

ABSTRAK

Peningkatan persaingan di sektor pariwisata menuntut destinasi wisata untuk terus berinovasi. Makam Ratu Ibu Madegan Sampang, sebagai destinasi wisata halal, berupaya meningkatkan daya saingnya melalui penerapan strategi digital marketing. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi digital marketing yang telah diterapkan, menganalisis pengaruhnya terhadap persepsi pengunjung, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, konten menarik, dan interaksi dengan pengguna memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan daya saing Makam Ratu Ibu Madegan Sampang.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Wisata Halal, Makam Ratu Ibu Madegan Sampang, Daya Saing, Media Sosial, Konten Menarik, Interaksi Pengguna.*

ABSTRACT

Increased competition in the tourism sector requires tourist destinations to continue to innovate. Makam Ratu Ibu Madegan Sampang, as a halal tourist destination, seeks to improve its competitiveness through the implementation of digital marketing strategies. This study aims to identify digital marketing strategies that have been implemented, analyze their influence on visitor perceptions, and provide recommendations for further development. The research method used is descriptive quantitative with data collection techniques through questionnaires. The results showed that the use of social media, interesting content, and interaction with users had a positive influence on increasing the competitiveness of the makam ratu ibu madegan Sampang.

Keywords: *Digital Marketing, Halal Tourism, Makam Ratu Ibu Madegan Sampang, Competitiveness, Social Media, Engaging Content, User Interaction.*