

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Papara Data

Peneliti memaparkan data yang diperoleh dari objek penelitian melalui wawancara observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan proses wawancara secara terstruktur dimana dalam menyusun pertanyaan wawancara, peneliti mempertimbangkan dan menganalisis secara matang, apakah pertanyaan tersebut sudah mewakili informasi yang dibutuhkan oleh peneliti atau belum. Dengan demikian maka peneliti akan memperoleh data yang benar-benar diperlukan. Sebelum melaksanakan wawancara, peneliti menyajikan pertanyaan wawancara dalam bentuk tulisan, hal ini untuk mempermudah narasumber dalam memahami maksud dari pertanyaan peneliti sehingga narasumber dapat memberikan jawaban informasi dengan baik.

Dalam memperoleh data penelitian, peneliti mengaami beberapa kendala. Dalam keadaan Pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, peneliti berusaha untuk mendapatkan data dan menggali informasi secara langsung ke lokasi penelitian, namun hal tersebut tidak memungkinkan mengingat objek penelitian yang diteliti merupakan objek wisata, di tambah dengan kebijakan pemerintah dalam menerapkan PPKM darurat, yang memaksa penutupan sementara pada sektor wisata. Atas dasar dan alasan tersebut maka penggalian informasi oleh peneliti dilakukan secara online. Pada bagian ini akan dipaparkan temuan penelitian yang diperoleh melalui wawancara mendalam, dokumentasi dan observasi secara online pada Kampung Coklat.

Kampung Coklat adalah sebuah Pabrik yang digabungkan dengan tempat wisata dengan mengusung tema 'Wisata Edukasi'. Kampung Coklat ini dibawah naungan PT. Kampung Coklat Blitar. Dalam menjalankan wisatanya, Wisata Edukasi Kampung Coklat menyiapkan GRO (pemandu) yang siap mengajak tur berkeliling dan menjelaskan cara menanam, merawat buah kakao hingga memproses buah kakao menjadi coklat. Kampung Coklat juga memproduksi coklat sendiri, dan coklat yang telah diproduksi oleh Kampung Coklat antara lain adalah *original chocolate, milk chocolate,crispy chocolate, dark 67%, dark 80%, dark 90%, dark 100%*, bubuk cokelat murni, dsb. Selain mengolah, Kampung Coklat juga melakukan ekspor biji kakao mentah, dan perhari Kampung Coklat sanggup menghasilkan 11 Ton biji kakao.

Kampung Coklat Blitar merupakan wisata edukasi yang terletak di jalan Banteng Blorok 18, Desa Plosorejo, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar, Jawa Timur. Wisata ini digagas oleh bapak H. Kholid Mustofa, yang sekaligus pemilik wisata tersebut. Pada tahun 2004, bapak Kholid merawat 120 pohon kakao yang merupakan tanaman milik keluarga dan sudah di tanam sejak tahun 2000 di lahan seluas 750 m². Pada tahun 2005 bapak Kholid mulai menekuni budidaya coklat dengan magang di PTPN XII di Penataran, Nglegok, Blitar, Jawa Timur. Pada tahun itu juga bapak Kholid belajar di Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia di Jember, Jawa Timur. Disanalah bapak Kholid mendalami teknik budidaya kakao dengan benar.

Setelah pulang dari Jember, bapak Kholid membuat bibit kakao sebanyak 7.500 pohon yang nantinya diharapkan dapat menjadi salah satu cara untuk

mensosialisasikan kakao pada masyarakat Blitar. Akan tetapi respon yang ada masih sangat rendah, sehingga bibit kakao tersebut diberikan secara cuma-cuma kepada petani. Kakao tersebut ditanam pada area Perhutani melalui LMDH (Lembaga Masyarakat Di Kawasan Hutan). Untuk mengikat kebersamaan antar petani maka dibentuklah kelompok tani Guyub Santoso pada pertengahan 2005.

Desa Plosorejo ini merupakan desa yang potensial untuk penanaman kopi coklat karena tempatnya termasuk daerah tropis dan penanaman kopi coklat ini juga sangat mudah, apalagi sebagian besar penduduk Desa Plosorejo ini memiliki kebun kopi coklat. Pada bulan Februari 2013 Guyub Santoso ini hanya menjual coklat batangan tetapi hanya untuk kalangan sendiri, kemudian pada bulan desember 2013 Guyub Santoso sudah bisa menjual coklat batangan, lalu pada bulan April 2013 Guyub Santoso sudah berhasil menciptakan beberapa varian rasa coklat. Karena banyak masyarakat yang tertarik untuk mengetahui bagaimana proses pengolahan dan pembuatan coklat, seiring berjalannya waktu, Guyub Santoso ini tidak hanya menerima pemasok biji coklat dan menjual coklat batangan saja, mereka berinisiatif mengembangkan paguyuban ini menjadi Wisata Edukasi Kampung Coklat. Pada Tanggal 17 Agustus 2014 Guyub Santoso ini lahir kembali dengan nama Wisata Edukasi Kampung Coklat yang bergerak di bidang pangan dan jasa.

Kampung Coklat memiliki visi misi dalam menjalankan usahanya. Visi dari Kampung Coklat adalah 1) Membangun Masyarakat Indonesia Yang Cerdas, Mandiri, Berdaya dan Sejahtera. 2) Tumbuhnya Perekonomian

Masyarakat Indonesia yang Berkeadilan. Sedangkan Misinya adalah 1) Mengedukasi masyarakat Indonesia akan pentingnya komoditas kakao Indonesia. 2) Mendorong Pertumbuhan produksi kakao dan coklat olahan Indonesia. 3) Menumbuhkan generasi penerus yang peka terhadap kearifan lokal dan pemanfaatannya untuk kesejahteraan masyarakat. 4) Menjadikan Indonesia sebagai tuan rumah bagi coklat terlezat didunia.¹

1. Strategi *Digital Marketing* Wisata Kampung Coklat Blitar

Sektor wisata pada umumnya menawarkan produk berupa jasa dan pengalaman berwisata, namun beda halnya dengan Kampung Coklat Blitar, yang memiliki keunikan tersendiri karena selain menawarkan pengalaman wisata juga memberikan edukasi terkait seluk beluk per-coklatan. Dalam memasarkan produknya, Wisata ini telah memanfaatkan kecanggihan media digital, yakni melalui strategi *digital marketing*. Kampung Coklat memiliki alamat website www.kampungcoklat.com dalam website tersebut terdapat informasi mengenai Kampung Coklat Blitar.²

Berikut adalah informasi termuat dalam website Kampung Coklat Blitar.

a. Tampilan Beranda website Kampung Coklat

Ketika membuka halaman *Website* Kampung Coklat, pengunjung akan disuguhi dengan tampilan gambar-gambar mengenai Kampung Coklat. *Website* ini di desain dengan nuansa warna coklat, dimana pemilihan warna tersebut merupakan perwujudan dari Kampung

¹ Dokumentasi Profil PT. Kampung Coklat

² Hasil observasi tentang website Kampung Coklat pada tanggal 14 Juni 2021 pukul

Coklat itu sendiri. Tampilan *website* Kampung Coklat terlihat menarik dan berkelas dengan kombinasi warna coklat gelap dan warna cream yang menjadikan perpaduan tersebut nyaman untuk penglihatan pengunjung *website*. Melalui beranda *website* pengunjung sudah disugahi gambaran informasi mengenai Kampung Coklat. Pada bagian atas beranda terdapat gambar atau foto wahana Kampung Coklat. Kemudian dibawahnya terdapat gambar menu-menu dalam website tersebut.

