

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata di Bali sudah memberikan dampak yang signifikan pada sektor pariwisata di Indonesia. Menurut data dari BPS Provinsi Bali, pada Desember 2023 terhitung sejumlah 481.646 kunjungan, naik 19,47 % dari pada bulan sebelumnya yakni sejumlah 403.154 kunjungan (Badan Pusat Statistik, 2023). Wisatawan yang datang ke Bali akan memilih menginap dan tinggal di daerah di Bali yang salah satunya ialah Desa Munduk.

Munduk adalah sebuah destinasi wisata yang terletak di daerah pegunungan utara Bali tepatnya di Kabupaten Buleleng. Daerah ini dikenal dengan keindahan alamnya yang memukau, termasuk sawah terasering, air terjun, dan kebun kopi. Selain itu juga terdapat keberagaman budaya dan tradisi lokal seperti megangsing dan nyakan diwang pada saat hari raya Nyepi yang menambah daya ketertarikan untuk pengunjung yang mencari keindahan secara autentik (Awanita, 2020). Tidak terdapat gedung tinggi, tidak ada suara motor yang bising, serta tidak ada polusi udara (Rosalina, 2018). Hawa sejuk membuat pengunjung nyaman. Munduk telah menjadi tujuan favorit bagi wisatawan yang mencari pengalaman alam yang eksotis dan ketenangan. Seiring dengan perkembangan pariwisata di Bali, Munduk mengalami peningkatan kunjungan wisatawan selama beberapa tahun terakhir. Hal ini

yang menyebabkan banyak bermunculan villa dan penginapan di Desa Munduk.

Gangga *Homestay* adalah salah satu akomodasi yang populer di Desa Munduk. Hal ini dibuktikan pada booking.com, Gangga Homestay memiliki predikat luar biasa dengan skor 9,4. *Homestay* ini memiliki karakteristik unik, seperti lokasinya yang terpencil, desain bangunan semi tradisional, dan suasana yang tenang. Gangga *Homestay* menyediakan kamar-kamar yang nyaman dan pemandangan sawah yang indah, menjadikannya pilihan yang menarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman menginap berdampingan dengan kehidupan sehari-hari warga di Desa Munduk.

Meskipun Gangga *Homestay* Munduk memiliki potensi besar, pemilik akomodasi sering menghadapi tantangan dalam mempromosikan dan menjual kamar-kamar mereka. Persaingan yang ketat antara akomodasi serupa, perubahan perilaku wisatawan, dan dampak pandemi COVID-19 telah mempengaruhi bisnis akomodasi di seluruh dunia, termasuk Gangga *Homestay*. Beberapa pelaku usaha di bidang pariwisata memanfaatkan perkembangan teknologi sebagai media promosi. Perkembangan era digital di Indonesia terus berlangsung dan mengalami kemajuan yang pesat. Era digital adalah zaman dimana kehidupan manusia sudah mengikuti perkembangan teknologi yang semakin pesat. Banyak teknologi terus berkembang ke arah yang baik. Berkembangnya era digitalisasi telah merajai berbagai sektor kehidupan masyarakat Indonesia, seperti pertanian, perikanan, UMKM, sektor industri, pelayanan komunikasi, sekolah, layanan *e-commerce*, dan kegiatan lainnya.

Dari hasil survei APJII, di Indonesia yang menggunakan internet ialah 215,63 juta di tahun 2022-2023. Jumlah itu naik 2,67% daripada tahun 2021 yang sejumlah 210,03 juta pemakai. Jumlah yang menggunakan internet itu sama dengan 78,19% dari jumlah populasi yang ada di Indonesia yakni sejumlah 275,77 juta orang (Muktamar & Syahida, 2023). Selain mempengaruhi industri pakaian dan makanan, perkembangan era digital juga mempengaruhi industri akomodasi.

Industri akomodasi di era modern ini semakin kompetitif terutama dengan munculnya berbagai pilihan seperti hotel, villa, dan homestay. Oleh karena itu, strategi pemasaran digital menjadi kunci untuk membedakan dari pesaing, menarik perhatian target pasar, dan meningkatkan tingkat reservasi pada suatu penginapan (Mulyana dan Rahardian, 2020). Perkembangan era digital di Indonesia telah memberikan dampak yang signifikan pada pemasaran digital. Pemasaran sekarang telah berpindah dari cara pemasaran tradisional beralih ke pemasaran digital, yang mana perdagangan telah sampai pada hitungan detik sebab semua jenis transaksi dilaksanakan dengan online melalui internet.

Digital marketing menjadi tren baru dikarenakan meningkatnya penggunaan media digital oleh konsumen. Ada beberapa manfaat *digital marketing* bagi bisnis, antara lain: biaya promosi hemat, jangkauan target pasar yang luas, menaikkan penjualan, membentuk hubungan dengan konsumen, memudahkan pengumpulan data serta evaluasi strategi (Mumuh, 2022). Selain itu, *digital marketing* juga membantu bisnis untuk menambah jangkauan yang luas daripada lewat metode tradisional. *Digital marketing* juga lebih hemat biaya, serta membuat bisnis lebih kompetitif. Oleh karena itu,

penerapan *digital marketing* sangat penting bagi bisnis di era digitalisasi saat ini. Pemasaran digital telah menjadi elemen kunci dalam upaya meningkatkan penjualan dan meraih kesuksesan dalam industri akomodasi.

Perkembangan teknologi, terutama peningkatan akses internet dan penggunaan gadget, telah membuka peluang besar dalam pemanfaatan digital marketing. Wisatawan cenderung mencari informasi melalui internet dan media sosial sebelum membuat keputusan perjalanan, sehingga kehadiran *digital marketing* *Gangga Homestay* menjadi krusial. *Gangga Homestay* membangun kesadaran merek (*brand awareness*) melalui platform digital misalnya situs web resmi, *Instagram*, *Facebook*, serta aplikasi perjalanan. Setelah melakukan observasi, adanya *online presence* yang kuat menjadikan *Gangga Homestay* dapat lebih mudah diakses oleh calon wisatawan dan menjadi pilihan utama dalam rencana perjalanan mereka.

Melalui pemasaran digital, *homestay* seperti *Gangga Homestay* dapat lebih mudah mencapai konsumen yaitu wisatawan mancanegara yang lebih luas, berinteraksi dengan calon tamu, dan mempromosikan tawaran mereka dengan lebih efektif. Pemasaran digital mencakup berbagai strategi, seperti situs web, media sosial, kampanye iklan online, dan manajemen ulasan online. Penggunaan *digital marketing* dalam promosi *Gangga Homestay* memiliki peran penting meningkatkan penjualan kamar. Beberapa penelitian terdahulu juga menyebutkan *digital marketing* pada pemesanan kamar hotel sangat memiliki peran besar dikarenakan subjek penelitian ingin mencari tau mengenai fasilitas hotel yang diberikan melalui media sosial dengan melihat foto fasilitas yang diberikan melalui internet (Faradila, 2023) dan penggunaan

digital marketing lewat *instagram* dan *online travel agent* mempengaruhi volume penjualan kamar sebesar 67,4 % (Sari dan Suhardi, 2023).

Penggunaan *instagram* dan *online travel agent* sebagai media promosi di *Gangga homestay* memiliki kelebihan yaitu pengelola dapat membuat konten yang menarik disertai video tentang fasilitas dan suasana di *Gangga homestay* serta dapat terus memperbaharui informasi. Namun permasalahan penggunaan *digital marketing* untuk promosi di *Gangga Homestay* adalah pengelolaan media yang belum terstruktur dan jarang dilakukan pembaharuan aktivitas di *instagram* dan di *online travel agent*. Hal ini yang harus segera ditangani untuk memperluas jangkauan promosi dan menarik para turis untuk menginap di *Gangga Homestay*.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Dari latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan, maka identifikasi permasalahan penelitian ini ialah:

1. Adanya tantangan pemilik akomodasi penginapan di Desa Munduk terutama *Gangga Homestay* dalam mempromosikan dan menjual kamar.
2. Pengelolaan media promosi di *Gangga Homestay* belum terstruktur sehingga aktivitas promosi belum maksimal.

1.3 Pembatasan Masalah Penelitian

Penelitian ini memfokuskan pada strategi pemanfaatan *digital marketing* oleh Gangga *Homestay* dan kendala yang dihadapi Gangga *Homestay* dalam pemanfaatan *digital marketing* untuk promosi penginapannya.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Dari hasil latar belakang serta identifikasi permasalahan tersebut maka masalah yang dapat dianalisis pada penelitian ini ialah:

1. Bagaimana strategi pemanfaatan *digital marketing* di Gangga *Homestay*?
2. Apa sajakah kendala dalam pemanfaatan *digital marketing* di Gangga *Homestay*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Mengidentifikasi strategi pemanfaatan *digital marketing* di Gangga *Homestay*.
2. Mengidentifikasi kendala dalam pemanfaatan *digital marketing* di Gangga *Homestay*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan bisa mendukung serta membantu teori yang berhubungan dengan cara implementasi *digital marketing* yang akan bisa menaikkan penjualan kamar dan bisa dijadikan untuk menambah bahan referensi.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari hasil penelitian ialah.

1. Bagi peneliti

Bisa dipergunakan guna melihat peran digital marketing untuk menaikkan penjualan kamar.

2. Bagi Lembaga

Diharapkan bisa memiliki manfaat untuk penelitian berikutnya yang sama dengan tujuan untuk memperbaiki keterbatasan serta kekurangan penelitian.

3. Bagi Perusahaan

Bisa dijadikan acuan guna menaikkan implementasi digital marketing untuk menaikkan penjualan kamar.

