

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah jenis industri yang dapat mengangkat atau memperkenalkan tradisi, budaya, makanan khas yang dapat meningkatkan pendapatan atau perekonomian di suatu daerah. Pariwisata juga merupakan salah satu sektor ekonomi yang semakin diperhatikan di dalam dan luar negeri. Setiap negara berlomba-lomba untuk mempromosikan pariwisatanya agar dapat menarik lebih banyak wisatawan dan memberikan kesan yang sangat menarik dan unik dari setiap destinasi wisata yang ditawarkan, sehingga mengundang semakin banyak wisatawan. Industri pariwisata merupakan sektor yang mampu mendatangkan devisa yang besar bagi suatu negara.

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Objek Wisata di Kabupaten di Jawa Barat

Kabupaten/Kota	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata			
	Wisatawan Mancanegara		Wisatawan Nusantara	
	2019	2021	2019	2021
Bogor	26.264	2.609	2.670.203	1.762.279
Sukabumi	10.500	277	153.733	565.545
Cianjur	17.214	44	4.312.047	1.046.751
Bandung	4.506	100	2.485.755	1.836.575
Garut	1.275	0	2.850.534	357.324
Tasikmalaya	3.075	2	1.446.329	590.906
Ciamis	35	4	697.782	701.269
Kuningan	15	20	358.896	2.215.601
Cirebon	15	0	260.342	246.466
Majalengka	1.548	0	699.787	472.906
Sumedang	0	0	175.945	648.004
Indramayu	37	5	1.430.035	411.913

Kabupaten/Kota	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata			
	Wisatawan Mancanegara		Wisatawan Nusantara	
	2019	2021	2019	2021
Subang	0	0	1.080.895	3.176.632
Purwakarta	713	49	2.080.895	685.269
Karawang	1.126	0	9.452.760	1.800.393
Bekasi	3	0	11.679	1.730.651
Bandung Barat	100.339	0	5.339.819	2.202.146
Pangandaran	12.233	15	3.215.063	3.604.113

(Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2023)

Jawa Barat menjadi salah satu provinsi yang mempunyai destinasi dan memberikan pengaruh yang kuat dalam perkembangan pariwisata. Kabupaten Majalengka merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Barat. Sama hal dengan Kota/Kabupaten lainnya, Majalengka mempunyai destinasi wisata dan kuliner.

Makanan sebagai salah satu unsur terpenting yang sangat dibutuhkan manusia menjadikannya sebagai sumber pendapatan yang sangat potensial, tidak heran berbagai jenis inovasi makanan dilakukan agar dapat bersaing dengan pelaku ekonomi kreatif lainnya, industri kuliner berkembang pesat. Sama halnya dengan wisata alam, wisata kuliner juga diminati oleh banyak orang. Wisata kuliner merupakan kegiatan makan dan minum yang unik dilakukan oleh setiap pelancong yang berwisata (Kartini & Silitonga, 2014).

Desa Cisambeng merupakan bagian dari 13 desa yang masuk wilayah administrasi Kecamatan Palasah Kabupaten Majalengka. Sebagian besar masyarakat desa Cisambeng memiliki usaha dalam bidang produksi tahu dan tempe, ada sekitar 150 pabrik tahu dan tempe yang tersebar di Desa Cisambeng. Salah satu produk fermentasi yang ada yaitu tempe, fermentasi merupakan segala proses untuk menghasilkan suatu produk dari kultur mikroorganisme (Elyadi et al., 2020).

Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan

PEKERJAAN	JUMLAH
PERDAGANGAN	355
BURUH TANI	76
PERTANIAN	165
KARYAWAN SWASTA	139
PNS	45
TNI/POLRI	8
PENSIUNAN	20
KARYAWAN BUMN	5
KARYAWAN BUMD	6
WIRASWASTA	137
TKI	32
JASA KONTRUKSI	67
JASA TRANSPORTASI	46
KENOTARISAN	7
PERANGKAT DESA	12

(Sumber: Pemerintah Desa Cisambeng)

Seiring perkembangan jaman ini makin banyak inovasi makanan yang ada salah satunya adalah brownis tempe, pemilik usaha ini bernama Pak Mahdi, berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis pada 27 Januari 2022 diketahui bahwa salah satu potensi kuliner yang dimiliki Desa Cisambeng ini selain produksi tahu dan tempenya juga ada inovasi produk yaitu brownis tempe dan puding tahu. Produk ini telah dipasarkan di berbagai event/pameran yang mengunggulkan potensi Desa Cisambeng ini. Brownies tempe ini dapat dipesan melalui WhatsApp. Produksinya sendiri melakukan sistem PO, dimana pemilik usaha menentukan tanggal atau batasan tanggal bagi konsumen yang akan memesan, jika konsumen telah memesan, maka akan dibuatkan atau melakukan produksinya. Selain usaha dari inovasi produk tersebut di Desa Cisambeng ini banyak terdapat pabrik yang memproduksi tahu dan tempe akan tetapi sama dengan produk brownies tempe, pabrik tahu dan tempe ini masih belum memaksimalkan pemasaran melalui media

sosial ataupun pemasaran online lainnya, hal ini diketahui berdasarkan wawancara awal yang dilakukan dengan sekretaris Desa Cisambeng.

Pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha ini memang sudah menggunakan media sosial yaitu WhatsApp namun belum merambah ke media digital lainnya, padahal di masa sekarang pemasaran menggunakan media sosial sangat bagus untuk dilakukan. Digital marketing merupakan elemen bauran promosi yang memungkinkan interaksi secara interaktif atau dua arah dari sebuah informasi dimana pengguna dapat berpartisipasi dan memodifikasi bentuk dan isi dari informasi yang mereka terima pada saat itu (Krisnawati et al., 2019). Adapun tujuan dari kegiatan digital marketing adalah untuk mempromosikan suatu merek, membangun preferensi, dan meningkatkan penjualan melalui berbagai teknik digital marketing.

Saat ini pemasaran secara digital nampak telah memberikan keuntungan bagi para pelaku usaha maupun konsumen yang ada, Andi Gunawan menyebutkan bahwa ada keuntungan dari digital marketing diantaranya memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi dan akses yang bisa dilakukan 24 jam. Agar produk semakin dikenal masyarakat dan merambah ke berbagai daerah maka digital marketing ini cocok diterapkan dengan memperhatikan strategi yang akan dibuat dan dilaksanakan. Maka dari itu penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan tersebut dengan judul **“Strategi Digital Marketing Bagi Produk Fermentasi Sebagai Gastronomi Unggulan Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apa saja unsur-unsur gastronomi yang menjadi makanan lokal fermentasi sebagai produk unggulan di Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka?
2. Bagaimana potensi makanan lokal sebagai daya tarik wisata gastronomi di Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka?

3. Bagaimana strategi digital marketing yang dilakukan pada makanan lokal fermentasi sebagai gastronomi unggulan Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis unsur-unsur gastronomi yang menjadi makanan lokal fermentasi sebagai produk unggulan di Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka
2. Untuk mengetahui potensi makanan lokal sebagai daya tarik wisata gastronomi di desa Cisambeng Kabupaten Majalengka.
3. Untuk merumuskan strategi digital marketing yang dilakukan pada makanan lokal fermentasi sebagai gastronomi unggulan desa Cisambeng Kabupaten Majalengka.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini dibagi menjadi dua manfaat yang terdiri dari:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan tambahan informasi mengenai kepedulian terhadap pentingnya kemasan bagi suatu produk.

2. Manfaat Praktis

- a. Mengangkat dan mengenalkan makanan lokal fermentasi yang ada di Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka kepada masyarakat luas.
- b. Mempromosikan makanan lokal fermentasi tersebut sebagai daya tarik wisata di Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka.