

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peranan teknologi untuk wisata dan kuliner dalam mempromosikan secara elektronik yang dikenal nama digital marketing. Sedangkan untuk membangun sebuah *image* perusahaan dikenal dengan nama *digital branding*.¹ Digital marketing adalah suatu perkembangan pemasaran produk yang dapat dimulai dengan dengan pemanfaatan teknologi seperti website, instagram, facebook. Pemasaran produk dan jasa dengan menggunakan saluran teknologi digital memiliki tujuan utama untuk mendapatkan konsumen baru, merawat pelanggan agar terus konsisten memilih produk dan membangun preferensi pelanggan, dengan support pada peningkatan penjualan dalam jangka panjang. Definisi ini juga sejalan dengan yang ditemukan oleh *American Marketing Association* menyebutkan bahwa pemasaran digital dapat dilihat sebagai sebuah aktivitas, lembaga, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dapat dilihat sebagai sebuah jalan mengkomunikasikan kelebihan produk sehingga memberikan nilai tambah bagi pelanggan.²

Wisata adalah aktivitas manusia yang sudah dikenal sejak dulu. Hanya pada tataran kekinian wisata bukan lagi menjadi kebutuhan sekunder akan tetapi masuk dalam kebutuhan primer bagi sebagian masyarakat modern saat ini. Maka perkembangan pariwisata mengalami perubahan pada banyak sektor, tidak hanya pada pola, bentuk, dan sifat kegiatan, tetapi juga pada dorongan orang untuk melakukan perjalanan wisata. Perubahan ini mendorong industri pariwisata membuka layanan-layanan baru yang bersifat inovatif untuk menarik wisatawan untuk datang. Salah satu yang banyak dikembangkan oleh berbagai daerah saat ini adalah wisata kuliner.

¹ Pristi Sukmasetya, Heni Apriyani, Tri Wahyuni, Budi Setyo Wulan, Wisnu Nugroho, Ahmad Husen Ardiyansah, "Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Paremono", *Jurnal Abdimas PHB*, Vol. 4 No. 3, 2021, hal. 322-328.

² Putu Hari Kurniawan, Lismayasari, "Strategi Promosi Wisata Kuliner Halal Melalui Pemasaran Digital Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Usaha Kecil Menengah di Kota Batam", *SNISTEK*, (31 Agustus-1 September 2019), hal. 163-168.

Pengembangan wisata kuliner, khususnya di Bangkalan memungkinkan untuk dikembangkan karena potensi yang dimiliki berupa variasi olahan makanan yang memiliki ciri khas dalam rasa, bumbu, serta bentuk sajian. Kekhasan inilah yang bisa diangkat dan dijadikan alat untuk menarik wisatawan datang ke kota Bangkalan. Secara sosiologis makanan ini sudah tersebar di seluruh Bangkalan, karena menjadi makanan khas masyarakatnya. Selanjutnya, bagaimana menjadikan makanan ini menjadi modal bagi pengembangan industri pariwisata di Bangkalan yang berbasis kerakyatan. Pengembangan pariwisata, tujuan yang cukup menjadi prioritas adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Bangkalan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Strategi Digital Marketing Dalam Pengembangan Pada Sektor Wisata Kuliner di Kabupaten Bangkalan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi penggunaan digital marketing pada sektor wisata kuliner halal di Kabupaten Bangkalan?
2. Bagaimana dampak penggunaan digital marketing pada sektor wisata kuliner halal di Kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi penggunaan digital marketing pada sektor wisata kuliner halal di Kabupaten Bangkalan.
2. Untuk mengetahui dampak penggunaan digital marketing pada sektor wisata kuliner halal di Kabupaten Bangkalan.

1.4 Target Luaran

Tabel 1.1 Luaran Penelitian

No	Jenis		Indikator
1	Publikasi jurnal Nasional		Proses
2	Pemakalah dalam temu ilmiah	Nasional	Selesai
		Internasional	Tidak ada
		Regional/Lokal	Tidak ada
3	Pengayaan buku ajar		Tidak ada
4	HKI		Tidak ada

1.5 Jadwal Penelitian

Tabel 1.2 Jadwal Kegiatan

No	JENIS KEGIATAN	TAHUN 2022				
		Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Sosialisasi program penelitian MBKM					
2	Menentukan judul penelitian dan mengidentifikasi permasalahan yang diangkat					
3	Penyusunan proposal penelitian					
4	Review proposal penelitian					
5	Seminar proposal penelitian					
6	Menyusun pertanyaan penelitian					
7	Melakukan penelitian ke lokasi penelitian					
8	Pengumpulan data dengan menemui informan					
9	Menyusun laporan kemajuan dan pengerjaan artikel seminar nasional sebagai luaran					
10	Menginput artikel untuk kegiatan					

	seminar Nasional					
11	Mengerjakan laporan akhir penelitian					
12	Seminar hasil penelitian atau siding MBKM Riset					