

## ANALISIS E-MARKETING DAN E-WALLET DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN DI TEMPAT WISATA FLOATING MARKET LEMBANG

Dewi Puspasari<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Pendidikan Indonesia  
[r.dewipuspasari@upi.edu](mailto:r.dewipuspasari@upi.edu)

Agus Rahayu<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Universitas Pendidikan Indonesia  
[agusrahayu@upi.edu](mailto:agusrahayu@upi.edu)

Henny Hendrayati<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Universitas Pendidikan Indonesia  
[henyhendrayati@upi.edu](mailto:henyhendrayati@upi.edu)

---

### ABSTRAK

*Salah satu destinasi wisata favorit di kota Bandung yang terkenal adalah floating market lembang yang terletak di kabupaten Lembang. Namun untuk menghadapi persaingan dengan semakin bertambahnya Objek wisata yang baru dan lebih memiliki daya tarik tersendiri maka manajemen destinasi wisata floating market mengarahkan strategi pemasaran dengan baik dalam memperkuat pemasaran dari pihak wisata floating market itu sendiri salah satunya dengan melakukan strategi pemasaran digital. Seiring dengan kemajuan teknologi dan transformasi digital, terjadi perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, terutama dalam mencari informasi dan melakukan transaksi secara online. Adopsi e-marketing dan e-wallet menjadi penting untuk mengikuti tren ini dan menjawab kebutuhan konsumen modern. Melalui pemahaman mendalam tentang isu-isu tersebut diatas, maka analisis e-marketing dan e-wallet dapat menjadi alat strategis yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan ke Floating Market Lembang, serta menjawab tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri pariwisata. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kualitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan secara accidental sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Destinasi wisata Floating Market Lembang Bandung Sudah menerapkan strategi E Marketing yaitu Banner Advertisement (iklan melalui banner), Sponsorship, Classified Listings (daftar produk terklasifikasi), Email Marketing (pemasaran melalui email), Partnership / Affiliate Marketing (pemasaran metode afiliasi), Search Engine Marketing (pemasaran menggunakan mesin pencari), Social Networking (metode pemasaran menggunakan situs jejaring sosial dan strategi E wallet dalam berbagai transaksi dengan tujuan untuk : Kemudahan, Keamanan, Benefit dan Reward sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung.*

**Kata Kunci:** E-Marketing; E-Wallet; Meningkatkan Jumlah Pengunjung; Floating Market Lembang

## PENDAHULUAN

Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada didaerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Menurut peraturan pemerintah No. 24/1979 menjelaskan bahwa Objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi. Kota Bandung merupakan salah satu kota yang menjadi destinasi wisata favorit bagi wisatawan domestik.karena terkenal dengan daerahnya yang sejuk dan asri serta memiliki beragam daya tarik wisata. Menurut Yoeti dalam wiyono (2016) yang menjelaskan bahwa suatu daerah untuk menjadi daerah tujuan wisata (DTW) yang baik, harus mengembangkan tiga hal agar daerah tersebut menarik untuk dikunjungi, yaitu :

1. Adanya sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*), maksudnya adanya sesuatu yang menarik untuk dilihat, dalam hal ini obyek wisata yang berbeda dengan tempat-tempat lain (mempunyai keunikan tersendiri). Disamping itu perlu juga mendapat perhatian terhadap atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai entertainment bila orang berkunjung nantinya.
2. Adanya sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*), yaitu terdapat sesuatu yang menarik yang khas untuk dibeli dalam hal ini dijadikan cendramata untuk dibawa pulang ke tempat masing-masing sehingga di daerah tersebut harus ada fasilitas untuk dapat berbelanja yang menyediakan souvenir maupun kerajinan tangan lainnya dan harus didukung pula oleh fasilitas lainnya seperti money changer dan bank.
3. Adanya sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*), yaitu suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat itu yang bisa membuat orang yang berkunjung merasa betah di tempat tersebut.

Salah satu destinasi wisata favorit di kota bandung yang terkenal adalah floating market lembang yang terletak di kabupaten Lembang. Namun untuk menghadapi persaingan dengan semakin bertambahnya Objek wisata yang baru dan lebih memiliki daya tarik tersendiri maka manajemen destinasi wisata floating market mengarahkan strategi pemasaran dengan baik dalam memperkuat pemasaran dari pihak wisata floating market itu sendiri salah satunya dengan melakukan strategi pemasaran digital dengan online Marketing yang merupakan inti dari kombinasi pemasaran yaitu *product, price, promotion, place, people, proses dan psical evidence* untuk meningkatkan jumlah kunjungan di objek wisata floating market tersebut. Keberhasilan dalam penjualan dan pemasaran wisata floating market lembang merupakan tanggung jawab pihak manajemen dari objek wisata floating market lembang itu sendiri.

Pemasaran di wisata floating market lembang meliputi peningkatan mutu dan kualitas produk dan penambahan layanan serta penambahan fasilitas dan wahana permainan mendongkrak tingkat dan pendapatan. Peran seorang Sales &

Marketing adalah menjual, mengajak, memberi tahu, dan mengingatkan kembali semua produk dan fasilitas yang dimiliki oleh wisata floating market lembang dan menyebarluaskan semua keunggulan yang dimilikinya. Dimana tugas pokok sales & marketing dalam kesehariannya memasarkan dengan salah satu cara yaitu melalui media internet atau yang sering disebut dengan online marketing. Online marketing merupakan proses pemasaran yang menggunakan media elektronik seperti computer dan internet sebagai alat utama dalam pelaksanaannya. Pesatnya perkembangan teknologi informasi saat ini sebanding dengan pesatnya perkembangan internet di Indonesia, Pesatnya pengguna internet dari tahun ke tahun, terutama pengguna facebook, Instagram dan twitter merupakan peluang yang tepat bagi perusahaan untuk memanfaatkan teknologi internet untuk kemajuan bisnisnya, baik untuk promosi perusahaan, pemasaran produk, maupun untuk penjualan produknya secara online. Hal ini sering disebut dengan e-marketing .

Pesatnya pengguna internet tersebut mengakibatkan perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital untuk mencari informasi dan melakukan pembelian, industri pariwisata, termasuk tempat wisata seperti Floating Market Lembang, perlu memahami dan mengadaptasi strategi pemasaran mereka sesuai dengan tren ini. Hal ini tentu berpengaruh pula pada perkembangan dunia bisnis saat ini khususnya industri pariwisata. Dengan populasi pengguna internet yang terus bertumbuh, ada peluang besar untuk memanfaatkan pasar online dalam mempromosikan tempat wisata. Strategi e-marketing dapat menjadi sarana efektif untuk menjangkau calon pengunjung yang berpotensi melalui berbagai saluran online. Industri pariwisata seringkali sangat kompetitif, dan destinasi wisata perlu bersaing untuk menarik perhatian wisatawan. Dalam konteks ini, strategi e-marketing dapat menjadi perbedaan yang signifikan dalam membedakan Floating Market Lembang dari destinasi wisata lainnya.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan transformasi digital, terjadi perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, terutama dalam mencari informasi dan melakukan transaksi secara online. Adopsi e-marketing dan e-wallet menjadi penting untuk mengikuti tren ini dan menjawab kebutuhan konsumen modern. Penerapan e-marketing dapat membuka peluang baru untuk mempromosikan acara, penawaran khusus, atau paket wisata yang dapat menarik perhatian lebih banyak pengunjung. Selain itu, e-wallet dapat memberikan pendekatan pembayaran yang lebih mudah dan efisien.

