

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melaksanakan penelitian terkait digital marketing sebagai strategi dalam pengembangan sektor wisata khususnya pada wisata Kampung Coklat Blitar maka dapat disimpulkan sebagai berikut

1. Kampung Coklat menggunakan strategi *digital marketing SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), SMM (Social Media Marketing), PPC (Pay Per Click), Content Marketing, Email Marketing, Influencer Marketing*. Kampung Coklat adalah sebuah wisata edukasi yang menerapkan *digital marketing* dalam memasarkan wisata dan produknya. Kampung Coklat menganalisis strategi dasar pemasaran diantaranya *STP, market entry strategy, Marketing Mix strategi, dan Timing Strategi*. Dimana konsep strategi pemasaran ini dijadikan sebagai acuan dalam menentukan strategi *digital 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. *Digital marketing* Kampung coklat memuat informasi yang lengkap dan pelayanan customer service yang baik, memudahkan netizen (wisatawan dan calon wisatawan) dalam memperoleh informasi tentang Kampung Coklat.

3. *Digital marketing* memiliki dampak yang sangat besar dalam pengembangan wisata Kampung Coklat. Adapun hal positif lain sebagai dampak dari penerapan *digital marketing* adalah, jangkauan yang lebih luas dan waktu yang lebih efisien dari pada strategi pemasaran secara konvensional, Informasi yang lengkap tentang produk yang diiklankan dapat memudahkan konsumen untuk melihat dan membeli produk Kampung Coklat secara online, mempermudah Kampung Coklat dalam menentukan target market, meningkatkan pelayanan customer service Kampung Coklat dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Adapun dampak negatif dari penerapan *digital marketing* tersebut adalah tingkat privasi yang tidak sepenuhnya aman, Penyampaian Informasi yang dapat diakses oleh siapa pun serta terbatasnya kemampuan dalam mengontrol respon dari audience atau target pemasaran. Melalui *digital marketing* Kampung Coklat mengembangkan jangkauan pemasaran dan membangun *brand awareness*.

B. Saran

1. Untuk Pelaku Usaha (Pariwisata)

Dapat memberikan informasi mengenai *digital marketing* sebagai strategi pemasaran dalam memasarkan produknya, khususnya sektor pariwisata. Sehingga usahanya dapat mencapai perkembangan yang diinginkan.

2. Untuk Masyarakat Selaku Wisatawan

Dapat memberikan informasi terkait wisata Kampung Coklat Blitar. Dimana masyarakat (wisatawan) dapat mengenal lebih jauh tentang wisata Kampung Coklat Blitar, khususnya dalam hal pemasaran digital yang diterapkan.

3. Untuk Masyarakat Sekitar Wisata

Memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat sekitar, mengenai wisata Kampung Coklat Blitar. Masyarakat dapat mengetahui pentingnya pemasaran wisata, khususnya *digital marketing* dalam pengembangan suatu wisata. Dengan demikian, masyarakat dapat turut serta dalam mendukung pengembangan wisata melalui *digital marketing*.

4. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya, dalam penelitian yang kaitannya dengan *digital marketing* atau pun penelitian dengan tema serupa.