Gambar 4.1 Tampilan Beranda Website Kampung Coklat³



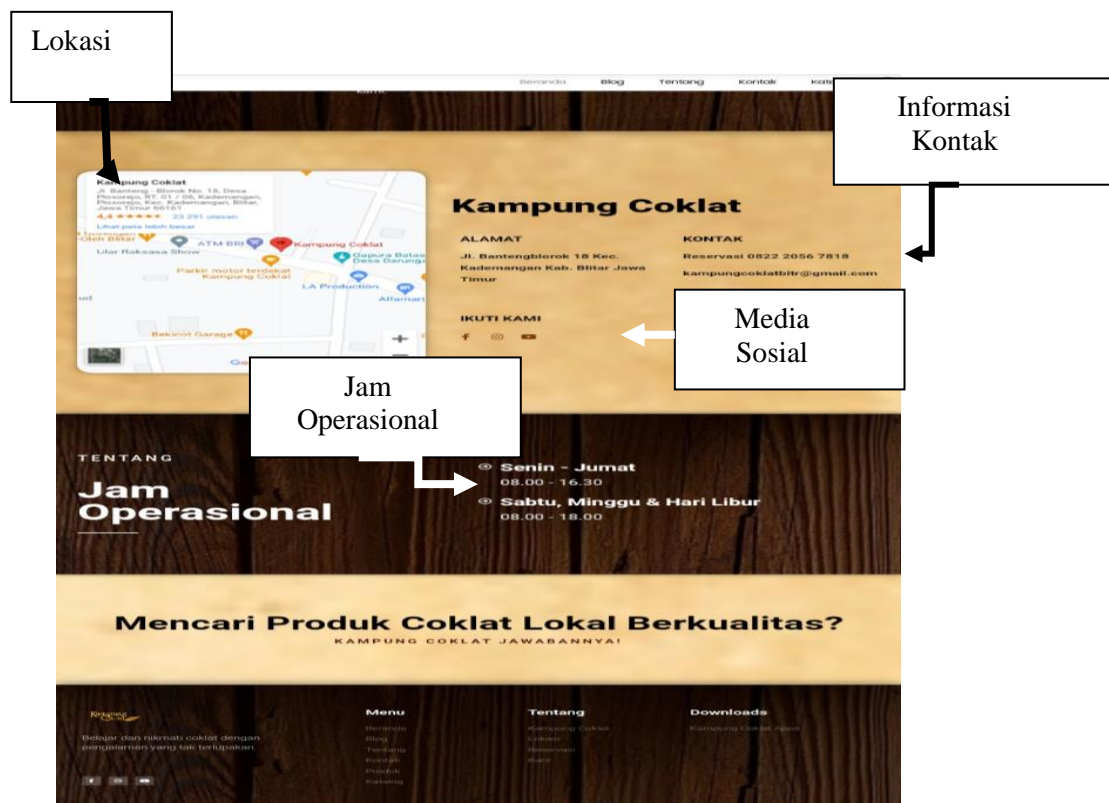
Sumber: www.kampungcoklat.com, 2021

Pada bagian bawah tercantum informasi berupa lokasi, informasi kontak, media sosial, jam operasional, dan informasi ringkasan yang terdapat di dalam website. Sebagai strategi pemasaran digital, informasi yang terdapat dalam *website* Kampung Coklat Blitar sudah cukup lengkap.

³Hasil dokumentasi website Kampung Coklat, <https://www.kampungcoklat.com>, diakses pada tanggal 14 Juni 2021 pukul 18:57

Informasi yang ada di dalamnya sudah baik dan bisa membantu wisatawan atau pun calon wisatawan mendapatkan informasi mengenai Kampung Coklat Blitar.

Gambar 4.2 Tampilan Informasi Beranda Website Kampung Coklat⁴



Sumber: www.kampungcoklat.com, 2021

Dalam sebuah kegiatan pemasaran, pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai. Supaya tujuan dari pemasaran tersebut dapat tercapai maka diperlukan langkah atau cara yang harus dilakukan, yakni dalam bentuk strategi. Dalam hal ini yang menjadi fokus penelitian adalah strategi pemasaran *digital marketing*. Dalam penerapan strategi *digital marketing*,

⁴ *Ibid...*

juga perlu mengetahui konsep dasar dari strategi pemasaran itu sendiri. Dimana konsep dasar strategi pemasaran ini menjadi acuan dalam pelaksanaan strategi *digital marketing*. Berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan Afa Id'ha Veranda Putri selaku *Staff Marketing Officer* PT. Kampung Coklat.

Strategi Pemasaran (*STP, market entry strategy, Marketing Mix strategi, Timing Strategi*)

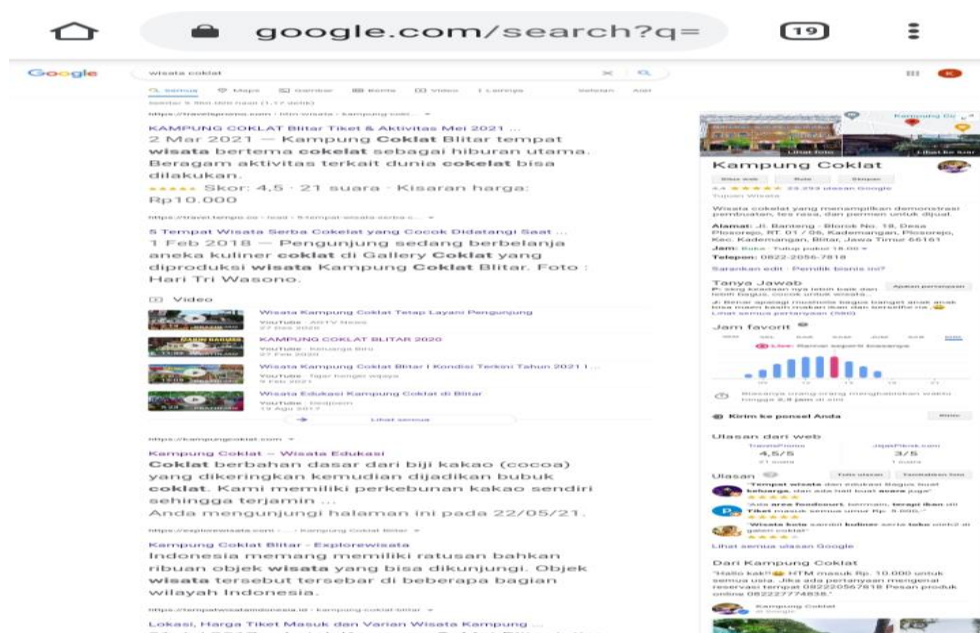
“ Segmentasi pasar pada digital marketing Kampung Coklat adalah mereka yang membutuhkan informasi tentang wisata. Dalam hal ini orang-orang tersebut adalah wisatawan. Baik wisatawan yang sudah pernah ataupun yang belum pernah berkunjung ke Kampung Coklat. Kami memberikan informasi serta memasarkan wisata melalui platform digital. Pemilihan Target Market kami mencakup beberapa Variabel seperti Demografis (usia, jenis kelamin, besarnya keluarga, pendapatan, ras, pendidikan, pekerjaan, geografis.), Psikografis (kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, dan lain sebagainya.), dan Perilaku Customer kami (tingkah laku, perasaan, dan cara konsumen menggunakan barang atau situasi pemakaian, dan loyalitas merek Kampung Coklat). Digital marketing kami dapat dijangkau oleh siapa saja, yang artinya semua orang yang memiliki akses internet dapat mengaksesnya. Dari segi positioning, bisa di katakan bahwa posisi kami dalam pasar memiliki posisi yang baik. Kami adalah wisata edukasi yang memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh wisata lain, dan coklat sendiri disukai oleh berbagai kalangan.”⁵