Melalui e-marketing, terdapat peluang untuk berkolaborasi dengan mitra lokal, platform pemesanan wisata online, dan influencer digital. Kerjasama semacam ini dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik Floating Market Lembang di mata calon pengunjung. Citra dan branding destinasi wisata dalam dunia digital dapat memberikan dampak besar terhadap keputusan pengunjung potensial. Oleh karena itu, perlu dipahami bagaimana e-marketing dapat digunakan untuk membangun dan memelihara citra positif Floating Market Lembang di dunia maya. Floating Market Lembang mungkin memiliki karakteristik geografis tertentu yang

perlu diperhatikan dalam strategi pemasaran online. E-marketing dapat membantu dalam menanggulangi tantangan geografis dan meningkatkan aksesibilitas informasi tentang tempat wisata tersebut. Dengan menggunakan e-marketing, Floating Market Lembang dapat melakukan analisis ROI yang lebih efektif. Ini melibatkan pemantauan sejauh mana investasi pemasaran digital memberikan hasil yang positif dalam meningkatkan jumlah kunjungan. Industri pariwisata secara keseluruhan telah mengadopsi teknologi untuk meningkatkan pengalaman pengunjung. Penggunaan e-wallet juga dapat menjadi inovasi yang relevan untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan di Floating Market Lembang.

Dalam pelaksanaan e marketing dan e-wallet banyak hal yang perlu dipersiapkan oleh seorang operator agar online marketing yang dilakukannya berhasil dan tepat sasaran. Melalui pemahaman mendalam tentang isu-isu tersebut diatas, maka analisis e-marketing dan e-wallet dapat menjadi alat strategis yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan ke Floating Market Lembang, serta menjawab tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri pariwisata. Berdasarkan paparan latar belakang masalah tersebut diatas, maka penulis ingin melakukan sebuah kajian dan penelitian dengan permasalahan pokok penelitian “Analisis E- Marketing dan E- Wallet dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan di Tempat Wisata Floating Market Lembang”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Menurut Kotler (2009) yang menjelaskan bahwa pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain Promosi merupakan aktifitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. (Kotler dan Armstrong, 2001:71-74).

Dalam konteks ini, pemasaran bukan hanya sebagai kegiatan bisnis semata, tetapi juga sebagai proses sosial yang mencakup interaksi antara individu dan kelompok dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Pentingnya promosi dalam pemasaran, Promosi dijelaskan sebagai aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Ini menekankan peran komunikasi dalam membentuk persepsi positif terhadap produk atau jasa dan memotivasi pembelian. Dalam konteks promosi, Kotler dan Armstrong menyajikan konsep pemasaran yang mencakup kegiatan komunikasi untuk menginformasikan dan membujuk pelanggan. Ini mencerminkan pentingnya promosi sebagai elemen integral dalam strategi pemasaran.

Menurut Coupey Elouis dalam Ratih (2018) menjelaskan bahwa Internet adalah komunikasi antara pelanggan, pasar, dan jutaan organisasi. Internet memungkinkan seseorang untuk menentukan cara mereka berkomunikasi, baik dengan orang lain maupun seluruh target pasar secara cepat dan mudah. Internet

dapat digunakan untuk mengembangkan penglihatan tentang kebutuhan pelanggan dan tindakan pesaing.

E-business menggambarkan penggunaan platform dan alat elektronik untuk menjalankan bisnis perusahaan. Misalnya dengan membangun Website, intranet, ekstranet, dan sebagainya. (Kotler, Philip and Gary Armstrong dalam Ratih , 2018). Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2004). Menjelaskan bahwa E-commerce lebih spesifik dibanding e-business, sebab e-commerce hanya menyangkut fasilitas untuk melakukan transaksi secara online. Sebuah Website perusahaan pasti merupakan bagian dari e-business tetapi belum tentu menyediakan fasilitas e-commerce. Sedangkan e-marketing menggambarkan usaha-usaha perusahaan untuk menginformasikan, berkomunikasi, mempromosikan, dan menjual produk dan jasanya lewat internet. Dengan kata lain, e-commerce merupakan bagian dari e-marketing dimana e-marketing sendiri merupakan bagian dari e-business.

Internet marketing merupakan proses membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan online untuk memfasilitasi pertukaran ide, produk, dan pelayanan untuk memenuhi keinginan dari kedua belah pihak. (Mohammed, Fisher, dkk, 2003).

Kotler dalam Agung (2000 : 664) mengidentifikasi beberapa keuntungan yang diperoleh konsumen melalui kemajuan teknologi internet ini, yaitu :

1. Konsumen dapat memperoleh informasi yang obyektif mengenai beberapa merek dari suatu produk, termasuk informasi mengenai biaya, harga, fitur dan kualitas tanpa harus menunggu bantuan dari tenaga penjual.
2. Konsumen dapat langsung menanyakan informasi yang diperlukan kepada produsen.
3. Konsumen dapat mendesain apa yang mereka perlukan.
4. Konsumen dapat menggunakan agen pencari dan meminta beberapa produsensekaligus untuk memberikan penawaran.

Adapun beberapa strategi marketing yang biasa di gunakan dalam melakukan e-marketing :

#### 1. *Banner Advertisement* (iklan melalui banner)

*Banner Advertisement* merupakan jenis iklan yang paling lazim digunakan , ada dua jenis banner yaitu :

- a. *Keyword Banner*, muncul ketika dilakukan query atas satu kata pembuka dari search engine.
- b. *Random Banner*, muncul secara acak keuntungan menggunakan banner ialah kemampuannya dalam melakukan kustomisasi iklan ke audiens yang menjadi sasarannya.

#### 2. *Sponsorship*

*Sponsorship* dalam e-marketing dapat melibatkan dukungan finansial terhadap acara online, webinar, atau konten digital lainnya. Dengan menjadi

sponsor, perusahaan dapat memanfaatkan audiens target dari acara tersebut dan membangun hubungan yang kuat dengan komunitas online yang relevan.

### 3. *Classified Listings* (daftar produk terklasifikasi)

Dalam konteks e-marketing, *classified listings* dapat diterapkan di platform online seperti direktori bisnis atau situs iklan terklasifikasi. Strategi ini membantu produk atau layanan terpampang di tempat yang tepat sesuai kategori, memudahkan konsumen menemukannya.

### 4. *Email Marketing* (pemasaran melalui email)

*Email marketing* adalah cara efektif untuk berkomunikasi dengan pelanggan yang sudah ada dan potensial. Ini melibatkan pengiriman email berkala yang berisi penawaran, berita, atau informasi yang relevan.

### 5. *Partnership / Affiliate Marketing* (pemasaran metode afiliasi)

Strategi afiliasi atau *partnership marketing* telah menjadi bagian penting dari pemasaran modern. Melalui kemitraan dengan pihak ketiga, perusahaan dapat memperluas jangkauan mereka dan meningkatkan penjualan melalui sistem komisi.

### 6. *Search Engine Marketing* (pemasaran menggunakan mesin pencari)

Philip Kotler telah menekankan pentingnya visibilitas dan aksesibilitas dalam pemasaran. Dengan memanfaatkan *Search Engine Marketing (SEM)*, perusahaan dapat memastikan bahwa produk atau layanan mereka muncul dalam hasil pencarian, meningkatkan peluang konversi.

### 7. *Social Networking* (metode pemasaran menggunakan situs jejaring sosial)

Pemasaran melalui situs jejaring sosial mencakup pembuatan dan penyebaran konten di platform seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Philip Kotler menyoroti kekuatan pengaruh dan keterlibatan pelanggan dalam membangun merek, dan media sosial memberikan platform yang sangat baik untuk mencapai hal tersebut.

Adapun Kekurangan dari E-marketing adalah sebagai berikut :

1. Koneksi Internet yang Mahal.
2. Biaya yang tidak murah.
3. Kurva pembelajaran lama, lebih banyak mengandalkan pengalaman pribadi untuk meraih kesuksesan bisnis online.
4. Awal-awal tahun akan makan banyak waktu daripada kerja biasa dan mengorbankan banyak waktu bersama keluarga.

Kelebihan E-marketing adalah sebagai berikut :

1. bisnis online bisa dijalankan dari mana saja, yang penting ada komputer atau laptop yang terhubung ke internet.
2. Modal yang dibutuhkan relatif lebih sedikit.
3. Bisnis bisa berjalan otomatis dengan bantuan software tertentu.
4. Tidak butuh jumlah karyawan yang banyak.

