



Penulis :
Sabrina Aulia Salsabilla

Program Studi Manajemen Haji & Umrah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

**EFEKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* BERBASIS *INFLUENCER*
DALAM PROMOSI PRODUK UMRAH DI MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM*
(Studi Pada PT. Rayyah Arga Anugrah Kota Bengkulu)**



Editor :
Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag
Dr. Evan Stiawan, MM

**EFEKTIVITAS *DIGITAL MARKETING*
BERBASIS *INFLUENCER* DALAM PROMOSI
PRODUK UMRAH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Pada PT. Rayyah Arga Anugrah Kota Bengkulu)**

(Jurnal)



TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH :

SABRINA AULIA SALSABILLA

NIM. 2223170009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN HAJI DAN UMRAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU
2026 M / 1447 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211 Telepon (0736)
51276-51171-Faksimili (0739)51171-51172

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas akhir Jurnal Ilmiah yang berjudul "Efektivitas Digital Marketing Berbasis
Influencer Dalam Promosi Produk Umrah Di Media Sosial Instagram (Studi Pada PT.
Rayyah Arga Anugrah Kota Bengkulu)" yang disusun oleh:

Nama : Sabrina Aulia Salsabilla

NIM : 2223170009

Prodi : Manajemen Haji & Umrah

Sudah diperiksa dan diperbaiki sesuai saran tim Pembimbing. Oleh karena itu Tugas
Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Tugas Akhir Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 28 Januari 2026

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Supardi, M. Ag.
NIP. 19650410199201007

Dr. Evan Shihwan, MM
NIP. 199203202019031008

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

Eka Sri Wahyuni, SE, MM
NIP. 197705092008012014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfatbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul *"Efektivitas Digital Marketing Berbasis Influencer Dalam Promosi Produk Umrah Di Media Sosial Instagram (Studi Pada PT. Rayyah Arga Anugrah"* yang disusun oleh:

Nama : Sabrina Aulia Salsabilla

NIM : 2223170009

Program Studi : Manajemen Haji dan Umrah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal (Artikel Ilmiah)

Telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 19 Februari 2026

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Manajemen Haji dan Umrah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 19 Februari 2026 M

1447 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris


Eka Sri Wahyuni, SE, MM

NIP.197705092008012014


Dr. Yetti Afrida Indra, M.Ak

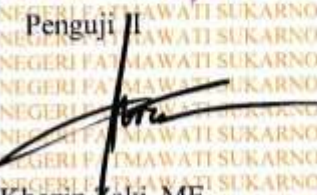
NIP.198404142023212045

Penguji I

Penguji II


Eka Sri Wahyuni, SE, MM

NIP.197705092008012014


Khozin Zaki, ME

NIP.199506172022031001

Mengetahui Dekan


Prof. Dr. Supardi, M.Ag

NIP.196504101993051007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI
SUKARNO BENGKULU**

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-Faksimili (0739)51171-51172

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Jurnal dengan judul **"Efektivitas Digital Marketing Berbasis Influencer Dalam Promosi Produk Umrah Di Media Sosial Instagram (Studi Pada PT. Rayyah Arga Anugrah"**, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 28 Januari 2026
Mahasiswa Yang Menyatakan



Sabrina Aulia Salsabilla
NIM 2223170009

ABSTRAK

EFEKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* BERBASIS *INFLUENCER* DALAM PROMOSI PRODUK UMRAH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

(Studi pada PT. Rayyah Arga Anugrah Kota Bengkulu)

Oleh Sabrina Aulia Salsabilla, 2223170009

Perkembangan teknologi *digital* telah mendorong perubahan. Perkembangan teknologi *digital* mendorong biro perjalanan umrah untuk menerapkan strategi pemasaran berbasis media sosial. Instagram menjadi salah satu platform yang efektif digunakan dalam promosi layanan umrah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *digital marketing* serta efektivitas *digital marketing* berbasis *influencer* pada PT Rayyah Arga Anugrah Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian berjumlah enam orang yang terdiri dari pihak pengelola atau staf marketing PT Rayyah Arga Anugrah, *influencer* yang bekerja sama dengan perusahaan, serta jamaah pengguna jasa. Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Rayyah Arga Anugrah telah menerapkan *digital marketing* dengan memanfaatkan Instagram sebagai media promosi utama. Strategi yang digunakan meliputi pengelolaan konten visual yang informatif dan konsisten serta kolaborasi dengan *influencer* yang memiliki kredibilitas. *Digital marketing* berbasis *influencer* dinilai efektif dalam meningkatkan branding, memperluas jangkauan promosi, dan membangun kepercayaan calon jamaah, yang berdampak pada peningkatan minat pendaftaran umrah.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Influencer, Instagram*

ABSTRACT

THE EFFECTIVENESS OF INFLUENCER-BASED DIGITAL MARKETING IN PROMOTING UMRAH PRODUCTS ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA

(A Study at PT Rayyah Arga Anugrah, Bengkulu City)

By Sabrina Aulia Salsabilla, 2223170009

The development of digital technology has encouraged Umrah travel agencies to implement social media-based marketing strategies. Instagram has become one of the most effective platforms for promoting Umrah services. This study aims to analyze the implementation of digital marketing and the effectiveness of influencer-based digital marketing at PT Rayyah Arga Anugrah in Bengkulu City. This research employs a descriptive qualitative approach with a case study method. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The research informants consisted of six individuals, including management or marketing staff of PT Rayyah Arga Anugrah, influencers who collaborate with the company, and Umrah pilgrims as service users. Data analysis was conducted qualitatively through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that PT Rayyah Arga Anugrah has implemented digital marketing by utilizing Instagram as its main promotional medium. The strategies include managing informative and consistent visual content and collaborating with credible influencers. Influencer-based digital marketing is considered effective in strengthening branding, expanding promotional reach, and building trust among prospective pilgrims, which has a positive impact on increasing interest in Umrah registration.

Keywords: *Digital Marketing, Influencer, Instagram*

MOTTO

“Barangsiapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya, dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangkanya. Dan barangsiapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan)nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh, Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu.”
(QS At Talaq Ayat 2 dan 3)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah robil ‘alamiin, segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir jurnal ini yang berjudul “Efektivitas *Digital Marketing* Berbasis *Influencer* dalam Promosi Produk Umrah di Media Sosial Instagram (Studi pada PT. Rayyah Agra Anugrah Kota Bengkulu)” dengan baik dan tepat pada waktunya. Maka dari itu sebagai rasa syukur dan ucapa terima kasih saya, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Yang pertama dan paling utama, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT, pemilik semesta alam, Sang Maha Membuka jalan keluar. Terima kasih atas segala keajaiban yang Engkau selipkan di sela-sela keputusasaanmu. Tanpa izin-Mu, langkah ini tidak akan pernah mencapai garis akhirnya.
2. Teruntuk kedua orang tuaku, Papa saya (Bapak Hendri) dan Mama saya (Ibuk Meli). Sumber doa yang tidak pernah kering dan dukungan yang tidak pernah habis. Skripsi ini adalah kado kecil untuk segala peluh dan pengorbanan yang telah kalian berikan demi melihatku berdiri di titik ini.
3. Kepada diri saya sendiri, Sabrina Aulia Salsabilla. Terima kasih karena telah memilih untuk tidak menyerah. Terima kasih karena sudah berani menghadapi rasa takut, melewati batas lelah, dan tetap berjalan meski tertatih. *You’ve done a great job.*

4. Untuk adik-adikku tersayang, Rofi dan Nizam. Semoga karya ini menjadi motivasi bagi kalian untuk terus mengejar mimpi setinggi mungkin. Percayalah, usaha tidak akan pernah mengkhianati hasil.
5. Terima kasih kepada pembimbing I yakni Bapak Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag. dan pembimbing II yakni Bapak Dr. Evan Stiawan, S.E., M.M. terima kasih atas bimbingan, kesabaran, dan curahan ilmu yang telah diberikan. Arahan Bapak bukan hanya menyelesaikan skripsi ini, tapi juga mendewasakan cara berfikir saya.
6. Terima kasih kepada Bapak dan Ibuk Dosen UINFAS Bengkulu. Khususnya dosen-dosen di lingkungan prodi Manajemen Haji dan Umrah, terima kasih atas seluruh bekal ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
7. Kepada sahabat-sahabat saya, Adelia, Izzah, dan Salma. Kalian yang selalu ada untuk mendengar keluh kesah, memberikan tawa di saat penat, dan menjadi sistem pendukung terbaik selama proses ini berlangsung.
8. Kepada teman-teman seperjuangan Manajemen Haji dan Umrah. Terima kasih atas kenangan dan solidaritas kita selama ini. Semoga sukses menyertai langkah kita masing-masing di masa depan.
9. Kepada teman-teman KKN Arab Saudi. Teman-teman seperjalanan yang memberikan warna berbeda dalam

hidupku. Terima kasih atas pengalaman luar biasa dan kebersamaan yang takkan terlupakan selama di tanah suci.

