

SKRIPSI

STRATEGI *E-MARKETING* INOVASI BISNIS AKOMODASI
BERBASIS *SHARING ECONOMY* PADA *AIRBNB*
DI PULAU NUSA PENIDA



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh:

I NYOMAN MOKOH WIJAYA
NIM: 2315764008

JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

SKRIPSI

**STRATEGI *E-MARKETING* INOVASI BISNIS AKOMODASI
BERBASIS *SHARING ECONOMY* PADA *AIRBNB*
DI PULAU NUSA PENIDA**



POLITEKNIK NEGERI BALI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024

LEMBAR PERSETUJUAN

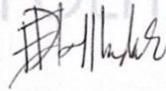
PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Strategi *E-Marketing* Inovasi Bisnis Akomodasi Berbasis *Sharing Economy* pada *Airbnb* di Pulau Nusa Penida
2. Penulis
 - a. Nama : I Nyoman Mokoh Wijaya
 - b. NIM : 2315764008
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 15 Agustus 2024

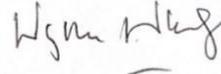
Menyetujui:

Pembimbing I



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D,
NIP. 196409291990032003

Pembimbing II



I Wayan Wirga, SE., M.M,
NIP. 196107261988111001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI
STRATEGI *E-MARKETING* INOVASI BISNIS AKOMODASI
BERBASIS *SHARING ECONOMY* PADA *AIRBNB*
DI PULAU NUSA PENIDA

Oleh:

I NYOMAN MOKOH WIJAYA
Nim :2315764008

Disahkan:

Ketua Penguji


Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D,
NIP. 196409291990032003

Penguji I


Drs. I Gusti Ngurah Sanjaya, MM
NIP. 196508141990031014

Penguji II


I Komang Mahayana Putra, SE., MM
NIP. 96310171990031003

Mengetahui
Jurusan Administrasi Bisnis
Ketua


Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D,
NIP. 96409291990032003

Badung, 15 Agustus 2024
Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua


Ketut Vini Elfaroza, SE., MM.
NIP.197612032008122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

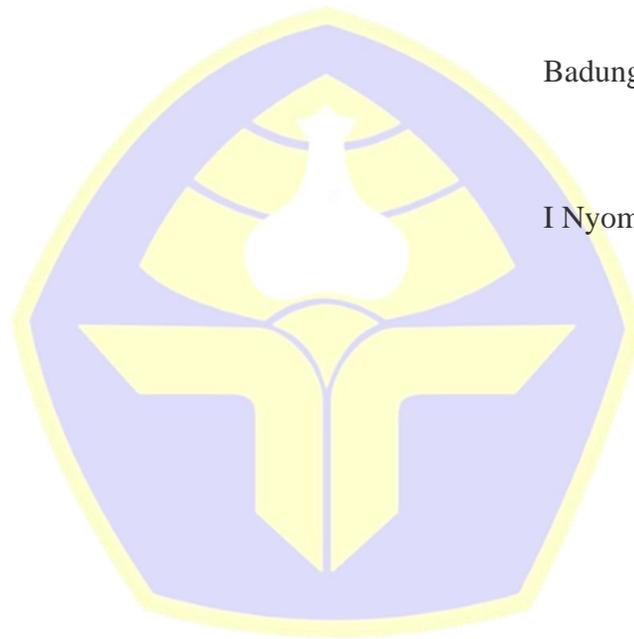
Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Strategi *E-Marketing* Inovasi Bisnis Akomodasi Berbasis *Sharing Economy* pada *Airbnb* di Pulau Nusa Penida” tepat pada waktunya. Maka penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, saudara dan keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan moril, nasehat dan doa untuk kesuksesan penulis.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran, memberikan motivasi serta memberikan petunjuk selama penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tepat waktu.
3. Bapak I Wayan Wirga, SE., MBA, selaku Dosen Pembimbing II yang juga membimbing penulis dengan sabar, memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Rekan-rekan terdekat penulis, serta teman-teman D4 RPL MBI yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas dukungan, motivasi kesetiaan selama penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini akan lebih sempurna jika mendapatkan masukan dari para pembaca, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi tercapainya kesempurnaan dalam skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi nyata bagi perkembangan dunia industri dan ilmu pengetahuan kedepannya.

Badung, 15 Agustus 2024

I Nyoman Mokoh Wijaya



POLITEKNIK NEGERI BALI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Nyoman Mokoh Wijaya
NIM : 2315764008
Prodi/Jurusan : Manajemen Bisnis Internasional

Dengan ini menyatakan bahwa naskah SKRIPSI saya dengan judul:

"Strategi *E-Marketing* Inovasi Bisnis Akomodasi Berbasis *Sharing Economy* Pada *Airbnb* Di Pulau Nusa Penida"

adalah memang benar asli karya saya. Dengan ini saya juga menyatakan bahwa dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah SKRIPSI ini dan disebutkan pada daftar pustaka.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan menerima sanksi akademis dalam bentuk apapun.

Badung, 15 Agustus 2024
Yang menyatakan,



I Nyoman Mokoh Wijaya
NIM. 2315764008

POLITEKNIK NEGERI DALI

STRATEGI *E-MARKETING* INOVASI BISNIS AKOMODASI
BERBASIS *SHARING ECONOMY* PADA *AIRBNB*
DI PULAU NUSA PENIDA

I Nyoman Mokoh Wijaya
NIM: 2315764008
ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada komunitas pengelola layanan akomodasi pada situs *Airbnb*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisa strategi *E-marketing* inovasi bisnis akomodasi berbasis *sharing economy* pada *Airbnb* di Pulau Nusa Penida. Penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan jumlah pemesanan akomodasi yang berdampak pada penghasilan sebagai *Host* melalui situs *Airbnb*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dimana data dikumpulkan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Penentuan faktor internal dan eksternal dengan menggunakan matriks IFAS dan EFAS untuk mengetahui posisi situs *Airbnb* dan analisis SWOT yang dipergunakan untuk menganalisa strategi alternatif. Berdasarkan metode yang digunakan dapat diketahui posisi situs *Airbnb* berada pada sel V dan strategi yang dapat digunakan oleh komunitas pengelola layanan akomodasi pada situs *Airbnb* di Pulau Nusa Penida adalah memanfaatkan faktor kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh situs *Airbnb*, meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh situs *Airbnb*.

Kata Kunci: *E-marketing*, *Sharing economy*, Analisis SWOT, *Airbnb*

E- MARKETING STRATEGY ACCOMMODATION
BUSSINESS INNOVATION BASED ON SHARING ECONOMY
ON AIRBNB IN PULAU NUSA PENIDA

I Nyoman Mokoh Wijaya
NIM: 2315764008

ABSTRACT

This research was conducted on the accommodation service management community on Airbnb site which aims to analyze e-marketing strategy based on sharing economy on Airbnb in Pulau Nusa Penida to increase the number of accommodation bookings through Airbnb site. The research is a qualitative descriptive research, where data is collected by interview, observation, documentation and questionare. Determination of internal and external factors using IFAS and EFAS matrices to find out the position of Airbnb site and SWOT analysis used to analyse alternative strategies. Based on the method used, it is known the position of the Airbnb site is on cell V and the strategy that can be used by the accommodation service management community on Airbnb site in Nusa Penida is to utilize the strengths and opportunities factors owned by Airbnb site, minimize weakness and avoid threats to utilize the strengths and opportunities owned by Airbnb site.

Keywords: E-Marketing, Sharing Economy, SWOT Analysis, Airbnb Site

POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

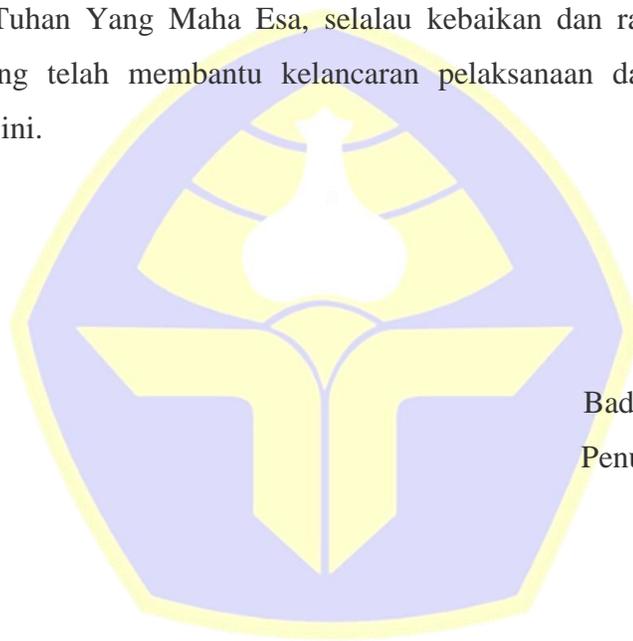
Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penelitian yang berjudul “Strategi *E-Marketing* Inovasi Bisnis Akomodasi Berbasis *Sharing Economy* pada *Airbnb* di Pulau Nusa Penida” akhirnya dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat dalam jangka waktu yang telah ditetapkan. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk melengkapi tugas dan syarat lulus sarjana pada Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.

Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah turut secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M. eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan arahan selama menuntut ilmu di Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali dan sekaligus selaku pembimbing skripsi yang memberikan pengarahan, petunjuk serta saran dalam proses penyusunan skripsi.
3. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak., M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bimbingan dan bantuan selama mengikuti proses perkuliahan di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali.
4. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.
5. Bapak I Wayan Wirga, SE., MBA, selaku pembimbing skripsi yang memberikan pengarahan, petunjuk serta saran dalam proses penyusunan skripsi.