## 5. Tersedia banyak pilihan bisnis yang ada

E-wallet didefinisikan sebagai kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (nontunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain (Megadewandanu, Suyoto, & Pranowo, 2016). Adapun indikator e-wallet dalam penelitian ini yaitu menurut Mulyansyah, dalam Dini Anvasa (2021) :

### 1. Kemudahan

Kemudahan dalam penggunaan e-wallet mencakup antarmuka pengguna yang sederhana dan intuitif, proses transaksi yang cepat, dan aksesibilitas yang mudah. Semakin mudah seseorang menggunakan e-wallet, semakin tinggi kemungkinan mereka akan mengadopsi dan terus menggunakan layanan tersebut.

### 2. Keamanan

Keamanan menjadi aspek krusial dalam penggunaan e-wallet. Ini mencakup perlindungan data pribadi pengguna, enkripsi transaksi, dan pencegahan terhadap aktivitas penipuan. Tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan e-wallet akan memengaruhi penerimaan dan penggunaan jangka panjang.

### 3. Benefit

Benefit atau manfaat yang diberikan oleh e-wallet dapat melibatkan diskon, cashback, atau keuntungan lainnya yang membuat pengguna merasa bahwa penggunaan e-wallet memberikan nilai tambah. Semakin banyak benefit yang ditawarkan, semakin menarik e-wallet bagi pengguna.

### 4. Reward

Reward merujuk pada insentif atau hadiah tambahan yang diberikan kepada pengguna e-wallet sebagai bentuk apresiasi atas penggunaan layanan tersebut. Hal ini dapat berupa poin loyalitas, diskon khusus, atau hadiah lainnya. Reward dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan mendorong penggunaan yang lebih aktif.

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam melakukan suatu penelitian, karena pada dasarnya desain penelitian merupakan prosedur yang digunakan dalam perencanaan penelitian yang berguna sebagai panduan dalam penelitian. Desain penelitian adalah usaha untuk menemukan dan mengembangkan suatu kebenaran pengetahuan dengan cara-cara ilmiah. Metode penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kualitatif.

Menurut Sugiyono, (2017:9 ) yang menjelaskan bahwa Metode penelitian Kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Objek

yang alamiah (Natural setting) adalah objek yang berkembang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat penelitian memasuki objek, setelah berada di objek, dan setelah keluar dari objek tidak mempengaruhi dinamika pada objek.

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data kualitatif yaitu data yang berupa rincian yang jelas / deskripsi dan dapat menarik kesimpulan sistem penerapan online marketing atau E Marketing dan E wallet di Wisata Floating Market Lembang.

Lokasi Penelitian yang dipilih yaitu Destinasi Wisata Floating Market Lembang , Wisata yang terletak di Jl. Grand Hotel No.33 Lembang Kabupaten Bandung Barat.

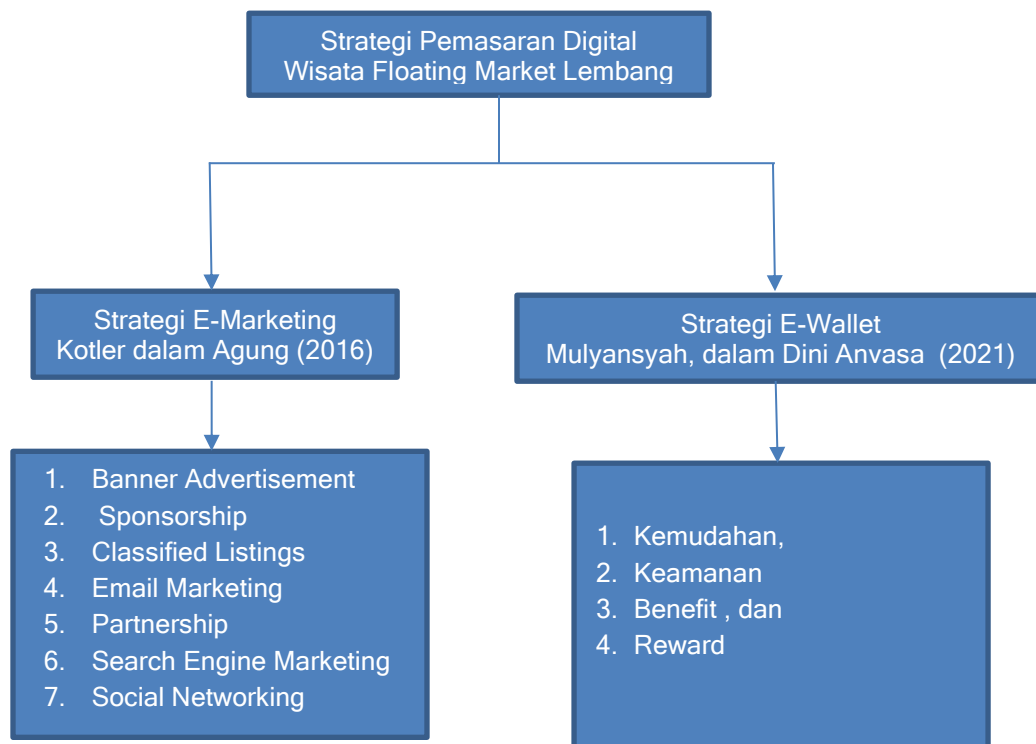
Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah. 1. Data



Primer Yaitu data yang diperoleh melalui observasi langsung ke lapangan dan wawancara langsung dengan sales manager Destinasi wisata Floating Market Lembang mengenai sistem penerapan E marketing. 2. Data Sekunder Yaitu data yang bukan diperoleh dari pihak pertama melainkan data-data yang diperoleh dari pihak-pihak tertentu yang terkait dengan penelitian ini maupun dari arsip dan dokumen resmi mengenai penelitian ini seperti web, internet dan lainnya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah pengambilan secara accidental sampling yaitu teknik penarikan sampel secara kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data (sigit, dalam Agung sri 2016).

Penentuan informan dalam penelitian ini ditujukan kepada pihak manajemen Destinasi wisata Floating Market Lembang, dikhususkan pada divisi Marketing terkait dengan pengambilan keputusan dalam penentuan kebijakan dari mereka yang tahu atau memiliki pengetahuan tentang objek yang akan diteliti. Metode yang akan digunakan dalam penentuan informan adalah Purpusive Sampling menurut Kusmayadi dalam Agung sri (2016) yaitu cara penentuan informan yang didasarkan atas pertimbangan peneliti dimana informan ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitiannya dan memiliki kriteria. Sesuai dengan kriteria dan prosedur tersebut maka informan kunci yang dipilih yaitu Sales and Marketing Manager. Teknik pengumpulan yaitu 1. Observasi 2. Wawancara Terstruktur 3. Studi Kepustakaan 4. Kuesioner.



## Gambar 1. Paradigma Penelitian

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Floating Market Bandung merupakan salah satu Dinasti wisata kota Bandung yang booming sejak dibuka pada bulan Desember 2012. Dengan konsep kuliner dan alam yang diusungnya cukup menarik perhatian wisatawan. Letaknya yang berada di Lembang Kabupaten Bandung barat menunjang konsep pedesaan yang diusungnya. Floating Market Lembang beralamat di Jl. Grand Hotel No.33 Lembang Kabupaten Bandung Barat. Floating Market Lembang telah menunjukkan kekayaan alam yang begitu indah. Sebuah lokasi yang dahulu hanya danau kecil biasa kini telah menjadi sebuah sarana rekreasi dengan konsep lain dari yang lain. Pengelola dengan jeli memilih tema pasar terapung yang memang belum banyak ditemukan di Bandung dan sekitarnya. Pasar terapung yang ada disana merupakan pasar terapung satu-satunya di Bandung sehingga cukup menarik perhatian wisatawan. Namun pasar terapung ini tidak benar-benar terapung di tengah danau karena umumnya 46 perahu disana berada di tepi danau sehingga memudahkan pengunjung membeli apa yang diinginkan. Pemandangan Situ Umar dan Tangkuban Perahu dari kejauhan menambah potret keindahan di Floating Market Lembang Kabupaten Bandung Barat.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh oleh informan, yaitu Pihak Manajemen wisata Floating market lembang divisi marketing dapat diuraikan sebagai berikut :

#### 1. Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan Pihak Manajemen wisata Floating market lembang divisi marketing Owner/pemilik, secara langsung tersebut kemudian disimpulkan dan diambil bagian-bagian pokok dari permasalahan yang telah diuraikan yaitu mengenai E Marketing dan E wallet dalam upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan.

