ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi dalam meningkatkan kinerja pemasaran pada *travel* umrah PT Haifa Nida Wisata Karawang yang belum optimal. Ditandai dengan kurangnya konsistensi dalam strategi pemasaran dan pemanfaatan media digital, dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Permasalahan yang dikaji meliputi fluktuasi jumlah jemaah pada tahun 2023–2025, pesatnya perkembangan industri *travel* umrah, serta kinerja pemasaran perusahaan yang belum berkembang secara maksimal. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan alat analisis *Business Model Canvas*, analisis SWOT, serta matriks IFE dan EFE, dengan enam informan yang terdiri dari pimpinan perusahaan, agen jemaah, dan karyawan bagian pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kuadran I sehingga strategi yang tepat adalah strategi pertumbuhan melalui penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar, serta memiliki peluang besar dalam pengembangan pemasaran digital.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, PT Haifa Nida Wisata Karawang, Analisis SWOT, *Travel* Umrah.