

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* UMKM KULINER
EMPAL GENTONG H. APUD SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER DI
CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



NORMAN WIBICAKSO

2282140064

JURUSAN PARIWISATA SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI
CIREBON**

2026 M / 1448 H

**STRATEGI *DIGITAL MARKETING* UMKM KULINER
EMPAL GENTONG H. APUD SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER DI
CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Disusun Oleh:
NORMAN WIBICAKSO

2282140064

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

JURUSAN PARIWISATA SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI

CIREBON

2026 M / 1448 H

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam aktivitas pemasaran, termasuk pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner. *Digital marketing* menjadi salah satu strategi yang digunakan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan *brand awareness*, serta menarik wisatawan dalam pengembangan wisata kuliner. Salah satu UMKM kuliner yang memanfaatkan *digital marketing* adalah Empal Gentong H. Apud di Cirebon. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *digital marketing* yang diterapkan, implementasi *digital marketing* dalam kegiatan promosi, dampak *digital marketing* sebagai daya tarik wisata kuliner, serta kendala yang dihadapi dalam penerapannya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan utama dalam penelitian ini adalah pihak pengelola *digital marketing* Empal Gentong H. Apud. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *digital marketing* yang diterapkan UMKM Kuliner Empal Gentong H. Apud meliputi *social media marketing*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), *engagement content*, dan *branding digital* melalui Instagram, TikTok, Google Review, serta marketplace. Penerapan strategi tersebut berdampak pada peningkatan *brand awareness*, popularitas usaha, *engagement* media sosial, dan ketertarikan wisatawan. Namun, implementasinya masih menghadapi kendala berupa keterbatasan sumber daya manusia, pengelolaan konten yang belum terstruktur, dan belum optimalnya pemanfaatan data analytics..

Kata Kunci: *Digital marketing*, UMKM Kuliner, Wisata Kuliner, Strategi Pemasaran, Empal Gentong H. Apud.

ABSTRACT

The development of digital technology has brought significant changes to marketing activities, including in the culinary micro, small, and medium enterprises (MSMEs) sector. Digital marketing has become one of the strategies used by MSMEs to expand market reach, increase brand awareness, and attract tourists in the development of culinary tourism. One of the culinary MSMEs that utilizes digital marketing is Empal Gentong H. Apud in Cirebon. This study aims to identify the digital marketing strategies implemented, the implementation of digital marketing in promotional activities, the impact of digital marketing as a culinary tourism attraction, and the challenges faced in its implementation.

This study employed a descriptive qualitative method with a qualitative approach. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The main informant in this study was the digital marketing manager of Empal Gentong H. Apud. Data analysis was conducted through data reduction, data display, and conclusion drawing. Data validity was tested using source triangulation and technique triangulation.

The results showed that the digital marketing strategies implemented by Empal Gentong H. Apud include social media marketing, Electronic Word of Mouth (E-WOM), engagement content, and digital branding through Instagram, TikTok, Google Review, and online marketplaces. These strategies contributed to increased brand awareness, business popularity, social media engagement, and tourist interest. However, their implementation is still constrained by limited human resources, unstructured content management, and the underutilization of data analytics.

Keywords: Digital Marketing, Culinary MSMEs, Culinary Tourism, Marketing Strategy, Empal Gentong H. Apud

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIDER
SYEKH NURJATI CIREBON

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“STRATEGI *DIGITAL MARKETING* UMKM KULINER EMPAL GENTONG H. APUD SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER DI CIREBON”**, Oleh NORMAN WIBICAKSO, NIM : 2282140064, telah diajukan dalam sidang Munaqosyah Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon pada Tanggal **03 Juni 2026** Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

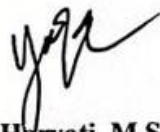
Sidang Munaqosyah



Hafid R. Harunisa, M.Sc.

NIP: 198808262018012002

Sekretaris Sidang


Yati Harvati, M.Sc.

NIP. 198902032019032009

UINSSC

Penguji I


Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag.