#### 2. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi langsung pada Wisata Floating market lembang diuraikan dalam bentuk uraian secara rinci, kemudian disederhanakan dan difokuskan dalam hal-hal yang penting sebagai berikut :

Menurut Mohammed, Fisher, dll (2003) yang menjelaskan bahwa Internet marketing (E-Marketing) merupakan proses membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan online untuk memfasilitasi pertukaran ide, produk, dan pelayanan untuk memenuhi keinginan dari kedua belah pihak. Wisata floating market lembang sendiri menerapkan strategi E marketing yaitu : *Banner Advertisement* (iklan melalui banner) , *Sponsorship* , *Classified Listings* (daftar produk terklasifikasi) , *Email Marketing* (pemasaran melalui email) , *Partnership /Affiliate Marketing* (pemasaran metode afiliasi), *Search Engine Marketing* (pemasaran menggunakan mesin pencari), *Social Networking* (metode pemasaran menggunakan situs jejaring sosial).

Menurut Megadewandaru , suyoto dan pranowo (2016) menjelaskan bahwa

E-wallet didefinisikan sebagai kemudahan dalam berbelanja tanpa perlu membawa uang dalam bentuk fisik (nontunai) dan dapat disalurkan pada saat melakukan kegiatan lain. Wisata floating market lembang juga telah menerapkan strategi E wallet dalam berbagai transaksi dengan tujuan untuk: Kemudahan, Keamanan, Benefit dan Reward sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Berdasarkan temuan penulis hasil dari penelitian di lapangan yang dilakukan oleh Wisata Floating Market Lembang dalam penerapan strategi E commerce dan E Wallet dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan adalah sebagai berikut :

## **Pelaksanaan E-Commerce Pada Wisata Floating Market Lembang**


### **a. *Banner Advertisement* (Iklan Melalui Banner)**

Floating Market Lembang menggunakan *Banner Advertisement* (iklan melalui banner) pada situs web resmi mereka atau situs-situs wisata lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian pengunjung potensial. Penerapannya dengan menampilkan banner ads yang berisi penawaran spesial, seperti diskon atau paket kunjungan, sebagai cara untuk mengundang minat pengunjung.


#### *Situs Web Resmi Floating Market Lembang :*

Pada beranda situs web resmi Floating Market Lembang, mereka dapat menempatkan banner ads yang mencolok di bagian atas halaman untuk menarik perhatian pengunjung pertama kali membuka situs tersebut. Banner tersebut dapat berisi penawaran spesial, seperti "Diskon 20% untuk Kunjungan Akhir Pekan" atau "Paket Keluarga Hemat. Floating Market Lembang juga dapat bermitra dengan situs-situs wisata terkait atau direktori pariwisata online. Mereka dapat menempatkan banner ads di halaman atau artikel yang berkaitan dengan destinasi wisata di Lembang. Banner tersebut dapat menyoroti keunikan Floating Market Lembang dan menawarkan insentif khusus, seperti "Eksplorasi Floating Market Lembang dan Dapatkan Voucher Makan Gratis."


HOME
PAKET MAKAN
PAKET TOUR
TRANSPORT
HOTEL
HARUS TAU
FAQ
Search...



**Wisata Terapung Satu-satunya di Bandung**  
By Jhon Wiyono — Friday, January 23, 2015 — 1 Comment  
Kota Bandung merupakan kota wisata yang sangat pantas dikunjungi ketika libur akhir pekan tiba. Dari banyaknya tempat wisata di Bandung, Flo...



**Wisata Floating Market 2015**  
By Jhon Wiyono — 5:12 AM — 7 Comments — Wisata Floating Market 2015  
Floating Market Bandung merupakan wisata kota Bandung yang sedang booming sejak dibuka Desember 2012 lalu. Dengan konsep kuliner dan alam y...



**Floating Market Bandung Sebagai Obyek Wisata Terbaik**  
By Jhon Wiyono — 4:56 AM — 97 Comments  
Wisata alam di daerah Bandung memang selalu

**INFO PROMO**

**Promo**  
Sewa ELF Rp.750K  
HIACE Rp.950K

Rental Xenia Avz+DRIVER Rp.350K

Rental Innova Rp.600K Mbl + Supir

Rental Innova Reborn Rp.750K Mbl+Supir


Rental Pajero/Fortuner Rp.1.250K  
Unit Promo terbatas, pesan skrg jg

**Include**  
- Sewa Kendaraan  
- Driver


**Exclude:**  
- BBM dll

Unit promo terbatas


**PALING DIMINATI**



**Peta Lokasi Floating Market Lembang Bandung**  
Peta Lokasi Floating Market Lembang Bandung Peta citra satelit Floating market Lembang Bandung Berikut ini adalah posisi



**Floating Market Bandung Sebagai Obyek Wisata Terbaik**  
Wisata alam di daerah Bandung memang selalu menjadi pilihan yang terbaik untuk menjadi tempat liburan. Salah satu wisata




**Wisata Floating Market 2015**  
Floating Market Bandung merupakan wisata kota Bandung yang sedang booming sejak dibuka Desember 2012 lalu. Dengan konsep

**KONTAK KAMI**


Chat Via WhatsApp

**REKOMENDASI PAKET WISATA BANDUNG MURAH**


\* Paket Wisata The Ranch Bdg murah Rp165K



**Terbaik**  
By Jhon Wiyono — 4:56 AM — 97 Comments  
Wisata alam di daerah Bandung memang selalu menjadi pilihan yang terbaik untuk menjadi tempat liburan. Salah satu wisata alam yang tidak bol...



**Wisata dan Kuliner Floating Market Bandung**  
By Jhon Wiyono — 4:42 AM — 11 Comments  
Jika membicarakan tujuan wisata saat liburan, Bandung memang selalu menjadi tujuan utama karena memang tempat wisata di daerah Bandung rasan...



**Taman Miniatur Kereta Api Floating Market**  
By Jhon Wiyono — Friday, December 26, 2014 — 7 Comments — taman di floating market Bandung, Taman miniatur Kereta Api Floating market  
Entah sejak kapan kereta api miniatur digandrungi begitu banyak orang dan lebih menarik lagi ternyata bukan hanya anak kecil saja yang sena...

**REKOMENDASI PAKET WISATA BANDUNG MURAH**

\* Paket Wisata The Ranch Bdg murah Rp165K  
\* Paket wisata Bandung murah Kampung Gajah  
\* Paket wisata Bandung murah Kupu Kupu  
\* Paket wisata Bandung murah Kawah Putih  
\* Paket Wisata Bandung murah all in  
\* Paket wisata Bdg Tangkuban Perahu Rp166K  
\* Bandung City Tour murah

**Floating Market Lembang**

Jl. Grand Hotel No. 33 E, Bandung Barat, West Java 40391, Indonesia Telepon: 0818220650  
**Jam buka:**

Week day: 09:00 - 17:00 WIB  
Week End: 09:00 - 20:00 WIB

**Kategori:**  
Tempat wisata Bandung  
Nama: Jhon Wiyono  
Telepon: 0818 220 650

UPDATE HARGA  
Tiket Masuk:  
Rp.30.000/Pax Week Day



**Suasana acara wisata Paket Makan Siang Bandung**  
By Jhon Wiyono — Thursday, December 25, 2014 — 5 Comments  
Berikut ini adalah gambaran sepintas suasana makan siang di Floating Market Bandung yang mana kali rombongan membeli paket makan siang untu...



**Floating Market Bandung siap menerima pengunjung liburan Natal dan tahun baru 2014 2015**  
By Jhon Wiyono — Wednesday, November 12, 2014 — 6 Comments  
Floating Market Bandung yang saat ini semakin dikenal sebagai salah satu obyek wisata terbaik di Bandung telah merasa siap untuk menerima ku...

Rp.30.000/Pax Week Day  
Rp.35.000/Pax Week End

Dengan menggunakan banner ads dengan penawaran yang menarik, Floating Market Lembang dapat menarik perhatian calon pengunjung, meningkatkan eksposur merek, dan mendorong lebih banyak kunjungan ke lokasi wisata mereka. Penting untuk merancang banner ads dengan desain yang menarik dan pesan yang jelas untuk mencapai hasil yang optimal.

