

TANTANGAN DAN HAMBATAN PENGUSAHA AKOMODASI LOKAL DALAM MENGELOLA *ONLINE* *TRAVEL AGENT* DI NUSA PENIDA

I Wayan Darsana, Yuyu Indrawati

Email: darsana_ipw@unud.ac.id¹, yayuindrawati@unud.ac.id²

^{1,2}Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: The purpose of this study to find out marketing with online travel agents used by local accommodation entrepreneurs on Nusa Penida Island and how local entrepreneurs manage these OTAs to increase the existence of their accommodation businesses. Entrepreneurs did not understand how to manage online travel agent, such as a lack of concern for maintaining the system and price disparity rates and the lack of ability to carry out innovative promotions through OTA, as well as dependence on offline travel agents. The theory of marketing and OTA have used in this researched, data obtained through interviews and analyzed using qualitative descriptive methods. Research results show that Local accommodation entrepreneurs need to increase their network or partners in promoting the accommodation business by registering their property business with online travel agents other than Booking.com and Agoda and actively managing accommodation marketing in maintaining their accommodation business.

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemasaram dengan online travel agen yang digunakan oleh pengusaha akomodasi Lokal di Pulau Nusa Penida dan cara pengusaha lokal mengelola OTA tersebut untuk meningkatkan eksistensi usaha akomodasinya. Pengusaha belum banyak memahami tentang cara mengelola pemasaran berbasis Online Travel Agent, seperti kurangnya kepedulian untuk menjaga sistem dan tampilan harga (*disparity rate*) dan kurangnya kemampuan melakukan promosi yang inovatif secara OTA, serta ketergantungan pada agen perjalanan jalur offline. Teori yang digunakan adalah teori pemasaran dan OTA, data diperoleh melalui wawancara dan di analisis dengan metode deskriptif Kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pengusaha akomodasi lokal perlu meningkatkan jaringan atau mitranya dalam mempromosikan bisnis akomodasi dengan mendaftarkan bisnis properti ke agen perjalanan online selain Booking.com dan Agoda dan secara aktif mengelola pemasaran akomodasi dalam mempertahankan bisnis akomodasinya.

Keywords: accommodation, local entrepreneurs, nusa penida, online travel agent.

PENDAHULUAN

Pariwisata Nusa Penida pada tahun 2020 mengalami keterpurukan akibat pandemi Covid-19. Jumlah wisatawan menurun drastis dan destinasi wisata ditutup total. Semua pintu masuk ke Nusa Penida ditutup. Meningkatnya pandemi Covid 19 menjadi bencana bagi pariwisata Nusa Penida. Namun, sejak dibukanya kembali akses wisatawan ke Nusa Penida pada November 2021, wisatawan domestik secara bertahap mulai terlihat peningkatan. Jumlah kunjungan wisatawan domestik meningkat 45% menjadi 800 orang dalam 1 bulan. Hal ini memberikan dampak positif dan harapan bagi badan pariwisata Nusa Penida kedepannya. Permasalahan yang ada di lapangan adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia masyarakat setempat menyebabkan sumber daya alam dan budaya tersebut tidak dapat dikelola secara mandiri. Faktanya, jika sumber daya tersebut dapat dikelola sesuai standar pariwisata disertai dengan promosi yang memadai dapat menjadi paket wisata yang sangat menarik bagi wisatawan, hal ini dapat meningkatkan tingkat hunian akomodasi pengusaha lokal di masa pandemi Covid-19 saat ini. Namun berdasarkan hasil survey awal tentang permasalahan pengusaha lokal dalam hal pemasaran bisnis akomodasinya, pengusaha dan pengelola belum banyak memahami tentang cara mengelola pemasaran berbasis online travel agent, seperti kurangnya kepedulian terhadap menjaga sistem dan disparity rate dan masih kurangnya kemampuan dalam mengelola online travel agent, masih terbatas pada 2-3 OTA serta lemahnya dalam membuat promosi yang inovatif di OTA.

Secara umum, kita ketahui bahwa peran online travel agent sangat membantu para pengusaha lokal yang memiliki jumlah kamar terbatas. Penjualan kamar melalui OTA terbukti dapat meningkatkan okupansi kamar sehingga partisipasi dan dukungan pihak hotel baik dari karyawan maupun manajemen harus ditingkatkan, agar tujuan peningkatan penjualan tercapai. online travel agen mampu meningkatkan tingkat hunian kamar hotel jika dikelola dengan serius, teliti, benar, tuntas, berkesinambungan dan kreatif, termasuk dalam menentukan harga hari demi hari. Keuntungan berjualan menggunakan OTA banyak

dibandingkan kerugiannya karena jangkauannya yang luas dan tidak dibatasi oleh waktu dan tempat selama masih terkoneksi dengan jaringan internet. *E-commerce* harus dapat mengikuti perkembangan zaman dan teknologi seperti serta keinginan para tamu yang serba praktis dan mudah dengan hasil yang maksimal. Memberikan kesempatan yang sama dari manajemen kepada *e-commerce* dalam mencari tamu dan memenuhi sarana prasarana yang memadai serta akses internet 24 jam yang cepat dan lancar, termasuk kepada staf *e-commerce* seperti laptop atau smartphone dalam menjalankan tugas. Luthfi Hendriyati (2019). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kesiapan Pengusaha Lokal dalam mengelola pemasaran Usaha Akomodasi berbasis OTA di Pulau Nusa Penida pada masa pandemi Covid-19 di Pulau Nusa Penida

