

Nomor: 4091/UN40.F2.10/PT/2023

**STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI PRODUK FERMENTASI
SEBAGAI GASTRONOMI UNGGULAN DESA CISAMBENG
KABUPATEN MAJALENGKA**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Satu Diantara Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata Pada Program Studi Manajemen Industri Katering



Oleh:

Astri Inas Yuthika

1804614

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

ASTRI INAS YUTHIKA

**STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI PRODUK FERMENTASI
SEBAGAI GASTRONOMI UNGGULAN DESA CISAMBENG
KABUPATEN MAJALENGKA**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Dr. Dewi Turgarini, SS.,MM.Par
NIP. 19700320.200812.2.001



Armandha Redo Pratama, S.Pd, M.Sc
NIP.920200419930318101

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, SS.,MM.Par
NIP. 19700320.200812.2.001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT, karena atas rahmat dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, solawat serta salam semoga tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Adapun judul skripsi yang telah tersusun adalah “Strategi Digital Marketing Bagi Produk Fermentasi Sebagai Gastronomi Unggulan Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka”.

Penulisan skripsi diajukan sebagai tugas akhir untuk mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata (S. Par) pada program studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pngetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Segala upaya telah dilakukan dalam penyusunan skripsi ini. Namun, penulis menyadari akan kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya dan mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna memperbaiki kekurangan tersebut di masa yang akan datang.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada:

- 1) Orang tua penulis, Alm. Bapak Wawan dan Ibu Nyai Kusmini yang telah memberikan dukungan dan selalu mendoakan yang terbaik serta dukungan material dan terima kasih atas kerja keras untuk pengorbanan demi kelancaran studi dan skripsi penulis.
- 2) Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
- 3) Dr. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering serta selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak memberikan didikan, saran, masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

- 4) Armandha Redo Pratama, S.Pd., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan banyak masukan dan semangat untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.
- 5) Dosen dan Staf pengajar Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberi ilmu serta mendidik penulis untuk mendapat ilmu yang lebih baik lagi.
- 6) Kakak penulis, Andri Okapriadi dan Winda Nurfitriani yang telah memberikan dukungan moral maupun material.
- 7) Rahmi, Annisa Julis, Tsaniya dan teman-teman seperjuangan Manajemen Industri Katering, terima kasih telah menemani penulis saat menjalani masa studi di Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah membantu dan juga memberikan dukungan pada penulis untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi ini.
- 8) Amal, Eva, Ica, dan Eliya yang selalu senantiasa mendengarkan keluhan penulis dan juga selalu memberikan semangat dan suasana yang baik agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
- 9) Adik tingkat dan kakak tingkat di Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan semangat dan juga arahan kepada penulis selama menjalani masa studi di Universitas Pendidikan Indonesia.
- 10) Semua responden penelitian skripsi dan seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu-satu, terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan atau kekurangan dalam penulisan ini. Peneliti berharap semoga penyusunan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya, khususnya bagi mahasiswa/i Program Studi Manajemen Industri Katering.

Bandung, 14 Juli 2023

Astri Inas Yuthika

Astri Inas Yuthika. 1801441.

**“STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI PRODUK FERMENTASI
SEBAGAI GASTRONOMI UNGGULAN DESA CISAMBENG
KABUPATEN MAJALENGKA”**

ABSTRAK

Desa Cisambeng merupakan salah satu desa yang terletak di Kabupaten Majalengka Jawa Barat. Terdapat potensi wisata gastronomi berupa makanan lokal fermentasi, namun belum ada upaya yang signifikan dalam pemasaran makanan tersebut melalui media digital. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi digital marketing bagi produk fermentasi sebagai gastronomi unggulan desa Cisambeng Kabupaten Majalengka. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, studi literatur dan studi dokumentasi. Metode wawancara menggunakan pedoman wawancara untuk instrumen penelitian yang digunakan. Dalam wawancara menggunakan konsep *Nona Helix* dimana wawancara yang dilakukan melibatkan pengusaha, pemerintah, pekerja, pemasok, pakar, pemerhati, penikmat, lembaga swadaya masyarakat, dan teknologi informasi. Analisis SWOT yang dilakukan memberikan informasi bahwa makanan fermentasi di Kabupaten Majalengka memiliki kesempatan yang besar untuk dikembangkan menjadi sebuah inovasi makanan baru yang dapat membangun desa dalam membuka lowongan pekerjaan, selain itu makanan fermentasi merupakan makanan sehat yang dapat menjadi sebuah pilihan makanan pokok untuk masyarakat sehingga akan tetap diperlukan oleh pasar.