## **b. Sponsorship**

Floating Market Lembang memiliki kesempatan untuk menjadi sponsor dalam acara atau konten digital yang memiliki kaitan dengan pariwisata atau kegiatan keluarga. Dengan menjadi sponsor, Floating Market Lembang dapat membantu membangun citra positif dan mencapai audiens yang lebih luas dan menarik minat orang.

### *1. Sponsorship Acara Virtual Pariwisata*

Floating Market Lembang menjadi sponsor utama dalam acara virtual "Panduan Wisata Lembang" yang diselenggarakan secara daring. Acara ini dapat mencakup tur virtual ke Floating Market, wawancara dengan pedagang lokal, dan cuplikan kegiatan menarik di sekitar wilayah tersebut. Sebagai sponsor, Floating Market Lembang dapat menyumbangkan dana untuk produksi acara, menyediakan informasi eksklusif tentang destinasi mereka, dan menawarkan hadiah istimewa untuk penonton.

### *2. Sponsorship Acara Lokal*

Floating Market Lembang dapat menjadi sponsor dalam acara keluarga lokal, seperti "Festival Kuliner dan Seni Lembang." Sebagai sponsor, mereka dapat menyediakan dukungan finansial untuk pelaksanaan acara, menyediakan stan khusus untuk promosi dan penjualan di acara tersebut, serta menyelenggarakan aktivitas menarik di area Floating Market. Hal ini akan membantu membangun hubungan dengan masyarakat setempat dan mencapai audiens yang hadir di acara tersebut.

### *3. Sponsorship Konten Digital Pariwisata*

Floating Market Lembang menjadi sponsor konten digital, seperti seri vlog perjalanan yang menyoroti keindahan dan keunikan Floating Market. Mereka dapat bermitra dengan seorang travel blogger atau vlogger terkemuka untuk membuat konten yang menarik perhatian dan membantu mempromosikan Floating Market sebagai destinasi wisata yang menarik.

Melalui strategi sponsorship ini, Floating Market Lembang dapat membangun keterlibatan dengan komunitas, meningkatkan eksposur merek, dan memperluas jangkauan mereka ke audiens yang lebih luas melalui keterlibatan dalam acara atau konten yang relevan dengan minat dan kebutuhan target mereka.

### c. **Classified Listings (Daftar Produk Terklasifikasi)**

Floating Market Lembang menggunakan strategi *Classified Listings* (daftar produk terklasifikasi) melalui situs-situs wisata atau direktori pariwisata online. Dengan membuat daftar terklasifikasi, Floating Market Lembang dapat menyajikan informasi yang terstruktur mengenai fasilitas, kegiatan, dan penawaran khusus yang dapat dengan mudah diakses oleh calon pengunjung.

Contoh penerapannya :

#### 1. *Direktori Pariwisata Online*

Floating Market Lembang dapat membuat daftar terklasifikasi di situs-situs direktori pariwisata online yang populer di wilayah tersebut. Dalam daftar tersebut, mereka dapat mencantumkan informasi tentang :

- Fasilitas : Menyajikan informasi tentang jenis kuliner yang tersedia, area permainan anak-anak, atau fasilitas khusus lainnya yang ditawarkan Floating Market Lembang.
- Kegiatan : Memberikan detail mengenai acara khusus, pertunjukan, atau workshop yang dapat dinikmati oleh pengunjung.
- Penawaran Khusus : Menyertakan diskon atau paket kunjungan khusus untuk pengunjung yang merujuk pada daftar tersebut.

#### 2. *Situs Web Resmi Floating Market Lembang*

Floating Market Lembang memiliki bagian khusus di situs web resmi mereka yang berfungsi sebagai *classified listings*. Di sini, calon pengunjung dapat menemukan informasi yang terperinci tentang segala sesuatu yang ditawarkan oleh Floating Market, termasuk fasilitas, jadwal acara, dan promo spesial. Dengan menggunakan *Classified Listings*, Floating Market Lembang membuat informasi lebih mudah diakses dan dipahami oleh calon pengunjung. Hal ini membantu menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi mereka yang ingin merencanakan kunjungan ke Floating Market Lembang dan meningkatkan peluang untuk menarik minat pengunjung potensial.

### d. **Email Marketing (Pemasaran Melalui Email)**

Floating Market Lembang menggunakan strategi Email Marketing untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan atau calon pengunjung. Dengan membuat kampanye email marketing, Floating Market Lembang dapat mengirimkan newsletter berkala yang berisi informasi yang relevan, seperti acara khusus, penawaran diskon, atau berita terbaru seputar destinasi wisata mereka.

Penerapan Email Marketing untuk Floating Market Lembang :

#### 1. *Newsletter Berkala*

Floating Market Lembang dapat membuat dan mengirimkan newsletter bulanan atau mingguan kepada pelanggan yang telah berlangganan. Newsletter ini dapat berisi :

- Informasi Acara Khusus : Menyampaikan jadwal acara khusus yang akan



- diadakan di Floating Market, seperti pasar seni, pertunjukan musik, atau festival kuliner.
- Penawaran Diskon : Memberikan penawaran eksklusif kepada pelanggan yang berlangganan, seperti diskon untuk paket kunjungan atau voucher makanan khusus.
- Berita Terbaru : Menginformasikan tentang berita atau pembaruan terkini seputar Floating Market, termasuk penambahan fasilitas baru, kolaborasi dengan pedagang lokal, atau prestasi terbaru.

## 2. Segmentasi Pengguna

Floating Market Lembang dapat menggunakan alat email marketing untuk melakukan segmentasi pengguna berdasarkan preferensi atau sejarah kunjungan mereka. Ini memungkinkan pengiriman konten yang lebih personal dan relevan kepada kelompok tertentu, seperti pengunjung setia atau mereka yang tertarik dengan acara-acara tertentu.

## 3. Tanggapan dan Umpan Balik

Mengajak pelanggan untuk memberikan tanggapan atau umpan balik melalui email dapat membantu Floating Market Lembang mendapatkan wawasan tentang kepuasan pelanggan, mendengar ide atau saran untuk perbaikan, dan membangun hubungan yang lebih erat dengan audiens mereka.

Dengan memanfaatkan strategi Email Marketing ini, Floating Market Lembang dapat tetap terhubung dengan pelanggan mereka, membangun komunitas yang setia, dan memberikan informasi yang relevan serta menarik. Penting untuk merancang email dengan desain yang menarik, pesan yang jelas, dan mematuhi praktik terbaik untuk mendapatkan hasil yang optimal.

### e. *Partnership / Affiliate Marketing (Pemasaran Metode Afiliasi)*

Floating Market Lembang menggunakan strategi *Partnership/Affiliate Marketing* dengan menjalin kemitraan dengan travel blogger atau influencer lokal yang memiliki audiens yang relevan. Blogger atau influencer tersebut kemudian dapat memberikan ulasan positif, membuat konten menarik, dan memberikan kode afiliasi kepada pengikutnya untuk memotivasi mereka mengunjungi Floating Market Lembang.

Penerapan *Partnership/Affiliate Marketing* untuk Floating Market Lembang :

#### 1. Mengidentifikasi Blogger Atau Influencer Lokal

Floating Market Lembang melakukan riset untuk mengidentifikasi travel blogger atau influencer lokal yang memiliki audiens yang sesuai dengan profil pengunjung yang diinginkan. Blogger atau influencer ini sebaiknya memiliki basis pengikut yang aktif dan berminat dalam destinasi pariwisata.

#### 2. Menjalinkan Kemitraan

Setelah mengidentifikasi potensial mitra, Floating Market Lembang dapat menghubungi mereka untuk menawarkan kemitraan. Kemitraan ini dapat mencakup undangan untuk mengunjungi Floating Market, memberikan akses eksklusif, dan menyediakan informasi atau materi yang mendukung pembuatan konten yang akurat dan menarik.