Hasil dari wawancara yang mendalam mengenai strategi pemasaran STP maka segmentasi pasar *digital marketing* Kampung Coklat adalah orang-orang yang membutuhkan informasi tentang wisata. Target Kampung Coklat mencakup beberapa Variabel seperti Demografis (usia, jenis kelamin, besarnya keluarga, pendapatan, ras, pendidikan, pekerjaan, geografis.), Psikografis (kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, dan lain

⁵ Hasil Wawancara dengan narasumber Afa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

sebagainya.), dan Perilaku Customer (tingkah laku, perasaan, dan cara konsumen menggunakan barang atau situasi pemakaian, dan loyalitas merek Kampung Coklat). *Positioning* Kampung Coklat sebagai wisata edukasi memiliki posisi yang cukup baik. Hal ini sebagaimana yang dituturkan oleh narasumber. Dalam pencarian pada mesin pencari google dengan menggunakan kata kunci ‘Kampung Coklat’ dimana hasil pencarian tersebut pada halaman pertama akan menampilkan informasi Kampung Coklat Blitar. informasi yang tertera hampir keseluruhan adalah tentang KampungCoklatBlitar.⁶

Gambar 4.3 Positioning positioning Kampung Coklat Blitar pada Digital Marketing⁷



Sumber: www.google.com/ Kampung Coklat, 2021

⁶ Hasil Observasi tentang positioning Kampung Coklat Blitar pada *digital Marketing* melalui mesin pencari google pada tanggal 13 juli

⁷ *Ibid.*

“Dalam mengembangkan produk, kami bekerja sama dengan mitra yang merupakan pelaku UMKM sekitar daerah kami. Kerjasama dengan mitra ini melalui Quality Control.

*Kami menggunakan Mix Strategi. Produk, Harga, Packaging dan Saluran Distribusi tetap kami petakan sesuai produk khas dari Kampung Coklat walaupun banyak bekerjasama dengan produk dari mitra. Strategi Promosi kami secara digital dan konvensional. Serta strategi untuk meningkatkan SDM para karyawan kami terus maksimalkan dengan selalu memberikan pelatihan”.*⁸

Gambar 4.4 Produk Olahan Kampung Coklat⁹



*“Terkait Strategi pemasaran kami selalu mempunyai konsep dan inovasi promosi dalam jangka pendek sampai jangka Panjang. Jangka pendek yang kami lakukan yaitu promosi melalui Media social kami setiap harinya. Terutama Instastory pada IG. Waktu Hight Season kami yaitu Ketika Weekend dan Hari besar setiap bulannya baik secara digital maupun secara konvensional. Waktu ini adalah waktu yang sangat efektif dalam berpromosi.”*¹⁰

Berikut adalah hasil temuan dari penerapan *digital marketing* oleh

Kampung Coklat.

“Sejak tahun 2015 kami aktif melalui Website dan media social lain untuk menerapkan digital marketing. Kami juga memiliki pelayanan public secara online sampai saat ini. Penerapan strategi kami, tetap kami maksimalkan mengikuti perkembangan zaman. Kami selalu mengupdate strategi digital kami, sesuai visi dan misi kami. Adapun strategi digital marketing yang kami gunakan adalah SEO,

⁸ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

⁹ Hasil Dokumentasi Produk olahan Kampung Coklat Facebook.com, @kampung coklat-wisata edukasi pada tanggal 13 Juli 2021 pukul 09:10

¹⁰ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

SEM, SMM, PPC (Pay Per Click), Content Marketing, Email Marketing, Influencer Marketing."¹¹

Dalam melaksanakan *digital marketingnya*, Kampung Coklat menerapkan beberapa Strategi *digital marketing*. Yaitu dengan strategi *SEO, SEM, SMM, PPC (Pay Per Click), Content Marketing, Email Marketing, Influencer Marketing*. berikut pemaparan narasumber terkait penerapan *digital marketing* tersebut.

*"SEO yang kami terapkan bertujuan untuk Membuat produk kami tampil di halaman pertama mesin pencari. Dalam menerapkan strategi ini kami tidak sembarangan dalam memilih kata kunci atau Keyword. Kami selalu menganalisis keyword apa yang paling potensial, dengan demikian tujuan untuk membuat produk kami tampil dihalaman pertama dapat tercapai. Saat ini bisa dikatakan bahwa strategi seo kami sudah cukup berhasil, ini bisa dilihat dengan mengetik Keyword **Kampung Coklat, Wisata Coklat** pada mesin pencari google maka disana produk kami akan muncul pada halaman pertama. Tidak hanya mengoptimalkan pencarian secara organik tetapi kami juga menggunakan strategi Search Engine Marketing (SEM) dalam mengoptimalkan mesin pencarian dengan kata kunci dan konten yang akan kami promosikan mengenai Kampung Coklat"*¹²

Gambar 4.5 Tampilan SEO Kampug Coklat¹³



¹¹ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

¹² Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

¹³Hasil dokumentasi Strategi SEO www.google.com, wisata coklat, diakses pada 10 Juli 2021 pukul 17:07

Gambar 4.6 Tampilan SEM Kampung Coklat¹⁴



Sumber: [www. google.com/](http://www.google.com/) Kampung Coklat, 2021

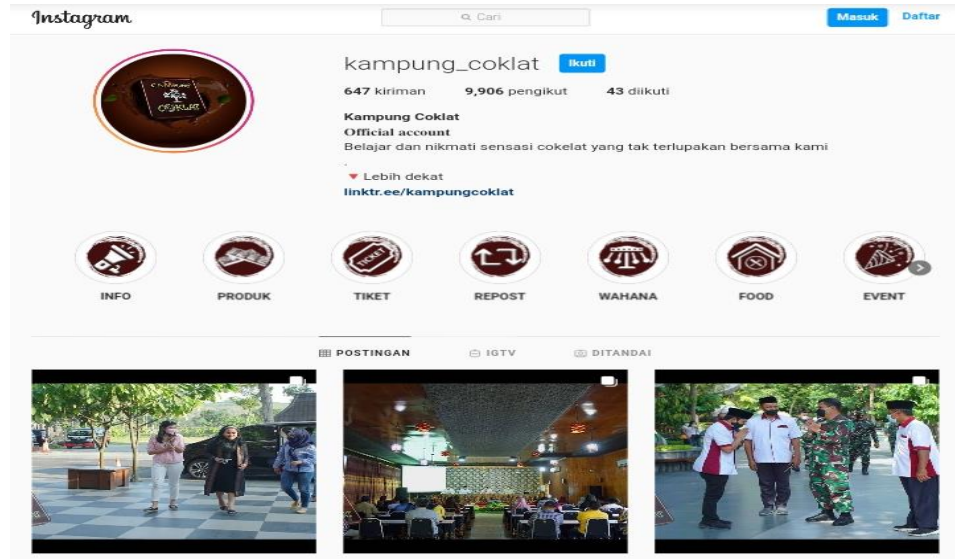
Pada mesin pencarian, Kampung Coklat memanfaatkan Strategi pengoptimalan mesin pencari dengan memilih serta menganalisis *keyword* apa yang paling potensial dalam pencarian, baik secara organik yaitu SEO maupun berbayar yaitu SEM .

