari hari ke hari.

### **Efektivitas Pemasaran Digital Produk Umroh Haqem Travel**

Pemasaran digital adalah salah satu strategi utama yang banyak digunakan oleh pemilik bisnis untuk branding atau media promosi. Memanfaatkan media sosial adalah salah satu strategi pemasaran digital yang paling efektif. Selain dapat menggunakan iklan banner yang ditargetkan, banyaknya orang yang menggunakan media sosial di berbagai negara juga menjadi salah satu keuntungan utamanya.

Haqem Travel sudah memanfaatkan media sebagai media pemasarannya sejak tahun 2015. Berdasarkan data dan temuan pada bab sebelumnya, bahwa jumlah jamaah Haqem Travel mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menandakan bahwa media social sangat efektif digunakan sebagai pemasaran digital dalam memasarkan produk umrohnya.

Haqem Travel menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, dan Tiktok.. Masing-masing media sosial terdapat beberapa fitur yang digunakan untuk membantu dalam memasarkan produk

umrah seperti: Instagram (instastory, siaran langsung, direct message, caption, reels, hastag, instagram ads, Facebook: (facebook ads, facebook page), WhatsApp (whatsapp business, Broadcast, dan story whatsapp), Tiktok (penambahan music, voice over dan konten kajian yang berkaitan dengan ibadah umroh haji)

Penggunaan pemasaran digital di Haqeeem Travel merupakan strategi yang efektif karena dapat memfasilitasi komunikasi antara dua pihak yang terlibat dan memungkinkan transaksi secara real-time dan lintas batas antara perusahaan dan pelanggannya tanpa terpengaruh oleh lokasi yang tidak dapat diprediksi secara geografis. Meskipun penggunaan pemasaran digital relatif baru, banyak orang yang sudah memanfaatkan smartphone dan jaringan komunikasi berbasis internet ketika melakukan penelitian. (Ridwan Sanjaya, dkk, 2019, h. 6).

Ada indikator atau kriteria mengenai efektif atau tidaknya pencapaian tujuan, seperti yang dikemukakan oleh S.P. Siagian. Indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kejelasan tujuan yang hendak dicapai. Semua staff Haqeeem Travel memiliki tugas-tugas khusus yang telah ditugaskan oleh manajemen untuk diselesaikan sehingga karyawan atau staf Haqeeem Travel dapat mencapai tujuan mereka dan mencapai target mereka dengan jelas, sehingga memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuannya..
2. Kejelasan strategi pencapaian tujuan. Untuk meningkatkan jumlah calon jamaah, Haqeeem Travel membutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh Haqeeem Travel adalah pemasaran media sosial. Karena media sosial adalah strategi yang sangat efektif digunakan saat ini dan membantu untuk menarik lebih banyak pelanggan.
3. Proses analisis dan kebijakan yang persuasif. Penyusunan anggaran dilakukan oleh manajemen yang selalu mendasarkan anggaran pada analisis dan data yang tersedia, memastikan bahwa anggaran tidak didasarkan pada asumsi. Direktur Utama melakukan rapat dengan seluruh karyawan Haqeeem Travel terkait pekerjaan yang akan dibuat dan dilaksanakan. Hal ini dikarenakan pekerjaan yang dibuat membutuhkan analisa dan masukan dari semua pihak terkait, sehingga pekerjaan yang dibuat tidak berdampak negatif terhadap kehidupan kerja karyawan.
4. Perencanaan yang matang. Untuk menyempurnakan program atau kegiatan tersebut, Direktur Utama bersama dengan karyawan Haqeeem Travel membuat perencanaan yang dimulai dari strategi pemasaran produk, riset pasar, dan pemeliharaan produk. Manajemen operasional, evaluasi, dan lain sebagainya. Tujuan yang sudah direncanakan dapat terlaksana dengan efektif dan minimal dengan perencanaan yang matang nantinya.

