

ABSTRAK

Laporan tugas akhir ini mencakup dua proyek utama, yaitu riset pemasaran dan strategi digitalisasi destinasi wisata budaya Keraton Kasepuhan Cirebon serta pengembangan startup Arsy Go yang bergerak di bidang tour and travel dan MICE (Meeting, Incentives, Conferences, Exhibitions) sebagai bagian dari COE Smart Tourism & Hospitality. Tujuan utama proyek pertama adalah meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas Keraton melalui strategi pemasaran digital, sedangkan proyek kedua bertujuan menciptakan platform layanan wisata terpadu yang relevan dengan kebutuhan pasar. Penulis melakukan pengumpulan data primer melalui survei dan wawancara dengan pengunjung dan masyarakat sekitar serta data sekunder dari referensi daring. Tools seperti Google Forms, Notion, dan Trello digunakan untuk pengumpulan data, pengelolaan proyek, dan kolaborasi tim. Analisis pasar dan kompetitor dilakukan untuk menentukan segmentasi, target pasar, dan positioning yang sesuai. Hasil akhir dari kegiatan ini berupa laporan strategi digital Keraton Kasepuhan yang digunakan tim pemasaran serta berdirinya PT Arsygo Jelajah Bestari yang siap beroperasi secara legal sebagai startup tour and travel berbasis riset pemasaran digital.

Kata Kunci: riset pemasaran, digitalisasi pariwisata, Keraton Kasepuhan, Arsy Go, strategi digital, smart tourism.