NIP. 197506012005011008

Penguji II


Ivo Dinasta Yanuar, S.S., M.Appling

NIP. 199001242020122011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
STRATEGI *DIGITAL MARKETING* UMKM KULINER EMPAL
GENTONG H. APUD SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA
TARIK WISATA KULINER DI CIREBON

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Jurusan Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

NORMAN WIBICAKSO

NIM. 2282140064

Menyetujui:

Dosen Pembimbing 1



Rijal Assidiq Mulyana, S.E.I., M.Pd

NIP: 198803182020121007

Dosen Pembimbing 2



Dr. Wartoyo, M.S.I

NIP: 198307022011011008

Mengetahui

Ketua Jurusan Pariwisata Syariah



Hafidh Khairunnisa, M.Sc

NIP: 198808262018012002

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Di Cirebon

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi

Saudara NORMAN WIBICAKSO, NIM: 2282140064 dengan judul "STRATEGI *DIGITAL MARKETING* UMKM KULINER EMPAL GENTONG H. APUD SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER DI CIREBON" Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah diajukan pada Jurusan Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di Munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Menyetujui:

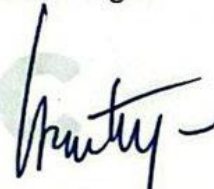
Pembimbing I

Pembimbing II



Rijal Assidiq Mulyana, S.E.I., M.Pd

NIP: 198803182020121007



Dr. Wartovo, M.S.I

NIP: 198307022011011008

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata Syariah



Hafid Khairunpisa, M.Sc

NIP: 198808262018012002

PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmaanirrahiim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : **Norman Wibicakso**

NIM : **2282140064**

Tempat, Tanggal lahir: **Jakarta, 20 Maret 2004**

Alamat : Kp. Cikakak Hilir, RT 01 RW 01, Kec. Surade, Kab. Sukabumi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "*STRATEGI DIGITAL MARKETING* UMKM KULINER EMPAL GENTONG H. APUD SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA TARIK WISATA KULINER DI CIREBON" ini beserta isinya adalah benar-benar hasil karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penelitian yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Demikian surat pernyataan ini dibuat sebenarnya.

Cirebon, 03 Juni 2026



Norman Wibicakso

NIM: 2282140064

MOTTO

“ jika aku menyerah sekarang,aku akan menyesalinya nanti”

Monkey D. Luffy

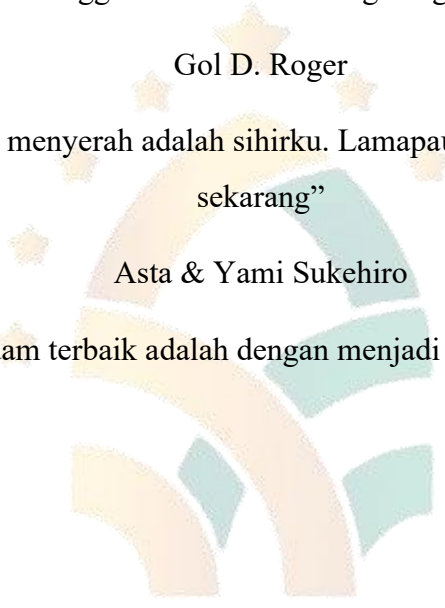
“ Dengar! Semua orang memiliki gilirannya masing-masing, Bersabarlah dan tunggulah. Itu akan datang dengan sendirinya”

Gol D. Roger

“ Tidak pernah menyerah adalah sihirku. Lamapau batasmu, disini dan sekarang”

Asta & Yami Sukehiro

“ Balas dendam terbaik adalah dengan menjadi dirimu lebih baik”



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
NURJATI CIREBON

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama NORMAN WIBIKAKSO yang dilahirkan di Jakarta, pada tanggal 20 Maret 2004. Penulis adalah anak dari pasangan Bapak Ma`ruf dan Ibu Eni Nuraeni yang merupakan anak Ketiga dari empat bersaudara. Alamat tinggal penulis Kp Cikakak Hilir RT 01 RW 01 Kec.Surade Kab.Sukabumi.