Kata kunci: *Nona Helix, Digital Marketing, Fermentasi, Makanan Lokal*

Astri Inas Yuthika. 1801441.

**"DIGITAL MARKETING STRATEGY FOR FERMENTATION
PRODUCTS AS A PRIME GASTRONOMY IN CISAMBENG VILLAGE,
MAJALENGKA DISTRICT"**

ABSTRACT

Cisambeng Village is one of the villages located in Majalengka Regency, West Java. There is potential for gastronomic tourism in the form of fermented local food, but there has been no significant effort in marketing this food through digital media. This study aims to formulate a digital marketing strategy for fermented products as a superior gastronomy in Cisambeng Village, Majalengka Regency. This study uses qualitative research methods with data collection techniques through in-depth interviews, literature studies and documentation studies. The interview method uses an interview guide for the research instrument used. In interviews using the concept of Miss Helix where interviews were conducted involving employers, government, workers, suppliers, experts, observers, connoisseurs, non-governmental organizations, and information technology. The SWOT analysis carried out provides information that fermented food in Majalengka Regency has a great opportunity to be developed into a new food innovation that can build villages in opening job vacancies, besides that fermented food is a healthy food that can become a staple food choice for the community so that it will still required by the market.

Keywords: Nona Helix, Digital Marketing, Fermentation, Local Food

LEMBAR HAK CIPTA

**STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI PRODUK FERMENTASI
SEBAGAI GASTRONOMI UNGGULAN DESA CISAMBENG
KABUPATEN MAJALENGKA**

Oleh:

Astri Inas Yuthika

1804614

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Astri Inas Yuthika

Universitas Pendidikan Indonesia

2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin penulis.

vi

Astri Inas Yuthika, 2023

*STRATEGI DIGITAL MARKETING BAGI PRODUK FERMENTASI SEBAGAI GASTRONOMI UNGGULAN
DESA CISAMBENG KABUPATEN MAJALENGKA*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Astri Inas Yuthika
NIM : 1804614
Program Studi/Jurusan : Manajemen Industri Katering
Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan dengan sepenuhnya bahwa skripsi dengan judul:

“Strategi Digital Marketing Bagi Produk Fermentasi Sebagai Gastronomi Unggulan Desa Cisambeng Kabupaten Majalengka” beserta seluruh isinya benar-benar karya saya. Saya tidak melakukan tindak penjiplakan atau mengutip dengan cara yang tidak sesuai dan etika ilmu yang berlaku dalam dunia keilmuan.

Dengan pernyataan ini, saya siap menanggung resiko bila mana dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 14 Juli 2023



Astri Inas Yuthika
1804614

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
LEMBAR HAK CIPTA.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI	6
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.1.1 Pariwisata	6
2.1.2 Wisata Gastronomi.....	6
2.1.3 Daya Tarik Wisata	8
2.1.4 Strategi Digital Marketing	8
2.1.5 Analisis SWOT	11
2.1.6 Makanan Lokal.....	16
2.1.6 Produk Fermentasi	16
2.1.7 Penelitian Terdahulu	17

