

## ABSTRAK

Desa Wisata Gerabah Penujak dulunya adalah sentra gerabah pertama dan tertua yang ada di Lombok. Dan pada masa jayanya wisatawan lokal maupun mancanegara banyak berkunjung dan membeli hasil kerajinan gerabah dari desa wisata Penujak ini, bahkan penjualan kerajinan gerabah desa Penujak sampai ke pasar mancanegara. Namun pada masa kini desa wisata gerabah Penujak terbilang mati suri, hal ini terjadi karena kurangnya strategi pemasaran yang dilakukan dalam mempromosikan desa wisata gerabah Penujak ini. Maka dari itu penelitian ini memiliki tujuan Mengetahui Strategi Pemasaran Digital dengan menggunakan *Business Model Canvas* di Desa Wisata Gerabah Penujak. Dengan metode penelitian deskriptif kualitatif yaitu bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan data aktual dan faktual yang terjadi dilokasi. Teknik pengumpulan data dengan observasi di Desa Wisata Gerabah Penujak, mewawancarai narasumber terkait, serta dokumentasi, lalu mendeskripsikannya kedalam alat analisis yang digunakan dalam penelitian, alat analisis yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai Analisis *Business Model Canvas (BMC)*. Berdasarkan dari data yang telah dikumpulkan, dianalisis, dan diolah dengan baik, Desa Wisata Gerabah Penujak sudah memiliki unsur kesembilan Blok dalam *Business Model Canvas* namun dalam pelaksanaannya Desa Wisata Gerabah belum memaksimalkan kesembilan dari unsur blok dalam *Business Model Canvas*

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran Digital, Desa Wisata, Desa Wisata Gerabah Penujak, *Business Model Canvas*

### **ABSTRACT**

*Penujak Pottery Tourism Village was once the first and oldest pottery center in Lombok. And in its heyday, many local and foreign tourists visited and bought pottery products from this Penujak tourist village, even selling pottery crafts from Penujak village to foreign markets. However, nowadays, Penujak pottery tourism village is considered suspended, due to the lack of a marketing strategy in promoting this Penujak pottery tourism village. Therefore, this research has the aim of Knowing Digital Marketing Strategies by using the Business Model Canvas in Penujak Pottery Tourism Village. With qualitative descriptive research methods to analyze and explain the actual and factual data that occurred at the location. The technique of collecting data is by observing in the Tourism Village of Penujak Pottery, interviewing related sources, as well as documentation, then describing it into the analytical tools used in the study, the analytical tool used by researchers is the Business Model Canvas (BMC) Analysis. Based on the data that has been collected, analyzed, and processed properly, the Penujak Pottery Tourism Village is no longer the ninth element of the Blocks in the Business Model Canvas but in practice the Pottery Tourism Village has not maximized the ninth ninth element of the Business Model Canvas.*

***Key word: Digital Marketing Strategy, Tourism Village, Penujak Pottery Tourism Village, Business Model Canvas***