10. Untuk agama, bangsa, dan almamater UINFAS. Semoga karya yang berfokus pada Manajemen Haji dan Umrah ini dapat menjadi kontribusi nyata, sekecil apa pun itu, bagi kemajuan bangsa dan kemuliaan agama.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT yang telah menganugrahkan rahmat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul *“Efektivitas Digital Marketing Berbasis Influencer dalam Promosi Produk Umrah di Media Sosial Instagram (Studi pada PT. Rayyah Arga Anugrah Kota Bengkulu)”*. Shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran agama islam kepada umatnya sehingga mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus di dunia maupun akhirat.

Penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Haji Dan Umrah Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Demikian penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zulkarnain, M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
2. Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati

Sukarno Bengkulu dan selaku pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan yang baik.

3. Ibuk Eka Sri Wahyuni, M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Ibuk Khairiah Elwardah, M.Ag selaku Koordinator Program Studi Manajemen Haji dan Umroh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
5. Bapak Dr. Evan Stiawan, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan yang baik.
6. Kedua orang tua penulis yang selalu mendukung, mendoakan kesuksesan penulis dan yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar, membimbing dan memberikan berbagai ilmu.
8. Kepala Cabang, Admin, serta Staf PT. Rayyah Arga Anugrah yang telah membantu dalam penelitian tugas akhir ini.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang terbaik.
10. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan supaya tugas akhir cepat selesai.

11. Dan semua pihak yang memberikan dukungan dan semangat yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.

Bengkulu, 18 Mei 2025

Sabrina Aulia Salsabilla

NIM. 2223170009



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	x
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8

D. Kegunaan Penelitian	8
E. Penelitian Terdahulu	9
F. Metode Penelitian	13
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	13
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	13
3. Informan Penelitian	14
4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	14
G. Sistematika Penulisan	18
BAB II KAJIAN TEORI	19
A. Efektivitas	19
B. <i>Marketing Berbasis Influencer</i>	22
C. Media Sosial Instagram	30
E. Kerangka Konseptual	37
BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	38
A. Sejarah berdirinya PT. Rayyah Arga Anugrah	38
B. Visi dan Misi PT. Rayyah Arga Anugrah	40
C. Struktur Organisasi PT. Rayyah Arga Anugrah	40
D. Produk Perjalanan Ibadah Umrah pada PT. Rayyah Arga Anugrah	40
E. Fasilitas yang diberikan PT. Rayyah Arga Anugrah ..	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. <i>Digital Marketing</i> PT. Rayyah Arga Anugrah Kota Bengkulu	44
B. Efektivitas <i>Digital Marketing</i> PT. Rayyah Arga Anugrah Kota Bengkulu	48

BAB V PENUTUP.....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara Pengguna Media Sosial Terlama	2
Gambar 1. 2 gambaran umum tentang adopsi dan penggunaan perangkat dan layanan yang terhubung.....	3



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Validasi Tema Tugas Akhir
- Lampiran 2: Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 3: Halaman Persetujuan Penelitian
- Lampiran 4: Surat Izin Penelitian
- Lampiran 5: Pedoman Wawancara
- Lampiran 6: Lembar Bimbingan Pembimbing 1
- Lampiran 7: Lembar Bimbingan Pembimbing 2
- Lampiran 8: Daftar Niali Ujian Komprehensif
- Lampiran 9: Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 10: Daftar Hadir Ujian Komprehensif
- Lampiran 11: LOA
- Lampiran 12: Validasi Jurnal
- Lampiran 13 : Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 14: Surat Bebas Plagiasi
- Lampiran 15: Dokumentasi Jangkauan Akun Influencer