“Pada perkembangan teknologi seperti sekarang ini, media sosial menjadi kebutuhan penting untuk semua orang. Hampir semua orang dari berbagai rentang usia sudah memanfaatkan media sosial. Kami menyadari bahwa tingkat kepopuleran media sosial saat ini sangat luar biasa, dan setiap media sosial memiliki pengguna yang jumlahnya bukan main. Saya yakin bahwa hampir semua orang, atau gampangnya mereka yang punya smart phone pasti memiliki media sosial. Ini peluang pemasarannya sudah jelas di depan mata, jadi bagaimana mungkin kami tidak memanfaatkannya. Kami pasti memanfaatkan media sosial ini sebagai salah satu strategi digital marketing kami. Dalam strategi SMM (Social Media Marketing) kami aktif dalam Media Social IG, FB, Youtube, Website, Whatsapp, dan Email”¹⁵

¹⁴Hasil dokumentasi Strategi SEM . www.google.com, Kampung Coklat, diakses pada 10 Juli 2021 pukul 17:30

¹⁵ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id’ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

Gambar 4.7 Instagram Kampung Coklat¹⁶



Sumber: Instagram.com/ @kampung_coklat, 2021

Gambar 4.8 Facebook Kampung Coklat¹⁷



Sumber: m.facebook.com/ @wisataedukasikampungcoklat, 2021

¹⁶Hasil dokumentasi Strategi SMM Instagram, @kampung_coklat diakses pada 13 Juli 2021 pukul 09:30

¹⁷Hasil dokumentasi Strategi SMM Facebook.com, @kampung_coklat- wisata edukasi diakses pada 13 Juli 2021 pukul 09:40

Gambar 4.9 Tampilan Beranda Youtube Kampung Coklat



Sumber : [youtube.com/ Kampung Coklat](https://youtube.com/KampungCoklat), 2021

Gambar 4.10 Tampilan Beranda Whatsapp (*Customer Service*) Kampung Coklat¹⁸



Sumber: WhatsApp +62 822 2056 7818/ Kampung Coklat, 2021

Pada strategi *digital marketing* SMM Kampung Coklat aktif di media sosial *IG, FB, Youtube, Website, Whatsapp, Dan Email*. Pada setiap media sosial Kampung Coklat tersebut terdapat informasi seputar Kampung Coklat. Baik informasi kontak, denah lokasi, produk dan lain sebagainya. Pada media sosial Instagram, Kampung Coklat memiliki official account dengan ID username **kampung_coklat** per 17 Agustus 2021 akun ini memiliki 10,9 ribu pengikut dengan 683 postingan. Halaman *Facebook*

¹⁸Hasil dokumentasi Strategi SMM Whatsapp, Kampung Coklat diakses pada 13 Juli 2021 pukul 10:21

fanpage Kampung Coklat memiliki ID username **@wisataedukasikampungcoklat**, diikuti lebih dari 6 ribu akun dan hampir 27 ribu akun telah mengunjungi halaman *fanpage* Kampung Coklat ini. Kampung Coklat bergabung dengan Youtube sejak tanggal 14 Mei 2015 dan masih aktif hingga saat ini. Username Youtube Kampung Coklat adalah **Kampung Cokat** dengan jumlah *subscriber* lebih dari 2,2 ribu. Pada media sosial WhatsApp Kampung Coklat memiliki username **Kampung Coklat** dengan nomor **+62 822-2056-7818**. WhatsApp ini merupakan Customer Service Kampung Coklat. Alamat email Kampung Coklat adalah **kampungcoklatbltr@gmail.com**¹⁹

*“Kalau mau maju kita itu harus berani keluar modal, keluar biaya untuk pemasaran, jangan main aman pakai yang organik terus nggak bakalan maju itu nanti. PPC (Pay Per Click) adalah model digital marketing dimana setiap iklan yang diklik oleh audience atau target market kita, maka kita diharuskan untuk membayarnya. Alasan kami menggunakan PPC karena ada berbagai keunggulan dan keuntungan yang ditawarkan. Misalnya, kami dapat mengatur target audience yang kami inginkan baik itu jumlah, spesifikasi dan bahkan dari lokasi. Dan yang terpenting kita dapat menyesuaikan dengan anggaran yang kita miliki. Kami memanfaatkan Display Ads pada Facebook, IG, dan Google.”*²⁰

PPC yang diterapkan oleh Kampung Coklat memanfaatkan platform *Display Ads* pada Facebook, IG, dan Google.

“Dalam menjalankan Content marketing, kami selalu membuat konten terutama ketika ada event tertentu untuk menambahkan moment di Kampung Coklat agar lebih menarik konsumen. Apabila sedang

¹⁹Hasil observasi tentang Media sosial Kampung Coklat pada tanggal 17 Agustus 2021 pukul 18:50

²⁰ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

tidak ada even tertentu kami tetap aktif dalam membuat content, ini salah satu upaya agar follower kami tahu bahwa kami tetap uptodate sehingga digital marketing kami tetap menjadi perhatian. Conten yang kami buat tidak monoton itu-itu saja, kami selalu megikuti tren apa yang sedang happening pada saat ini, nah ini yang biasanya disebut Viral marketing. Jadi apa yang sedang viral pada waktu tersebut, kita buat itu sebagi konten. Ya sebisa mungkin kami membuat

*konten yang berpotensi untuk Viral seperti konten tren lucu, unik dan lain sebagainya.*²¹

Gambar 4.11 Content Marketing Kampung Coklat²²



Sumber: Instagram.com/ @kampung_coklat, 2021

Kampung Coklat aktif dalam membuat konten sebagai salah satu strategi pemasaran digital baik ketika ada even tertentu ataupun tidak. Dengan aktif membuat konten maka *digital marketing* Kampung Coklat dapat mempertahankan eksistensinya.

“Email marketing ini mungkin lebih jadul atau tradisional jika dibandingkan dengan strategi digital marketing yang lain, namun dari segi membangun hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang strategi ini akan lebih tepat daripada strategi yang lain. Untuk itulah

²¹ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

²²Hasil dokumentasi Strategi Content Marketing, @kampung_coklat diakses pada 13 Juli 2021 pukul 09:55

kami selalu memfollow up email para customer kami yang pernah menjalin kerja sama dengan Kampung Coklat."²³

Email marketing adalah bentuk strategi *digital marketing* yang tepat dalam membangun hubungan jangka panjang dengan *customer*.

*"Menggunakan jasa influencer dalam mengiklankan juga merupakan hal yang cukup trend pada masa sekarang ini. Dan kami pun juga melakukan hal yang sama yakni menggunakan jasa influencer dalam mengiklankan produk kami. mereka (influencer) adalah orang-orang yang memiliki pengaruh cukup besar di media sosial. Apa yang mereka katakan, gunakan, beli dan lain sebagainya seringkali diikuti oleh banyak orang, terutama mereka yang menjadi fan atau followers. Ketika Strategi digital marketing kami tidak mampu menjangkau dan mempengaruhi segmen audience tertentu maka melalui influencer marketing, audience (target pasar) yang tidak dapat terjangkau tersebut dapat dijangkau."*²⁴

Influencer marketing ini untuk menjangkau target pasar yang tidak mampu dijangkau oleh strategi *digital marketing* lainnya.

2. Respon Netizen pada *Digital marketing* Wisata Kampung Coklat Blitar.

Berikut adalah respon netizen terhadap *digital marketing* yang diterapkan oleh Kampung Coklat. Dalam kaitannya dengan respon netizen terhadap *digital marketing* Kampung Coklat, maka netizen disini adalah mereka yang telah menerima iklan dari *digital marketing* Kampung Coklat.

"Dalam menerapkan Digital marketing, tentu kami mengharapkan hubungan timbal balik dari audience yang kami targetkan, sederhananya tujuan kami adalah untuk mendapatkan perhatian dan juga respon. Tapi faktanya pemasaran tidak sesederhana itu, dari perhatian dan respon tersebut juga harus ada bentuk aksi nyata. Kalau kita jualan maka harus ada pembelinya. Misal kita mengiklankan, sudah di lihat banyak orang kan ya?"

