

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata sebagai kejadian di seluruh dunia yang terus berkembang, sudah menjadi elemen integral dan tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Menurut definisi Spillane (2015), pariwisata melibatkan perjalanan sementara, baik oleh individu maupun kelompok, dengan tujuan utama rekreasi atau liburan. Aktivitas pariwisata menjadi sebuah upaya untuk mencapai keseimbangan dan kesenangan yang diperoleh dari alam sekitar, mengakomodasi aspek sosial, budaya, lingkungan, dan pengetahuan. Untuk berperan sebagai sektor ekonomi yang memiliki dampak besar terhadap kesejahteraan masyarakat, industri pariwisata melibatkan berbagai macam bisnis, layanan, dan aktivitas terkait perjalanan, wisata, dan liburan. Perkembangan industri ini bukan hanya mencakup aspek ekonomi semata, tetapi juga melibatkan interaksi kompleks dengan beragam dimensi kehidupan masyarakat global.

Penting untuk diingat bahwa dalam evolusi pariwisata, aktivitas perjalanan tidak lagi dianggap hanya sebagai kegiatan liburan semata, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi yang signifikan dan penyatu berbagai aspek kehidupan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang pariwisata tidak hanya mencakup tujuan rekreasi semata, tetapi juga menjangkau aspek budaya, sosial, lingkungan, dan ilmu pengetahuan. Dalam konteks ini, pariwisata bukan hanya sebagai sebuah perjalanan, tetapi juga sebagai sarana untuk menjelajahi dan memahami berbagai dimensi kehidupan di berbagai belahan dunia. Seiring dengan peran ekonominya, pariwisata membuka pintu untuk berbagai peluang dalam hal pengembangan

budaya, pertukaran sosial, pemahaman alam, dan peningkatan ilmu pengetahuan. Dengan pemahaman yang lebih luas tentang pariwisata, masyarakat modern dapat lebih mendalam memahami implikasi dari fenomena global ini. Pariwisata tidak hanya menjadi pendorong ekonomi, tetapi juga menjadi cermin dari kekayaan dan keberagaman kehidupan di berbagai destinasi. Oleh karena itu, perjalanan dan aktivitas pariwisata memiliki dampak jangka panjang yang melebihi sekadar pengalaman liburan, melibatkan interaksi yang kompleks antara individu, masyarakat lokal, dan lingkungan global.

Dalam konteks industri pariwisata, akomodasi memiliki peran sentral sebagai elemen penunjang pengalaman wisatawan. Ragam akomodasi, mulai dari hotel dan villa hingga *homestay*, mencerminkan pilihan yang beragam sesuai dengan preferensi dan tujuan perjalanan para pelancong. *Homestay*, sebagai bentuk akomodasi yang unik, menawarkan pengalaman mendalam dengan memungkinkan wisatawan merasakan kehidupan sehari-hari keluarga atau masyarakat setempat (ASEAN *Tourism Standards*, 2007). Keunikan ini menciptakan suasana yang lebih personal dan autentik, memberikan dimensi berbeda pada pengalaman menginap dibandingkan dengan akomodasi konvensional.

Dalam konteks *homestay*, istilah ini merujuk pada sebuah bangunan rumah yang dimiliki oleh perorangan dan disewakan sebagai tempat penginapan bagi mereka yang membutuhkan (Ames Boston, 2021). Konsep ini melibatkan penyewaan ruang tinggal dalam rumah pribadi, menawarkan pengalaman menginap yang lebih intimate dan personal. *Homestay* bukan sekadar tempat bermalam, melainkan juga menjadi sarana yang membuka kesempatan bagi para wisatawan untuk merasakan dan terlibat dalam keseharian keluarga atau masyarakat setempat

(*ASEAN Tourism Standards, 2007*).

Dengan demikian, *homestay* menjadi daya tarik wisata di suatu daerah, menyajikan kepada wisatawan kesempatan unik untuk melibatkan diri dalam kehidupan lokal dan merasakan atmosfer autentik yang sulit ditemukan di tempat penginapan lain. Hal ini sejalan dengan standar pariwisata *ASEAN* tahun 2007 yang menegaskan pentingnya *homestay* dalam memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan memberdayakan komunitas lokal.

Di tengah keberagaman *homestay* di seluruh dunia, beberapa di antaranya terletak di daerah yang sangat menarik bagi wisatawan, seperti di Bali, Indonesia. Salah satu contohnya adalah *homestay* di daerah Munduk, yang dikenal dengan keindahan alamnya. One Homestay merupakan salah satu *homestay* di Munduk yang menawarkan suasana yang unik dan tenang, terletak dekat dengan pegunungan dan persawahan hijau. Keberadaan *homestay* seperti One Homestay di Munduk turut memperkaya pengalaman wisatawan dengan memberikan nuansa keseharian dan keaslian yang menjadi ciri khas *homestay*.