Adapun jenjang pendidikan yang pernah ditempuh, sebagai berikut:

1. MIN 2 SUKABUMI
2. MTS 2 SUKABUMI
3. MAN 3 SUKABUMI

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Pariwisata Syariah di Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil Judul Skripsi: “Strategi *Digital marketing* UMKM Kuliner Empal Gentong H. Apud Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisata Kuliner di Cirebon”. Dibawah bimbingan Rijal Assidiq Mulyana, S.E.I., M.Pd.dan Dr. Wartoyo, M.S.I.

KATA PERSEMBAHAN

1. Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Karya sederhana ini bukan hanya hasil dari usaha penulis semata, tetapi juga dari doa, dukungan, dan kasih sayang dari orang-orang terdekat yang selalu menguatkan di setiap prosesnya.
2. Dengan penuh rasa cinta dan haru, karya ini penulis persembahkan kepada Ibu tercinta dan seluruh keluarga yang selalu menjadi tempat pulang, sumber kekuatan, serta alasan untuk terus bertahan dan berjuang. Terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah putus, pengorbanan yang tidak terhitung, serta kasih sayang yang selalu mengiringi langkah penulis hingga sampai pada titik ini.
3. Penulis juga mempersembahkan karya ini kepada dosen pembimbing dan seluruh dosen yang telah dengan sabar membimbing, memberikan ilmu, serta arahan yang sangat berarti dalam perjalanan akademik penulis.
4. Kata orang mengerjakan skripsi itu harus pakai cinta, dan untuk mahasiswa yang memiliki NIM 2284110006 terimakasih telah singgah didalam cerita panjang hidup saya di kampus dan terimakasih telah ikut serta menemani dan membantu saya menyelesaikan skripsi yang saya selesaikan hari ini, ILYSM.
5. Kepada institusi tercinta, terima kasih telah menjadi tempat penulis belajar, tumbuh, dan berproses hingga akhirnya mampu menyelesaikan pendidikan ini. Semoga ilmu yang diperoleh dapat memberikan manfaat dan menjadi amal kebaikan di masa yang akan datang.
6. Tak lupa, untuk teman-teman seperjuangan yang selalu hadir dalam suka dan duka, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang tidak pernah berhenti. Kalian adalah bagian dari perjalanan yang tidak akan pernah penulis lupakan.
7. Akhirnya, karya ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa syukur dan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Semoga langkah kecil ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih besar ke depannya.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir semester akademik (Skripsi) dengan baik. Shalawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya serta orang-orang yang selalu mengikuti sunahnya.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak untuk itu tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Ibu Hafni Khairunnisa, M.Sc Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Seluruh Dosen Jurusan Pariwisata Syariah, Terima Kasih Atas Ilmu Yang Telah Di Berikan Kepada Penulis.
5. Bapak Rijal Assidiq Mulyana, S.E.I., M.Pd., Selaku Dosen Pembimbing I Skripsi Terimakasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Wartoyo, Selaku dosen pembimbing ke II skripsi. Terima kasih atas kesediaannya dan keikhlasannya dalam membimbing, memberikan masukan, pengarahan, mendengarkan keluh kesah kesulitan peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	vi
NOTA DINAS.....	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	viii
MOTTO	ix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	x
LEMBAR PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
F. Metode Penelitian	10
1. Jenis Penelitian	10
2. Pendekatan Penelitian.....	11
3. Sumber Data	11
4. Teknik Pengumpulan Data	12
5. Teknik Keabsahan Data.....	13
6. Teknik Analisa Data	15
7. Jadwal Waktu Penelitian	16
8. Pertimbangam Etika Penelitian	17
G. Perancangan Sistematika Penulisan Skripsi	17
BAB II: LANDASAN TEORI.....	19