5. Penyusunan program yang tepat. Direktur utama, dibantu oleh bagian Pemasaran, membuat program yang terdiri dari kegiatan yang berhubungan dengan pekerjaan, jadwal yang berhubungan dengan pekerjaan, jadwal program, dan jadwal yang berhubungan dengan pekerjaan. Program yang dirancang dengan baik dapat membantu bisnis beroperasi secara sistematis dan terorganisir.
6. Tersedianya sarana dan prasarana. Sarana dan prasarana diperlukan untuk memperlancar proses pelaksanaan sebuah program agar berjalan dengan efektif. Fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh Haqem Travel antara lain ruang rapat, ruang konferensi, ruang kerja individu, tempat parkir yang luas, komputer, internet, AC, printer, ATK, dan masih banyak lagi.
7. Pelaksanaan yang efektif dan efisien. Untuk memastikan setiap program atau kegiatan berjalan dengan lancar dan efisien, Haqem Travel membuat struktur manajemen dan strategi untuk memastikan keberhasilan setiap program atau kegiatan termasuk pelaksanaan umroh.
8. Sistem pengawasan dan pengendalian. Sistem pengamatan dan pengukuran. Pengawasan perjalanan haji dan umrah merupakan rekomendasi atas penyimpangan dalam pelaksanaan program atau kegiatan ibadah umrah. Haqem Travel berada di bawah naungan Kementerian Agama Islam. Haqem menggunakan SISKOPATUH (Sistem Komputerisasi Pengelolaan Terpadu Umrah dan Haji Khusus) sebagai system backend. Perangkat lunak ini dimaksudkan untuk membantu dalam pengawasan secara online tentang penyelenggara perjalanan ibadah umrah dan haji khusus.

Meskipun secara data perolehan jumlah jamaah Haqem Travel terlihat meningkat setiap tahunnya, namun jika datanya dibedah Kembali, pemasaran melalui kemitraan yang lebih efektif untuk meningkatkan jumlah jamaah disbanding dengan digital marketing. Hal ini dapat dibuktikan dengan perbandingan table perolehan jumlah jamaah dengan table perolehan data jamaah digital marketing.

Hal ini dikarenakan pada saat melakukan pemasaran melalui platform digital, tim content creator mengalami beberapa kendala saat memproduksi konten, seperti :

- 1) Adanya persaingan ketat di sosial media  
Di era serba digital saat ini, banyak pelaku usaha khususnya bidang perjalanan ibadah umroh yang memasarkan atau mempromosikan produknya melalui sosial media sehingga sangat sulit untuk lebih unggul dari para pesaing yang semakin ketat, diperlukan juga strategi-strategi yang dapat lebih banyak menarik perhatian konsumen dan merubah pola pikir konsumen yang tadinya tidak butuh menjadi butuh untuk menggunakan jasa biro perjalanan umroh
- 2) Minimnya skill content creator

Hal ini memang menjadi kendala besar dalam bersaing di media sosial, terutama di industri pemasaran seperti travel umroh yang sangat mengandalkan visual dan konten yang menarik. Saat ini, content creator yang dipekerjakan memang sudah cukup baik dalam hal editing, namun jika dikatakan dapat bersaing dengan travel lain, tentunya belum bisa.

### 3) Terbatasnya SDM

Dalam pengelolaan tim konten, salah satu kendala utama yang sering dihadapi adalah terbatasnya sumber daya manusia. Kendala ini mencakup beberapa aspek yang mempengaruhi kinerja dan produktivitas tim secara keseluruhan. Dalam tim yang kekurangan anggota, sering kali terjadi kekurangan spesialisasi di berbagai bidang yang diperlukan untuk produksi konten yang efektif, seperti penulisan, desain grafis, SEO, dan manajemen media sosial. Ketidakmampuan untuk memiliki spesialis dalam bidang tersebut yang menyebabkan hasil kerja yang kurang optimal dan kurangnya konsistensi dalam memproduksi konten.

## SIMPULAN

Dengan semakin banyaknya biro perjalanan yang terampil dan terpercaya di Indonesia, Haqem Travel terus meningkatkan pelayanannya. Setiap elemen di Haqem dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik bagi para jamaah dan secara konsisten mempraktekkan kesehatan fisik, tanggung jawab sosial, dan komunikasi yang efektif, di samping memiliki kecerdasan dan kestabilan emosi sehingga mampu memberikan pelayanan yang profesional dan berkualitas tinggi bagi calon tamu Allah.

Adapun beberapa mekanisme pemasaran produk umroh yang digunakan oleh Haqem travel adalah dengan pemasaran melalui canvassing, melalui kantor cabang, melalui kemitraan, dan melalui digital marketing atau konten yang diiklankan.