6. Seluruh teman-teman para pengelola dan penyedia akomodasi di Pulau Nusa Penida yang tidak dapat disebutkan secara eksplisit oleh penulis, yang sudah membantu dalam pengumpulan data dalam penyusunan penelitian ini.
7. Seluruh Dosen dan teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, dorongan dan semangat pada Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali

Semoga Tuhan Yang Maha Esa, selalau kebaikan dan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran pelaksanaan dalam penyelesaian usulan penelitian ini.



Badung, Agustus 2024
Penulis

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR ISI

SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Telaah Teori.....	18
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	19
2.1.2 E-marketing	23
2.1.4 Akomodasi	31
2.1.5 Online Travel Agent (OTA).....	33
2.1.6 Situs Airbnb	34
2.1.7 Analisis Strength, Weaknes, Opportunity, Threat (SWOT)	35
2.2 Penelitian Sebelumnya	39
2.3 Kerangka Teoritis	44

BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Dan Sumber Data.....	47
3.1.1 Jenis Data.....	47
3.1.2 Sumber Data	48
3.2 Teknik Pengumpulan Data	50
3.2.1 Observasi	51
3.2.2 Wawancara.....	53
3.2.3 Dokumentasi.....	55
3.2.4 Kuesioner	57
3.3 Metode Analisis Data	57
3.3.1 Analisis Matriks IFAS dan EFAS	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	68
4.1.1 Sejarah <i>Airbnb</i>	69
4.1.2 Struktur Organisasi	71
4.1.3 Bidang Usaha	72
4.2 Hasil Analisis Dan Pembahasan	75
4.2.1 Analisis Faktor Internal.....	76
4.2.2 Rating Faktor Internal.....	83
4.2.3 Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS).....	89
4.2.4 Analisis Faktor Eksternal.....	91
4.2.5 Pembobotan Faktor Eksternal	92
4.2.6 Rating Faktor Eksternal.....	97
4.2.7 Matriks External Factor Analysis Summary (EFAS)	103
4.2.9 Strategi Alternatif Pemasaran Akomodasi pada Situs Airbnb	107
4.3 Implikasi Hasil Penelitian.....	116
4.3.1 Implikasi Teoritis.....	117
4.3.2 Implikasi Praktis.....	117
BAB V SIMPULAN	119
5.1 Simpulan.....	119
5.1.1 Faktor Internal – Kekuatan, Kelemahan dan Faktor Eksternal- Peluang dan Ancaman Pada Situs <i>Aibnb</i>	119
5.1.2 Strategi yang Sebaiknya Diterapkan.	121
5.2 Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 JUMLAH PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA	2
Tabel 1. 2 JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE NUSA PENIDA.....	5
Tabel 2 1 DIFINISI SHARING ECONOMY	26
Tabel 2 2 DIAGRAM MATRIKS SWOT	38
Tabel 3. 1 MATRIKS IFAS (INTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY)	61
Tabel 3. 2 MATRIKS IFAS (INTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY)	63
Tabel 3. 3 MATRIKS IE	63
Tabel 3. 4 MATRIKS SWOT	65
Tabel 4. 1 BOBOT FAKTOR INTERNAL	78
Tabel 4. 2 RATING FAKTOR INTERNAL.....	84
Tabel 4. 3 RATING FAKTOR INTERNAL.....	90
Tabel 4. 4 BOBOT FAKTOR EKSTERNAL.....	92
Tabel 4. 5 RATING FAKTOR EKSTERNAL	97
Tabel 4. 6 EXTERNAL FACTOR ANALYSIS SUMMARY (EFAS).....	104
Tabel 4. 7 DIAGRAM MATRIKS SWOT	109

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Sebaran Akomodasi pada Situs Airbnb di Nusa Penida	6
Gambar 1 2 Akomodasi Pada Situs Airbnb Di Nusa Penida	8
Gambar 2 1 kerangka teoritis	46
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Airbnb	71
Gambar 4 2 Hasil Evaluasi Faktor Internal dan External dalam Matrik IE	106

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Bobot Internal Situs Airbnb	128
Lampiran 2 Hasil Bobot Internal Situs Airbnb	129
Lampiran 3 Hasil Rating Faktor Internal Situs Airbnb.....	130
Lampiran 4 Hasil Rating Faktor Eksternal Situs Airbnb	131
Lampiran 5 Internal Factor Analysis Summary (IFAS) Situs Airbnb	132
Lampiran 6 External Factor Analysis Summary (EFAS) Situs Airbnb	133
Lampiran 7 Lembar Kuesioner	134
Lampiran 8 Lembar Kuesioner	135
Lampiran 9 Gangguan Secara Online pada Situs Airbnb	136
Lampiran 10 Fitur pada Situs Airbnb.....	136
Lampiran 11 Pengelolaan Pemesanan Akomodasi pada Situs Airbnb Secara Online	137

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekarang ini perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang sangat cepat telah menyebabkan perubahan dan pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan manusia (Bangun, 2023). Dari beberapa jenis teknologi seperti *Internet of Things* (IoT) dan *big data & advance analytic* banyak digunakan di berbagai bidang (Bangun, 2023). *Internet of Things* (IoT) menyajikan informasi tentang metode yang memberikan rangkaian koneksi yang baik, membentuk konsep tentang siapa saja, bisa apa saja, kapan saja, di mana saja, segala jenis layanan, serta jaringan apa pun yang didirikan untuk sebuah strategi (Wibowo, 2023). IoT harus dapat berbagi data di berbagai jaringan dan dengan berbagai pemangku kepentingan (Wibowo, 2023).

Revolusi industri keempat diantisipasi akan didorong oleh berbagai teknologi kontemporer, termasuk jaringan komunikasi (5G, misalnya), robot cerdas, dan *Internet of Things* (IoT). Dengan memungkinkan komunikasi tanpa batas di antara mereka, *IoT* menghubungkan banyak objek, individu, proses, dan data (Prawiyogi & Anwar, 2023).

Tabel 1. 1 JUMLAH PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA

Periode tahun		
2021 - 2022	2022 - 2023	2023 - 2024
210.030.000	215.630.000	221.563.479

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Berdasarkan Tabel 1.1 menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa pada periode tahun 2023-2024. Jumlah pengguna internet ini dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia di tahun 2023. Sementara terhitung sejak tahun 2023, pengguna internet Indonesia pada tahun 2022–2023 mencapai 215,63 juta, peningkatan 2,67% dari tahun sebelumnya 2021–2022, yang sebanyak 210,03 juta.

Di tengah perkembangan teknologi digital, ekonomi *platform* saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat (Keban et al, 2021). Perkembangan teknologi informasi dan internet menyebabkan perubahan budaya gaya hidup setiap hari. Era globalisasi revolusi industri 4.0 dalam teknologi informasi dan komunikasi merupakan sarana yang dapat membantu dalam melakukan aktifitas kehidupan sehari-hari di berbagai jenis kegiatan ekonomi termasuk di dalam sektor industri pariwisata. Salah satu piranti yang bisa mengakses komputer dan telepon selular adalah internet. Internet memungkinkan pengiriman dan pertukaran data, informasi, dan sumber daya digital secara cepat dan efisien melalui berbagai protokol komunikasi (Reza, 2023). Internet merupakan sebuah situs jaringan *online* yang memiliki jaringan akses kemudahan tanpa batas dan bisa dilakukan dimana saja yang

menyediakan berbagai informasi. Internet sekarang penting dimana tidak dapat dipisahkan dari berbagai kegiatan kehidupan masyarakat modern saat ini.

D. Bessie (2019: 49) mengemukakan “data Kominfo (2018) pengguna internet di Indonesia menduduki peringkat 6 (enam) besar dunia sampai tahun 2018 setelah Cina, AS, India, Brasil dan Jepang.

Saat ini internet telah menjadi salah satu hal yang penting, sosial media sudah menjadi salah satu alat komunikasi yang umum digunakan untuk orang-orang saling berkomunikasi, bertukar ide, bahkan membagikan informasi (Nugroho & Alamsyah, 2018). Internet lahir dari perkembangan teknologi yang ada, perkembangan teknologi yang sangat cepat membawa perubahan pada berbagai tatanan atau struktur dari yang lama kepada yang baru, perkembangan teknologi membawa alternatif pada bentuk komunikasi (Annisa, 2023). Setiap melakukan kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan bisnis, internet merupakan salah satu bentuk kegiatan pemanfaatan teknologi informasi di era globalisasi. Adanya koneksi internet, terbentuklah bisnis *online* dimana penjual dan pembeli bisa bertransaksi tanpa harus bertatap muka (Bessie, 2019). Intensitas penggunaan internet juga memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap perubahan yang terjadi dalam konsep pemanfaatan bisnis terutama dalam inovasi model bisnis pemasaran yang dilakukan (Lin et al., 2019).

Saat ini, maraknya pemasaran elektronik adalah kecendrungan yang sedang muncul seiring perkembangan bidang teknologi dan informasi. yang lebih dikenal dengan istilah *electronic marketing* (Yulianto 2015). *E-marketing* merupakan salah satu kriteria utama dari revolusi teknologi informasi dan komunikasi dalam bidang ekonomi. Menggunakan internet sebagai media koneksi secara *online*, akan

mempermudah jangkauan yang lebih efektif dalam melakukan strategi pemasaran yang lebih dikenal dengan sebutan *electronic marketing* atau *e-marketing*. *E-marketing* dapat digunakan untuk melakukan strategi pemasaran dalam berbagai jenis akomodasi pariwisata yang disediakan bagi wisatawan yang melakukan aktifitas pariwisata. *E-marketing*, juga dikenal sebagai pemasaran elektronik atau pemasaran *online*, mengacu pada penggunaan teknologi internet dan digital untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek serta mencapai tujuan pemasaran (Reza, 2023).

Perkembangan sektor industri pariwisata di era globalisasi akan mendorong berkembangnya sektor yang lain terutama alat sistem kegiatan komunikasi, sistem strategi kegiatan pemasaran, dan reservasi akomodasi dengan menggunakan aplikasi akses internet. Semua piranti dalam kegiatan di bidang teknologi menjadi kebutuhan yang sangat signifikan dalam melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran akomodasi pada saat ini. *E-marketing* juga dapat digunakan untuk memasarkan berbagai jenis akomodasi yang disediakan bagi wisatawan. Situs *online Airbnb* merupakan sebuah komunitas pemasaran berbasis *e-marketing* yang terpercaya di seluruh dunia. Situs *Airbnb* juga merupakan sarana teknologi informasi yang berbasis pada komputer dan telepon genggam yang terhubung dengan internet akses (*WiFi*).

Thomas Martin Key (2017: 32) mengemukakan pendapatnya, “Airbnb provides an exemplar of the effectiveness of digital marketing channels through their platform that allows individuals to market their homes to travelers”.

Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi yang modern, banyak pengelola dan penyedia akomodasi di Pulau Nusa Penida menggunakan fasilitas internet dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran akomodasi. Perkembangan sektor pariwisata di Pulau Nusa Penida mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Data jumlah kunjungan wisatawan ke Pulau Nusa Penida tahun 2019-2023 dapat dilihat di tabel 1.2.

Tabel 1. 2 JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE NUSA PENIDA

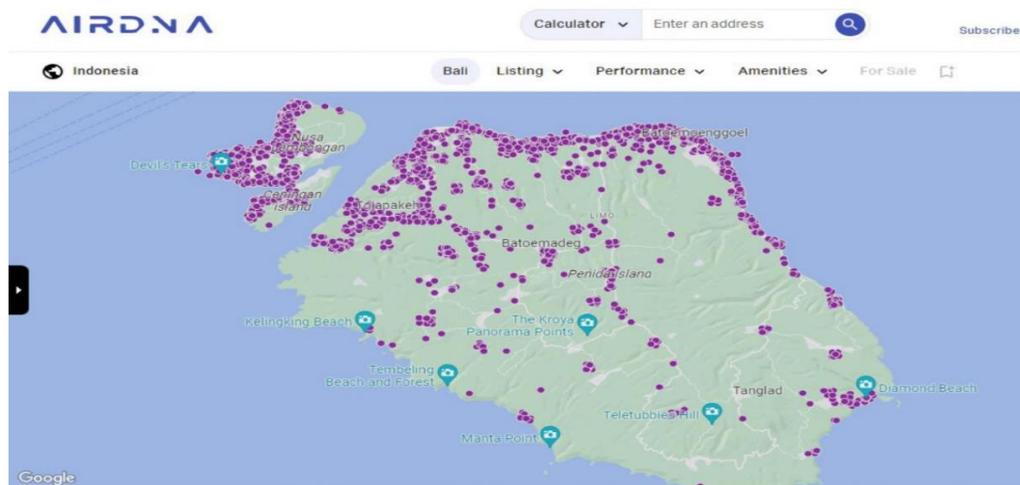
Jumlah kunjungan wisatawan				
2019	2020	2021	2022	2023
404.483	99.410	162	278.654	728.883

Sumber: Dinas pariwisata pemerintah Kabupaten Klungkung

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas jumlah kunjungan wisatawan ke Pulau Nusa Penida mengalami penurunan yang sangat signifikan di tahun 2021. Adapun faktor yang menyebabkan penurunan tingkat kunjungan wisatawan karena diterapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang lebih ketat selama pandemi *covid-19*. Sementara pada tahun 2020, jumlah kunjungan wisatawan ke Pulau Nusa Penida dikategorikan sebagai angka yang cukup tinggi di bulan Januari, Pebruari, dan Maret karena masih banyak wisatawan yang berkunjung ke Nusa Penida sampai bulan April. Selama tahun 2019, tingkat kunjungan wisatawan lebih tinggi dari tahun 2020 karena tahun 2022 baru mulai dibukanya PPKM pasca pandemi *covid-19*. Tren kunjungan wisatawan mengalami peningkatan mulai dari

tahun 2022, hal ini disebabkan oleh kondisi global yang secara perlahan mulai mengalami pemulihan dari pandemi *covid-19*. Sehingga tahun 2023 tingkat kunjungan sudah dalam kondisi normal bahkan melebihi tingkat kunjungan di tahun 2019 sebelum pandemi *covid-19*.

Strategi pemasaran akomodasi di Nusa Penida bisa dilakukan oleh pengelola dan penyedia akomodasi baik secara *offline* maupun *online* lewat *Online Travel Agent* (OTA). Strategi pemasaran yang dilakukan berbasis *e-marketing* secara *online* seperti *Airbnb.com*, *Expedia.com*, *Agoda.com*, dan *Booking.com*. Pengelola dan penyedia akomodasi bisa melakukan registrasi secara *online* melalui fitur-fitur yang tersedia pada situs *Airbnb*. Sebaran akomodasi pariwisata pada situs *Airbnb* di Pulau Nusa Penida secara detail bisa ditunjukkan pada gambar berikut:



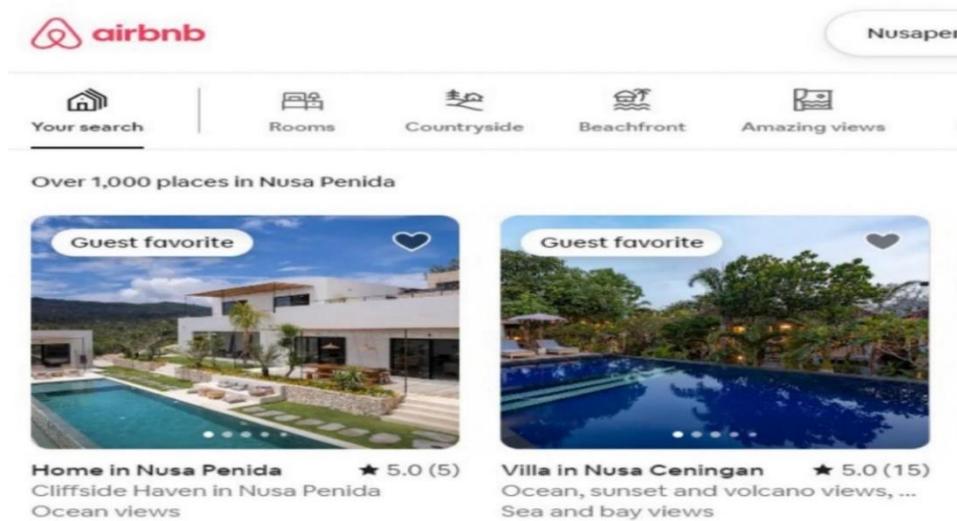
Gambar 1 1 Sebaran Akomodasi pada Situs Airbnb di Nusa Penida
Sumber: Airdna.com, 2024

Posisi sebaran properti yang terdaftar pada situs *Airbnb* di Pulau Nusa Penida dipresentasikan pada titik-titik yang berwarna biru. Properti tersebar di titik barat,

tengah dan timur di kawasan Nusa Penida. Kalau dilihat dari penyebaran titik-titik pada situs *Airbnb*, properti *Airbnb* paling padat dan banyak penyebarannya terdapat di kawasan timur Nusa Penida. Sistem penyebaran akomodasi ini sudah mewakili dan sesuai dengan kenyataan bahwa kawasan ini memiliki spot atraksi wisata yang menarik di kunjungi oleh wisatawan yang melakukan kunjungan wisata ke pulau Nusa Penida. Disamping itu, di kawasan timur Nusa Penida terdapat berbagai jenis akomodasi yang ditawarkan kepada tamu selama melakukan kunjungan wisata.

Berdasarkan data yang ada pada *Booking.com*, ada 607 akomodasi pariwisata yang terdaftar secara resmi di Pulau Nusa Penida (www.booking.com). Sedangkan data akomodasi pariwisata yang terdaftar pada situs *Airbnb* melebihi dari data yang ada pada *Booking.com* karena dalam situs *Airbnb* bisa melakukan registrasi akomodasi pariwisata lebih dari 1 *property listing*. Berdasarkan data pada situs *Airbnb.com* ada sekitar 1.000 lebih *property listing* yang secara resmi terdaftar di Pulau Nusa Penida dapat dilihat pada gambar berikut:

POLITEKNIK NEGERI BALI



Gambar 1 2 Akomodasi Pada Situs Airbnb Di Nusa Penida
Sumber: Airbnb.com, 2024

Situs *web Airbnb* mengalami perkembangan yang sangat pesat, dimana bisa melakukan periklanan, pemesanan dan menemukan berbagai jenis akomodasi berbasis *e-marketing* di seluruh dunia. Situs *web Airbnb* merupakan suatu media *online* yang mempertemukan penyedia layanan akomodasi dan pengguna layanan akomodasi dalam bentuk situs *website* yang juga terhubung dalam telepon selular. Situs *Airbnb* bisa diakses dengan mudah di www.Airbnb.com lewat computer, *gadget* dan telepon selular. Situs *Airbnb* mempunyai sistem aplikasi yang berbeda dengan *Online Travel Agent* yang lainnya. Pemasaran melalui situs *Airbnb* tidak memerlukan biaya yang terlalu besar dan waktu yang lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan sistem pemasaran secara *offline*. Sistem pendaftaran akomodasi pada situs *Airbnb* bisa dilakukan secara *online* tanpa menunggu konfirmasi persetujuan dari pihak *Airbnb* tetapi bisa *online life* setelah fitur-fitur yang ada di

situs *Airbnb* diisi dengan lengkap, dimana pengelola (*Host*) akan bertanggung jawab terhadap semua fitur-fitur yang ada pada situs *Airbnb*. Sistem permintaan pemesanan kamar pada *Airbnb* ada 2 sistem yaitu manual dan instant pemesanan konfirmasi sesuai dengan keinginan pengelola dan penyedia layanan akomodasi.