2.1.8 Kerangka Pikir	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	23
3.2 Jenis dan Metode Penelitian.....	23
3.3 Operasional Instrumen Penelitian	24
3.4 Jenis dan Sumber Data	27
3.5 Populasi dan sampel.....	27
3.5.1 Populasi.....	27
3.5.1 Sampel	29
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.7 Triangulasi.....	30
3.8 Analisis Data Kualitatif.....	31
3.9 Diagram Alur Penelitian	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Profil Objek Penelitian.....	34
4.1.1 Desa Cisambeng.....	34
4.2 Temuan Hasil Penelitian	40
4.2 Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	92
5.1 Simpulan	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Di Kabupaten Di Jawa Barat	1
Tabel 1.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan	3
Tabel 3.1 Operasional Instrumen Penelitian	24
Tabel 3.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Majalengka 2022	28
Tabel 4.1 Visi Dan Misi Desa Cisambeng	34
Tabel 4.2 Batas Wilayah Desa Cisambeng	37
Tabel 4.3 Luas Tanah Desa Cisambeng Menurut Penggunaan.....	37
Tabel 4.4 Struktur Mata Pencaharian Menurut Sektor.....	38
Tabel 4.5 Biodata Narasumber Dan Waktu Pelaksanaan Wawancara.....	40
Tabel 4.6 Hasil Wawancara Mengenai Komponen Daya Tarik Wisata	41
Tabel 4.7 Wawancara Mengenai Makanan Lokal Majalengka.....	42
Tabel 4. 8 Verifikasi Makanan Lokal Fermentasi Majalengka.....	44
Tabel 4.9 Wawancara Mengenai Akses Jalan Kabupaten Majalengka.....	45
Tabel 4.10 Wawancara Mengenai Fasilitas Penunjangan Wisatawan	46
Tabel 4.11 Wawancara Mengenai Pelayanan Pemerintah Setempat Kepada Wisatawan	47
Tabel 4.12 Idenfikasi Sejarah Makanan Fermentasi Majalengka	48
Tabel 4.13 Idenfikasi Etiket Makanan Fermentasi Majalengka.....	50
Tabel 4.14 Idenfikasi Cara Memasak Makanan Fermentasi Majalengka	51
Tabel 4.15 Identifikasi Bahan Baku Makanan Fermentasi Majalengka	52
Tabel 4.16 Identifikasi Mencicipi Makanan Fermentasi Majalengka.....	53
Tabel 4.17 Identifikasi Cara Menghidangkan Makanan Fermentasi Majalengka	54
Tabel 4.18 Identifikasi Pengalaman Unik Pada Makanan Fermentasi Majalengka	55
Tabel 4.19 Identifikasi Nilai Gizi Makanan Fermentasi Majalengka	56
Tabel 4. 20 Kandungan Gizi Makanan Fermentasi Tahu, Tempe, Oncom Dan Dage	58
Tabel 4.21 Tanggapan Mengenai Penggunaan Website Sebagai Media Marketing	60
Tabel 4.22 Identifikasi Penggunaan Aplikasi Gawai Untuk Penjualan Produk....	62

Tabel 4.23 Identifikasi Strategi Menjalinkan Hubungan Dengan Konsumen	63
Tabel 4.24 Identifikasi Bentuk Kerja Sama Pengusaha Lokal.....	65
Tabel 4.25 Segmentasi Geografi Makanan Fermentasi Majalengka.....	66
Tabel 4.26 Segmentasi Demografi Makanan Fermentasi Kabupaten Majalengka	67
Tabel 4.27 Segmentasi Perilaku Konsumen Makanan Fermentasi Majalengka ...	69
Tabel 4. 28 Tanggapan Mengenai Bentuk Pemasaran	70
Tabel 4. 29 Keunggulan Makanan Fermentasi Desa Cisambeng	73
Tabel 4. 30 Simpulan Wawancara Makanan Fermentasi Sebagai Makanan Unggulan	74
Tabel 4. 31 Faktor Unggulan Makanan Fermentasi.....	77
Tabel 4. 32 Analisis Swot Makanan Fermentasi Unggulan Gastronomi Majalengka	84
Tabel 4. 33 Ifas Makanan Fermentasi Unggulan Gastronomi Majalengka	87
Tabel 4. 34 Efas Makanan Fermentasi Unggulan Gastronomi Majalengka	88
Tabel 4. 35 Strategi Matriks Swot Makanan Fermentasi Unggulan Gastronomi Majalengka.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen Gastronomi	7
Gambar 2.2 Diagram Analisis SWOT	15
Gambar 2.3 Kerangka Pikiran	22
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	33
Gambar 4.1 Marketing Segmentation	72
Gambar 4.2 Infografis Daya Tarik Wisata Desa Cisambeng Majalengka	83
Gambar 4.3 Diagram Cartesius Analiss Swot Makanan Fermentasi	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian Desa Cisambeng.....	98
Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian Desa Cisambeng.....	99
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Majalengka	100
Lampiran 4 Lembar Bimbingan 1	101
Lampiran 5 Lembar Bimbingan 2	33
Lampiran 6 Lembar Pedoman Wawancara	105
Lampiran 7 Lembar Kuesioner	110
Lampiran 8 Rumus Slovin	115
Lampiran 9 Uji Instrumen.....	116
Lampiran 10 Lembar Gambaran Umum Responden	120
Lampiran 11 Lembar Hasil Penelitian Kuesioner.....	128
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian.....	138
Lampiran 13 Curriculum Vitae	140