A. Kerangka Teori.....	19
1. <i>Grand Theory</i>	19
a) <i>Digital marketing</i>	19
2. <i>Middle Theory</i>	25
a) Usaha Mikro, Kecil dan Menengan (UMKM) Kuliner.....	25
b) Electronic World of Mouth	27
3. <i>Applied Theory</i>	29
a) Wisata Kuliner	29
b) Daya Tarik Wisata.....	31
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III: DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	43
A. Profil dan Letak Geografis	43
B. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
C. Struktur Organisasi Empal Gentong H Apud.....	45
D. Visi dan Misi Empal Gentong H Apud.....	46
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
1. Strategi <i>Digital marketing</i> yang Diterapkan oleh UMKM Kuliner Empal Gentong H. Apud.....	47
2. Implementasi <i>Digital marketing</i> UMKM Kuliner Empal Gentong H. Apud.....	51
3. Dampak <i>Digital marketing</i> sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner	54
4. Kendala dalam Penerapan <i>Digital marketing</i>	56
B. Pembahasan Hasil Penelitian	57
1. Analisis Strategi <i>Digital marketing</i> UMKM Kuliner Empal Gentong H. Apud.....	57
2. Analisis Implementasi <i>Digital marketing</i> UMKM Kuliner Empal Gentong H. Apud	61
3. Analisis Dampak <i>Digital marketing</i> sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner.....	64
4. Analisis Kendala dalam Penerapan <i>Digital marketing</i>	69
BAB V: PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN - LAMPIRAN	82

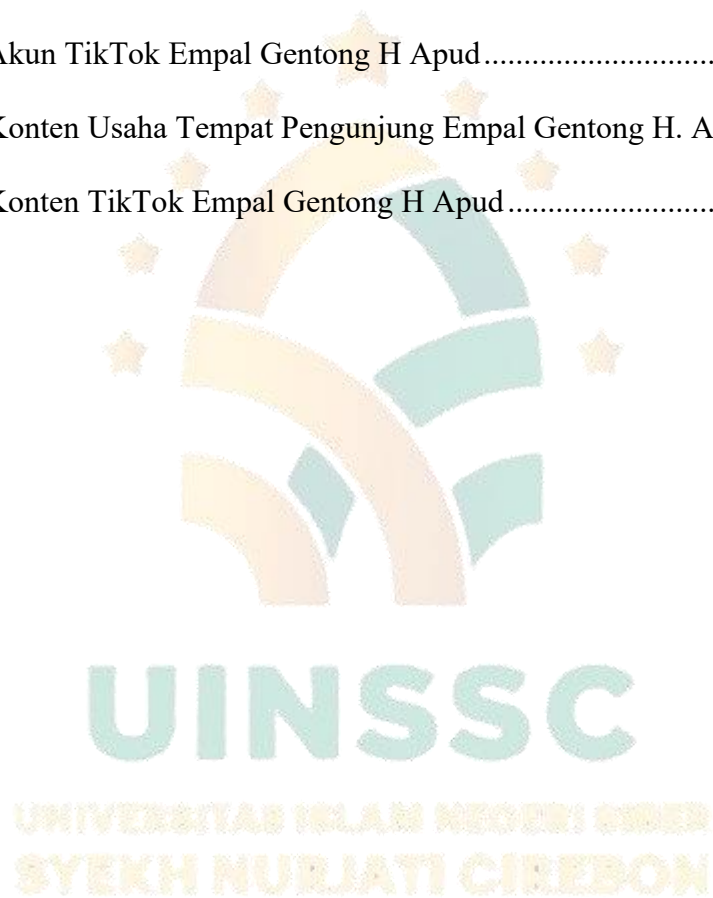
DAFTAR TABEL

Tabel 1: Jadwal Waktu Penelitian.....	16
Tabel 2: Penelitian Terdahulu	33
Geafik 1: Presentasi Permasalahan UMKM dalam Digital Marketing.....	04



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Perkembangan Digital Marketing	02
Gambar 2: Kerangka Pemikiran.....	40
Gambar 3: Konten Instagram Empal Gentong H Apud	48
Gambar 4: Contoh Konten Visual Makanan Empal Gentong H Apud	49
Gambar 5: Ulasan Positif Pelanggan di <i>Social Media</i>	50
Gambar 6: Akun TikTok Empal Gentong H Apud.....	51
Gambar 7: Konten Usaha Tempat Pengunjung Empal Gentong H. Apud.....	54
Gambar 8: Konten TikTok Empal Gentong H Apud	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Dokumentasi Wawancara.....	79
Lampiran 2: Pertanyaan Penelitian	79
Lampiran 3: Surat Pengantar Penelitian.....	84
Lampiran 4: Surat Keputusan Dosen Pembimbing.....	85
Lampiran 5: Kartu Bimbingan Skripsi.....	85