Situs *Airbnb* merupakan perusahaan *online travel agency* yang berpotensi keberhasilan dan pertumbuhan yang besar dilihat dari perusahaannya, pertumbuhan pendapatan penjualan *Airbnb* dari tahun ke tahun semakin meningkat. Pada tahun 2015 *Airbnb* menghasilkan penjualan bersih sebesar \$0,9 milyar, 2016 menghasilkan penjualan bersih sebesar \$1,8 milyar (Renadie & Sharif, 2019). Penjualan *Airbnb* terus mengalami peningkatan di tahun 2017 menjadi \$3,2 milyar (Renadie & Sharif, 2019). Bahkan menurut penelitian yang dilakukan (sharepost, 2017), pendapatan penjualan *Airbnb* diprediksi akan meningkat secara signifikan ditahun 2018 hingga 2020 (Renadie & Sharif, 2019). Situs *Airbnb* mempunyai konsep “*earning your money without owning your property*”.

Akomodasi pariwisata merupakan salah satu aktivitas ekonomi bagi wisatawan dalam sektor pariwisata selama melakukan perjalanan wisata. Kegiatan pemasaran akomodasi pariwisata pada situs *Airbnb* melalui penerapan *platform* ekonomi berbagi (*sharing economy*).

Kljucnikov et al (2019: 14) mengemukakan pendapatnya, “Hospitality and tourism have been one the leading sectors by the emergence of sharing economy model. These sharing economy platforms in the tourism industry, enable visitors and hosts to connect to solve accommodation issues”.

Istilah *sharing economy* merupakan salah satu istilah untuk menyebut model bisnis berbasis *platform* menyebut *Airbnb* (Saputra & Hayatin, 2019). Berbagai narasi mengenai “ekonomi berbagi” (*sharing economy*) kerap memenuhi kanal-kanal media dan banyak menjadi bahan perbincangan sejak enam tahun belakangan ini (Keban et al., 2021). Salah satu sektor yang menerapkan fenomena *sharing economy* adalah sektor pariwisata. Salah satu bentuk pariwisata cerdas aplikatif yang sedang berkembang di masyarakat dunia adalah platform bisnis ekonomi berbagi atau *sharing economy* (Mendrofa et al., 2019). Dengan *sharing economy*, pemenuhan kebutuhan wisatawan tidak saja menjadi peluang bagi para pelaku usaha penyediaan akomodasi, namun lebih luas kepada penduduk atau masyarakat yang tinggal di destinasi, dimana mereka dapat dengan mudah terhubung dengan wisatawan melalui teknologi (Maulana, et al., 2021: 61).

Mengenai konsep *sharing economy*, Ridwan dan Muhammad Ryan Anugrah (2021: 94) menyatakan sebagai berikut, Implementasi konsep *sharing economy* semakin meningkat seiring perkembangan pemanfaatan teknologi informasi. *PricewaterhouseCoopers* yang bergerak di bidang jasa profesional pada tahun 2015, melaporkan bahwa terdapat lima sektor ekonomi kolaboratif (perjalanan/pariwisata, transportasi, keuangan, kepegawaian, dan streaming musik dan video) yang dapat menghasilkan pendapatan \$ 335 miliar pada tahun 2025. Di sektor pariwisata, model *sharing economy* sejak tahun 2008 telah diterapkan oleh perusahaan swasta bernama *Airbnb*, perusahaan pariwisata berbasis daring dalam bentuk penginapan rumahan yang mempertemukan antara pemilik (tuan rumah) dengan pengguna melalui situs atau aplikasi.

Sistem pemasaran pada situs *Airbnb* adalah salah satu situs yang menawarkan peluang kepada penyedia dan pengelola untuk mendapatkan keuntungan berbagi ekonomi atau *sharing ekonomi*. *Airbnb* sendiri mendefinisikan dirinya “Sebuah situs

sosial yang menghubungkan orang yang memiliki ruang dan membagikannya untuk orang yang membutuhkan tempat menginap.” (Mendrofa et all, 2019). Situs *Airbnb* menjadi cara termudah bagi siapa saja untuk menghasilkan pendapatan dari ruang ekstra yang dimiliki dengan menayangkan ke jutaan orang di seluruh dunia. *Sharing economy* mengalami kemajuan yang sangat signifikan dalam waktu 10 tahun terakhir, (Saputra & Hayatin, 2019). Konsep sistem *sharing ekonomi* seperti ini pernah diterapkan oleh sebuah komunitas traveler, saat itu disebut *couchsurfing* (Putri & Iqbal, 2018). Perkembangan ekonomi berbagi atau *sharing ekonomi* mengalami perkembangan yang sangat pesat dan urgensi diterapkan di era digitalisasi.

Ridwan dan Anugrah (2021: 94) Penerapan *sharing economy* pada situs berbagi akomodasi dan pariwisata oleh *Airbnb* dinilai mampu memberikan manfaat bagi perkembangan ekonomi suatu bangsa di sektor pariwisata. Berbeda dengan penyedia akomodasi konvensional, *Airbnb* dengan model *sharing economy* saat ini mampu menguasai lebih dari 7 juta akomodasi tanpa dengan memilikinya.

Strategi *e-marketing* dalam melakukan kegiatan pemasaran pada situs *Airbnb* secara *online* dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman saat ini, sedangkan faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan. pada situs *web Airbnb*. Kedua faktor tersebut bisa dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. SWOT adalah suatu model analisis untuk mengidentifikasi seberapa besar dan kecilnya kekuatan dan kelemahan perusahaan serta seberapa besar dan kecilnya peluang dan ancaman yang akan terjadi pada suatu perusahaan (Supriyanto, 2015: 69). Fenomena analisis SWOT dalam

strategi *e-marketing* dalam melakukan kegiatan pemasaran akomodasi berbasis *sharing economy* di era digitalisasi menjadi pembahasan yang sangat menarik dan urgensi untuk diteliti. Mengacu pada penjelasan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti tertarik ingin meneliti strategi pemasaran akomodasi pariwisata melalui *e-marketing* berbasis *sharing economy*. Maka peneliti memutuskan untuk memilih judul “Strategi *E-Marketing* Inovasi Bisnis Akomodasi Berbasis *Sharing Economy* pada *Airbnb* di Pulau Nusa Penida”.

1.2 Rumusan Masalah

Pada dasarnya, rumusan masalah penelitian adalah pernyataan yang mengidentifikasi fenomena yang diteliti (Nugrahani, 2014). Masalah penelitian sebagai suatu kesulitan yang dirasakan oleh seseorang atau suatu perasaan yang tidak menyenangkan seseorang atas fenomena yang ada atau terjadi, atau suatu ketidaksesuaian atau penyimpangan yang dirasakan atas apa yang seharusnya dan apa yang ada atau terjadi (Agung & Yuesti, 2019). Rumusan masalah juga dapat didefinisikan sebagai komponen inti dari setiap penelitian, di dalamnya mencakup beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan sebagai bahan untuk mencari jawaban atas penelitian yang sedang dilakukan (Hermawan & Hariyanto, 2022).

Kegiatan penelitian dilakukan dengan tujuan menemukan solusi atas masalah yang diajukan (biasanya dalam bentuk pertanyaan penelitian) yang dirumuskan dalam sub bab rumusan masalah atau fokus penelitian (Wahidmurni, 2017). Secara esensial, rumusan masalah dapat dianggap sebagai suatu pertanyaan yang

memerlukan jawaban melalui proses pengumpulan dan analisis data (Rachman et al, 2024). Bertitik tolak dari latar belakang diatas maka masalah yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.2.1 Apakah yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam melakukan strategi *e-marketing* inovasi bisnis akomodasi pariwisata berbasis *sharing economy* pada situs *Airbnb*?

1.2.2 Bagaimana strategi *e-marketing* dalam melakukan inovasi bisnis akomodasi pariwisata berbasis *sharing economy* pada situs *Airbnb*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan inti penelitian yang dibedakan dari masalah penelitian, rumusan masalah, dan pertanyaan penelitian (Rianto, 2020). Penulisan dalam formulasi tujuan penelitian berdasarkan pada rumusan masalah yang sudah disusun dengan baik serta kemudian sedikit dirubah yang pada awalnya berbentuk pertanyaan kemudian diganti menjadi bentuk kalimat berita (Hermawan & Hariyanto, 2022). Tujuan penelitian merupakan sasaran hasil yang ingin dicapai dalam penelitian, sesuai dengan fokus penelitian yang telah dirumuskan sehingga dapat memberikan deskripsi dengan jelas, detail dan mendalam mengenai proses dan hasil penelitian yang ingin dicapai (Satibi, 2017).

Sebagaimana rumusan masalahnya, rumusan tujuan juga dapat dibedakan menjadi tujuan umum dan khusus (Nugrahani, 2014). Dalam penelitian ini, ada dua jenis tujuan: tujuan umum dan tujuan khusus.

1.3.1 Tujuan umum

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *e-marketing* dalam melakukan kegiatan pemasaran akomodasi pariwisata berbasis *sharing economy* pada situs *Airbnb* bagi penyedia dan pengelola akomodasi pariwisata di Pulau Nusa Penida.

1.3.2 Tujuan khusus

Adapun secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam melakukan strategi *e-marketing* inovasi bisnis akomodasi pariwisata berbasis *sharing economy* pada situs *Airbnb*.
- b. Untuk mengetahui penerapan strategi *e-marketing* dalam melakukan inovasi bisnis akomodasi pariwisata berbasis *sharing economy* pada situs *Airbnb*.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Manfaat penelitian secara teoritis dan atau praktis, dengan cara menjabarkan kepada pihak yang memungkinkan memanfaatkan hasil penelitian (Satibi, 2017). Dalam merumuskan manfaat penelitian perlu diperhatikan apa dan bagaimana tujuan yang hendak dicapai (Nugrahani, 2014). Manfaat penelitian menjelaskan secara jelas dan detail keuntungan apa yang dapat dicapai melalui aspek keilmuan (teoritis) disertai dengan menuturkan keuntungan yang akan didapat berdasarkan persoalan yang akan diteliti, serta aspek praktis dengan menuturkan keuntungan yang akan didapat berdasarkan pada keilmuan yang diperoleh melalui penelitian tersebut

(Hermawan, Hariyanto, 2022).

Terdapat dua kontribusi yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu teoritis dan praktis. Berikut uraian keduanya secara lebih terperinci.

1.4.1 Manfaat teoritis

Manfaat teoritis adalah manfaat secara tidak langsung, yang ada dalam tataran konsep sehingga masih memerlukan pengembangan lebih lanjut (Nugrahani, 2014). Manfaat penelitian ini secara teoritis untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai strategi *e-marketing* dalam melakukan pemasaran akomodasi pariwisata berbasis *sharing economy* pada situs *Airbnb*, serta menjadi referensi bagi pembaca dalam melakukan penelitian yang berhubungan dengan strategi *e-marketing* dalam melakukan pemasaran akomodasi pariwisata berbasis *sahring economy*. Di samping juga mampu menjadi referensi dalam memecahkan permasalahan yang berhubungan dengan strategi *e-marketing* dalam melakukan pemasaran akomodasi pariwisata berbasis *sharing economy*.

1.4.2 Manfaat praktis

Manfaat praktis adalah manfaat yang segera dapat digunakan dalam kehidupan secara langsung (Nugrahani, 2014). Di samping bermanfaat secara teoritis, temuan studi ini juga diharapkan bermanfaat secara praktis yang dapat dirinci sebagai berikut:

a. Bagi penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis untuk mengaplikasi teori-teori yang telah didapatkan di kampus dalam mempraktekannya di dunia industri. Di samping untuk memenuhi tugas akhir yang diajukan dalam menyelesaikan program Diploma IV Program Studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Manfaat penelitian ini bagi kampus Politeknik Negeri Bali yaitu sebagai bahan referensi dan bacaan bagi mahasiswa Politeknik Negeri Bali pada umumnya, dan mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Internasional pada khususnya, tentang strategi *e-marketing* dalam melakukan pemasaran akomodasi pariwisata berbasis *sharing economy* pada situs *Airbnb*.

c. Bagi pengelola layanan pemesanan akomodasi atau tuan rumah pada situs *Airbnb*.

Penelitian ini berpontesi mampu memberikan informasi dan motivasi kepada para penyedia dan pengelola akomodasi sebagai bahan evaluasi dalam melakukan strategi *e-marketing* dalam melakukan pemasaran akomodasi pariwisata berbasis *sharing economy* pada situs *Airbnb*.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi penjelasan tentang hal-hal yang mendasari dalam penelitian ini yaitu: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab II berisi tentang telaah teori dan kerangka teoritis yang relevan dan hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini.

BAB II METODE PENELITIAN

Bab III berisi penjelasan tentang jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi tentang gambaran umum akomodasi di di Pulau Nusa Penida dan hasil penelitian secara sistematis. Kemudian dianalisis menggunakan metode analisis dan dilakukan pembahasan tentang hasil analisis tersebut.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi tentang simpulan dari hasil penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian pada bab pembahasan, maka dapat diambil beberapa simpulan sebagai berikut:

5.1.1 Faktor Internal – Kekuatan, Kelemahan dan Faktor Eksternal- Peluang dan Ancaman Pada Situs *Aibnb*.

Adapun kekuatan dari faktor internal dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran pada situs *Airbnb* adalah sebagai berikut:

- a. Cara cepat, mudah dan efisien dalam melakukan registrasi akomodasi secara *online* setelah melengkapi fitur-fitur yang ada di situs *Airbnb*.
- b. Mudah digunakan oleh *host* karena fitur-fitur yang sederhana dan tampilan yang *user friendly*.
- c. Informasi secara umum tentang destinasi wisata di Nusa Penida bisa dimasukkan pada fitur-fitur di situs *Airbnb*.
- d. Nama judul akomodasi bisa disesuaikan dengan tipe akomodasi dan keinginan *host* sesuai dengan keunikan akomodasi yang dimiliki.
- e. Situs *Airbnb* tidak menerapkan *disparity* harga seperti yang diterapkan di OTA yang lainnya.

- f. Harga akomodasi yang lebih kompetitif dibandingkan dengan OTA yang lainya.
- g. Komisi pemesanan akomodasi yang lebih kecil dibandingkan dengan OTA yang lainya.
- h. Proses konfirmasi pemesanan bisa dikonfirmasi secara manual dan instan.
- i. Registrasi akomodasi secara *online* bisa dilakukan dengan sistem *multiple listing*.

Sedangkan kelemahan dari faktor internal dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran pada situs *Airbnb* adalah fitur edit harga dan ketersediaan akomodasi dilakukan secara manual sehingga menghabiskan banyak waktu.

Peluang dari faktor eksternal dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran pada situs *Airbnb* adalah sebagai berikut:

- a. Situs *Airbnb* banyak digunakan oleh wisatawan yang berasal dari manca negara.
- b. Pemerintah memberikan dukungan terhadap kebijakan dalam melakukan strategi pemasaran secara *online*.
- c. Semakin banyak berkembangnya sistem pemasaran secara *online*.

Sedangkan ancaman dari faktor eksternal dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran pada situs *Airbnb* adalah sebagai berikut:

- a. Terjadinya gangguan dalam koneksi internet sehingga pemesanan lambat di konfirmasi.
- b. Situs *Airbnb* tidak bisa mendeteksi alamat yang benar di Pulau Nusa Penida.
- c. Munculnya sistem pemesanan yang hampir sama dengan situs *Airbnb*.
- d. Pemesanan mudah dibatalkan oleh tamu karena kejadian alam yang mengakibatkan kehilangan pendapatan.

- e. Sistem registrasi akomodasi pada situs *Airbnb* bisa dilakukan oleh siapa saja dengan nama judul akomodasi yang berbeda secara *online*.
- f. Ulasan tamu yang mencantumkan nama akomodasi yang sebenarnya sehingga tamu bisa melakukan pemesanan langsung ke akomodasi yang bersangkutan.
- g. Tidak semua pemilik akomodasi memberikan kesempatan kepada *host* untuk melakukan pemasaran di situs *Airbnb*.

5.1.2 Strategi yang Sebaiknya Diterapkan.

Adapun strategi yang sebaiknya diterapkan dalam melakukan kegiatan strategi pemasaran pada situs *Airbnb* adalah memanfaatkan faktor kekuatan dan peluang serta menghindari faktor kelemahan dan ancaman untuk mengelola kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh situs *Airbnb*. Posisi *Growth* pertahankan dan pelihara, strategi yang harus diambil bagi komunitas pengelola layanan akomodasi adalah tetap mempertahankan strategi-strategi yang sudah diterapkan dalam mengelola pemasaran amokodasi pada situs *Airbnb* untuk meningkatkan penghasilan akomodasi dari penerimaan pemesanan pada situs *Airbnb*.

POLITEKNIK NEGERI BALI

5.2 Saran

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Penulis yang berpedoman pada hasil kesimpulan penelitian yang sudah disimpulkan, maka Penulis dapat memberikan saran untuk dapat dipertimbangkan

oleh komunitas pengelola layanan akomodasi pada situs *Airbnb* di Pulau Nusa

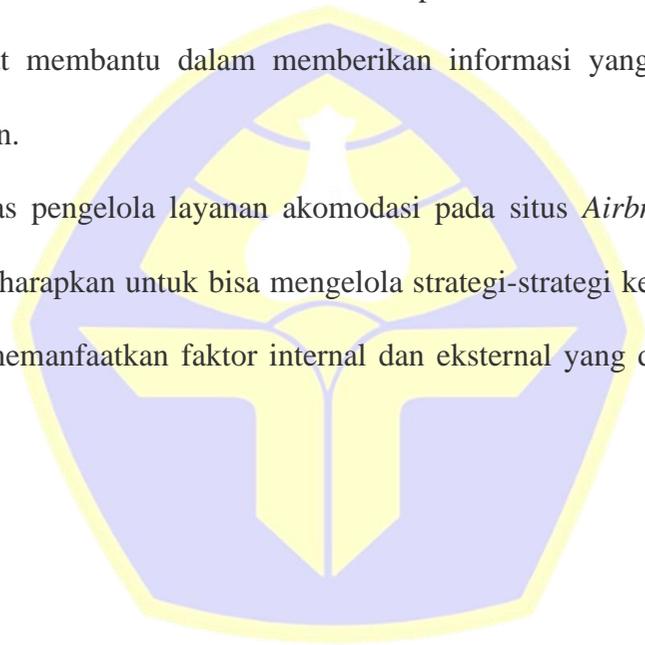
Penida yaitu:

5.2.1 Untuk dapat meningkatkan permintaan pemesanan akomodasi pada situs *Airbnb*, sebaiknya mengelola semua fitur-fitur yang ada pada situs *Airbnb*.

Melengkapi semua fitur-fitur yang ada pada situs *Airbnb* akan berdampak pada minat wisatawan untuk melakukan pemesanan akomodasi karena fitur ini sangat membantu dalam memberikan informasi yang diperlukan oleh wisatawan.

5.2.2 Komunitas pengelola layanan akomodasi pada situs *Airbnb* di Pulau Nusa

Penida diharapkan untuk bisa mengelola strategi-strategi kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh situs *Airbnb*.



POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

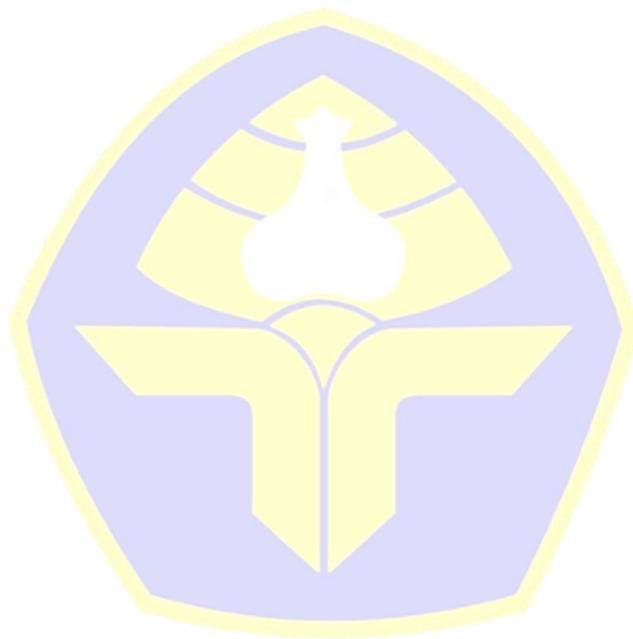
- Abdusammad, Zuchri. 2021. Modul Penelitian Kualitatif. Makasar: CV. Syakir Media Press.
- Agung, Anak Agung Putra dan Yuesti, Anik. 2019. Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif & Kualitatif. Badung: CV, Noah Aletheia.
- Alhamid, Thalha dan Anufia Budur. 2019. Instrumen Pengumpulan Data. Sorong: Sekolah Tinggi Agama Islam.
- Alma, Buchari: 2014. Managemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: ALfabet.
- Annisa, Diasty. 2023. Proses Komunikasi yang Terjadi pada Aplikasi Michat dalam Tindak Kegiatan Seksual Prostitusi Online. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Awali, Husni dan Rohmah, Farida. 2020. Urgensi Pemanfaatan E-Marketing pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di Tengah Dampak Covid-19. Pekalongan: Universitas Islam K.H. Abdurrahman Wahid.
- Bado, Basri. 2022. Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah. Klaten: CV Tahta Media Group.
- Bangun, Rejeki. 2023. Ekonomi dan Bisnis Digital. Surakarta: Universitas Tunas Pembangunan.
- Bessie, Juita L.D. 2019. Implementasi E-Commerce Dalam Industri Pariwisata. Kupang: Universitas Nusa Cendana Kupang.
- Chua, E. dkk. 2012. Sharing Economy: An Analysis of Airbnb Business Model and the Factors that Influence Consumer Adoption. Interactive Business and Economic Research.

- Darmaningrun, Kurniawati. 2023. *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Surakarta: Universitas Tunas Pembangunan.
- Hermawan, Sigit dan Amirullah. 2016. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah.
- Junaid, Ilham. 2016. *Analisis Data Kualitatif dalam Penelitian Pariwisata*. Makasar: Politeknik Pariwisata Makasar.
- Kadir, Poppy Arnold. 2020. *Strategi Marketing melalui Online Travel Agent dalam Meningkatkan Tingkat Hunian Kamar di Training Center Damhil*. Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo.
- Karinah, Husna. 2023. *Analisis Bibliometrik pada Tren Penelitian Ekonomi Berbagi (Sharing Economy) Tahun 2015-2023*. Institute Agama Islam Darusallam. <https://doi.org/10.56799/jim.v2i10.2223>
- Keban, Yeremias T. 2021. *Menyoal Kerja Layak dan Adil dalam Ekonomi Gig di Indonesia*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Kljucnikov, A. dkk. 2020. *Innovations in Tourism Marketing: Sharing Economy Platform*. <http://doi.org/10.21272/mmi.2020.1-01>. ResearchGate.
- Luthfi, Adhiimsyah dan Widyaningrat, Aldila Intanir. 2018. *Penerapan Marketing Mix dalam Meningkatkan Penjualan Jasa Bisnis Perhotelan*. Jember: Universitas Jember.
- Mahardika, Rahardi. 2020. *Strategi Pemasaran Wisata Halal*. Banjar: Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Al-Azhar.
- Maika, Ruslianor R. 2016. *Model Ekonomi Berbagi “Mobile-Seco” (Platform Multi-Sided Markets) Sebagai Ekosistem Sosio-Ekonomi Islami*. Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Maulana, A. dkk. 2018. *Potensi Dampak Airbnb Terhadap Usaha Penyediaan Akomodasi di Provinsi DKI Jakarta*. Jakarta: Jurnal Ekonomi Pembangunan Kementerian Pariwisata.

- Meftahudin, dkk. 2018. Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang). Wonosobo: Universitas Sains Al-Qur'an.
- Mendrofa, C. dkk. 2019. Tantangan dan Peluang Pariwisata Cerdas: Akomodasi Ekonomi Berbagi. Sumedang: Universitas Padjadjaran.
- Murdiyanto, Eko. 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional.
- Nugrahani, Farida. 2014. Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Bahasa. Surakarta: Sekolah Ilmu Kesehatan Indonesia Maju.
- Nugroho, Ditya Dwi Adhi dan Alamsyah, Andry. 2018. Analisis Konten Pelanggan Airbnb Pada Network Sosial Media Twitter Content Analysis of Airbnb Customer Based on Twitter Social Media. Bandung: Universitas Telkom.
- Oskam, J dan Boswijk, A. 2016. Airbnb: the future of networked hospitality business Jurnal of Tourism Futures, 2(1), 22-24.
- Prawiyogi, Anggy Giri dan Anwar, Aang Solahudin. 2023. Perkembangan Internet of Things (IoT) pada Sektor Energi: Simantik Literature Review. Kerawang: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Buana Perjuangan.
- Prima, L. dkk. 2021. Partisipasi dalam Sharing Economy Melalui Pendekatan Komunikasi. Denpasar: Universitas Udayana.
- Pramesti, Dinar Sukma. 2019. Implementasi Konsep Tri Hita Karana pada Akomodasi Pariwisata di Nusa Dua, Bali (Study Kasus: Melia Bali Villas and Spa Resort). Badung: Politeknik Internasional Bali.
- Rianto, Puji. 2020. Modul Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Rachman, A. dkk. 2024. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Kerawang: CV Saba Jaya Publisher.
- Ridwan and Anugrah, Muhammad Ryan. 2021. Implementasi Konsep Sharing Economy Berbasis ICT pada Sektor Pariwisata. Yogyakarta: Universitas Janabadra Yogyakarta.

- Rangkuti, Freddy. 2015. Teknik membedah kasus bisnis. Jakarta. Gramedia pustaka umum.
- Renadie, Aulia Shalmaa Putri dan Sharif, Osa Omar. 2019. Analisis Adopsi Situs Airbnb Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). Bandung: Universitas Telkom.
- Reza, Herlin Prayista. 2023. Perancangan Sistem Informasi E-Marketing Menggunakan Metode Aida Studi Kasus Toko Jersey 38. Teknologi pintar.org.
- Rosyidi, I. dkk. 2021. Potensi Dampak Airbnb Terhadap Usaha Penyediaan Akomodasi di Provinsi DKI Jakarta. Jakarta: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Kementerian Pariwisata.
- Sabry, Nurul Ahmad. 2020. Rumusan Strategi Pemasaran dalam Penjualan Produk dengan SWOT dan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) Study Kasus CV Bimandan Elektronik Pekanbaru. Pekanbaru: Universitas Muhammadiyah Riau.
- Saragih, Lenti Susanna. 2019. Dampak *Online Travel Agent* (OTA) dalam Meningkatkan Pengunjung di Pardede Internasional Hotel Medan. Jakarta: Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta.
- Saragih, Megasari Gusandra. Dkk. 2021. Kajian Dasar Pariwisata. Medan: CV. Andalan Bintang Ghonim.
- Saputra, Prayogi R dan Haryati, Nur. 2019. Model Platform Sharing Economy di Indonesia Study Kasus: Unicorn Lokal. Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Satibi, Irwan. 2017. Metode Penelitian Administrasi Publik. Bandung: Lemlit Universitas Pasundan.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2014. Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Wahidmurni. 2017. Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- Wibowo, Agus. 2023. Internet of Things (IoT) dalam Ekonomi dan Bisnis Digital. Semarang: Universitas Sains & Teknologi Komputer.

Yulianto, Atun. 2015. *Kajian Internet Marketing Sebagai Salah Satu Media Pemasaran Industri Perhotelan*. Yogyakarta: Akademi Pariwisata BSI.



POLITEKNIK NEGERI BALI

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Bobot Internal Situs Airbnb

No	Faktor Internal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Total	Bobot
1	Cara cepat, mudah dan efisien dalam melakukan registrasi akomodasi secara online setelah melengkapi fitur yang ada di situs Airbnb.	4	3	4	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	64	0.101
2	Mudah digunakan oleh host karena fitur-fitur yang sederhana dan tampilan yang user friendly.	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	64	0.102
3	Informasi secara umum tentang destinasi wisata Nusa Penida bisa dimasukkan pada fitur-fitur di situs Airbnb.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	58	0.091
4	Nama judul akomodasi bisa disesuaikan dengan tipe akomodasi dan keinginan host sesuai dengan keunikan akomodasi yang di miliki.	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	4	3	64	0.101
5	Situs Airbnb tidak menerapkan disparity harga seperti yang diterapkan di OTA yang lainya.	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	67	0.106
6	Harga akomodasi yang lebih kompetitif dibandingkan dengan OTA yang lainya.	3	4	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	64	0.102
7	Komisi pemesanan akomodasi yang lebih kecil dibandingkan dengan OTA yang lainya.	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	67	0.107
8	Proses konfirmasi pemesanan bisa dikonfirmasi secara manual dan instan.	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	64	0.101
9	Registrasi akomodasi secara online bisa dilakukan dengan sistem multiple listing.	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	58	0.092
10	Fitur edit harga dan ketersediaan akomodasi dilakukan secara manual sehingga menghabiskan banyak waktu.	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	2	3	3	61	0.097
631																					1.000		

Lampiran 2 Hasil Bobot Internal Situs Airbnb

No	Faktor Eksternal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Total	Bobot	
1	Terjadinya gangguan dalam koneksi internet sehingga pemesanan lambat di konfirmasi.	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	1	2	3	3	3	2	2	3	2	2	46	0.097	
2	Situs Airbnb tidak bisa mendeteksi alamat yang benar di Pulau Nusa Penida.	2	2	2	1	3	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	43	0.088	
3	Munculnya sistem pemesanan yang hampir sama dengan situs Airbnb.	3	3	2	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	50	0.103	
4	Pemesanan mudah dibatalkan oleh tamu karena kejadian alam yang mengakibatkan kehilangan pendapatan.	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	46	0.095	
5	Sistem registrasi akomodasi pada situs Airbnb bisa dilakukan oleh siapa saja dengan nama judul akomodasi yang berbeda secara online.	3	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	57	0.115
6	Situs Airbnb banyak digunakan oleh wisatawan yang berasal dari manca negara.	3	2	3	1	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	41	0.084	
7	Ulasan tamu yang mencantumkan nama akomodasi yang sebenarnya sehingga tamu bisa melakukan pemesanan langsung ke akomodasi yang bersangkutan.	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	46	0.094	
8	Pemerintah memberikan dukungan terhadap kebijakan dalam melakukan strategi pemasaran secara online.	4	3	3	2	4	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	59	0.125	
9	Tidak semua pemilik akomodasi memberikan kesempatan kepada host untuk melakukan pemasaran di situs Airbnb.	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	47	0.097	
10	Semakin banyak berkembangnya sistem pemasaran secara online.	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	50	0.102	
																					485	1.000		

Lampiran 3 Hasil Rating Faktor Internal Situs Airbnb

No	Faktor Internal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Total	Rating	Keterangan	
1	Cara cepat, mudah dan efisien dalam melakukan registrasi akomodasi secara online setelah melengkapi fitur-fitur yang ada di situs Airbnb.	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	59	2.950	Kekuatan kecil	
2	Mudah digunakan oleh host karena fitur-fitur yang sederhana dan tampilan yang user friendly.	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	51	2.550	Kekuatan kecil	
3	Informasi secara umum tentang destinasi wisata Nusa Penida bisa dimasukkan pada fitur-fitur di situs Airbnb.	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	59	2.950	Kekuatan kecil	
4	Nama judul akomodasi bisa disesuaikan dengan tipe akomodasi dan keinginan host sesuai dengan keunikan akomodasi yang di miliki.	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	56	2.800	kekuatan kecil	
5	Situs Airbnb tidak menerapkan disparity harga seperti yang diterapkan di OTA yang lainnya.	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	61	3.050	Kekuatan besar
6	Harga akomodasi yang lebih kompetitif dibandingkan dengan OTA yang lainnya.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	59	2.950	Kekuatan kecil	
7	Komisi pemesanan akomodasi yang lebih kecil dibandingkan dengan OTA yang lainnya.	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	68	3.400	Kekuatan besar	
8	Proses konfirmasi pemesanan bisa dikonfirmasi secara manual dan instan.	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	53	2.650	Kekuatan kecil
9	Registrasi akomodasi secara online bisa dilakukan dengan sistem multiple listing.	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	59	2.950	Kekuatan kecil	
10	Fitur edit harga dan ketersediaan akomodasi dilakukan secara manual sehingga menghabiskan banyak waktu.	2	3	2	2	3	2	2	4	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	49	2.450	Kelemahan kecil
Total																					574	28.700			

Lampiran 4 Hasil Rating Faktor Eksternal Situs Airbnb

No	Faktor Eksternal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Total	Rating	Keterangan	
1	Terjadinya gangguan dalam koneksi internet sehingga pemesanan lambat di konfirmasi.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	42	2.100	Ancaman kecil	
2	Situs Airbnb tidak bisa mendeteksi alamat yang benar di Pulau Nusa Penida.	4	2	1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	47	2.350	Ancaman kecil	
3	Munculnya sistem pemesanan yang hampir sama dengan situs Airbnb.	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	29	1.450	Ancaman besar	
4	Pemesanan mudah dibatalkan oleh tamu karena kejadian alam yang mengakibatkan kehilangan pendapatan.	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	51	2.550	Ancaman kecil
5	Sistem registrasi akomodasi pada situs Airbnb bisa dilakukan oleh siapa saja dengan nama judul akomodasi yang berbeda secara online.	2	1	3	3	3	2	3	3	2	2	1	2	3	2	3	3	3	2	2	2	47	2.350	Ancaman kecil	
6	Situs Airbnb banyak digunakan oleh wisatawan yang berasal dari manca negara.	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	4	2	3	2	4	3	4	3	4	65	3.250	Peluang besar	
7	Ulasan tamu yang mencantumkan nama akomodasi yang sebenarnya sehingga tamu bisa melakukan pemesanan langsung ke akomodasi yang bersangkutan.	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	51	2.550	Ancaman kecil	
8	Pemerintah memberikan dukungan terhadap kebijakan dalam melakukan strategi pemasaran secara online.	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	69	3.450	Peluang besar	
9	Tidak semua pemilik akomodasi memberikan kesempatan kepada host untuk melakukan pemasaran di situs Airbnb.	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	49	2.450	Ancaman kecil	
10	Semakin banyak berkembangnya sistem pemasaran secara online.	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	57	2.850	Peluang kecil
Total																					507	25.350			

Lampiran 5 Internal Factor Analysis Summary (IFAS) Situs Airbnb

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Score
1	Cara cepat, mudah dan efisien dalam melakukan registrasi akomodasi secara online setelah melengkapi fitur-fitur yang ada di situs Airbnb.	0.101	2.950	0.298
2	Mudah digunakan oleh host karena fitur-fitur yang sederhana dan tampilan yang user friendly.	0.102	2.550	0.260
3	Informasi secara umum tentang destinasi wisata Nusa Penida bisa dimasukkan pada fitur-fitur di situs Airbnb.	0.091	2.950	0.268
4	Nama judul akomodasi bisa disesuaikan dengan tipe akomodasi dan keinginan host sesuai dengan keunikan akomodasi yang di miliki.	0.101	2.800	0.283
5	Situs Airbnb tidak menerapkan disparity harga seperti yang diterapkan di OTA yang lainnya.	0.106	3.050	0.324
6	Harga akomodasi yang lebih kompetitif dibandingkan dengan OTA yang lainnya.	0.102	2.950	0.301
7	Komisi pemesanan akomodasi yang lebih kecil dibandingkan dengan OTA yang lainnya.	0.107	3.400	0.364
8	Proses konfirmasi pemesanan bisa dikonfirmasi secara manual dan instan.	0.101	2.650	0.268
9	Registrasi akomodasi secara online bisa dilakukan dengan sistem multiple listing.	0.092	2.950	0.271
Total		0.903		2.637
Kelemahan				
1	Fitur edit harga dan ketersediaan akomodasi dilakukan secara manual sehingga menghabiskan banyak waktu.	0.097	2.450	0.238
Total		0.097		0.238
Total bobot x score pada Internal faktor		1.000		2.875

Lampiran 6 External Factor Analysis Summary (EFAS) Situs Airbnb

No	Peluang	Bobot	Rating	Score
1	Pemerintah memberikan dukungan terhadap kebijakan dalam melakukan strategi pemasaran secara online.	0.125	3.450	0.431
2	Situs Airbnb banyak digunakan oleh wisatawan yang berasal dari manca negara.	0.084	3.250	0.273
3	Semakin banyak berkembangnya sistem pemasaran secara online.	0.102	2.850	0.291
Total		0.416		0.995
Ancaman				
1	Terjadinya gangguan dalam koneksi internet sehingga pemesanan lambat di konfirmasi.	0.097	2.100	0.204
2	Situs Airbnb tidak bisa mendeteksi alamat yang benar di Pulau Nusa Penida.	0.088	2.350	0.207
3	Munculnya sistem pemesanan yang hampir sama dengan situs Airbnb.	0.103	1.450	0.149
4	Pemesanan mudah dibatalkan oleh tamu karena kejadian alam yang mengakibatkan kehilangan pendapatan.	0.095	2.550	0.242
5	Sistem registrasi akomodasi pada situs Airbnb bisa dilakukan oleh siapa saja dengan nama judul akomodasi yang berbeda secara online.	0.115	2.350	0.270
6	Ulasan tamu yang mencantumkan nama akomodasi yang sebenarnya sehingga tamu bisa melakukan pemesanan langsung ke akomodasi yang bersangkutan.	0.094	2.550	0.240
7	Tidak semua pemilik akomodasi memberikan kesempatan kepada host untuk melakukan pemasaran di situs Airbnb.	0.097	2.450	0.237
Total		0.592		1.549
Total bobot x score pada Eksternal faktor		1.000		2.544

Lampiran 7 Lembar Kuesioner
Dengan Hormat,

Saya I Nyoman Mokoh Wijaya, mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bali bermaksud melakukan pengumpulan data mengenai Strategi *E-Marketing* Inovasi Bisnis Akomodasi Berbasis *Sharing Economy* pada *Airbnb* di Pulau Nusa Penida. Untuk itu saya memohon bantuan Bapak/Ibu kiranya dapat membantu menjawab pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini. Berilah tanda (√) pada setiap kolom pernyataan yang telah disediakan. Sebelum menjawab isi dari kuesioner tersebut, mohon Bapak/Ibu mengisi identitas terlebih dahulu. Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu.