Demi menghadapi persaingan bisnis yang semakin kuat di era serba digital ini haqem travel tentunya tidak ingin kalah dalam hal persaingan dengan travel lainnya yang mungkin lebih unggul dalam memasarkan produknya. Salah satu strategi pemasaran utama yang digunakan dalam penjualan produk yang ditawarkan oleh berbagai agen perjalanan di Indonesia adalah dengan mempermudah masyarakat umum untuk mendapatkan informasi mengenai paket umroh yang ditawarkan.

Selain menggunakan pendaftaran umroh secara offline pada kantor Haqem Travel, Haqem Travel hadir memberikan inovasi dan kreatifitas dalam mengembangkan pemasaran digital. Kini pendaftaran umroh dapat dilakukan secara online melalui website [www.ahsiap.com](http://www.ahsiap.com) diikuti dengan platform media sosial seperti Facebook, yang akan memudahkan jamaah

*Efektivitas Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Haqem Travel* unruk menentukan pilihan paket yang paling sesuai dengan keinginannya dan mendaftarkan diri sebagai jamaah tanpa perlu datang ke kantor Haqem.

Pada proses pendaftaran umroh atau wisata muslim, jamaah dapat mendaftarkan diri melalui website yang dicantumkan pada bio media social Instagram haqem travel. Namun meski upaya telah dilakukan semua, hasil yang didapatkan belum begitu memuaskan. Dalam melihat data yang terlampir pada halaman sebelumnya memang terdapat peningkatan jumlah jamaah yang signifikan, tetapi menurut data internal team marketing haqem travel, pemasaran melalui kemitaaan menjadi metode pemasaran yang paling efektif untuk menambah jumlah jamaah umroh.

Maka dari itu, penulis memberikan masukan atau saran untuk mengevaluasi pengelolaan atau mekanisme pemasaran digital yang dilakukan oleh haqem travel. Haqem travel perlu terus mengembangkan strategi digital marketing di sosial media dengan lebih memanfaatkan platform lain seperti Facebook dan TikTok, keterlibatan staff dalam pembuatan konten bisa menjadi solusi untuk mengembangkan ide-ide konten dari yang sebelumnya serta hiring seorang video editor bisa menjadi support penting dalam memaksimalkan kualitas konten, membentuk tim marketing khusus digital agar dapat membuka ide-ide yang lebih relevan dengan trend saat ini, untuk lebih aktif dalam memposting paket-paket umroh yang masih tersedia serta kegiatan jamaah selama keberangkatan umroh.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin, Agus, 2009, *Peta Perjalanan Haji Dan Umrah* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia)
- Amiruddin, Zainal Asikin, 2010, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rajawali Pers)
- Iman, A.H. (2023) *Optimalisasi Penggunaan Google Ads Dalam Pemasaran Digital Produk Umrah Yayasan Ar-Risalah Jakarta* Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Muhajir, Neong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Rake Sarasih, 1996)
- Nazir, and Moh. Risman Sikumumbang, 2009, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia)
- Noor, M. (2018). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. *Jurnal Humaniora dan Teknologi*, 4(1), 39.
- Novesal, A.D. (2020). *Optimalisasi Penggunaan Sosial Media Instagram Dalam Pemasaran Digital Produk Umroh Pada PT Jejak Imani Berkah Bersama Pamulang Tahun 2019, Tangerang Selatan*, Manajemen

Lulu Rahma Aulia. Ahmaad Munawaruzaman

Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)', *Jurnal Common*, 3.1 (2019), 71

Ridwan Sanjaya, d. (2019). *Mudah Membuat Aplikasi Pemasaran Digital 360 Derajat*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

Sadiyah, Dewi, *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015)

Sholihin MR. Arianto W & Khasanah D.F, 2018, *Keunggulan Media Sosial Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital di Indonesia*.

Syahida. K, (2020). *Penerapan Digital Marketing Dalam Pemasaran Umrah Pada Azkia Tours and Travel, Tangerang Selatan*, Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Widyani, Retno, and Mansyur Pribadi, 2010 *Panduan Ibadah Haji Dan Umrah* (Cirebon: Swagati Press)

Zain, Sugiharto, Optimalisasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Jemaah Umrah Pada PT Sakinah Mandiri Cibinong Kabupaten Bogor', *Jurnal Manajemen Dakwah*, Vol.XI No.1 3.1 (2023), 33-47