

# ANALISIS DAMPAK PEMANFAATAN SISTEM PEMASARAN ONLINE UNTUK Mendukung PERKEMBANGAN PENGINAPAN HAMANA *HOMESTAY* PACITAN

Hamana Marhaidika Muhaimin<sup>1</sup>, Tika Dedy Prastyo<sup>2</sup>, Hurhayati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Pendidikan Informatika, STKIP PGRI Pacitan

E-mail: [roxsox98@gmail.com](mailto:roxsox98@gmail.com)<sup>1</sup>, [tdedyprast@gmail.com](mailto:tdedyprast@gmail.com)<sup>2</sup>, [nurh80912@gmail.com](mailto:nurh80912@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dampak dari pemanfaatan pemasaran terhadap perkembangan Hamana *Homestay* Pacitan dan menjelaskan dampak terhadap sistem pemanfaatan pemasaran Online terhadap perkembangan Hamana *Homestay* Pacitan. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka. Subjek dalam penelitian ini menggunakan satu subjek yang terfokus adalah penginapan Hamana *Homestay*. Yang berlokasi kan di Jl. Teleng Ria I, Pelen, Sidoarjo, Kec. Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur, 63514 Pacitan, Indonesia. Objek dalam penelitian ini yaitu pokok persoalan masalah dalam *Pemanfaatan Sistem Pemasaran Online Untuk Mendukung Perkembangan Penginapan Hamana Homestay Pacitan*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada tiga metode pengumpulan data yaitu, : observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah pemanfaatan system pemasaran online untuk mendukung perkembangan penginapan Hamana *Homestay* Pacitan sangat baik, hal ini dibuktikan melalui ulasan di Google Business banyaknya pelanggan yang memberi ulasan baik di Google Business khususnya Google Maps. Naiknya rating di Google Business menambah kepercayaan pelanggan dan membuat daya tarik tersendiri terhadap penginapan Hamana *Homestay*.

**Kata Kunci :** Hamana *Homestay*, Media Sosial, Pemasaran Online.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini terlihat dengan diciptakannya berbagai aplikasi digitalisasi Online yang dapat mempercepat pertukaran informasi dan membuat operasional perusahaan menjadi lebih efisien, di antaranya adalah aplikasi pemasaran Online guna untuk mendukung perkembangan pelanggan. Dimana saat ini, terdapat banyak aplikasi yang digunakan sebagai pemasaran Online atau jual beli Online untuk membantu mencatat dan mendukung perkembangan pelanggan dengan mudah di aplikasi tersebut. Aplikasi pemasaran Online atau jual beli Online, yang tersedia sangat sederhana sehingga masyarakat yang menggunakan aplikasi ini dengan baik dan cepat (Racmawati, 2004:28).

Menurut Marwan (1991:15) pemasaran Online juga bisa disebut pemasaran internet dan pemasaran digital. Pemasaran Online adalah jenis pemasaran yang melibatkan penggunaan sumber daya Online untuk mempromosikan bisnis, produk dan layanannya guna menarik pelanggan potensial, menghasilkan akses lalu lintas, dan meningkatkan penjualan. Pemasaran digital menggunakan platform digital untuk menyampaikan pesan iklan dan promosi. Membangun jaringan komunikasi antara

pelanggan dan produsen adalah salah satu tujuan menggunakan pendekatan Pemasaran Digital. Hal ini sangat penting untuk komunikasi merek, dengan tujuan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut dan loyalitas mereka terhadap merek tersebut.

Sebelum dampak pemasaran online berdampak sangat baik dari sebelumnya, Hamana homestay hanya menggunakan metode penarikan pelanggan secara offline yang berdampak sangat kecil. Hal ini mengakibatkan bagaimana yang dialami pemilik Homestay terhadap minat pelanggan tentu saja sangat minim peminatnya. Pemilik Hamana Homestay akhirnya melakukan penjualan secara online untuk mengetahui berbagai informasi penjualan dan menarik pelanggan baru. Maka dari itu, seiring perkembangan teknologi Hamana Homestay memanfaatkan media pemasaran dengan menggunakan sistem online untuk melakukan transaksi antar pelanggan dan pemilik. Menurut Arieca (2002) transaksi juga mudah dan terjangkau karena komunikasi media hanya mengeluarkan sedikit pulsa yang dijadikan dasar mendukung komunikasi. Alat promosi yang baik dikarenakan dapat menunjukkan serta melihat gambar melalui media dari komunitas serta warga. Informasi yang up-to-date dilakukan setiap saat. Hal lainnya, membentuk pola pikir terhadap pentingnya pengelolaan keuangan di dalam keluarga. Saat ini, hampir semua orang memiliki akses terhadap ponsel pintar dan internet.

Adapun masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Tingginya jumlah pesaing dalam bisnis penginapan atau Homestay di sekitar pantai pancer dor dan pantai teleng ria, belum tercapainya target volume penjualan offline Hamana Homestay Pacitan, kendala dalam penjualan yang diakibatkan pemanfaatan system pemasaran Online Hamana Homestay Pacitan. Penelitian ini juga dibatasi hanya membahas system pemanfaatan penjualan Online Hamana Homestay yang dilakukan di Web, Facebook, Instagram dan WhatsApp saja. Hal ini dilakukan oleh peneliti karena, para pelanggan Hamana Homestay rata-rata memperoleh informasi dari berbagai akun pribadi Hamana Homestay.

## **METODE**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong (2000), penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian

yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana dampak pemanfaatan sistem pemasaran online untuk mendukung perkembangan penginapan Hamana Homestay Pacitan.

Tempat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penginapan Hamana Homestay yang berlokasi di Jl. Teleng Ria I, Plelen, Sidoarjo, Kec. Pacitan, Kabupaten Pacitan, Jawa Timur, 63514 Pacitan, Indonesia. Waktu penelitian sendiri yang dilakukan oleh peneliti pada Bulan November 2023–Januari 2024. Subjek dalam penelitian ini menggunakan satu subjek yang terfokus adalah penginapan Hamana Homestay. Objek dalam penelitian ini yaitu pokok persoalan masalah dalam pemanfaatan sistem pemasaran online untuk mendukung perkembangan penginapan Hamana Homestay Pacitan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada tiga teknik pengumpulan metode yaitu, : observasi, wawancara dan dokumentasi.

Instrumen pengumpulan data peneliti langsung terjun ke lapangan untuk mencari serta mengumpulkan data yang diperlukan pada penelitian. Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas, karena dalam penelitian kualitatif kriteria umum pada data penelitian adalah valid, reliabel, dan objektif. Teknik analisis data peneliti menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan serta dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada saat observasi peneliti menemukan banyak data di *Penginapan Hamana Homestay Pacitan* yang nantinya digunakan oleh peneliti sebagai bahan data peneliti. Peneliti juga dapat melihat langsung vasilitas-vasilitas yang terdapat di *Penginapan Hamana Homestay Pacitan* dan dapat mengetahui isi setiap kamarnya. Adapun hasil observasi vasilitas di *Penginapan Hamana Homestay Pacitan* sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Vasilitas Utama**

No.	Vasilitas	Jumlah
1.	Ruang Resepsionis	1
2.	Kamar AC	5
3.	Kamar Kipas	8
4.	Aula	1
5.	Rooftop	1
6.	Halking	1
7.	Wifi	3
8.	Mushola	1
9.	Dapur Umum	1
10.	Tempat Parkir Motor	1
11.	Tempat Parkir Mobil	1
12.	Tempat Ngopi dan Bakaran	1
13.	Laundry Room	1
14.	Cctv	1

**Tabel 2**  
**Vasilitas Kamar Ac**

No.	Vasilitas	Jumlah
1.	Kasur	1
2.	Bantal	2
3.	Bed Cover	1
4.	Kamar Mandi dalam	1
5.	Handuk	1
6.	Free Alat Mandi	2
7.	Aqua	2
8.	Tv	1
9.	Ac	1

**Tabel 3**  
**Vasilitas Kamar Kipas**

No	Vasilitas	Jumlah
1.	Kasur	1
2.	Bantal	2
3.	Bed Cover	1
4.	Kamar Mandi dalam	1
5.	Handuk	1
6.	Free Alat Mandi	2
7.	Aqua	2
8.	Tv	1
9.	Kipas	1

Peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian yaitu Hamana Homestay untuk melakukan wawancara. Saat itu peneliti bertemu langsung dengan pemilik Hamana Homestay yaitu Ibu Markhamah dan Bapak Muh.Muhaimin. Hamana Homestay merupakan salah satu penginapan yang lokasinya di dekat pantai pancor dor dan pantai teleng ria. Peneliti melakukan wawancara kepada pemilik Hamana Homestay guna mendapatkan informasi yang valid. Kebetulan pada saat itu kamar di Hamana Homestay Pacitan full. Peneliti berusaha mewawancarai pelanggan yang ada di Hamana Homestay Pacitan guna mendapatkan informasi terkait sistem pemanfaatan pemasaran online yang digunakan Hamana Homestay Pacitan dan kenyamanan saat menginap di Hamana Homestay Pacitan. Peneliti mampu mewawancarai 5 pelanggan Hamana Homestay Pacitan yaitu Muhammad Suderno 46 tahun dari jogja, Marsono 53 Tahun dari Jogja, Putra 41 Tahun dari Solo, David 36 Tahun dari Surabaya, dan Gaza 29 Tahun dari Magelang.

Dampak Terhadap Sistem Pemanfaatan Pemasaran Online Terhadap Perkembangan Hamana Homestay Pacitan adalah sistem pemanfaatan pemasaran online dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap Hamana Homestay Pacitan. Dengan menggunakan platform online seperti situs web, Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Homestay dapat meningkatkan jangkauan pasar dan keterlibatan pelanggan. Sistem pemanfaatan pemasaran online memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan Hamana Homestay Pacitan di beberapa aspek utama melalui pemesanan online lewat Whatsapp, Instagram, Facebook dan Google Bisnis. Hal ini terbukti bahwa pemasaran online di penginapan Hamana Homestay terbukti berjalan dengan lancar dan melebihi target pasar melalui ulasan di Google Business banyaknya pelanggan yang mmemberi ulasan baik di Google Business khususnya Google Maps. Terbukti di lampiran 3 bahwa banyaknya ulasan positif yang ada. Naiknya rating di Google Business menambah kepercayaan pelanggan dan membuat daya tarik tersendiri terhadap penginapan Hamana Homestay. Selain itu adapun dampak dari pemasaran online yang dilakukan di penginapan Hamana Homestay sebagai berikut :

#### Jangkauan Pasar yang Lebih Luas

Dengan menggunakan platform online seperti situs web, media sosial (seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp), Hamana Homestay Pacitan dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara global. Ini memungkinkan mereka untuk menarik tamu

dari dalam kota, bahkan dari luar kota, yang mungkin tidak akan tercapai melalui metode pemasaran tradisional.

#### Peningkatan Tingkat Reservasi

Melalui sistem pemesanan online yang efisien, tamu dapat dengan mudah melakukan reservasi kapan saja dan dari mana saja. Ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan bagi pelanggan potensial tetapi juga meningkatkan tingkat reservasi untuk Hamana Homestay Pacitan. Dengan fitur reservasi online yang memadai, tamu dapat melihat ketersediaan kamar secara real-time dan melakukan reservasi dengan cepat, meningkatkan tingkat okupansi Homestay.

#### Peningkatan Interaksi dan Keterlibatan Pelanggan

Melalui media sosial dan platform online, Homestay dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan tamu dan calon tamu. Mereka dapat berbagi konten yang menarik seperti foto-foto properti, ulasan dari tamu sebelumnya, dan rekomendasi aktivitas di sekitar Pacitan. Dengan berinteraksi secara aktif dengan pengikut mereka, mereka juga dapat merespons pertanyaan dan umpan balik pelanggan dengan cepat, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

#### Pembangunan Citra Merek yang Kuat

Kehadiran online yang kuat membantu Hamana Homestay Pacitan untuk membangun citra merek yang kuat di mata pelanggan. Dengan konten yang konsisten, promosi yang cerdas, dan interaksi yang baik dengan pelanggan, mereka dapat memperkuat identitas merek mereka sebagai tujuan akomodasi yang diinginkan di Pacitan.

#### **SIMPULAN**

Peneliti menyimpulkan bahwa dengan menggunakan pemanfaatan sistem pemasaran online untuk mendukung perkembangan penginapan Hamana Homestay Pacitan berhasil dilakukan. Hal ini terbukti ketika pemilik Hamana Homestay melakukan strategi pemasaran memanfaatkan perkembangan teknologi dengan pemasaran online pendapatan Hamana Homestay mengalami peningkatan dan peneliti sudah melakukan observasi dan wawancara terhadap pelanggan sebagai data.

#### **SARAN**

Peneliti menyarankan penerapan teknologi pemasaran digital tambahan seperti penggunaan Google Ads atau Facebook Ads untuk meningkatkan visibilitas Hamana Homestay di mesin pencari dan platform media sosial. Evaluasi efektivitas kampanye

berbayar ini secara berkala untuk mengoptimalkan anggaran pemasaran. Peneliti juga menyarankan perbaikan atau pengembangan situs web diperbaiki Hamana Homestay agar lebih responsif dan mudah digunakan. Rekomendasikan integrasi fitur seperti formulir reservasi online yang mudah diakses dan sistem pembayaran yang aman untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dalam melakukan pemesanan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Arieca, D. (2002). Tinjauan Atas Pelaksanaan Promosi Di Depok Fantasi Waterpark. 52(1), 1–5.

Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000)

Rahmawati, Y. 2004. Analisis nilai tambah dan keuntungan home industry kerupuk ikan laut lepas (studi kasus di UD. Tuna Sumekar Desa Kalijinten Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo). [Skripsi]. Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Malang.

Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

