

## INTISARI

**Muhammad Budi Santoso**

**19/449884/PMU/09890**

**2022**

### JUDUL:

Penilaian Wisatawan dan Pola Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Promosi Industri Pariwisata Halal

### ISI:

Industri pariwisata halal adalah salah satu segmen pariwisata yang sedang dan terus dikembangkan di Indonesia. Potensi ekonomi dari pariwisata halal diproyeksikan terus meningkat tiap tahunnya. Seiring berkembangnya industri pariwisata halal, era digital merupakan tantangan sekaligus peluang yang besar bagi sektor pariwisata halal, khususnya di sektor perhotelan syariah. Teknologi digital dapat memberikan peran yang signifikan sebagai media promosi. Peluang promosi yang besar dan jangkauan geografis baik domestik maupun mancanegara dapat membantu menjaring lebih banyak tamu/wisatawan bagi hotel syariah. Tujuan penelitian ini untuk mengukur penilaian wisatawan dan memetakan pola pemanfaatan digital marketing oleh hotel syariah. Penelitian menggunakan pendekatan secara deskriptif kuantitatif, selain itu menggunakan metode analisis data diagram afinitas untuk menganalisis pola prioritas pemanfaatan digital marketing sebagai media promosi oleh hotel syariah di Yogyakarta. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing meliputi indikator *website*, *content marketing*, *sosial media*, *affiliate marketing*, *SEO* dan *email marketing* menurut penilaian wisatawan sudah cukup efektif. Temuan penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa hotel syariah di Yogyakarta lebih memanfaatkan *sosial media*, *content* dan *affiliate marketing* sebagai media promosi prioritas.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Pariwisata Halal, Hotel Syariah

## ABSTRACT

MUHAMMAD BUDI SANTOSO

19/449884/PMU/09890

2022

### TITTLE:

Tourist Assesment and Digital Marketing Utilization Patterns as a Medium of Halal Industry Promotion

### CONTENT:

Halal tourism industry is one of the tourism segments that is being and continues to be developed in Indonesia. The economic potential of halal tourism is projected to continue to increase every year. As the halal tourism industry develops, the digital era is both a challenge and a great opportunity for the halal tourism sector, especially in the sharia hotel sector. Digital technology can provide a significant role as a promotional medium. Great promotional opportunities and geographic reach both domestically and internationally can help attract more guests/tourists for sharia hotels. The study uses a quantitative descriptive approach, in addition to using affinity diagram as data analysis methods to analyze the priority pattern of digital marketing utilization as a promotional medium by sharia hotels in Yogyakarta. Research findings show that the use of digital marketing includes indicators of *website*, *content marketing*, *social media*, *affiliate marketing*, *SEO* and *email marketing* according to the rating of tourists is quite effective. Subsequent research findings show that sharia hotels in Yogyakarta make more use of *social media*, *content* and *affiliate marketing* as priority promotion media .

**Keywords:** Digital Marketing, Halal Tourism, Sharia Hotels