Nama	
Alamat	
Posisi	

Petunjuk

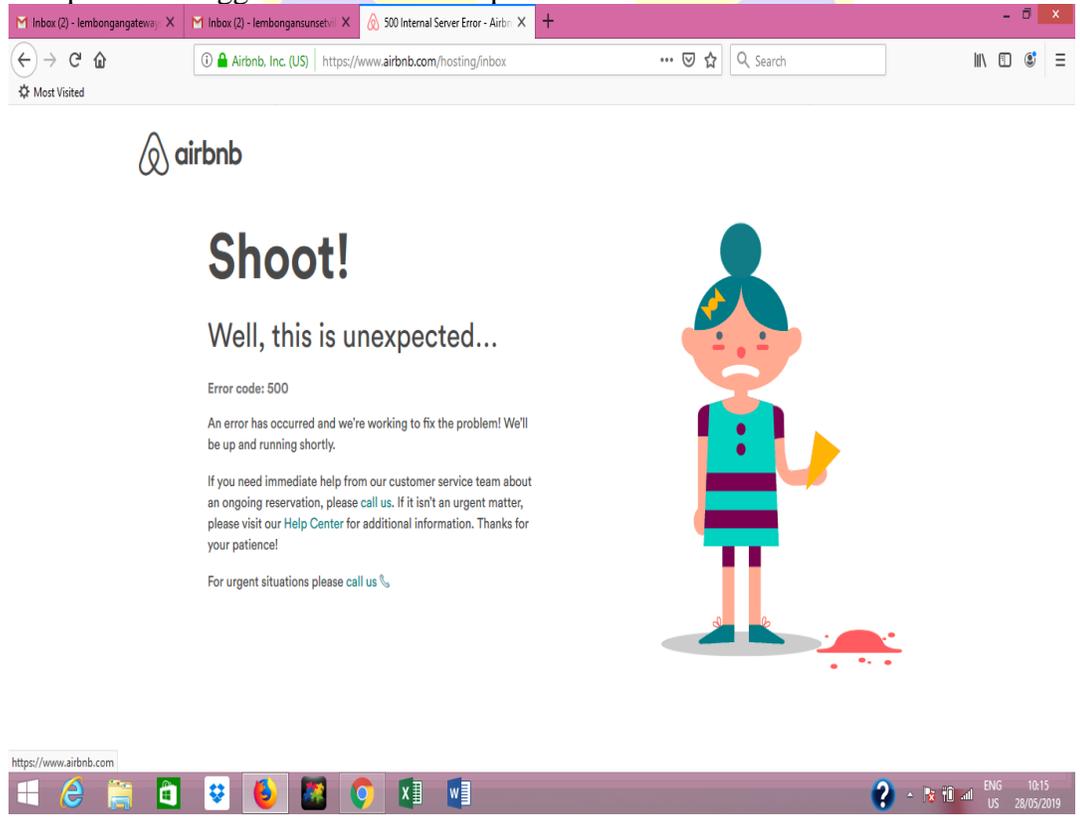
1. Berikan skala prioritas terhadap pernyataan di bawah ini dengan memberikan angka penilaian pada kolom yang telah tersedia.
Penilaian Bobot: untuk bobot diberikan batasan penilaian 1-20 dengan total nilai 100
2. Berilah rating untuk masing masing pernyataan di bawah ini dengan memberi tanda (√) pada kolom yang telah tersedia. Pada kriteria rating, yang dimaksud adalah penilaian kondisi saat ini. Adapun kriteria penilaian:
4 = Sangat Baik 3 = Baik 2 = Cukup Baik 1 = Tidak Baik

Lampiran 8 Lembar Kuesioner

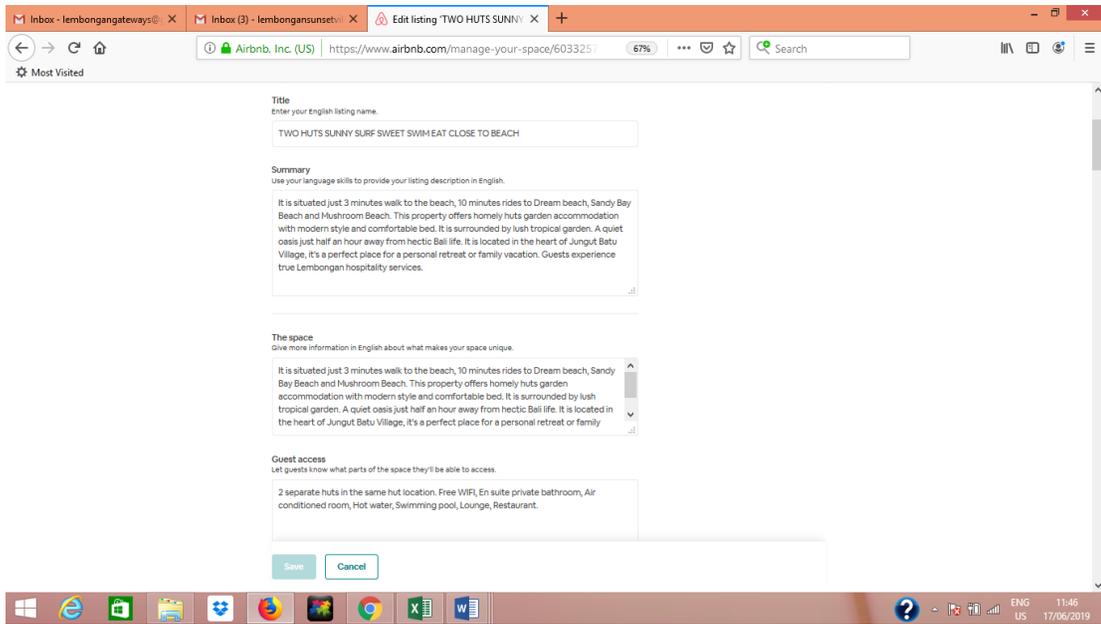
No	Internal	Rating				Bobot			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Cara cepat, mudah dan efisien dalam melakukan registrasi akomodasi secara <i>online</i> setelah melengkapi fitur yang ada di situs <i>Airbnb</i> .								
2	Mudah digunakan oleh <i>host</i> karena fitur-fitur yang sederhana dan tampilan yang <i>user friendly</i> .								
3	Informasi secara umum tentang destinasi wisata di Nusa Penida bisa dimasukkan pada fitur situs <i>Airbnb</i>								
4	Judul akomodasi bisa disesuaikan dengan tipe akomodasi dan keinginan <i>host</i> sesuai dengan keunikan akomodasi								
5	Situs <i>Airbnb</i> tidak menerapkan <i>disparity</i> harga seperti yang diterapkan di OTA yang lainnya								
6	Harga akomodasi yang lebih kompetitif dibandingkan dengan OTA yang lainnya								
7	Komisi pemesanan akomodasi yang lebih kecil dibandingkan dengan OTA yang lainnya								
8	Proses konfirmasi pemesanan bisa dikonfirmasi secara manual dan instan.								
9	Registrasi akomodasi secara <i>online</i> bisa dilakukan dengan sistem <i>multiple listing</i>								
10	Fitur edit harga dan ketersediaan akomodasi dilakukan secara manual sehingga menghabiskan banyak waktu.								
	Eskternal								
	Terjadinya gangguan dalam koneksi internet sehingga pemesanan lambat di konfirmasi								
2	Situs <i>Airbnb</i> tidak bisa mendeteksi alamat yang benar di Pulau Nusa Penida								
3	Munculnya sistem pemesanan yang hampir sama dengan situs <i>Airbnb</i> .								
4	Pemesanan mudah dibatalkan oleh tamu karena kejadian alam yang mengakibatkan kehilangan pendapatan.								
5	Sistem registrasi akomodasi pada situs <i>Airbnb</i> bisa dilakukan oleh siapa saja dengan nama judul akomodasi yang berbeda secara <i>online</i> .								
6	Situs <i>Airbnb</i> banyak digunakan oleh wisatawan yang berasal dari manca negara.								
7	Ulasan tamu yang mencantumkan nama akomodasi yang sebenarnya sehingga tamu bisa								

	melakukan pemesanan langsung ke akomodasi yang bersangkutan.								
8	Pemerintah memberikan dukungan terhadap kebijakan dalam melakukan stratgei pemasaran secara <i>online</i> .								
9	Tidak semua pemilik akomodasi memberikan kesempatan kepada <i>host</i> untuk melakukan pemasaran di situs <i>Airbnb</i> .								
10	Semakin banyak berkembangnya sistem pemasaran secara <i>online</i> .								

Lampiran 9 Gangguan Secara Online pada Situs Airbnb



Lampiran 10 Fitur pada Situs Airbnb



Lampiran 11 Pengelolaan Pemesanan Akomodasi pada Situs Airbnb Secara Online