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. (2016). Kualitas Layanan Website E-commerce Lazada.co.id Menggunakan Teknik Pengukuran WebQual. *Journal of Information System*. 1(1), 42-54.
- Albi Anggito, & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Andi Gunawan Chakti. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak.
- Aniesa Samira Bafadhal. (2018). *Perencanaan Bisnis Pariwisata: Penedekatan Lean Planning*. UB Press.
- Bangun, D. V. B., & Turgarini, D. (2021). *Teknologi Digital untuk Wisata Gastronomi*. 8, 37–45. <https://doi.org/10.34013/barista.v8i2.324>
- Bisping B, Baumann U, Keuth S, Denter J, Wiesel I, Rehm HJ. (2018) Tempe fermentation: formation of protease, and vitamins, and some ecological aspects. Tempe Workshop, BPPT. Jakarta 15-16 Februari.
- Elyadi, M., Subaidah, W. A., & Muliasari, H. (2020). *Jurnal Sains dan Kesehatan*. *Jurnal Sains Dan Kesehatan*, 3(x), 418–421.
- Fauziah, Hidayati (2019), Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Pt. Arma Anugerah Abadi Medan. Medan
- Fitrah, M., & Lutfiyah. (2017). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak.
- History of Tempeh 2014 – page 1”. Soy info center.
- Ida Ayu Ketut Pujiani. (2017). *Gastronomi Pada Penyajian Berita Media Online Poticakicthen.Com*. 93(I), 259.
- Jaya, I. (2019). *Penerapan Statistik untuk Penelitian Pendidikan*. Prenamedia Group.
- Kartini, E., & Silitonga, P. (2014). Sistem Informasi Wisata Kuliner di Kota Medan Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 2(1), 11–15. <https://doi.org/10.14710/jtsiskom.2.1.2014.11-15>
- Krisnawati, I., Ubaidi, I. A., Rais, H., & Batu, R. L. (2019). Strategi Digital Marketing dalam Perdagangan Hasil Tani untuk Meningkatkan Pendapatan

- Kabupaten Karawang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 70.
<https://doi.org/10.36982/jiegmk.v10i2.838>
- Kristiawan. (2021). *Pengembangan Potensi Produk Unggulan Buah-Buahan Ramah Lingkungan*. Scopindo Media Pustaka.
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika '45*, 5(1).
- Nugroho, S. P., & Hardani, I. P. (2020). Gastronomi Makanan Khas Keraton Yogyakarta Sebagai Upaya Pengembangan Wisata Kuliner. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 52–62. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp52>
- Pramanshinta, Alice (2019). Bioteknologi Pangan: Sejarah, Manfaat dan Potensi Risiko. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*.
- Pawiroharsono S. Peningkatan vitamin B 12 dalam fermentasi tempe dan pengaruh proses pengolahannya. National Food Seminar '98. LKT – LIPI,
- Rafiah, K. (2019). Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* Vol 2No 1, Januari 2019 E-ISSN: 2599-3410 | P-ISSN: 4321-1234
- Rismawati, F. Strategi Pemasaran Stp (Segmenting, Targeting, Positioning) Pada Larissa Aesthetic Center Cabang Jember, *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial* 68 ISSN 1907-9990 | E-ISSN 2548-7175 | Volume 13 Nomor 2 (2018) DOI: 10.19184/jpe.v13i2.10793
- Revida Erika et all. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.
- Reggie Surya, (2021). A traditional fermented food of Indonesia and its health benefits, Food Technology Department, Faculty of Engineering, Bina Nusantara University, Jakarta, 11480, Indonesia.
<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100413>
- Ryan Kristo Muljono. (2018). *Digital Marketing Concept*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sandu Siyoto, M. A. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.

- Turgarini, D. 2021. The Salapan Cinyusu (Nona Helix) As A "Creativepreneurship" Support Model For Gastronomy Tourism In Bandung City. Promoting Creative Tourism In Researchh. London. Taylor And Francis Group. hlm 429-437. ISBN 978-0-367-55862-8
- Yuan R (2018). The fermentation of soy sauce: a traditional approach or high-tech process. The Diversity Notebook, Chiba.
- Yulistina, D (2019) E-Katalog Sebagai Sistem Informasi Pemasaran Kopi Sapit Berbasis Web. EDUMATIC: Jurnal Pendidikan Informatika Vol. 3 No. 2, Desember, 2019, Hal. 45-52DOI: 10.29408/edumatic.v3i2.1766
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana.