

TESIS

**E-MARKETING BERPENDEKATAN
COMPETITIVE ADVANTAGE DENGAN PMS
BERBASIS CLOUD PADA AKOMODASI SKALA
KECIL DI NUSA PENIDA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**PANDE NI PUTU MEYLLY WIJAYANTHI
2215885023**

**POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**

TESIS

**E-MARKETING BERPENDEKATAN
COMPETITIVE ADVANTAGE DENGAN PMS
BERBASIS CLOUD PADA AKOMODASI SKALA
KECIL DI NUSA PENIDA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

**PANDE NI PUTU MEYLLY WIJAYANTHI
2215885023**

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN PARIWISATA
PROGRAM MAGISTER TERAPAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2024**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI BALI
Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten
Badung, Bali – 0364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128
Laman: www.pnb.ac.id Email: poltek@pnb.ac.id

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pande Ni Putu Meylly Wijyanthi
NIM : 2215885023
Program Studi : Perencanaan Pariwisata, Program Magister Terapan
Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali

dengan ini menyatakan bahwa usulan penelitian tesis berjudul: "E-Marketing Berpendekatan Competitive Advantage Dengan Pms Berbasis Cloud Pada Akomodasi Skala Kecil Di Nusa Penida" benar bebas dari plagiat. Apabila terbukti benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 19 Januari 2024
Yang membuat pernyataan,

Pande Ni Putu Meylly Wijyanthi

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

E-MARKETING BERPENDEKATAN COMPETITIVE
ADVANTAGE DENGAN PMS BERBASIS CLOUD PADA
AKOMODASI SKALA KECIL DI NUSA PENIDA

Disusun oleh :
PANDE NI PUTU MEYLLY WIJAYANTHI
2215885023

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,



Dr. I Gede Mudana, M. Si
NIP. 196412021990111001

Pembimbing II,



Dr. Dra. Ni Gst Nym Suci Murni, M.Par
NIP. 196405251990032001

Mengetahui:
Ketua Program Studi Perencanaan Pariwisata



Dr. Dra. Ni Gst Nym Suci Murni, M.Par
NIP. 196405251990032001

Mengetahui:
Ketua Jurusan Pariwisata,



Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par.,M.Par
NIP. 198409082008122004

TESIS RISET TERAPAN

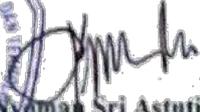
**E-MARKETING BERPENDEKATAN COMPETITIVE
ADVANTAGE DENGAN PMS BERBASIS CLOUD PADA
AKOMODASI SKALA KECIL DI NUSA PENIDA**

Tesis Riset Terapan ini Telah Diuji berdasarkan Surat Keputusan Direktur
Politeknik Negeri Bali Nomor: 04791/PL8/TU.01.04/2024 Tanggal: 21
Juni 2024 dan Dinilai pada Tanggal 12 Juli 2024

	Nama Dari Panitia Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Dr. I Gede Mudana, M. Si NIP. 196412021990111001	
Anggota	Dr. Dra. Ni Gst Nym Suci Murni, M.Par NIP. 196405251990032001	
Anggota	Dr I Made Darma Oka S.Tr.Par, M.Tr.Par NIP. 196510202000031001	
Anggota	Prof Ni Made Ernawati MATM, PhD NIP. 196312281990102002	
Anggota	Sang Putu Eka Pertama, SE.Ak.,CA.,M.Tr.Par Praktisi/Industri	

Mengetahui:
Ketua Jurusan Pariwisata,




Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par.,M.Par
NIP. 198409082008122004

**E-MARKETING BERPENDEKATAN COMPETITIVE ADVANTAGE
DENGAN PMS BERBASIS CLOUD PADA AKOMODASI SKALA
KECIL DI NUSA PENIDA**

Oleh :

Pande Ni Putu Meylly Wijyanthi

2215885023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi model bisnis akomodasi skala kecil berbasis E-marketing dalam pendekatan competitive advantage pada property management system berbasis cloud di Nusa Penida serta menganalisis penerapan e-marketing dan merancang model penerapan e-marketing. Penelitian ini menggunakan menggunakan metode kualitatif dimana hasil wawancara berdasarkan dengan teori yang ada sehingga menghasilkan penelitian yang dapat dimanfaatkan. Menggunakan analisis deskriptif kualitatif dari hasil observasi, wawancara langsung dengan informan dan studi dokumen. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Proses penerapan e-marketing pada Sunset Garden Villa, Nuansa Penida Hostel dan The Acala Shri Sedana dimulai dari identifikasi target market yang terdiri dari keluarga, pasangan dan tamu kelas menengah, solo traveller, tamu backpackers dan tamu kelas menengah keatas. Untuk marketing channel yang digunakan yaitu Booking.com, Airbnb, Agoda, Expedia, Traveloka, Hostelworld dan Website. Pengoptimalan konten melalui social media yang dimiliki setiap jasa akomodasi tersebut. Pengukuran keberhasilan setiap akomodasi memiliki perbedaan tergantung dari pencapaian konten yang telah dibuat. Keunggulan bersaing PMS berbasis Cloud yaitu dari biaya operasional yang lebih rendah, efisiensi waktu, tempat, dan biaya, serta kemampuan PMS berbasis Cloud untuk memenuhi kebutuhan bisnis akomodasi skala kecil. PMS berbasis cloud sangat cocok untuk akomodasi skala kecil karena keunggulan bersaing yang dimilikinya. Penelitian ini memberikan kontribusi penting sehingga dapat mengoptimalkan jalannya proses operasional yang baik pada PMS berbasis Cloud.

Keywords: E-Marketing, Competitive Advantage, Inovasi Model Bisnis, PMS Berbasis Cloud, Akomodasi Skala Kecil, Nusa Penida

**E-MARKETING BERPENDEKATAN COMPETITIVE ADVANTAGE
DENGAN PMS BERBASIS CLOUD PADA AKOMODASI SKALA
KECIL DI NUSA PENIDA**

Oleh :

Pande Ni Putu Meylly Wijyanthi

2215885023

ABSTRACT

This study aims to determine the innovation of E-marketing-based small-scale accommodation business models in a competitive advantage approach to cloud-based property management systems in Nusa Penida and analyze the application of e-marketing and design a model for implementing e-marketing. This research uses a qualitative method where the results of interviews are based on existing theories so as to produce research that can be utilized. Using qualitative descriptive analysis of the results of observations, direct interviews with informants and document studies. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation and data verification. The process of implementing e-marketing at Sunset Garden Villa, Nuansa Penida Hostel and The Acala Shri Sedana starts with identifying the target market which consists of families, couples and middle-class guests, solo travelers, backpackers and upper-middle-class guests. The marketing channels used are Booking.com, Airbnb, Agoda, Expedia, Traveloka, Hostelworld and Website. Content optimization through social media owned by each accommodation service. Measuring the success of each accommodation has a difference depending on the achievement of the content that has been created. The competitive advantages of Cloud-based PMS are lower operating costs, efficient time, space, and costs, and the ability of Cloud-based PMS to meet the needs of small-scale accommodation businesses. Cloud-based PMS is very suitable for small-scale accommodation because of its competitive advantages. This research makes an important contribution so that it can optimize the running of a good operational process on a Cloud-based PMS.

Keywords: E-Marketing, Competitive Advantage, Business Model Inovation, Cloud-based PMS, Small-scale Accommodation, Nusa Penida

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga tesis yang berjudul “E-Marketing Berpendekatan Competitive Advantage Dengan PMS Berbasis Cloud Pada Beberapa Akomodasi Skala Kecil Di Nusa Penida” akhirnya dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat dalam kurun waktu yang telah ditetapkan. Adapun tujuan penyusunan tesis ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan syarat memperoleh gelar Magister Terapan Pariwisata (M.Tr.Par.) bagi mahasiswa program studi Program Studi Perencanaan Pariwisata, Program Magister Terapan di Politeknik Negeri Bali.

Dalam menyusun tesis ini, banyak kendala yang dihadapi akibat terbatasnya pengetahuan ataupun sumber-sumber yang menunjang penulis miliki, namun berkat adanya bimbingan dan dukungan yang positif dari berbagai pihak, tesis ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang mendukung dalam penyelesaian tugas akhir ini, antara lain:

1. I Nyoman Abdi, S.E., M. eCom., selaku Direktur Politeknik Negeri.
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par.,M.Par selaku Ketua Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali.
3. Dr. Dra. Ni Gst Nym Suci Murni, M.Par selaku Ketua Program Studi Perencanaan Pariwisata dan selaku Pembimbing II tesis, yang senantiasa menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran, serta memberikan saran dan arahan kepada saya dalam meyelesaikan tesis ini.

4. Dr. I Gede Mudana, M. Si selaku pembimbing I tesis, yang senantiasa menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran, serta memberikan saran dan arahan kepada saya dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Kedua Orang Tua yang tak henti-hentinya selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materiil. Sehingga penulis dapat berkesempatan menimba ilmu di Politeknik Negeri Bali.
6. Segenap dosen pengampu mata kuliah yang telah berjasa dalam membagikan ilmu pengetahuan serta memberikan bantuan yang sangat berharga selama perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.
7. Pihak Pemangku Kepentingan dan seluruh manajemen yang telah bersedia memberikan izin, menjadi informan, serta meluangkan waktu sehubungan dengan proses pengumpulan data penelitian.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari proposal penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan masukan dan saran yang bersifat membangun agar bisa menjadi lebih baik lagi.

Badung, 19 Januari 2024

Pande Ni Putu Meylly Wijyanthi

DAFTAR ISI

TESIS	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
USULAN PENELITIAN TESIS.....	iv
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Rumusan Masalah.....	29
1.3 Tujuan Penelitian	30
1.3.1 Tujuan Umum	30
1.3.2 Tujuan Khusus	30
1.4 Manfaat Penelitian	30
1.4.1 Manfaat Teoretis	30
1.4.2 Manfaat Praktis	31
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN.....	17
2.1 Kajian Pustaka	17
2.2 Konsep	21
2.2.1 Akomodasi Skala Kecil	23
2.2.2 Property Management System berbasis Cloud	23

2.3	Landasan Teoritis.....	25
2.3.1	Digital Marketing.....	25
2.3.2	Competitive Advantage	27
2.3.3	Inovasi Model Bisnis	32
2.4	Penelitian Sebelumnya.....	33
2.5	Kerangka Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Desain Penelitian	41
3.2	Lokasi dan Objek Penelitian.....	42
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	42
3.2.2	Objek Penelitian.....	42
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	42
3.3.1	Jenis Data.....	42
3.3.2	Sumber Data	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1	Wawancara.....	43
3.4.2	Observasi	44
3.4.3	Studi Dokumen	45
3.4.4	Focus Group Discussion	45
3.5	Teknik Analisis Data	46
BAB IV GAMBARAN UMUM AKOMODASI SKALA KECIL DI NUSA PENIDA		49
4.1	Lokasi Penelitian.....	49
4.2	Fasilitas dan Produk.....	55
4.3	Struktur Organisasi	63
BAB V PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....		75
5.1.	Pembahasan Hasil Penelitian	75
5.1.1	Penerapan E-Marketing Berpendekatan Competitive Advantage dengan PMS Berbasis Cloud pada Akomodasi Skala Kecil di Nusa Penida.....	76

5.1.2 Keterkaitan dan Implikasi Penerapan E-Marketing Berpendekatan Competitive Advantage dengan PMS Berbasis Cloud pada Akomodasi Skala Kecil di Nusa Penida	82
5.1.3 Pandangan Terhadap Keunggulan Bersaing	92
5.1.4 Analisis Penerapan Emarketing pada PMS berbasis Cloud Nusa Penida.....	93
5.2. Output Penelitian Terapan Model Bisnis E-Marketing Berpendekatan Competitive Advantage dengan PMS Berbasis Cloud Pada Akomodasi Skala Kecil di Nusa Penida.....	105
BAB VI SIMPULAN	110
6.1. Simpulan	110
6.2. Rekomendasi.....	111
REFERENSI.....	12
LAMPIRAN	119

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dari Tahun 2019 – 2023 ..	17
Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kawasan Nusa Penida.....	26
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	38
Tabel 5.1 Penerapan E-marketing Pada Sunset Garden Villa, Nuansa Penida Hostel dan The Acala Shri Sedana	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Lokasi Sunset Garden Nusa Lembongan	50
Gambar 4. 2 Tampak Depan Sunset Garden Nusa Lembongan.....	51
Gambar 4. 3 Sunset Garden Nusa Lembongan	51
Gambar 4. 4 Lokasi Nuansa Penida Hostel.....	52
Gambar 4. 5 Tampak Depan Nuansa Penida Hostel	52
Gambar 4. 6 Nuansa Penida Hostel.....	53
Gambar 4. 7 Lokasi The Acala Shri Sedana	54
Gambar 4. 8 Tampak Depan The Acala Shri Sedana.....	54
Gambar 4. 9 The Acala Shri Sedana	54
Gambar 4. 10 Suite Deluxe	55
Gambar 4. 11 One Bedroom Villa	56
Gambar 4. 12 Two Bedrooms with Connecting Door	56
Gambar 4. 13 Bed in 8-Bed Mixed Dormitory Room.....	58
Gambar 4. 14 Bed in 6-Bed Mixed Dormitory Room.....	58
Gambar 4. 15 Bed in 4-Bed Mixed Dormitory Room.....	59
Gambar 4. 16 Deluxe Suite Sea View.....	60
Gambar 4. 17 Rooftop Pool Villa.....	61
Gambar 4. 18 Classic Pool Villa	62
Gambar 4. 19 The Acala Suite	62
Gambar 4. 20 Stuktur Organisasi Sunset Garden Nusa Lembongan	63
Gambar 4. 21 Stuktur Organisasi Nuansa Penida Hostel.....	66
Gambar 4. 22 Struktur Organisasi The Acala Shri Sedana	69
Gambar 5.1 Dokumentasi bersama Informan	77
Gambar 5.2 Marketing Channel yang Digunakan Sunset Garden Villa	78
Gambar 5.3 Marketing Channel yang Digunakan Nuansa Penida Hostel	79
Gambar 5.4 Marketing Channel yang Digunakan The Acala Shri Sedana	80
Gambar 5. 5 Konten pada Instagram Sunset Garden Villa, Nuansa Penida Hostel dan The Acala Shri Sedana	81

Gambar 5.6 Model Bisnis E-Marketing Berpendekatan Competitive Advantage dengan PMS Berbasis Cloud Pada Akomodasi Skala Kecil di Nusa Penida107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	119
Lampiran 2 Daftar Informan	120

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Intensitas penggunaan internet memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perubahan itu terjadi pada konsep pemanfaatan usaha, khususnya pada usaha pemasaran model yang dilakukan (Chen & Lin, 2019). Menggunakan internet sebagai media online akan mempermudah jangkauan lebih efektif dalam menjalankan strategi pemasaran dengan lebih baik dikenal sebagai pemasaran bijih-pemasaran elektronik. E-marketing adalah salah satu kriteria utama revolusi teknologi informasi dan komunikasi di bidang ekonomi. E-marketing dapat digunakan untuk memasarkan berbagai jenis akomodasi pariwisata diberikan kepada wisatawan yang melakukan kegiatan wisata. Persaingan di era globalisasi menuntut perusahaan yang menyediakan barang atau jasa untuk selalu tanggap dan jeli terhadap apa yang terjadi saat ini. Terobosan baru dalam dunia bisnis, yaitu melalui strategi bersaing, harus dilakukan untuk mendukung keberhasilan suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen (Elias, 2018a).

Banyak bisnis dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) beralih dari pemasaran konvensional ke pemasaran digital atau online, yang dianggap lebih murah, efektif, dan efisien setelah munculnya tren pemasaran digital atau online. Mengingat persaingan bisnis yang ketat saat ini, pemasaran harus menyesuaikan diri dengan era digital karena revolusi industri 4.0. Media

sosial terdiri dari berbagai jenis, seperti Wordpress, Wiki, blog, dan jejaring sosial, dan digunakan untuk menghubungkan orang di seluruh dunia melalui internet. (Hardilawati et al., 2019).

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dari Tahun 2019 – 2023

Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dari Tahun 2019 – 2023	
2019 - 2020	196,71
2021 - 2022	210,03
2022 - 2023	215,63

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Bila dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Tren penetrasi internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada 2018, penetrasi internet di Indonesia mencapai 64,8%

dan levelnya naik menjadi level 73,7% pada 2019-2020.

Perkembangan bisnis menyebabkan persaingan yang semakin tinggi antara bisnis dan berbagai teknik yang digunakan untuk memperoleh citra yang baik dan keuntungan perusahaan (Prasasti & Aijah, 2016). Keberadaan teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) dan perangkat lunaknya dapat digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, memodifikasi dan mengirimkan informasi atau semua data penting yang akan digunakan efektif dalam memberikan kontribusi terhadap kinerjanya. Teknologi yang digunakan adalah aplikasi Property Management System (PMS), yang merupakan aplikasi atau perangkat lunak sistem hotel yang digunakan dalam manajemen hotel. PMS tidak hanya terbatas pada departemen kantor depan hotel tetapi juga tata graha, makanan dan minuman, pemasaran dan penjualan, teknik, akuntansi, dan keamanan. Setiap departemen dalam hotel memiliki peranan dalam melayani kebutuhan tamu sebelum, selama, dan setelah mereka tinggal.

Hotel-hotel telah banyak memanfaatkan e-commerce untuk menjual kamar mereka dengan bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan agen perjalanan online. Untuk menangani reservasi hotel dari agen travel online, diperlukan sistem yang mendukung untuk menerima dan mencatat reservasi tersebut. Dengan menggunakan Property Management System (PMS), kesalahan dapat dihindari. Menurut Sutrisno et al. (2023), Property Management System (PMS) digunakan untuk mengatasi masalah dan mempercepat penyusunan laporan manajemen. Artinya, sistem manajemen

properti memiliki peran yang luas dalam operasi hotel. Salah satu aplikasi sistem hotel atau perangkat lunak yang digunakan dalam pengelolaan hotel adalah Property Management System (PMS). PMS mencakup hal-hal seperti housekeeping, makanan dan minuman, pemasaran dan penjualan, teknik, akuntansi, dan keamanan (Nirmala, 2021). Setiap departemen hotel memiliki tugas khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sebelum, selama, dan setelah menginap. Oleh karena itu, sistem harus memfasilitasi tamu dan staf hotel.

Konsep cloud computing, yang telah muncul sejak tahun 2005, telah memicu antusiasme para pelaku bisnis untuk meningkatkan kinerja bisnis yang lebih hemat biaya. Dengan konten Software as a Service, Platform as a Service, dan Infrastructure as a Service yang ditawarkan, para penyedia jasa layanan Cloud Computing mencoba menjangkau pasar UKM dan diharapkan dapat menarik UKM karena terlihat lebih murah dan memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan dengan membeli di berbagai literatur (Fardani & Surendro, 2011). Cloud computing adalah model teknologi informasi yang mudah digunakan dan dapat diakses di mana saja, serta sumber daya komputasi yang dapat dirilis dengan cepat dengan sedikit usaha manajemen, menurut National Institute of Standards and Technology (NIST). Cloud computing adalah paradigma baru dengan kinerja tinggi yang dapat dikonfigurasi secara khusus dan mudah diakses oleh pengguna. Cloud computing juga dapat dianggap sebagai virtualisasi, media yang dinamis, layanan berbasis on-demand, memiliki platform dan media penyimpanan, dan

dikelola dengan daya komputasi yang handal. Akibatnya, cloud computing dianggap sebagai sistem komputasi terdistribusi (Rumetna, 2018).

Setelah penemuan teknologi komputasi awan didefinisikan sebagai sumber daya dan layanan teknologi yang memungkinkan penyimpanan data dengan berbagi informasi di internet menggunakan layanan web, akses perangkat keras, aplikasi perangkat lunak, pemrosesan daya, dan data. Asal mula istilah awan dengan kondisi komputasi berbasis cloud mewakili internet (Elsenpeter et al., 2010). Elemen jaringan dalam jaringan seperti komputer klien dan server, router, sakelar dan gateway, serta detail lainnya, dipasang di cloud di internet (Parenreng et al., 2022). Aplikasi berbasis cloud yang umum dengan perkembangan internet teknologi terus diterima dan dikembangkan dari waktu ke waktu dengan menciptakan proses yang efektif, cepat dan praktis dalam mengelola usaha di berbagai bidang sektor (Oliveira et al., 2014).

Satu area di mana berbasis cloud teknologi yang banyak digunakan adalah saluran distribusi pemasaran online hotel di sektor pariwisata (Nadda et al., 2020). Layanan cloud menyebarkan sejenis platform pemrosesan informasi yang menampung pengembangan, basis data, eksekusi bahasa pemrograman lingkungan, dan operasi pengujian dan server web aktif persyaratan perangkat lunak sistem operasi. Pengembang perangkat lunak dapat mengembangkan ini platform dengan menjalankan produk perangkat lunak mereka sendiri tanpa perlu mengelolanya divisi perangkat keras dan perangkat lunak, tanpa menghadapi biaya pembelian dan kesulitan (Imhanwa

et al., 2015).

Banyak jenis PMS berbasis cloud yang paling mudah ditemukan dan sering digunakan pada akomodasi skala kecil diantaranya Cloudbeds, Little Hotelier, Sirvoy Booking System (Magar et al., 2021). Selain itu, sebagai solusi alternatif, bisnis akomodasi skala kecil biasanya memilih program aplikasi lain yang lebih murah dibandingkan dengan yang berbasis server seperti Protel PMS, eZee, dan Hotelogix (Putro et al., 2020). MRI Software Australia juga salah satu PMS berbasis cloud yang digunakan menggunakan teknologi berbasis cloud untuk membantu agen-agen untuk meningkatkan listing sewa.

Bali termasuk salah satu daerah tujuan wisata bagi tamu mancanegara. Ketika Indonesia dilanda krisis moneter Bali tidak surut dalam pengembangan sektor pariwisata. Bali dengan latar kebudayaannya dan aspek lainnya pada mulanya hanya untuk di abadikan demi keagungan masyarakatnya di nikmati oleh masyarakat Bali. Kabupaten Klungkung memiliki kawasan pariwisata yang terletak di Kecamatan Nusa Penida. Pariwisata di Nusa Penida telah mengalami perkembangan. Hal tersebut dapat dilihat dari data kunjungan wisatawan ke Nusa Penida yang mengalami peningkatan.

Kabupaten Klungkung adalah satu-satunya kabupaten yang sebagian besar wilayahnya berada di Nusa Penida, sebuah wilayah kepulauan yang terkenal dan eksotis yang terpisah dari daratan Pulau Bali. Wilayah ini terdiri dari Pulau Nusa Penida, Pulau Lembongan, dan Pulau Ceningan dengan luas

209,41 km² dan mencakup sekitar dua per tiga dari total luas Kabupaten Klungkung. Dengan luas 315 km², Kabupaten Klungkung adalah kabupaten/kota terkecil kedua di Provinsi Bali setelah Kota Denpasar. Namun, sebagian besar wilayahnya berada di kepulauan Nusa Penida. Ini berarti bahwa Kabupaten Klungkung memiliki garis pantai yang cukup panjang, yaitu 113 km², yang tentu menambah kesan tropisnya. Keindahan pantai dan pemandangan bawah laut Kabupaten Klungkung menarik wisatawan.

Keindahan alam Nusa Penida menjadikannya pilihan alternatif bagi mereka yang berkunjung ke Bali. Keindahan pantai dan wisata bawah lautnya menjadi daya tarik tersendiri bagi mereka yang ingin mencatat pengalaman baru dalam perjalanan mereka. Infrastruktur yang besar dibangun untuk menarik wisatawan ke setiap tempat di Nusa Penida. Perkembangan pariwisata di daerah ini juga didorong oleh perbaikan jalan, jangkauan komunikasi, dan pilihan akomodasi yang lebih luas. Selain memiliki pemandangan indah, Kabupaten Klungkung dulunya merupakan salah satu kerajaan tertua di Bali, yaitu Kerajaan Gelgel, yang kemudian berganti nama menjadi Kerajaan Klungkung. Bahkan sekarang, Kerajaan Klungkung merupakan pusat dari semua kerajaan Bali. Salah satu peninggalan kejayaan Kerajaan Klungkung adalah istana Kerta Gosa, yang merupakan tempat tinggal kerajaan. Ini adalah tempat wisata sejarah. Selain menjadi sarana untuk meningkatkan kualitas pariwisata, pengembangan wisata, budaya, dan sejarah juga dapat digunakan sebagai alat untuk melestarikan budaya dan

pengingat sejarah masa lalu.

Demi terdorongnya pertumbuhan pariwisata, tidak hanya konektivitas dan akses yang baik yang diperlukan, tetapi juga ketersediaan akomodasi yang memadai. Akomodasi yang baik dan nyaman sangat penting untuk menciptakan kesan yang baik dan pengalaman yang menyenangkan bagi wisatawan. Pengalaman positif akan mendorong mereka untuk kembali dan bercerita kepada orang-orang yang mereka kenal. Dengan demikian, pengalaman wisata yang baik akan menjadi cara yang bagus untuk mempromosikan wisata daerah tersebut. Menurut data yang diupdate dari survei VHTL 2019, ada total 204 bisnis akomodasi di Kabupaten Klungkung. Bisnis ini dibagi menjadi beberapa kategori bisnis, yaitu 3 hotel bintang, 7 hotel melati atau non-bintang, 71 pondok wisata (homestay), 19 penginapan remaja (youth hostel), 76 villa, 3 apartemen hotel, dan 25 jenis akomodasi lainnya. Hanya 2,45% dari semua fasilitas akomodasi di Kabupaten Klungkung berada di Kecamatan Klungkung, sementara 97,55% lainnya berada di Kecamatan Nusa Penida.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Klungkung terlihat bahwa pada tahun 2019 Tingkat Penghunian Kamar terendah terjadi pada bulan April, yang hanya sebanyak 53,44 persen kamar terpakai dari seluruh kamar yang tersedia pada jasa akomodasi. Tingkat penghunian kamar akomodasi bulanan sangat bervariasi. Mulai dari bulan Januari dimana Tingkat Penghunian Kamar mencapai 64,62 persen, selanjutnya pada bulan Februari dimana mengalami kenaikan yaitu mencapai

65,60 persen. Pada bulan Maret mengalami penurunan yang hanya mencapai 60,86 persen, sama halnya seperti pada bulan April yang mengalami penurunan dari bulan Maret yaitu mencapai 53,44 persen. Pada bulan Mei terjadi kenaikan yang signifikan dimana Tingkat Penghunain Kamar mencapai 76,96 persen, hal itu tidak berlangsung lama dikarenakan pada bulan Juni mengalami penurunan menjadi 59,81 persen.

Tingkat Penghunian Kamar (TPK) mengalami fluktuasi yang dimana bulan sebelumnya yaitu bulan Juni mengalami penurunan maka pada bulan Juli mengalami kenaikan yaitu mencapai 73,00 persen. Kemudian terjadi penurunan kembali pada bulan Agustus yang hanya mencapai 58,71 persen, pada bulan September mengalami sedikit kenaikan menjadi 67,05 persen. Pada bulan Oktober angka Tingkat Penghunian Kamar mencapai 77,05 persen dimana angka berikut merupakan angka tertinggi pada tahun 2019. Pada bulan November dan Desember angka Tingkat Penghunian Kamar relatif sama yaitu 54,19 persen untuk bulan November dan 59,63 persen untuk bulan Desember.

Hal ini sangat dipengaruhi oleh jadwal liburan wisatawan nasional, karena pandemi tahun 2020 menghalangi liburan. Januari mencatat tingkat penghunian kamar tertinggi tahun 2020, dengan 34,91 persen dari kamar yang tersedia terpakai. Pada bulan berikutnya, angkanya terus menurun sebagai akibat dari pemberitaan media yang semakin luas tentang pandemi. Tingkat penghunian kamar menurun menjadi 27,95 persen pada bulan Februari, meskipun kunjungan masih relatif tinggi, sudah mulai menurun. Nilai turun

drastis menjadi 6,16 persen pada bulan Maret, bahkan hanya 0,29 persen pada bulan April. Bulan-bulan berikutnya, banyak penyedia akomodasi menghentikan operasi karena biaya operasional yang tinggi yang diperlukan untuk memastikan adanya pemasukan yang memadai. Sektor pariwisata mengalami masa sulit pada tahun 2021. Wisatawan tidak dapat berlibur karena pandemi, yang mengakibatkan penurunan harga kamar. Dampak Pandemi Covid-19 masih terasa hingga maret 2021. Dari Januari hingga Maret, Tingkat Penghunian Kamar terhitung mencatat angka paling rendah,. Hal ini disebabkan oleh aturan pembatasan kegiatan masyarakat yang ketat yang diberlakukan pada bulan tersebut.

Pada bulan April, hotel non bintang memiliki tingkat hunian tertinggi sebesar 34,79 persen, yang berarti dari 100 kamar yang tersedia, ada sekitar 34 hingga 35 kamar yang terisi. Pada bulan Mei mengalami penurunan yaitu hanya mencapai 29,19 persen, penurunan tersebut berlanjut hingga bulan Juni yang hanya mencapai 17,20 persen. Terasa kembali dampak Pandemi Covid-19 pada bulan Juli yang dimana hunian kamar tidak terisi dan mencatat angka 0,00 persen. Kemudian, kembali membaik pada bulan Agustus dimana angka tingkat penghunian kamar mencapai 22,83 persen, serta pada bulan September mengalami penurunan yang tidak terlalu signifikan menjadi 20,83 persen. Pada bulan Oktober tingkat penghunian kamar hanya menyentuh angka 17,34 persen, melainkan pada bulan November menyentuh angka cukup tinggi pada tahun tersebut yaitu 30,88 persen, di penghujung tahun ditutup oleh bulan Desember yang mencapai angka 18,97 persen terhitung

mengalami penurunan cukup signifikan.

Mulai dilonggarkannya aturan pembatasan masyarakat meningkatkan tingkat hunian kamar hingga akhir tahun 2021. Dengan tingkat hunian kamar yang meningkat pada layanan akomodasi, pariwisata Kabupaten Klungkung diharapkan akan meningkat. Tingkat penghunian kamar meningkat sebagai hasil dari peningkatan kunjungan wisatawan pada tahun 2022. Oktober dan Desember mencatat tingkat hunian kamar tertinggi sebesar 22,66 persen dan 20,80 persen, masing-masing, karena musim liburan menjelang akhir tahun. Tingkat Penghunian/Kamar (TPK) menunjukkan persentase kamar yang dihuni. Dengan TPK 22,66 persen, dari 100 kamar yang tersedia, ada sekitar 22 hingga 27 kamar yang terisi. Pada bulan Februari, tingkat hunian kamar paling rendah tercatat 1,22 persen. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa pemulihan aktivitas masyarakat belum berjalan dengan baik saat liburan wisatawan. Hingga akhir 2022, tingkat hunian kamar akan meningkat sebagai hasil dari pengurangan aturan pembatasan masyarakat. Demi menunjang tingkat hunian kamar maka diperlukan kunjungan wisatawan, jumlah kunjungan wisatawan di Kawasan Nusa Penida Tahun 2019 – 2022 dapat dilihat dari Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kawasan Nusa Penida Tahun 2019 - 2023

Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kawasan Nusa Penida Tahun 2019 - 2023	
2019	404.483
2020	99.419
2021	162.000
2022	278.654
2023	653.579

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Klungkung, data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Kawasan nusa penida mengalami penurunan pada tahun 2021. Salah satu faktor yang menyebabkan penurunan tersebut yaitu keberlangsungan PPKM yang lebih ketat. Pada tahun 2020, jumlah kunjungan dikategorikan sebagai angka yang cukup tinggi karena pada bulan Januari, Februari, dan Maret masih terdapat banyak wisatawan yang berkunjung ke Nusa Penida. Setiap tahunnya terdapat penambahan jumlah akomodasi yang ada di kabupaten Klungkung khususnya di kecamatan Nusa Penida. Menjamurnya akomodasi skala kecil di Nusa Penida disebabkan oleh volume wisatawan yang terus bertambah setiap tahunnya. Diantaranya ada beberapa akomodasi skala kecil seperti Sunset Garden Nusa Lembongan, Nuansa Penida Hostel, The Acala Shri Sedana, Dream Beach Cottages, Dream Beach Hostel, Lembongan

Hostel, Pula Huts, dan Naradas Homestay.

Tabel 1.3 Penambahan Jumlah Akomodasi Skala Kecil di Nusa Penida Tahun 2019 – 2023

Penambahan Jumlah Akomodasi Skala Kecil di Nusa Penida Tahun 2019 - 2023	
2019	2
2020	6
2021	3
2022	9
2023	9

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Klungkung, data diolah 2024

Tingkat Hunian adalah salah satu indikator yang dapat menggambarkan produktivitas jasa akomodasi yang ada di suatu wilayah. Tingkat Penghunian Kamar dan Rata-Rata Lama Menginap (TPK) adalah ukuran yang menggambarkan jumlah kamar yang digunakan dibandingkan dengan jumlah kamar yang tersedia pada jasa ekomodasi. Selama tahun 2019, TPK hotel dan jasa akomodasi lainnya pada jasa akomodasi hotel non bintang sebesar 64,45 persen, sedangkan tahun 2020 sebesar 29,14 persen, tahun 2021 sebesar 20,55 persen dan tahun 2022 sebesar 15,81 persen.

Pemilihan PMS harus disesuaikan dengan tujuan hotel, kebutuhan tamu, dan anggaran hotel. Nusa Penida merupakan destinasi wisata yang saat ini sedang naik daun dan banyak dikunjungi oleh banyak wisatawan domestik dan mancanegara. Sebagian besar jenis layanan akomodasi di Nusa Penida

dimiliki oleh masyarakat setempat. Meningkatnya kunjungan wisatawan ke Nusa Penida dari tahun ke tahun semakin meningkat sejalan dengan perkembangan pariwisata. Jasa akomodasi di Nusa Penida semakin meningkat dan mengalami persaingan dan banyak pesaing. Sebagian besar teknik pemasaran yang digunakan masih menggunakan server itu membutuhkan ruang dan tempat yang sangat luas.

Berdasarkan sekilas wawancara dengan pemilik Sunset Garden Lembongan bahwa tidak adanya disediakan lahan untuk ruangan server dan keterbatasan tempat serta sumber daya manusia untuk mengontrol ruangan tersebut juga efisiensi waktu, maka pihak pemilik mempertimbangkan untuk menggunakan Property Management System (PMS) berbasis Cloud dengan tujuan lebih efisiensi waktu dan biaya.

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti inovasi model bisnis pemasaran akomodasi berskala kecil di Nusa Penida secara online berbasis e-marketing dengan menggunakan pendekatan competitive advantage pada Property Management System (PMS). Maka peneliti memutuskan untuk memilih judul “E-Marketing Berpendekatan Competitive Advantage Dengan PMS Berbasis Cloud Pada Akomodasi Skala Kecil Di Nusa Penida”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah penerapan e-marketing penerapan e-marketing berpendekatan competitive advantage dengan property management

system berbasis cloud pada akomodasi skala kecil di Nusa Penida?

2. Bagaimanakah model penerapan e-marketing berpendekatan competitive advantage dengan property management system berbasis cloud pada akomodasi skala kecil di Nusa Penida?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui inovasi model bisnis akomodasi skala kecil berbasis E-marketing dalam pendekatan competitive advantage pada property management system berbasis cloud di Nusa Penida.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Untuk menganalisis penerapan e-marketing dalam pendekatan competitive advantage inovasi model bisnis akomodasi skala kecil pada property management system berbasis cloud di Nusa Penida.
- b. Untuk merancang model penerapan e-marketing dalam pendekatan competitive advantage inovasi model bisnis akomodasi skala kecil pada property management system berbasis cloud di Nusa Penida.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai bagaimana E-

Marketing Dalam Pendekatan Competitive Advantage Inovasi Model
Bisnis Akomodasi Skala Kecil Pada Property Management System
Berbasis Cloud Di Nusa Penida

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Untuk Mahasiswa sebagai persyaratan untuk menjadi magister terapan dalam Perencanaan Bisnis Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, Departemen Pariwisata, Politeknik Negeri Bali
- b. Untuk Politeknik Negeri Bali, Dimana hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pustaka referensi untuk penelitian serupa dalam waktu dekat dan dapat dijadikan pedoman bagi generasi selanjutnya.
- c. Untuk Industri Terkait, Dalam hal ini industri pariwisata pada umumnya dan usaha akomodasi skala kecil pada khususnya, sebagai inovasi model akomodasi skala kecil pada property management system berbasis cloud dengan model e-marketing berpendekatan competitive advantage di Nusa Penida.

BAB VI

SIMPULAN

6.1. Simpulan

Berdasarkan uraian pada Bab V pembahasan dan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

Proses penerapan e-marketing pada Sunset Garden Villa, Nuansa Penida Hostel dan The Acala Shri Sedana dimulai dari identifikasi target market yang terdiri dari keluarga, pasangan dan tamu kelas menengah, solo traveller, tamu backpackers dan tamu kelas menengah keatas. Untuk marketing channel yang digunakan yaitu Booking.com, Airbnb, Agoda, Expedia, Traveloka, Hostelworld dan Website. Pengoptimalan konten melalui social media yang dimiliki setiap jasa akomodasi tersebut. Pengukuran keberhasilan setiap akomodasi memiliki perbedaan tergantung dari pencapaian konten yang telah dibuat. Keunggulan bersaing PMS berbasis Cloud yaitu dari biaya operasional yang lebih rendah, efisiensi waktu, tempat, dan biaya, serta kemampuan PMS berbasis Cloud untuk memenuhi kebutuhan bisnis akomodasi skala kecil. PMS berbasis cloud sangat cocok untuk akomodasi skala kecil karena keunggulan bersaing yang dimilikinya. Cloudbeds, Guesty, MyAllocator, dan VHP Cloud Server merupakan produk dan jasa pengganti dari PMS yang telah digunakan. Kendala yang terdapat pada PMS berbasis Cloud hanya gangguan sinyal dalam koneksi PMS berbasis Cloud. Kedua faktor lingkungan perusahaan baik faktor internal dan eksternal merupakan

faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam menerapkan inovasi model bisnis untuk menciptakan keunggulan bersaing dengan pesaing baik yang sudah ada maupun yang akan menjadi persaingan dengan model bisnis yang hampir sama.

Lima kekuatan Porter's five forces model sangat relevan diterapkan dalam mengelola pemasaran akomodasi skala kecil pada PMS berbasis Cloud. Penerapan model Porter bisa digunakan untuk meningkatkan pendapatan akomodasi dari penerapan e-marketing pada PMS berbasis Cloud.

6.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil identifikasi analisis yang sudah dilakukan selama melakukan program penelitian dan berpedoman pada hasil kesimpulan yang sudah disimpulkan, maka dapat memberikan saran untuk dapat dipertimbangkan oleh pemilik jasa akomodasi kecil yang menggunakan PMS berbasis Cloud di Nusa Penida yaitu:

Untuk dapat mengoptimalkan jalannya proses operasional yang baik pada PMS berbasis Cloud sebaiknya mengelola Porter five forces model untuk menciptakan keunggulan bersaing yang ada pada PMS berbasis Cloud secara efektif dan efisien.

Pemilik jasa akomodasi kecil yang menggunakan PMS berbasis Cloud diharapkan untuk mengikuti setiap informasi, saran dan rekomendasi yang dikirim melalui email untuk pembaharuan PMS berbasis Cloud agar lebih efektif penggunaannya sehingga memiliki competitive advantage.

REFERENSI

- Abdussamad, Z. (2022). *Buku Metode Penelitian Kualitatif*.
- Almira, W., & Alodia, W. A. (2019). Analisis Strategi Traditional Travel Agency Di Tengah Persaingan Online Travel Agency (Studi Kasus: Airlangga Travel). *Jurnal Manajemen*.
- Arfani, J. W., & Sugiyono, S. (2014). Manajemen Kelas Yang Efektif: Penelitian Di Tiga Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 2(1), 44–57.
- Awali, H. (2020). Urgensi pemanfaatan e-marketing pada keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan di tengah dampak Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 1–14.
- Bagus, G., & Utama, R. (2014). *Agrotourism as an alternative form of tourism in Bali*.
- Chen, S.-C., & Lin, C.-P. (2019a). Understanding the effect of social media marketing activities: The mediation of social identification, perceived value, and satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 140, 22–32.
- Chen, S.-C., & Lin, C.-P. (2019b). Understanding the effect of social media marketing activities: The mediation of social identification, perceived value, and satisfaction. *Technological Forecasting and Social Change*, 140, 22–32.
- Christensen, C. M. (2001). The past and future of competitive advantage. In *MIT Sloan Management Review; Winter* (Vol. 42).
- Cristind, E., & Oematan, N. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Hotel Sotis Kupang dalam Menghadapi Tantangan pasca Pandemi Covid-19* (Vol. 4, Issue 2).
- Darmadi, A. S. 2022, Wardani, A. D., & Serly, W. A. (2022). JPDK: Volume 4 Nomor 1 Tahun 2022 Research & Learning in Primary Education. *Media.Neliti.Com*.
- Elias, M. C. (2018a). Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Biro Perjalanan di Malang. *Agora*, 6(2).
- Elias M C. (2018). Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Biro Perjalanan Di Malang. *Agora*, 6, 1–6.

- Elias, M. C. (2018b). Analisis strategi bersaing pada perusahaan biro perjalanan di Malang. *Agora*, 6(2).
- Elsenpeter, R., Velte, A. T., & Velte, T. J. (2010). *Cloud Computing, A Practical Approach*. Fl, United States: Osborne-Mcgraw-Hil.
- Fardani, A., & Surendro, K. (2011). Strategi Adopsi Teknologi Informasi Berbasis Cloud Computing Untuk Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi*.
- Fernos, J., & Ayadi, A. S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Donat Madu Lapai. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 593–604.
- Fiorenita, F., Dwianika, A., Studi Akuntansi, P., Pembangunan Jaya, U., & Selatan, T. (2021). Penerapan Five Porter Analysis pada Efektifitas Kelangsungan Usaha Pelaku UKM (Studi Kasus UD Rey Collection). In *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi* (Vol. 13, Issue 1).
- Firdausi, N., Septianto, A., Nathaniela, T. C., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2022). *Apa yang Dimaksud dengan Inovasi Model Bisnis?* Center for Open Science.
- Gareche, M., Hosseini, S. M., & Taheri, M. (2019). A comprehensive literature review in competitive advantages of businesses. *International Journal of Advanced Studies in Humanities and Social Science*, 8(3), 223–240.
- Geissdoerfer, M., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2016). Design thinking to enhance the sustainable business modelling process—A workshop based on a value mapping process. *Journal of Cleaner Production*, 135, 1218–1232.
- Göral, R. (2021). *Competitive Analysis of the Hotel Industry in Konya by Using Porter's Five Forces Model*.
- Hamilton, R., Thompson, D., Bone, S., Chaplin, L. N., Griskevicius, V., Goldsmith, K., Hill, R., John, D. R., Mittal, C., & O'Guinn, T. (2019). The effects of scarcity on consumer decision journeys. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47, 532–550.
- Hardilawati, W. L., Binangkit, I. D., & Perdana, R. (2019). *Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini* (Vol. 7, Issue 1).
- Hasyim, M. A. N., Hidayat, K. K., & Barek, E. O. I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran di Era Digital dalam menghadapi Persaingan di UMKM Rajawali Persada Coffee. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 5(3).

- Hermawan, H. (2015). Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan, kepuasan dan loyalitas konsumen dalam pembelian roti ceria di Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 1(2).
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen: Fokus pada konsumen kartu kredit perbankan*.
- Imhanwa, S., Greenhill, A., & Owrak, A. (2015). Relevance of cloud computing: A case for UK small and medium sized tourism firms. *GSTF Journal on Computing (JoC)*, 4, 1–6.
- Jaman, M. (2012). Critical analysis of segmentation strategy for potential product launch—mapping the customers. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 1(11), 62–65.
- Julia, M., & Masyruroh, A. J. (2022). Literature Review Determinasi Struktur Organisasi: Teknologi, Lingkungan Dan Strategi Organisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 383–395.
- Kasmawati, K. (2018). Sumber daya manusia sebagai sumber keunggulan kompetitif. *Idarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*.
- Kodrat. (2009). *Konsep Lima Kekuatan Porter*. PT. Binarupa Aksara.
- Kotler. Armstrong. (2013). Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan. *Jurnal EMBAAA A*.
- Kotler, P. (2018). *Principles of Marketing. Edisi 15 Global Edition*.
- Kotler, P., Armstrong, G., Gay, M. G. M., & Cantú, R. G.-C. (2017). *Fundamentos de marketing*.
- Kotoua, S., & Ilkan, M. (2017). Tourism destination marketing and information technology in Ghana. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(2), 127–135.
- Kurniansah1, O. R., Muhammad, D., Tinggi, S., & Mataram, P. (2018). *Jurnal Bina Wakya* 39 (Vol. 1, Issue 1).
- Lanier, P., & Berman, J. (1993). Bed-and-breakfast inns come of age. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 34(2), 15–23.
- Limantoro, L. V. (2018). Analisis Strategi Bersaing Pada Perusahaan Jasa Kebersihan. *Agora*, 6(2).