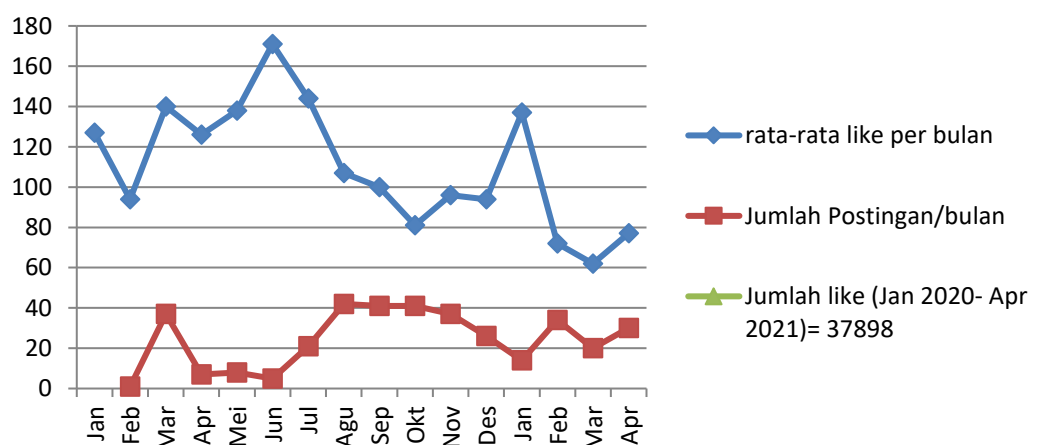
²³ Hasil Wawancara dengan narasumber Afa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

²⁴ Hasil Wawancara dengan narasumber Afa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

responnya banyak tapi yang beli cuma sedikit, kira-kira strategi pemasarannya berhasil nggak? Jawabannya belum bisa dikatakan berhasil, tapi bukan berarti gagal. Disana masih ada peluang, setidaknya mereka yang merespon itu sudah tahu sedikit banyak tentang kita. Ada peluang mereka tertarik dengan iklan yang kita tawarkan, dan mereka akan berwisata ataupun membeli produk kami di kemudian hari . Oleh karenanya digital marketing kita harus terus continue, supaya apa? Mereka para netizen dapat memperoleh informasi lebih banyak tentang kami dan rasa penasaran mereka semakin tumbuh. Kombinasi digital marketing yang efektif pada Kampung Coklat adalah Content Marketing, Social Media Marketing, serta Display Adverstising.

Agar *digital marketing* dapat berhasil maka harus dilakukan secara konsisten. Keberhasilan suatu pengiklanan tidak semata-mata diukur dari tingkat respon ataupun jumlah yang melihat iklan tersebut melainkan juga mempertimbangkan aksi nyata dari mereka yang menerima iklan tersebut. Dalam sektor wisata, maka keberhasilan suatu pengiklanan dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan sebagaimana dijelaskan oleh Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.

Gambar 4.12 Grafik Konsistensi digital marketing Kampung Coklat ²⁵



²⁵ Hasil observasi postingan Media sosial Kampung Coklat di instagram pada tanggal 17 Agustus 2021 pukul 18:50

Grafik diatas memperlihatkan Jumlah postingan dan jumlah rata-rata *like* setiap bulan pada postingan konten Kampung Coklat di media Instagram. Berdasarkan data observasi postingan digital marketing Kampung Coklat di media *Instagram*, postingan dalam bentuk *repost* (postingan pengunjung yang di *post* ulang oleh Kampung Coklat) mendapatkan jumlah *like* yang lebih banyak dibandingkan dengan postingan biasa. Mulai bulan Agustus 2020 – April 2021 terdapat fluktuasi penurunan jumlah *like*. Hal ini tidak lepas dari pengaruh Pandemi covid-19 yang mana pemerintah menerapkan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan berlanjut dengan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang berdampak pada menurunnya kunjungan wisatawan bahkan penutupan sementara pada sektor pariwisata termasuk Wisata Kampung Coklat.

Penutupan wisata artinya tidak ada aktivitas wisatawan dan ini berakibat pada minimnya postingan dari pengunjung yang dapat di *repost*, sehingga konten digital marketing Kampung Coklat pun juga menurun. Meskipun demikian Kampung Coklat tetap aktif membuat konten selain dalam bentuk *repost*, ditunjukkan dengan cukup stabilnya fluktuasi jumlah postingan Kampung Coklat, sebagaimana yang tertera pada gambar. 4.12 .

Pada setiap postingan yang dilakukan oleh Kampung Coklat selalu ada respon, baik itu dalam bentuk *like* maupun komentar. Netizen juga

sering kali membagikan pengalaman mereka ketika berwisata, pada halaman media sosial *facebook* Kampung Coklat.²⁶

Gambar 4.13 Respon netizen pada *digital marketing* Kampung Coklat²⁷



Sumber: m.facebook.com/ @wisataedukasikampungcoklat, 2021

Sebagaimana dalam gambar 4.13 yang memperlihatkan respon *netizen* pada media sosial Kampung Coklat, dari hasil observasi peneliti menemukan bahwa mayoritas respon netizen bersifat positif. Mereka membagikan pengalaman mereka ketika berwisata ke Kampung Coklat, serta memberikan tanggapan terhadap postingan Kampung Coklat. Mereka juga melakukan *tag* terhadap orang yang mereka kenal dengan maksud mengajak mengunjungi Kampung Coklat. Peneliti mewawancarai beberapa narasumber (*netizen*) yang mengetahui *digital marketing* Kampung Coklat.

²⁶Hasil observasi tentang respon netizen pada digital marketing Kampung Coklat, pada tanggal 13 juli 2021

²⁷Hasil Dokumentasi tentang respon netizen di platform digital marketing Kampung Coklat www.facebook.com, @kampungcoklat-wisata edukasi

“Saya taunya Ig Kampung Coklat, Kalau menurut saya media sosial instagram kampung coklat ini sudah cukup bagus. Informasi yang ada disana juga sudah lengkap. Mulai dari informasi kontak, customer service, produk, harga tiket, denah lokasi dan masih banyak lagi, pokoknya lengkap lah. Informasi yang tersedia sangat membantu, baik itu untuk mereka yang belum pernah ke Kampung Coklat, atau yang sudah pernah ke Kampung Coklat seperti saya. Untuk yang sudah pernah berwisata ke sana, akun Instagram kampung coklat ini bisa memberi kita informasi tentang perkembangan kampung coklat, misalnya produk atau wahana baru. Jadi hal itu bisa menarik minat kita untuk berkunjung lagi ke sana. Kalau yang belum pernah ke Kampung Coklat, mungkin bisa bikin penasaran dan pengen ke Kampung Coklat.”²⁸

Informasi yang tercantum dalam media sosial instagram kampung coklat diantaranya adalah info produk, informasi kontak customer service, Id media sosial lain Kampung Coklat, info pemesanan serta beberapa informasi kegiatan yang dilaksanakan di Kampung Coklat.²⁹

Gambar 4.14 Informasi pada Instagram Kampung Coklat³⁰



Sumber: Instagram.com/ @kampung_coklat, 2021

²⁸ Hasil Wawancara dengan narasumber Afifah Nur Ridha Aulia selaku Netizen *digital marketing* Kampung Coklat.pada tanggal 14 Juli 2021

²⁹Hasil observasi tentang respon netizen pada Instagram Kampung Coklat, pada tanggal 17 Agustus 2021

³⁰Hasil Dokumentasi tentang respon netizen pada Instagram Kampung Coklat, @kampung_coklat pada tanggal 19 Juli 2021

“saya tahu digital marketing Kampung Coklat. Saya tahu halaman facebook Kampung Coklat. Waktu itu saya ingin berwisata bersama keluarga lalu iseng-iseng cari informasi Kampung Coklat di facebook terus menemukan fan paganya. Dari sana saya mendapatkan informasi lebih banyak tentang Kampung Coklat, seperti lokasi, jam buka dan lain-lainnya. Kita juga bisa langsung menghubungi customer service kalau membutuhkan informasi lebih lanjut. Bisa inbox ataupun whatsapp. Jadi menurut saya ini sangat memudahkan wisatawan yang ingin berwisata. Jadi ya oke lah digital marketingnya.”

