

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “***Digital Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran dalam Pengembangan Sektor Pariwisata (Studi pada Wisata Kampung Coklat Blitar)**” ditulis oleh Rekanika Asriningtyas NIM 12402173625. Jurusan Ekonomi Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung .

Pembimbing: Dr.Hj. Chusnul Chotimah, M.Ag.

Pada era sekarang ini dunia digital berkembang dengan sangat pesat. Begitu pun dalam hal strategi pemasaran yang sudah banyak beralih menggunakan *platform* digital atau biasa disebut dengan strategi *digital marketing* . Bukan hanya dari sektor manufaktur tetapi juga sektor pariwisata. Atas dasar inilah peneliti melakukan penelitian dengan tema *digital marketing* pada Wisata Kampung Coklat Blitar. Pemilihan Kampung Coklat sebagai objek penelitian karena kampung coklat telah menerapkan strategi *digital marketing* secara aktif dalam memasarkan produknya.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah (1) Bagaimana strategi *digital marketing* yang dijalankan Wisata Kampung Coklat Blitar? (2) Bagaimana respon netizen pada *digital marketing* Wisata Kampung Coklat Blitar? (3) Bagaimana dampak strategi pemasaran *digital marketing* bagi pengembangan wisata Kampung Coklat Blitar? Penelitian ini dilakukan di wisata Kampung Coklat Blitar yang beralamatkan di Jl. Banteng Blorok No. 18 Desa Plosorejo Kec. Kademangan Kab. Blitar.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder terkait penerapan digital marketing pada Wisata Kampung Coklat Blitar. Data diperoleh peneliti dari wawancara dengan pihak terkait baik itu pihak Kampung Coklat maupun netizen digital marketing Kampung Coklat. Observasi dan dokumentasi dilakukan dengan menganalisis informasi tentang digital marketing yang diterapkan oleh Kampung Coklat. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif karena peneliti ingin mendeskripsikan hasil penelitian yang memuat informasi tentang *digital marketing* sebagai strategi pemasaran pada wisata Kampung Coklat Blitar.

Hasil penelitian ini adalah (1) Kampung Coklat menjalankan strategi *digital marketing* SEO (*Search Engine Optimization*), SEM (*Search Engine Marketing*), SMM (*Social Media Marketing*), PPC (*Pay Per Click*), *Content Marketing*, *Email Marketing*, dan *Influencer Marketing*. (2) *Digital marketing* Kampung Coklat mendapatkan respon yang positif dari netizen. Netizen aktif dalam menanggapi *digital marketing* Kampung Coklat baik dalam bentuk respon like maupun komentar pada media sosial kampung Coklat. (3) *Digital marketing* memiliki dampak yang sangat besar dalam pengembangan wisata Kampung Coklat. Dampak positif dari penerapan *digital marketing* adalah, jangkauan yang lebih luas dan waktu yang lebih efisien, Informasi yang lengkap tentang produk yang diiklankan, mempermudah dalam menentukan target market, meningkatkan pelayanan customer service. Adapun dampak negatif dari penerapan *digital marketing* tersebut adalah tingkat privasi yang tidak sepenuhnya aman, serta terbatasnya kemampuan dalam mengontrol respon dari audience atau target market. Dampak digital marketing terhadap pengembangan wisata adalah pengembangan target market dan membangun *brand awareness*.

Kata Kunci: *Digital marketing*, Kampung Coklat, Strategi Pemasaran

ABSTRAC

Thesis with the title of "Digital Marketing as a Marketing Strategy in the Development of Tourism Sectors (Study in Kampung Coklat Blitar)" written by Rekanika Asriningtyas NIM 12402173625. Department of Syariah Economics. Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung. Mentor: Dr.HJ. Chusnul Chotimah, M.Ag.

In the current era the digital world is developing very rapidly. Likewise in terms of marketing strategies, many have switched to using digital platform or commonly called a digital marketing strategies. Not only from the manufacturing sector but also the tourism sector. On this basis, the researcher conducted research with the theme of digital marketing on Kampung Coklat Blitar. The selection of Kampung Coklat as a location of research is because Kampung Coklat has actively implemented digital marketing strategies in marketing their products.

The focus of the research in this thesis is 1) How is the digital marketing in Kampung Coklat Blitar? 2) How is the Netizen's response to digital marketing of Kampung Coklat Blitar? 3) What is the Impack of Digital marketing strategy on development of Kampung Coklat Blitar? This research was done at Kampung Coklat at Jl. Banteng Blorok No. 18 Desa Plosorejo Kec. Kademangan Kab. Blitar.

This research uses deskriptive research methode. This study uses descriptive qualitative research methods. The data used in this study are primary and secondary data related to the application of digital marketing in Kampung Brown Blitar Tourism. The data was obtained by researchers from interviews with related parties, both the Kampung Coklat party and the digital netizens of Kampung Coklat. Observations and documentation are carried out by analyzing information about digital marketing that is applied by Kampung Chocolate. This study uses a descriptive type of research because the researcher wants to describe the results of research that contains information about digital marketing as a marketing strategy in Kampung Coklat Blitar tourism.

The results of this study are (1) Kampung Coklat implemented digital marketing strategies SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), SMM (Social Media Marketing), PPC (Pay Per Click), Content Marketing, Email Marketing, Influencer Marketing. (2) Kampung Chocolate digital marketing received a positive response from netizens, nstizens has actively gives respons to the digital marketing implemented by Kampung Coklat in the form of likes and commants at social medias of Kampung Coklat.(3) Digital marketing has a huge impact on the development of Kampung Chocolate tourism. The positive impact of the application of digital marketing is, wider reach and more efficient time, complete information about advertised products, making it easier to determine the target market, improving customer service. The negative impact of the application of digital marketing is the level of privacy that is not completely secure, and the limited ability to control the response of the audience or target market. The impact of digital marketing on tourism development is the development of target markets and building brand awareness.

Keywords: Digital marketing, Kampung Coklat, Marketing Strategy