### 3. *Ulasan Positif dan Konten Menarik*

Blogger atau influencer dapat memberikan ulasan positif tentang Floating Market Lembang melalui blog, vlog, atau media sosial mereka. Mereka dapat berbagi pengalaman pribadi, menyajikan keunikan destinasi, dan memberikan informasi praktis yang bermanfaat bagi pengikut mereka.

### 4. *Pemberian Kode Afiliasi*

Floating Market Lembang dapat bekerja sama dengan blogger atau influencer untuk menyertakan kode afiliasi khusus yang diberikan kepada pengikut. Kode ini dapat memberikan diskon khusus atau keuntungan lainnya kepada pengunjung yang menggunakan kode tersebut saat berkunjung ke Floating Market Lembang.

### 5. *Melacak Kinerja dan Hasil*

Floating Market Lembang perlu melacak kinerja kampanye ini dengan memonitor berapa banyak pengunjung yang datang melalui kode afiliasi, seberapa banyak interaksi dan partisipasi yang dihasilkan oleh konten mitra, serta dampak positif yang diperoleh oleh Floating Market Lembang setelah kemitraan ini.

Dengan menggunakan strategi Partnership/Affiliate Marketing, Floating Market Lembang dapat memanfaatkan kekuatan pengaruh para blogger atau influencer lokal untuk memperluas jangkauan merek, meningkatkan kepercayaan calon pengunjung, dan mendatangkan kunjungan baru ke lokasi wisata mereka.

## f. **Search Engine Marketing (Pemasaran Menggunakan Mesin Pencari)**

Floating Market Lembang menggunakan strategi Search Engine Marketing (SEM) dengan meluncurkan kampanye iklan di mesin pencari seperti Google. Melalui Google Ads atau iklan di mesin pencari lainnya, Floating Market Lembang dapat meningkatkan visibilitasnya di hasil pencarian dan menargetkan pengguna yang mencari kata kunci terkait destinasi wisata mereka.

Penerapan Search Engine Marketing untuk Floating Market Lembang :

### 1. *Kampanye Google Ads*

Floating Market Lembang dapat membuat kampanye iklan menggunakan platform Google Ads. Dalam kampanye ini, mereka dapat menentukan kata kunci yang relevan dengan destinasi wisata mereka, seperti "Floating Market Lembang," "wisata Lembang," atau "tempat makan di Floating Market." Ketika pengguna mencari kata kunci tersebut di Google,



iklan Floating Market Lembang dapat muncul di bagian atas atau samping hasil pencarian organik.

## 2. *Penargetan Geografis*

Floating Market Lembang dapat menggunakan penargetan geografis dalam kampanye iklan mereka. Mereka dapat menentukan area geografis tertentu, seperti wilayah Lembang dan sekitarnya, untuk memastikan bahwa iklan mereka ditampilkan kepada calon pengunjung yang berlokasi dekat dengan destinasi tersebut.

## 3. *Pengoptimalan Kata Kunci*

Floating Market Lembang perlu melakukan penelitian kata kunci untuk memastikan bahwa mereka menggunakan kata kunci yang paling relevan dan dicari oleh target audiens mereka. Ini dapat melibatkan pemilihan kata kunci yang paling umum dicari oleh pengguna yang tertarik dengan wisata di Lembang.

## 4. *Pemilihan Tipe Iklan Yang Tepat*

Floating Market Lembang dapat memilih jenis iklan yang paling sesuai dengan tujuan kampanye mereka. Ini bisa mencakup iklan teks, iklan gambar, atau iklan video, tergantung pada pesan dan format iklan yang paling efektif untuk mempromosikan Floating Market Lembang.

## 5. *Analisis dan Pemantauan Kinerja*

Setelah meluncurkan kampanye, Floating Market Lembang perlu secara teratur menganalisis dan memantau kinerja iklan mereka. Ini melibatkan melihat jumlah klik, tingkat konversi, dan biaya per klik. Dengan pemantauan yang cermat, mereka dapat mengoptimalkan kampanye mereka untuk mencapai hasil terbaik.

Dengan menggunakan Search Engine Marketing, Floating Market Lembang dapat memastikan bahwa destinasi wisata mereka lebih mudah ditemukan oleh calon pengunjung yang aktif mencari informasi terkait pariwisata di wilayah Lembang.

## **g. Social Networking (Metode Pemasaran Menggunakan Situs Jejaring Sosial)**

Floating Market Lembang menggunakan strategi Social Networking dengan memanfaatkan platform sosial media seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Dengan aktif berkomunikasi melalui postingan, foto, video, dan interaksi langsung dengan pengikut, Floating Market Lembang dapat membangun komunitas online yang aktif dan terlibat.

Penerapan Social Networking untuk Floating Market Lembang :

### 1. *Platform Sosial Media*

Floating Market Lembang membuat dan mengelola akun resmi di platform sosial media utama seperti Facebook, Instagram, dan Twitter.

Mereka dapat memilih platform yang paling relevan dengan audiens target mereka dan jenis konten yang ingin mereka bagikan.

## 2. *Postingan Berkala*

Floating Market Lembang membuat postingan berkala yang mencakup informasi tentang acara mendatang, foto-foto menarik dari lokasi, promosi khusus, dan berbagai kegiatan yang terkait dengan destinasi wisata mereka. Postingan ini dapat mempertahankan ketertarikan pengikut dan memberikan alasan bagi mereka untuk terus mengikuti akun sosial media Floating Market Lembang.

## 3. *Foto dan Video Menarik*

Membagikan foto dan video menarik dari keindahan Floating Market, kuliner yang ditawarkan, dan pengalaman pengunjung dapat memberikan visualisasi langsung kepada pengikut. Konten visual ini dapat meningkatkan daya tarik dan memotivasi orang untuk mengunjungi tempat tersebut.

## 4. *Interaksi Langsung*

Berinteraksi secara langsung dengan pengikut adalah kunci dalam membangun komunitas online yang terlibat. Floating Market Lembang dapat merespons komentar, menyelenggarakan sesi tanya jawab, atau bahkan mengadakan kuis atau kontes di media sosial untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengikut.

## 5. *Pemberian Informasi Berguna*

Selain mempromosikan destinasi wisata, Floating Market Lembang juga dapat menggunakan platform sosial media untuk memberikan informasi berguna kepada pengikut, seperti tips perjalanan, rekomendasi kuliner, atau informasi terkait kegiatan lokal. Ini dapat membuktikan bahwa akun sosial media mereka memberikan nilai tambah kepada pengikutnya.

## 6. *Penggunaan Hashtag Khusus*

Floating Market Lembang dapat membuat dan mendorong penggunaan hashtag khusus untuk merk atau kampanye tertentu. Hal ini dapat membantu meningkatkan visibilitas dan memungkinkan pengikut untuk berpartisipasi dalam diskusi atau kontes yang terkait.

Dengan menggunakan Social Networking, Floating Market Lembang dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengunjung dan potensial pengunjung mereka. Platform sosial media memberikan wadah untuk berkomunikasi secara langsung, memperkuat merek, dan mempromosikan keunikan destinasi wisata Floating Market Lembang kepada audiens yang lebih luas.

## **Pelaksanaan E-Wallet Pada Wisata Floating Market Lembang**

### **a. Kemudahan**

Floating Market Lembang meningkatkan kemudahan penggunaan e-wallet

dengan menyediakan aplikasi yang memiliki antarmuka pengguna yang sederhana dan ramah pengguna. Aplikasi tersebut seharusnya dapat diunduh dan diakses dengan mudah oleh pengunjung melalui perangkat mobile mereka. Selain itu, antarmuka aplikasi harus didesain intuitif agar pengguna, termasuk yang tidak terbiasa dengan teknologi, dapat dengan cepat memahami cara menggunakannya.

Misalnya, ketika pengguna tiba di Floating Market, mereka dapat membuka aplikasi e-wallet dan melihat daftar pedagang yang menerima pembayaran melalui e-wallet. Setiap pedagang dapat memiliki kode QR unik yang dapat dengan mudah dipindai oleh pengguna melalui aplikasi. Setelah pemindaian, pengguna dapat memasukkan jumlah pembayaran atau memilih item tertentu untuk dibeli. Proses ini harus cepat dan efisien, meminimalkan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi.