“customer service Kampung Coklat sangat ramah dan fast respon, jadi ketika saya membutuhkan informasi saya tidak sungkan untuk bertanya ke adminnya.”³¹

Digital marketing Kampung coklat memuat informasi yang cukup lengkap, sehingga memudahkan netizen (wisatawan dan calon wisatwan) dalam memperoleh informasi tentang Kampung Coklat. Pelayanan *customer service* Kampung Coklat juga baik, sebagaimana disampaikan oleh narasumber.

3. Dampak Strategi Pemasaran *Digital marketing* Bagi Pengembangan Wisata Kampung Coklat Blitar.

Dalam menerapkan suatu stratgi, pasti selalu ada tujuan yang ingin dicapai, oleh karena itu dalam pelaksanaannya juga harus dipertimbangkan secara matang. Pada penerapan suatu strategi akan ada dampak yang ditimbulkan.

“Dampak digital marketing terhadap pengembangan Kampung Coklat sangatlah besar. Sejak awal berdirinya Kampung Coklat,digital marketing sudah memiliki pengaruh yang sangat kaut. Bisa dikatakan hampir 85 % pengaruh digital marketing terhadap pengembangan wisata kami. Bukan nilai yang kecil, dan memang

³¹ Hasil Wawancara dengan narasumber Khibdhi Natus S. Selaku netizen digital marketing Kampung Coklat, pada tanggal 18 Juli 2021

dampaknya sangat luar biasa. Pada awal berdirinya, wisata kami sempat viral dan sangat besar antusias masyarakat untuk berkunjung ke wisata kami”³²

Dampak dan pengaruh *digital marketing* terhadap pengembangan wisata Kampung Coklat sebesar 85%, atau bisa dikatakan memiliki peran yang sangat besar.

“Presentase dampak digital marketing dalam pengembangan wisata di Kampung Coklat yang begitu besar ini tidaklah mengherankan, karena sejak awal mayoritas pengunjung dan konsumen kami, mendapat informasi tentang Kampung Coklat melalui platform digital bahkan sampai sekarang. Apabila kami memiliki wahana atau produk baru maka yang menjadi informan pertamanya adalah media digital. Orang-orang akan tahu lebih dahulu melalui digital marketing kami. Bukan dari pemasaran secara konvensional. Karena memang penyebaran informasi melalui media digital itu bukan main cepatnya, hanya dalam hitungan detik ratusan hingga ribuan orang dapat dijangkaunya. Dengan jangkauan yang lebih luas serta waktu yang lebih efisien maka peluang untuk mencapai targer audience dan target pemasaran lebih besar. Dengan begitu maka jumlah kunjungan wisatawan dan konsumen produk kami, juga memiliki peluang meningkat lebih besar”³³

Digital marketing memiliki jangkauan yang lebih luas dan waktu yang lebih efisien dari pada strategi pemasaran secara konvensional.

“pengiklanan di digital marketing, memberikan kami kesempatan yang luas dalam mengelola jumlah iklan yang ingin diiklankan, ruang pengiklanan pada digital marketing tidak terbatas dan memberi kita ruang untuk berkreasi sebebaskan mungkin. Kami dapat mengiklankan semua produk kami dengan menambahkan informasi-informasi penting yang dapat memudahkan konsumen dalam mengenal produk kami. Kami selalu mencantumkan kontak pemesanan yang dapat dihubungi oleh konsumen apabila ingin melakukan pemesanan secara online.”³⁴

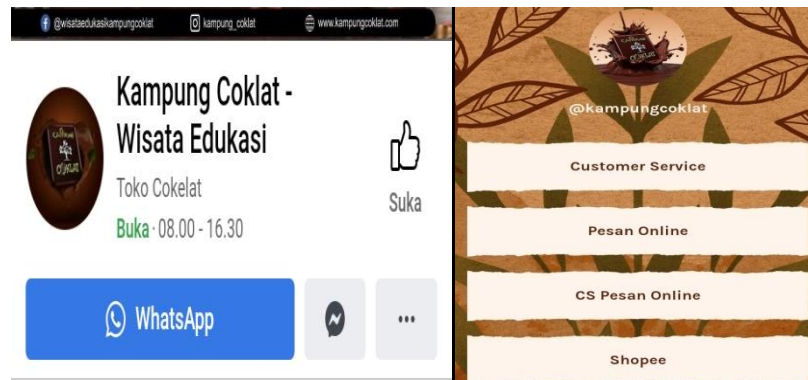
³² Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id’ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 18 Juli 2021

³³ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id’ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

³⁴ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id’ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

Informasi yang lengkap tentang produk yang diiklankan dapat memudahkan *customer* untuk melihat dan membeliproduk Kampung Coklat secara online.

Gambar 4. 15 Kontak pemesanan online³⁵



“digital marketing memberikan dampak positif terhadap target market kami. Melalui digital marketing, kami lebih mudah dalam menentukan target market. Misal menginginkan target-target yang seperti apa, usia, lokasi dan lain-lain serta kita bisa menentukan jumlah target yang kita inginkan itu berapa. Semisal kalau kita pakai PPC (pay per click) itu kita bisa menentukan target market kita sesuai dengan budget yang kita miliki. Kalau punya banyak budget kita bisa memilih untuk menentukan target market yang lebih luas atau banyak. Kalau budgetnya pas-pasan ya target marketnya kita sesuaikan.”

Digital marketing mempermudah Kampung Coklat dalam menentukan target market.

“sangat penting untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen. Melalui digital marketing kami bisa lebih dekat dengan para konsumen. Kami bisa bercengkrama bertukar cerita dengan mereka baik itu melalui pengiklanan yang kami lakukan maupun konten-konten yang kami buat. Melalui media digital kami lebih mudah dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Kami bisa mengetahui tanggapan konsumen terhadap produk dan layanan wisata kami, serta dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh

³⁵Hasil Dokumentasi tentang Kontak pemesanan online pada tanggal 19 Juli 2021

konsumen. Dari informasi-informasi tersebut maka akan mempermudah kami dalam memberikan pelayanan yang memuaskan.”

Digital marketing meningkatkan pelayanan *customer service* Kampung Coklat dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.

Digital marketing tidak hanya memberikan dampak positif saja tetapi juga memiliki dampak negatif. Salah satu dampak negatif tersebut adalah tingkat privasi yang tidak sepenuhnya aman serta terbatasnya kemampuan dalam mengontrol respon dari audience atau target pemasaran.

“Dalam suatu strategi pemasaran pasti akan selalu memiliki dua sisi. Kita tidak bisa menutup mata bahwa dalam penerapan digital marketing juga memiliki sisi negatifnya. Ketika kami menggunakan strategi digital marketing maka kami harus aware dengan tingkat privasi yang tidak sepenuhnya aman. Sangat mudah untuk mendapatkan informasi tentang kami. Jadi untuk para pesaing pun tidak akan kesulitan dalam mengawasi setiap gerak-gerik dan strategi yang kami lakukan. Makanya dalam menerapkan digital marketing ini, kami juga sangat berhati-hati.”