Dengan memahami esensi *homestay* sebagai bentuk akomodasi yang lebih interaktif dan *personal*, *homestay* bukan hanya menjadi tempat tinggal sementara tetapi juga menjadi representasi keanekaragaman budaya dan kehidupan lokal suatu daerah. Dalam konteks strategi pemasaran digital *homestay*, penting untuk secara efektif mengkomunikasikan nilai-nilai unik ini kepada calon tamu, menjadikan *homestay* sebagai pilihan yang menarik dan bermakna dalam perjalanan mereka.

One Homestay Munduk telah aktif berpartisipasi dalam platform pencarian populer seperti *booking.com*, namun *homestay* ini masih menghadapi tantangan dalam merumuskan strategi pemasaran digital yang optimal. Kendala utamanya

terletak pada kekurangan sumber daya manusia yang mampu mengelola pemasaran digital dengan efisiensi. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya optimalisasi pada situs web dengan mengimplementasikan kata kunci yang relevan dan menyediakan konten berkualitas. Seiring itu, pemanfaatan media sosial seperti Instagram menjadi bagian integral dari strategi untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik *homestay*.

Di tengah zaman digital yang terus maju, taktik pemasaran digital menjadi kunci keberhasilan bisnis, termasuk *homestay*. *Digital marketing* atau *internet marketing* melibatkan pemanfaatan data dan perangkat lunak elektronik untuk merencanakan., pelaksanaan ide, penyebaran, promosi, dan penentuan harga (Untari & Fajariana, 2018). Keunggulan dari strategi pemasaran digital terletak pada kemampuannya menjangkau audiens secara luas dan terdiversifikasi secara global.

One Homestay dapat meningkatkan visibilitas, menarik calon tamu, dan memperluas jangkauan bisnis mereka dengan mengadopsi pendekatan pemasaran digital yang lebih holistik. Meskipun *homestay* ini telah menggunakan mesin pencari seperti *booking.com* masih terdapat potensi yang belum dimaksimalkan, terutama dalam pemasaran melalui media sosial seperti Instagram. Oleh karena itu, strategi pemasaran digital yang lebih terintegrasi dan fokus pada media sosial dapat menjadi kunci untuk mengoptimalkan potensi penuh *homestay* ini dalam mendapatkan perhatian dan minat dari calon tamu di era digital ini.

Kurangnya strategi pemasaran digital di One Homestay berdampak signifikan pada tingkat hunian dan ketidakstabilan pendapatan. Faktor-faktor seperti perubahan konstan dalam algoritma media sosial, persaingan yang semakin ketat,

dan pergeseran tren konsumen menuntut pengembangan strategi pemasaran digital yang dinamis. Dalam menghadapi dinamika tersebut, sangat penting bagi One Homestay untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang tepat. Hal ini tidak hanya akan membantu *homestay* mencapai tujuan pemasaran mereka, namun juga meningkatkan pendapatan secara keseluruhan, serta membangun keunggulan kompetitif di dalam pasar yang semakin terdigitalisasi.

Keuntungan pemasaran digital, seperti kemampuan penargetan yang dapat diatur, hasil yang dapat dilihat dengan cepat, biaya yang lebih rendah, jangkauan yang lebih luas, dan fleksibilitas waktu yang tinggi, telah membawa dampak positif yang signifikan bagi One Homestay. Oleh karena itu, melakukan penelitian lebih lanjut tentang pemasaran digital di One Homestay menjadi suatu kebutuhan yang sangat relevan. Penelitian ini akan membantu *homestay* memahami lebih dalam potensi yang dimiliki dan mengidentifikasi tantangan yang perlu diatasi dalam menghadapi dinamika era digital yang terus berkembang. Dengan pemahaman yang lebih mendalam, *homestay* dapat lebih efektif mengoptimalkan strategi pemasaran digitalnya untuk tetap bersaing dan memenuhi ekspektasi konsumen dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut

1. Adanya tantangan pemilik one homestay dalam mempromosikan dan meningkatkan pendapatan.
2. Pengelolaan media social di one homestay belum maksimal dan terstruktur

sehingga promosi belum maksimal

1.3 Pembatasan masalah

Penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran digital di one homestay dan kendala yang di hadapi one homestay dalam mempromosikan dan meningkatkan pendapatan.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apa tantangan yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital one homestay?
2. Bagaimana strategi pemasaran digital dalam peningkatan pendapatan one homestay?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital One Homestay. Dalam penelitian ini, akan dilakukan analisis mendalam tentang kendala dan hambatan yang mungkin dihadapi One Homestay dalam menerapkan strategi pemasaran digital.
2. Untuk mengidentifikasi bagaimana strategi pemasaran digital dapat meningkatkan pendapatan One Homestay. Dengan memahami strategi pemasaran digital yang paling efektif, One Homestay dapat mengoptimalkan upaya mereka untuk mencapai tujuan pendapatan yang lebih tinggi.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Membantu mengidentifikasi tantangan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital One Homestay. Dalam penelitian ini akan diidentifikasi berbagai tantangan seperti kurangnya sumber daya manusia dan keahlian

teknis, persaingan yang ketat, perubahan tren dalam perilaku konsumen. Dengan mengetahui tantangan ini, One Homestay dapat merencanakan strategi penyelesaian yang efektif dalam mengatasi kendala yang ada dengan lebih baik. One Homestay dapat mengimplementasikan strategi pemasaran digital mereka dengan dengan lebih sukses dan mencapai hasil yang lebih baik dalam meningkatkan pendapatan mereka.

2. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana strategi pemasaran digital dapat meningkatkan pendapatan One Homestay. Dengan memahami strategi-strategi yang efektif, One Homestay dapat mengoptimalkan upaya pemasaran digital mereka untuk menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. Penelitian ini akan memberikan pemahaman mengenai bagaimana menggunakan media sosial, optimasi mesin pencari, kampanye email, dan strategi pemasaran digital lainnya untuk menarik minat calon tamu, meningkatkan visibilitas, dan mendorong mereka untuk memesan di One Homestay.

1.6.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini akan memberikan sumbangan teoritis dalam bidang pemasaran digital, khususnya dalam konteks industri perhotelan dan *homestay*. Dengan mempelajari strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan pendapatan One Homestay, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai bagaimana penerapan strategi ini dapat berdampak pada keberhasilan bisnis. Temuan penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan teori baru atau pengujian ulang teori-teori yang ada dalam konteks pemasaran digital.

2. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan baru tentang pengaruh strategi pemasaran digital terhadap perilaku konsumen dalam industri perhotelan. Dengan mempelajari bagaimana strategi pemasaran digital dapat menarik minat calon tamu dan mendorong mereka untuk memesan di One Homestay, penelitian ini dapat membantu memperkaya wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen ketika memilih akomodasi. Hal ini dapat berkontribusi pada pengembangan teori perilaku konsumen dan memperluas pemahaman kita tentang bagaimana media digital memengaruhi keputusan pembelian.
3. Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi pemilik bisnis *homestay* dan industri perhotelan dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital. Dengan memahami strategi-strategi yang efektif dan tantangan yang mungkin dihadapi, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga dalam memaksimalkan potensi pemasaran digital mereka. Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis tentang bagaimana mengoptimalkan penggunaan media sosial, mengelola email, dan mengatasi kendala yang mungkin muncul dalam implementasi strategi pemasaran digital.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan panduan yang konkret dan aplikatif bagi One Homestay dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif. Dengan mempelajari strategi-strategi yang telah terbukti berhasil, One Homestay dapat mengadopsi praktik-praktik terbaik ini ke dalam strategi pemasaran mereka. Penelitian ini akan memberikan panduan secara bertahap tentang

cara memanfaatkan media sosial, optimasi mesin pencari, email, dan strategi pemasaran digital lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan menarik minat calon tamu. Hal ini akan membantu One Homestay untuk mengoptimalkan upaya pemasaran mereka dan meningkatkan pendapatan.

2. Membantu One Homestay dalam mengatasi tantangan yang mungkin dihadapi dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital. Dalam penelitian ini, tantangan-tantangan seperti kurangnya pemahaman tentang platform media sosial, kurangnya sumber daya manusia dan keahlian teknis, dan persaingan yang ketat akan diidentifikasi. Dengan mengetahui tantangan-tantangan ini, One Homestay dapat merancang strategi penyelesaian yang sesuai. Penelitian ini akan memberikan saran praktis tentang bagaimana mengatasi kendala yang mungkin muncul dalam implementasi strategi pemasaran digital, sehingga One Homestay dapat menghadapi tantangan dengan lebih baik dan mencapai hasil yang optimal.
3. Memberikan manfaat praktis bagi pemilik bisnis homestay lainnya yang ingin meningkatkan pendapatan mereka melalui strategi pemasaran digital. Temuan penelitian ini dapat memberikan pemahaman berharga mengenai praktik yang efektif dalam pemasaran digital, yang dapat diadopsi oleh homestay lain untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik. Dengan mengikuti panduan yang diberikan, pemilik bisnis homestay dapat mengoptimalkan upaya pemasaran mereka dan mencapai hasil yang optimal dalam meningkatkan pendapatan.