Dengan memberikan kemudahan seperti ini, Floating Market Lembang dapat meningkatkan adopsi e-wallet oleh pengunjungnya. Semakin mudah penggunaan e-wallet, semakin besar kemungkinan pengunjung akan memilih metode pembayaran ini, yang pada gilirannya dapat memberikan manfaat baik bagi Floating Market Lembang maupun pengunjung yang dapat menikmati pengalaman berbelanja yang lebih praktis dan efisien.

#### **b. Keamanan**

Untuk meningkatkan keamanan akun pengguna, Floating Market Lembang dapat menyediakan opsi otentikasi ganda. Misalnya, selain memasukkan kata sandi, pengguna dapat diminta untuk melakukan verifikasi tambahan melalui SMS, email, atau aplikasi otentikasi berbasis waktu. Hal ini membuat akun lebih sulit diakses oleh pihak yang tidak sah, bahkan jika kata sandi terungkap.

Dengan mengimplementasikan sistem enkripsi yang kuat dan opsi otentikasi ganda, Floating Market Lembang dapat memberikan tingkat keamanan yang lebih

tinggi bagi pengguna e-wallet mereka. Langkah-langkah ini bertujuan untuk melindungi informasi pribadi dan finansial pengguna, menciptakan lingkungan transaksi yang aman, dan memberikan kepercayaan kepada pengunjung Floating Market Lembang dalam menggunakan layanan e-wallet mereka. Keamanan yang diterapkan dengan baik dapat menjadi faktor kunci dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap sistem pembayaran digital.

#### **c. Benefit**

Floating Market Lembang dalam penggunaan e-wallet. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut :

##### *1. Diskon Khusus Atau Cashback*

Floating Market Lembang dapat meningkatkan daya tarik penggunaan e-wallet dengan menawarkan insentif berupa diskon khusus atau cashback. Ini dapat menjadi manfaat langsung yang dirasakan oleh pengguna setiap kali

mereka menggunakan e-wallet untuk bertransaksi di Floating Market.

Contoh Penerapan :

Sebagai contoh, pengguna e-wallet yang melakukan pembelian makanan di pedagang tertentu di Floating Market Lembang dapat memperoleh diskon sebesar 10%. Diskon ini dapat diterapkan secara otomatis saat pembayaran menggunakan e-wallet, atau pengguna dapat menerima cashback yang dapat digunakan untuk transaksi selanjutnya.

## 2. Variasi Manfaat

Floating Market Lembang menyesuaikan jenis manfaat yang ditawarkan, seperti diskon berdasarkan jumlah transaksi, cashback untuk kategori produk tertentu, atau penawaran khusus selama periode waktu tertentu. Variasi ini dapat menciptakan daya tarik yang berbeda-beda untuk pengguna e-wallet.

## 3. Stimulasi Penggunaan Aktif

Dengan menawarkan benefit langsung seperti diskon atau cashback, Floating Market Lembang dapat merangsang penggunaan e-wallet secara aktif. Pengguna akan merasa bahwa penggunaan e-wallet tidak hanya memberikan kenyamanan, tetapi juga memberikan nilai tambah dalam bentuk penghematan atau keuntungan finansial langsung.

Melalui penerapan manfaat ini, Floating Market Lembang dapat meningkatkan daya tarik e-wallet sebagai metode pembayaran yang menguntungkan bagi pengunjung. Pengguna e-wallet akan merasa bahwa mereka mendapatkan keuntungan lebih dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional, yang pada akhirnya dapat meningkatkan adopsi e-wallet dan keterlibatan pengguna di Floating Market Lembang.

## d. Reward

Penerapan Reward pada Floating Market Lembang dalam penggunaan e-wallet sebagai berikut :

### 1. Program Loyalitas

Floating Market Lembang membuat dan mengelola program loyalitas khusus bagi pengguna e-wallet. Program ini bertujuan untuk memberikan penghargaan kepada pengguna yang secara aktif menggunakan e-wallet untuk bertransaksi di pasar terapung tersebut.

### 2. Mengumpulkan Poin

Pengguna e-wallet yang sering bertransaksi di Floating Market Lembang dapat mengumpulkan poin setiap kali mereka melakukan pembayaran menggunakan e-wallet. Poin ini dapat diakumulasikan dan kemudian ditukarkan dengan berbagai hadiah atau keuntungan eksklusif.

### 3. Hadiah Eksklusif

Sebagai contoh penerapan, pengguna e-wallet yang mencapai jumlah poin tertentu dapat memperoleh hadiah eksklusif, seperti merchandise Floating Market Lembang, tiket gratis untuk atraksi tertentu, atau bahkan pengalaman spesial di pasar terapung yang tidak tersedia bagi pengunjung lain.

#### 4. *Inspirasi Pengguna Untuk Penggunaan Berkelanjutan*

Program loyalitas ini dapat menjadi sumber inspirasi bagi pengguna untuk terus menggunakan e-wallet saat berkunjung ke Floating Market Lembang. Semakin sering mereka bertransaksi, semakin besar pula poin yang mereka kumpulkan dan semakin eksklusif hadiah yang dapat mereka dapatkan.

#### 5. *Membangun Keterikatan dan Kesetiaan*

Melalui program loyalitas, Floating Market Lembang membangun keterikatan dan kesetiaan pengguna terhadap e-wallet dan destinasi wisata mereka. Pengguna akan merasa dihargai dan diberi penghargaan atas setiap transaksi yang mereka lakukan, meningkatkan keinginan mereka untuk terus berkunjung dan menggunakan e-wallet.

Dengan penerapan reward seperti program loyalitas ini, Floating Market Lembang dapat menciptakan lingkungan yang mendukung penggunaan e-wallet secara berkelanjutan. Pengguna akan merasa bahwa setiap transaksi mereka memiliki nilai tambah, yang dapat merangsang keterlibatan dan kesetiaan terhadap pasar terapung tersebut serta meningkatkan popularitas e-wallet di antara pengunjung.

Upaya dalam Meningkatkan jumlah pengunjung dengan menerapkan Strategi E Marketing dan E wallet Pada Wisata Floating Market Lembang Bandung.

Dengan merancang dan melaksanakan strategi dengan menggabungkan upaya e-marketing dan e-wallet, Floating Market Lembang dapat menciptakan strategi pemasaran yang holistik dan modern, yang tidak hanya menarik perhatian pengunjung potensial tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih praktis dan efisien bagi mereka. Dan Pada gilirannya, meningkatkan jumlah pengunjung yang berkunjung ke destinasi wisata floating market lembang tersebut.

Dalam meningkatkan pelaksanaan strategi e marketing dan e wallet di wisata floating market lembang perlu dilakukan beberapa upaya yang dianggap tepat dan benar. Upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung melalui Strategi E-Marketing dan E-Wallet di Floating Market Lembang Bandung yaitu :

##### 1. **Penggunaan E-Marketing :**

- **Kampanye Sosial Media:** Melakukan kampanye aktif di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter untuk meningkatkan eksposur dan interaksi dengan calon pengunjung. Berbagi konten menarik, foto, dan video akan menciptakan ketertarikan dan rasa ingin tahu tentang Floating Market Lembang.

- **Konten Digital:** Menciptakan konten digital yang informatif dan menghibur seperti blog, artikel, dan video yang menyoroti keunikan dan pengalaman di Floating Market Lembang. Hal ini dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas secara online.
- **Email Marketing:** Menggunakan kampanye email marketing untuk memberi tahu pelanggan yang sudah ada dan calon pengunjung tentang penawaran khusus, diskon, dan acara khusus di Floating Market Lembang. Kampanye ini dapat memberikan informasi langsung kepada pengguna yang telah menunjukkan minat sebelumnya.

## 2. Promosi E-Wallet :

- **Diskon Khusus untuk Pengguna E-Wallet:** Menawarkan insentif khusus seperti diskon atau cashback kepada pengunjung yang menggunakan e-wallet untuk pembayaran di Floating Market Lembang. Ini dapat mendorong adopsi e-wallet dan memberikan nilai tambah bagi pengguna.
- **Edukasi Pengguna:** Melakukan kampanye edukasi tentang manfaat menggunakan e-wallet di Floating Market Lembang. Memberikan informasi tentang kemudahan pembayaran, keamanan, dan insentif khusus yang diberikan kepada pengguna e-wallet.
- **Program Loyalitas E-Wallet:** Meluncurkan program loyalitas yang memberikan poin atau hadiah eksklusif bagi pengunjung yang menggunakan e-wallet secara berkelanjutan. Hal ini dapat meningkatkan retensi pengunjung dan mendorong mereka untuk kembali.