Respon target market (netizen) pada digital marketing yang tidak terkontrol dengan baik dan tepat dapat memberikan dampak negatif terhadap Citra perusahaan, sebagaimana yang dituturkan oleh narasumber.

“Kami selalu berusaha untuk mengontrol setiap respon dari netizen agar digital marketing kami dapat berjalan dengan baik, namun kami tidak bisa mengontrol sepenuhnya komen serta saran yang sifatnya tidak membangun atau bahkan cenderung menjatuhkan. Terkadang banyak orang yang kurang bijak dalam berkomentar, dan membagikannya ke media sosial. Misal sebuah komentar terhadap ketidak puasannya terhadap pelayanan kami yang disampaikan melalui media sosial secara umum dan tidak langsung ke pihak kami. Apa yang disampaikan tersebut akan dilihat oleh banyak orang yang

mana hal tersebut dapat mempengaruhi pandangan orang terhadap Kampung Coklat. Secara tidak langsung hal ini dapat membuat citra kami buruk dimata mereka yang melihat komentar tersebut.”³⁶

“Di dunia digital marketing kami harus punya keberanian untuk mengeluarkan biaya tentu saja biaya tersebut untuk investasi dan eksperimen kampanye iklan. Ketika beriklan pun kita harus mau untuk terus belajar dan meningkatkan kreatifitas. Ya kita tahu sendiri sekarang ini perkembangan dunia digital sangat cepat. Jangan sampai biaya yang kita keluarkan menjadi sia-sia karena ketidakmampuan kita dalam mengikuti perkembangan zaman. Makanya penting sekali untuk uptodate dan terus belajar tentang hal-hal baru, khususnya dalam dunia digital marketing itu sendiri. Dan satu lagi, kita tidak bisa grusa-grusu dalam mendapatkan hasil atas digital marketing yang diterapkan. Karena memang proses digital marketing tidaklah instan, ‘harus langsung jadi satu kali klik terus bisa mencapai target pemasaran’, ngak mungkin seperti itu, ada proses panjang dan secara bertahap jadi kesabaran juga sangat penting. Tetap konsisten adalah kunci keberhasilan dalam melakukan strategi digital marketing.”³⁷

Ada berbagai tindakan yang harus berani diambil dalam menerapkan digital marketing. Diantaranya adalah harus berani mengeluarkan biaya untuk investasi dan eksperimen iklan. Mau untuk terus belajar meningkatkan kreatifitas guna mengejar perkembangan zaman. Serta konsisten dalam menjalankan *digital marketing* tersebut karena hasilnya yang membutuhkan proses panjang sehingga memerlukan kesabaran dan ketlatenan yang tinggi.

“Dalam kaitannya dengan pengembangan wisata, digital marketing ini membantu kami dalam memperluas pemasaran produk kami serta membangun brand awareness Kampung Coklat.”

³⁶ Hasil Wawancara dengan narasumber Afa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

³⁷ Hasil Wawancara dengan narasumber Afa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

“Melalui digital marketing kami mampu menjangkau pasar yang lebih luas, karena pemasaran yang lebih mudah sebagaimana saya jelaskan tadi. Kemudian adalah Brand awerness atau kesadaran merek. dengan digital marketing kami mengembangkan brand awerness Kampung Coklat . Brand awerness ini membuat masyarakat atau konsumen dapat membedakan dan menyadari produk kami dengan mudah.”

Gambar 4.16 Logo Kampung Coklat³⁸



Melalui digital marketing, Kampung Coklat memperluas pemasaran produknya dan mengembangkan Brand awareness atau kesadaran merek. *Brand awareness* ini dapat dianggap sebagai pembeda dengan produk lain. Dalam mengembangkan *brand awarenessnya* Kampung Coklat memiliki Logo yang Khas. Melalui logo ini maka konsumen bisa langsung mengetahui bahwa produk tersebut adalah milik Kampung Coklat.³⁹

B. Temuan Penelitian

1. Strategi *Digital marketing* yang Dijalankan Wisata Kampung Coklat Blitar.

Dalam memasarkan produknya, Kampung Coklat telah memanfaatkan kecanggihan media digital, yakni melalui strategi *digital marketing*. Kampung Coklat memiliki alamat website www.kampungcoklat.com dalam

³⁸ Hasil Dokumentasi Logo Kampung Coklat

³⁹ Hasil Observasi tentang Brand awareness Kampung Coklat pada tanggal 19 Juli 2021

website tersebut terdapat informasi mengenai Kampung Coklat Blitar. Dalam menggunakan strategi *digital marketing*, Kampung Coklat juga menganalisis konsep dasar strategi pemasaran diantaranya *STP*, *market entry strategy*, *Marketing Mix strategi*, *Timing Strategi*⁴⁰

a. *STP (Segmentation, Targeting, Positioning)*

Segmentasi pasar *digital marketing* Kampung Coklat adalah orang-orang yang membutuhkan informasi tentang wisata. Target Kampung Coklat mencakup beberapa variabel seperti Demografis (usia, jenis kelamin, besarnya keluarga, pendapatan, ras, pendidikan, pekerjaan, geografis.), Psikografis (kelas sosial, gaya hidup, kepribadian, dan lain sebagainya.), dan Perilaku Customer kami (tingkah laku, perasaan, dan cara konsumen menggunakan barang atau situasi pemakaian, dan loyalitas merek Kampung Coklat). *Positioning* Kampung Coklat sebagai wisata edukasi memiliki posisi yang cukup baik. Hal ini sebagaimana yang dituturkan oleh narasumber. Dalam pencarian pada mesin pencari google dengan menggunakan kata kunci 'Kampung Coklat' dimana hasil pencarian tersebut pada halaman pertama akan menampilkan informasi Kampung Coklat Blitar. informasi yang tertera hampir keseluruhan adalah tentang Kampung Coklat Blitar

b. *Market Entry Strategy*

⁴⁰ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

Dalam mengembangkan produknya Kampung Coklat menggunakan *market entry strategy*, melalui kerja sama dengan UMKM sekitar Kampung Coklat.

- c. Meskipun bekerja sama dengan berbagai pihak, penerapan *Marketing Mix strategit* tetap dipetakan sesuai produk khas dari Kampung Coklat.
- d. Kaitannya dengan *timing strategy* Kampung Coklat memiliki konsep dan inovasi promosi dalam jangka pendek sampai jangka Panjang. Strategi jangka pendek yaitu promosi melalui media sosial setiap harinya terutama pada Instastory IG. *Hight Season* Kampung Coklat yaitu ketika *weekend* dan hari besar setiap bulannya.

Kampung Coklat sudah menerapkan *Digital marketing* sejak tahun 2015 dan masih aktif hingga saat ini. Dalam penerapan strategi *digital marketing*nya, Kampung Coklat memiliki beberapa jenis strategi dalam memasarkan produknya. Adapun strategi *digital marketing* tersebut adalah *SEO*, *SEM*, *SMM*, *PPC (Pay Per Click)*, *Content Marketing*, *Email Marketing*, *Influencer Marketing*.⁴¹

- a. *SEO (Search Engine Optimization)* adalah pengoptimalan mesin pencari secara organik atau gratis. Kampung Coklat memanfaatkan *SEO* dengan menganalisis keyword yang paling potensial untuk membuat halaman produk mereka tampil di halaman pertama.