METODE PENELITIAN

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisis deskriptif kualitatif, yang tujuannya untuk menyajikan, mendeskripsikan atau menggambarkan, menguraikan, menjelaskan dan menjabarkan secara jelas dan sistematis data yang diperoleh di lapangan. Proses analisis dilakukan sejak tahap pengumpulan data melalui proses pengorganisasian data yang mencakup serangkaian proses kategorisasi atau pengkodean (coding), interpretasi data, pengungkapan relasi antar kelompok kategori. Kemudian dilakukan analisis terhadap relasi-relasi yang terbangun guna memperoleh teori induktif dari topik penelitian. Demikian juga dengan data yang terhimpun dari wawancara kepada pengusaha akomodasi pariwisata mengenai tantangan dan hambatan dalam mengelola pemasaran online travel agen dan disajikan dalam bentuk paparan/deskripsi dan tabel prosentase masing-masing kriteria

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis pengusaha perlu memahami lebih mendalam tentang informasi mengenai peran online travel agent dalam bisnis akomodasi dan memberikan informasi tentang pendaftaran akomodasi di OTA tersebut, seperti Traveloka, Tiket.com, Hostelworld, Booking.com, Agoda, expedia

dan Airbnb. Pemilik akomodasi yang awalnya tidak memiliki pengalaman di bidang pariwisata sangat bersemangat untuk mendirikan akomodasi, namun kenyataan di lapangan masih banyak kekurangan sumber daya manusia dalam mengelola bisnis akomodasinya, terutama dalam pemasaran. Pengelolaan akomodasi masih dalam bentuk usaha keluarga dimana pemiliknya adalah pengelola (owner-manager) dan dibantu oleh karyawan yang masih memiliki hubungan keluarga dan kekerabatan. Beberapa pemilik hotel belum menerapkan standar hotel dalam kegiatan operasionalnya seperti manual dalam data tamu, pembayaran manual, pelayanan kurang dan tentunya komunikasi dengan wisatawan masih perlu ditingkatkan. Tantangan pengusaha akomodasi lokal adalah mencari tahu harga dan ketersediaan kamar di Booking.com, Agoda, Airbnb, Traveloka, Hostelworld, expedia pada properti lainnya dan membuat promosi yang inovatif, yang sudah disediakan OTA seperti last Minute promotion, Basic deal, Early Bird, Domestic Rate, China Market, dan promosi lain yang tersedia serta program mitra genius, program mitra pilihan dan promosi untuk wisatawan seperti general deal dan member deal. Tantangan selanjutnya bagi pengusaha akomodasi lokal adalah mencari jaringan baru yang memiliki pangsa pasar berbeda seperti aplikasi Klook, pegi-peggi, Trip Guru, membuat websites yang terkoneksi dengan Tripadvisor dan Aviator

SIMPULAN

Pengusaha pariwisata semakin banyak membuat jaringan atau mitra dalam mempromosikan bisnis akomodasi dengan mendaftarkan bisnis properti ke Agen Perjalanan Online. Hal ini dikarenakan setiap online travel agent memiliki pangsa pasar tersendiri seperti hostelworld, traveloka, airbnb, booking.com, Expedia, Tiket.com, Klook, Trioguru dan Aviator, Get your guide dan OTA lainnya selanjutnya perlu meningkatkan kompetensi pelaku pariwisata dalam mengelola pemasaran akomodasi di OTA. Pengusaha akomodasi lokal secara aktif dan berkesinambungan mengelola Online Travel Agent setiap hari untuk bisa eksis di semua OTA dan di Google Business.

Kepustakaan

- Booking.com*. 2020. “Jumlah Hunian Akomodasi di Nusa Penida”.
- Dharma Putra. 2018. *Metamorfosis 'Homestay' dalam Dunia Pariwisata Bali*. Home Stay Mosaik Wisata Berbasis Rakyat. Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua-Bali. ISBN 978-602-51521-15
- Darsana dan Yohanes Kristianto. 2018.” *Praktik Usaha Akomodasi Berbasis Kewirausahaan Lokal di Nusa Penida, Kabupaten Klungkung, Bali,*” Seminar Nasional Iptek (SENASTEK Bali, Indonesia 2018.
- LPPM UNUD. 2022. *Pedoman Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Udayana*. Jimbaran: LPPM Unud
- Luthfi Hendriyati. 2019. *Pengaruh Online Travel Agents Terhadap Reservasi Kamar di Hotel Mutiara Malioboro Yogyakarta*. ISSN: 1693-5969. *Jurnal Media Pariwisata*, Volume 17, Nomor 1, Mei 2019.
- Malla. 2016. “Agen Perjalanan On Line”, (Online), (<http://www.quora.com/What-are-thecomponent-of-OTA-model-onlinetravel-agencies>)
- Suharto. 1995. *Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1995 tentang Gerakan Nasional Pembinaan dan Pembinaan Kewirausahaan*. Indonesia.
- Wah, Salah. 1992. *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Wirehouse Data Pariwisata Australia. 2013. *Tutorial 39a Agen Perjalanan On Line 101*.Australia: Gudang Data Pariwisata Australia.