## 3. Kerjasama dengan Platform E-Commerce :

- **Kolaborasi dengan Aplikasi Perjalanan dan E-Commerce:** Menjalin kerjasama dengan platform e-commerce dan aplikasi perjalanan terkemuka. Floating Market Lembang dapat menawarkan paket promosi khusus atau diskon kepada pengguna platform tersebut, menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan.

## 4. Optimisasi Mesin Pencari (SEO) :

- **Meningkatkan Visibilitas Online:** Melakukan optimisasi mesin pencari (SEO) untuk memastikan bahwa Floating Market Lembang muncul di hasil pencarian terkait wisata di Bandung. Hal ini dapat membantu menarik perhatian calon pengunjung yang mencari destinasi wisata.

## 5. Analisis Data dan Pengukuran Kinerja:

- **Penggunaan Alat Analisis Data:** Menggunakan alat analisis data untuk memantau dan mengukur kinerja kampanye E-Marketing dan penggunaan E-Wallet. Data ini dapat memberikan wawasan tentang efektivitas strategi dan membantu dalam penyesuaian untuk meningkatkan hasil.

Dengan merancang dan melaksanakan strategi ini secara holistik, Floating Market Lembang dapat meningkatkan daya tariknya, memberikan pengalaman yang lebih modern bagi pengunjung, dan pada gilirannya, meningkatkan jumlah pengunjung yang berkunjung ke destinasi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, peneliti menemukan jika Destinasi wisata Floating Market Lembang Bandung Sudah

menerapkan strategi E Marketing yaitu *Banner Advertisement* (iklan melalui banner), *Sponsorship*, *Classified Listings* (daftar produk terklasifikasi), *Email Marketing* (pemasaran melalui email), *Partnership / Affiliate Marketing* (pemasaran metode afiliasi), *Search Engine Marketing* (pemasaran menggunakan mesin pencari), *Social Networking* (metode pemasaran menggunakan situs jejaring sosial dan strategi E walet ya dalam berbagai transaksi dengan tujuan untuk : Kemudahan, Keamanan, Benefit dan Reward sebagai upaya untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

## KESIMPULAN

Dalam upaya meningkatkan jumlah kunjungan Wisata Floating Market Lembang, diterapkan strategi E commerce dan E Wallet melalui pelaksanaan E-Commerce pada wisata floating market lembang dengan *Banner Advertisement* (iklan melalui banner) pada situs web resmi mereka atau situs-situs wisata lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian pengunjung potensial. Penerapannya dengan menampilkan banner ads yang berisi penawaran spesial, seperti diskon atau paket kunjungan, sebagai cara untuk mengundang minat pengunjung. Floating Market Lembang juga memiliki kesempatan untuk menjadi sponsor dalam acara atau konten digital yang memiliki kaitan dengan pariwisata atau kegiatan keluarga. Dengan menjadi sponsor, Floating Market Lembang dapat membantu membangun citra positif dan mencapai audiens yang lebih luas dan menarik minat orang. Floating Market Lembang menggunakan strategi *Classified Listings* (daftar produk terklasifikasi) melalui situs-situs wisata atau direktori pariwisata online. Dengan membuat daftar terklasifikasi, Floating Market Lembang dapat menyajikan informasi yang terstruktur mengenai fasilitas, kegiatan, dan penawaran khusus yang dapat dengan mudah diakses oleh calon pengunjung.

Floating Market Lembang menggunakan strategi *Email Marketing* untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan atau calon pengunjung. Dengan membuat kampanye email marketing, Floating Market Lembang dapat mengirimkan newsletter berkala yang berisi informasi yang relevan, seperti acara khusus, penawaran diskon, atau berita terbaru seputar destinasi wisata mereka. Floating Market Lembang menggunakan strategi *Partnership/Affiliate Marketing* dengan menjalin kemitraan dengan travel blogger atau influencer lokal yang memiliki audiens yang relevan. Blogger atau influencer tersebut kemudian dapat memberikan ulasan positif, membuat konten menarik, dan memberikan kode afiliasi kepada pengikutnya untuk memotivasi mereka mengunjungi Floating Market Lembang. Floating Market Lembang menggunakan strategi *Search Engine Marketing* (SEM) dengan meluncurkan kampanye iklan di mesin pencari seperti Google. Melalui Google Ads atau iklan di mesin pencari lainnya, Floating Market Lembang dapat meningkatkan visibilitasnya di hasil pencarian dan menargetkan pengguna yang mencari kata kunci terkait destinasi wisata mereka. Floating Market Lembang menggunakan strategi Social Networking dengan memanfaatkan platform sosial media seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Dengan aktif berkomunikasi melalui postingan, foto, video, dan interaksi langsung dengan pengikut, Floating Market Lembang dapat membangun komunitas online yang aktif dan terlibat.

Selain itu terdapat pelaksanaan E-Wallet pada wisata floating market lembang. Floating Market Lembang meningkatkan kemudahan penggunaan e-wallet dengan menyediakan aplikasi yang memiliki antarmuka pengguna yang



sederhana dan ramah pengguna. Aplikasi tersebut seharusnya dapat diunduh dan diakses dengan mudah oleh pengunjung melalui perangkat mobile mereka. Selain itu, antarmuka aplikasi harus didesain intuitif agar pengguna, termasuk yang tidak terbiasa dengan teknologi, dapat dengan cepat memahami cara menggunakannya. Untuk meningkatkan keamanan akun pengguna, Floating Market Lembang dapat menyediakan opsi otentikasi ganda. Misalnya, selain memasukkan kata sandi, pengguna dapat diminta untuk melakukan verifikasi tambahan melalui SMS, email, atau aplikasi otentikasi berbasis waktu. Hal ini membuat akun lebih sulit diakses oleh pihak yang tidak sah, bahkan jika kata sandi terungkap.

Floating Market Lembang juga memberikan benefit dalam penggunaan e-wallet berupa diskon khusus atau cashback, variasi manfaat dan stimulasi penggunaan aktif. Floating Market Lembang juga memberikan reward dalam penggunaan e-wallet berupa program loyalitas, mengumpulkan poin, hadiah eksklusif, inspirasi pengguna untuk penggunaan berkelanjutan dan membangun keterikatan dan kesetiaan.

Adapun upaya Meningkatkan Jumlah Pengunjung melalui Strategi E-Marketing dan E-Wallet di Floating Market Lembang Bandung yaitu penggunaan E-Marketing (kampanye sosial media, konten digital dan email marketing), promosi E-Wallet (diskon khusus untuk pengguna E-Wallet, edukasi pengguna dan program loyalitas E-Wallet), kerjasama dengan platform E-Commerce, optimisasi mesin pencari (SEO) serta analisis data dan pengukuran kinerja.

## REFERENSI

- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D. Jakarta: alfabeta.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Amstrong. 2004. Marketing Management, The Millenium Edition. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Mohammed, R., Fisher, R., Jaworski, B. & Paddison, G. 2003, Internet Marketing : Building Advantage in a Networked Economy, International Edition, 2nd edn, McGraw-Hill, New York.
- Megadewandanu, S., Suyoto, i& Pranowo. 2016. Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2. 2nd International Conference on Science Technology Engineering and Management, ICONSTEM 2016, (October), 11-16
- Dini Anvasa. 2021. Pengaruh digital marketing berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian kuliner di kawasan G-Walk Surabaya', Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 9(1), pp. 1097-1103
- Agung, Sri. 2016. Pemasaran Praktis, Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.
- Ratih, Andalusi. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus Pada PT. Laborindo Sarana Jakarta), Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Humaniora. 1(2)



Wiyono. 2016. Merancang Pnenelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS Dan Smart PLS. yogyakarta: STIM YKPN.