⁴¹ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

- b. SEM (*Search Engine Marketing*) adalah pengoptimalan mesin pencari berbayar. Baik SEO maupun SEM memiliki konsep yang sama , perbedaan mereka terletak pada sistem berbayar dan gratis.
- c. Pada strategi *digital marketing* SMM (*Social Media Marketing*) Kampung Coklat aktif di media sosial *IG, FB, Youtube, Website, Whatsapp, Dan Email*. Pada media-media sosial tersebut Kampung Coklat mengiklankan produknya secara aktif. Informasi yang termuat cukup detail dan mampu mendeskripsikan Kampung Coklat dengan baik dan dapat memudahkan konsumen dalam mengenal Kampung Coklat.
- d. PPC (*Pay Per Click*) yang diterapkan oleh Kampung Coklat memanfaatkan platform *Display Ads* pada *Facebook, IG, dan Google*.
- e. *Content Strategi*, Kampung Coklat aktif dalam membuat content sebagai salah satu strategi pemasaran digital baik ketika ada even tertentu ataupun tidak. Dengan aktif membuat konten maka *digital marketing* Kampung Coklat dapat mempertahankan eksistensinya.
- f. Email marketing Kampung Coklat adalah bentuk strategi *digital marketing* yang digunakan dengan tujuan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Dalam pelaksanaannya Kampung Coklat selalu *memfollow up* email dari kostumer maupun pihak-pihak yang pernah menjalin kerja sama dengan Kampung Coklat.

- g. Influencer Marketing, Kampung Coklat bekerja sama dengan Influencer dalam mengiklankan produknya. Kerja sama dengan influencer ini bertujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

2. Respon Netizen pada *Digital marketing* Wisata Kampung Coklat Blitar.

Repon adalah hal yang penting dalam penerapan strategi pemasaran. melalui respon tersebut dapat diketahui gambaran bagaimana strategi pemasaran itu bekerja. Apakah berjalan dengan baik sesuai dengan yang direncanakan atau justru sebaliknya. Dalam kaitannya dengan respon netizen terhadap *digital marketing* Kampung Coklat, maka netizen disini adalah mereka yang telah menerima iklan dari *digital marketing* Kampung Coklat.

Agar *digital marketing* dapat berhasil maka harus dilakukan secara konsisiten. Keberhasilan suatu pengiklanan tidak semata-mata diukur dari tingkat respon ataupun jumlah yang melihat iklan tersebut melainkan juga mempertimbangkan aksi nyata dari mereka yang menerima iklan tersebut. Dalam sektor wisata, maka keberhasilan suatu pengiklanan dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan.

Melalui respon netizen pihak Marketing Kampung Coklat mampu untuk menganalisis sebesar apa jangkauan dari *digital marketing* yang diterapkan. Serta menentukan kombinasi *digital marketing* seperti apa yang mampu memberikan hasil optimal. Kombinasi *digital marketing* yang

efektif pada Kampung Coklat adalah *Content Marketing*, *Social Media Marketing*, serta *Display Advertiser*.⁴² Hal ini karena ketiga jenis strategi *digital marketing* ini merupakan kombinasi yang memberi dampak paling positif terhadap tingkat kunjungan wisatawan serta penjualan produk Kampung Coklat.

Netizen pada *platform* sosial media Kampung Coklat cukup aktif. Pada setiap postingan yang dilakukan oleh Kampung Coklat selalu ada respon, baik itu dalam bentuk *like* maupun komentar. Netizen juga sering kali membagikan pengalaman mereka ketika berwisata, pada halaman media sosial facebook Kampung Coklat.⁴³ *Digital marketing* Kampung coklat memuat informasi yang lengkap dan pelayanan *customer service* Kampung Coklat yang baik, memudahkan netizen (wisatawan dan calon wisatwan) dalam memperoleh informasi tentang Kampung Coklat.⁴⁴

3. Dampak Strategi Pemasaran *Digital marketing* Bagi Pengembangan Wisata Kampung Coklat Blitar.

Dampak *digital marketing* terhadap pengembangan Kampung Coklat sangat besar, berdasarkan penuturan narasumber yakni sebesar 85%.⁴⁵ Mayoritas pengunjung dan konsumen Kampung Coklat memperoleh

⁴² Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

⁴³Hasil observasi tentang respon netizen pada digital marketing Kampung Coklat, pada tanggal 13 juli 2021

⁴⁴Hasil observasi tentang respon netizen pada Instagram Kampung Coklat, pada tanggal 19 juli 2021

⁴⁵ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat pada tanggal 12 Juli 2021

informasi terkait Kampung Coklat melalui *platform* digital, sehingga tidak mengherankan jika dampak media digital atau *digital marketing* ini sangat besar terhadap pengembangan Kampung Coklat.

Adapun hal positif lain sebagai dampak dari penerapan *digital marketing* adalah,

- a. *Digital marketing* memiliki jangkauan yang lebih luas dan waktu yang lebih efisien dari pada strategi pemasaran secara konvensional.

Digital marketing memiliki jangkauan yang sangat luas tanpa ada batasan apapun selama masih ada koneksi internet. *Digital marketing* juga bisa untuk meningkatkan efisiensi waktu. Dalam hitungan detik pengiklanan melalui *digital marketing* sudah mampu menjangkau banyak target pasar. Berbeda dengan pemasaran secara konvensional yang membutuhkan waktu lebih lama dalam mengiklankan.

- b. Informasi yang lengkap tentang produk yang diiklankan dapat memudahkan konsumen untuk melihat dan membeli produk Kampung Coklat secara online.
- c. *Digital marketing* mempermudah Kampung Coklat dalam menentukan target market.

- d. Digital marketing meningkatkan pelayanan *customer service* Kampung Coklat dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.⁴⁶

Meskipun memiliki keunggulan-keunggulan tersebut *digital marketing* juga masih memiliki kelemahan yang dapat memberikan dampak negatif pada penggunaannya. Dampak negatif tersebut adalah;

- a. Privasi yang tidak sepenuhnya aman. Hal tersebut pasti akan dialami oleh siapa pun yang menggunakan strategi *digital marketing* termasuk Kampung Coklat. Hal ini karena penyampaian Informasi yang dapat diakses oleh siapa pun.
- b. Terbatasnya kemampuan dalam mengontrol respon dari audience atau target pemasaran dapat memberikan dampak negatif terhadap citra perusahaan dalam hal ini Kampung Coklat.

Ada berbagai tindakan yang harus berani diambil dalam menerapkan digital marketing. Diantaranya adalah harus berani mengeluarkan biaya untuk investasi dan eksperimen iklan. Bersedia untuk terus belajar meningkatkan kreatifitas guna mengejar perkembangan zaman. Serta konsisten dalam menjalankan *Digital marketing* tersebut karena hasilnya yang membutuhkan proses panjang sehingga memerlukan kesabaran dan ketlatenan yang tinggi. Melalui digital marketing, Kampung Coklat memperluas pemasaran produknya dan mengembangkan *Brand awareness* atau kesadaran merek. *Brand awareness* ini dapat dianggap

⁴⁶ Hasil Wawancara dengan narasumber Aufa Id'ha Veranda Putri selaku Staff Marketing Officer PT. Kampung Coklat.pada tanggal 12 Juli 2021

sebagai pembeda dengan produk lain. Dalam mengembangkan *brand awareness*nya Kampung Coklat memiliki Logo yang Khas. Melalui logo ini maka konsumen bisa langsung mengetahui bahwa produk tersebut adalah milik Kampung Coklat.⁴⁷

⁴⁷Hasil Observasi tentang Brand awareness Kampung Coklat pada tanggal 19 Juli 2021