- Listiawan, T. (2016). Pengembangan learning management system (lms) di program studi pendidikan matematika stkip pgri tulungagung. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 1(01).
- Lusananta, D. T., & Ridlwan, A. A. (2023). Penerapan Bauran Pemasaran Islam untuk Meningkatkan Omset Penjualan pada Bisnis Kafe Takanagari Sidoarjo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 6(1), 1–16.
- Meftahudin, M., Putranto, A., & Wijayanti, R. (2018a). 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). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 1(1), 22–30.
- Meftahudin, M., Putranto, A., & Wijayanti, R. (2018b). 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). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 1(1), 22–30.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. 3rd. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J., & Edisi, P. (2004). *Metodelogi penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya, 3(01).
- Munavizt, S. (2010). Jenis-jenis akomodasi pariwisata. Tersedia Pada: [Http://Pariwisatadanteknologi. Blogspot. Com/2010/05/Jenis-Jenis-Akomodasi-Pariwisata. Html](http://Pariwisatadanteknologi.Blogspot.Com/2010/05/Jenis-Jenis-Akomodasi-Pariwisata.Html).
- Nadda, V., Chaudhary, H. S., & Arnott, I. (2020). Cloud computing in tourism. In *Digital marketing strategies for tourism, hospitality, and airline industries* (pp. 141–155). IGI Global.
- Nathaniela, T. C., Afia, N., Firdausi, N., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2022). Inovasi Model Bisnis Berkelanjutan: Teknologi, Gaya Hidup & Keberlanjutan.
- Nirmala, Y. (2021). Effectiveness and Efficiency of Use" Property Management System (PMS)" in The Front Office Division of Hotel "X" and Hotel "Y" in Center Jakarta. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 1(2), 83–92.

- Noori, T. M., & Rashid, C. A. (2017). External Auditor's Responsibility Regarding To Going Concern Assumption In His/Hers Report: Case Of Kurdistan Region/Iraq. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5(5), 138–152.
- Nurhajati, L., & Wijayanto, X. A. (2022a). #17 Inovasi Bisnis Model Industri Media Online di Indonesia.
- Nurhajati, L., & Wijayanto, X. A. (2022b). #17 Inovasi Bisnis Model Industri Media Online di Indonesia.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). Analisis data dan pengecekan keabsahan data.
- Oliveira, T., Thomas, M., & Espadanal, M. (2014). Assessing the determinants of cloud computing adoption: An analysis of the manufacturing and services sectors. *Information & Management*, 51(5), 497–510.
- Paramita, A., & Kristiana, L. (2013). Teknik focus group discussion dalam penelitian kualitatif. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 16(2), 117–127.
- Parenreng, J. M., Wahid, A., Sanatang, S. P., & Yusmalasari, A. (2022). Pengantar Jaringan Komunikasi Nirkabel. Zahira Media Publisher.
- Polanco, S. C., & Priandika, A. T. (2022). Rancang Bangun Aplikasi E-Marketing Berbasis Web Menggunakan Metode Sostac (Studi Kasus: PT. Dimitra Adi Wijaya Bandar Lampung). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 71–76.
- Porter, M. E. (2019). Technology And Competitive Advantage. *Journal of Business Strategy*, 5(3), 60–78.
- Pranggalaya, B. R., & Sunyoto, S. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Tamu Dalam Pembelian Jasa Akomodasi di Kusuma Sahid Prince Hotel. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 8(2), 51–76.
- Prasasti, A. K. (2019). An Analysis Of Competitive Advantage Based On Porter's Five Force Method In Pelangi Hotel Malan. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya*, 8 (1), 2–11.
- Prasasti, A. K., & Aijah, S. (2016). Analisis Keunggulan Bersaing Berdasarkan Metode Five Forces Porter Pada Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Fakultas Brawijaya Malang*, 1–11.
- Purba Pamungkas, D. (2016). Analisis Competitive force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia (Studi Kasus: Kulina.id). In *Jurnal Electronics, Informatics (Vol. 1, Issue 2)*.

- Rahma, A. N., & Pradhanawati, A. (2018). Strategi Bersaing Produk Ukm Lumpia Dengan Menggunakan Analisis Five Forces Porter Dan Swot (Kasus pada UKM Lumpia Kings Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7, 171–185.
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. *Cakrawala*, 10(2), 107–112.
- Reinhold, S., & Dolnicar, S. (2018). Airbnb's business model. *Peer-to-Peer Accommodation Networks*, 27.
- Rijal, S., Sihombing, T. M., Akbar, I., Desembrianita, E., & Lubis, R. F. (2023). Peran Keunggulan Kompetitif, Inovasi Produk, dan Jaringan Bisnis terhadap Kinerja Ekonomi Daerah. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(03), 173–185. <https://doi.org/10.58812/sek.v1.i03>
- Rumetna, M. S. (2018). Pemanfaatan cloud computing pada dunia bisnis: studi literatur. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (JTIK)*, 5(3), 305–314.
- Ryan, D. (2016). *Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation*. Kogan Page Publishers.
- Sandroto, C. W. (2015). Wawancara Sebagai Salah Satu Alat Seleksi.
- Shabrina, A. N., Fauzi, A., Wibowo, A., Fikri, N., Ramadhan, H. N., Choirudin, M., Riyandito, M. R., Ramadhani, N., & Hikayatuni'mah, A. (2023). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik dalam Menciptakan Keunggulan Kompetitif Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4. <https://doi.org/10.31933/jimt.v4i3>
- Silitonga, P. D. P., Rikki, A., & Gunawan, P. (2023). Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Promosi Objek Wisata Samosir. *Citra Abdimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 78–82.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sutrisno, E. Y., Choliq Hidayat, A., & Sutanto, A. (2023). Pemanfaatan E-Commerce Dan Property Management System Dalam Kegiatan Bisnis Perhotelan Di Era Revolusi Industri 4.0 The Use of E-Commerce and Property Management Systems for Hotel Business Activities in the 4.0 Industrial Era.

- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi pemasaran melalui media sosial instagram (studi deskriptif pada akun@ subur_batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 2(2), 271–278.
- Widayani, A. (2018). Daya saing program studi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(2), 37–56.
- Xie, S., Girshick, R., Dollár, P., Tu, Z., & He, K. (2017). Aggregated residual transformations for deep neural networks. *Proceedings of the IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition*, 1492–1500.
- Yuliani, W. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *Quanta*, 2(2), 83–91.
- Zee Aprillia, Z. (2020). Rancangan Sistem Informasi Penilaian Kinerja Koordinator Proyek Pt Atrium Propugnatorum Teknika.
- Zia, A., & Alzahrani, M. (2022). Investigating the Effects of E-Marketing Factors for Agricultural Products on the Emergence of Sustainable Consumer Behaviour. *Sustainability*, 14(20), 13072.
- Zuriah, N. (2009). *Metode Pendidikan Sosial Dan Penelitian Teori-Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.