

Manajemen Pemasaran Syariah Berbasis Digital pada Homestay di Lombok Sebagai upaya Peningkatan Wisata Halal

Novi Yanti Sandra Dewi

Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Mataram, Indonesia

novi.yanti@ummat.ac.id

Keywords:

Management,
Sharia Marketing,
Digital,
Homestays,
Halal Tourism

Abstract: *The rapid development of technology requires business actors to be able to take advantage of it, so they are required to be creative in utilizing these technological advances. The homestay business in Lombok is no exception. Moreover, with the inclusion of Lombok as an area that offers halal tourism. However, homestays in Lombok, especially in Kuta Village, have not been able to take full advantage of this technology. Therefore, it is necessary to conduct an in-depth study through qualitative research on digitalization according to Islamic law in the homestay business in Kuta Village, which is later expected to develop halal tourism in Lombok. Data was collected through observation, interviews, and supported by related data, using Miles and Huberman's data analysis techniques. The results show that most homestay managers promote their homestay on agoda, booking.com, traveloka, and oyo applications.*

Kata Kunci:

Manajemen,
Pemasaran Syariah,
Digital,
Homestay,
Wisata Halal

Abstrak: Perkembangan teknologi yang begitu pesat menuntut para pelaku usaha untuk dapat memanfaatkannya, sehingga dituntut untuk kreatif dalam memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut. Tak terkecuali dalam bisnis homestay di Lombok. Terlebih lagi dengan masuknya Lombok sebagai kawasan yang menawarkan wisata halal. Akan tetapi, homestay di Lombok khususnya di Desa Kuta belum dapat memanfaatkan teknologi ini secara maksimal. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian mendalam melalui penelitian kualitatif tentang digitalisasi sesuai syariat Islam pada usaha homestay di Desa Kuta, yang nantinya diharapkan dapat mengembangkan wisata halal di Lombok. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan didukung oleh data terkait, dengan menggunakan teknik analisis data Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengelola homestay mempromosikan homestay mereka di aplikasi agoda, booking.com, traveloka, dan oyo.

Article History:

Received: 13-07-2022

Online : 04-08-2022



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



----- ◆ -----

A. LATAR BELAKANG

Adanya teknologi memberikan peluang bisnis yang sangat besar untuk mengembangkan bisnis penginapan berbasis rumah warga yaitu homestay. Internet memainkan peran yang sangat signifikan dalam proses transformasi bisnis menuju digitalisasi yang dapat meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya interaksi dan transformasi. Digitalisasi memunculkan lebih banyak pilihan pencapaian alternatif dengan biaya lebih rendah, dan memiliki peluang lebih luas.

Selain itu, digitalisasi juga membuat aktivitas interaksi dapat dilakukan dari jarak jauh tanpa harus hadir secara fisik sehingga lebih mudah.

Wisatawan yang ingin berkunjung ke destinasi wisata dapat mengakses semua hal yang dia butuhkan melalui *smartphone*. Mereka dapat memesan pesawat, kapal laut, hotel, penginapan dan lainnya hanya melalui *smartphone*, sehingga mereka tidak harus datang langsung ke kantor penjualan tiket pesawat, kapal laut, kantor pemasaran hotel atau penginapan, serta yang lainnya. Pembelian secara digital melalui online ini sangat menguntungkan dan memudahkan para wisatawan, terkhusus wisatawan yang ingin berlibur di luar kota atau luar negeri. Oleh karena itu, wisatawan pada zaman sekarang ini banyak melakukan pemesanan tiket pesawat, kapal laut, hotel atau penginapan secara online. Hal ini tentu saja menuntut pengelola usaha termasuk usaha penginapan *homestay* untuk dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Terlebih lagi dengan adanya berbagai event internasional yang di gelar di Nusa Tenggara Barat, menjadikan Nusa Tenggara Barat sebagai tempat tujuan para penonton event-event internasional tersebut. Penonton yang merupakan wisatawan akan membutuhkan tempat untuk menginap, maka keberadaan *homestay* haruslah dapat diketahui secara luas di berbagai belahan dunia. Hal ini tentu saja membutuhkan pemasaran yang dapat dijangkau oleh semua orang, sehingga digitalisasi pemasaran secara online harus dilakukan.

Pengelola *homestay* yang ada di Desa Kuta Kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah mempromosikan *homestay* mereka melalui aplikasi *agoda*, *booking.com*, *traveloka*, dan *oyo*. Sebagian besar dari para pengelola *homestay* yang ada di Desa Kuta Lombok Tengah belum mempromosikan *homestay* mereka melalui *facebook*, *instagram*, dan *twitter*. Promosi *homestay* melalui berbagai aplikasi dapat menjadikan Lombok lebih dikenal oleh masyarakat luas, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. *Homestay* yang menjadi salah satu faktor pendukung wisata halal di Lombok (Yanti & Dewi, 2022) perlu lebih disosialisasikan dengan tetap memperhatikan norma-norma yang ada dalam Islam, sehingga kreativitas dalam melakukan promosi penginapan, makanan halal (Yanti et al., 2021), dan sebagainya tidak boleh bertentangan dengan ajaran Islam dan tetap menjaga martabat Pulau Lombok sebagai tujuan wisata halal. Pulau Lombok sebagai destinasi wisata halal yang dikenal dengan pulau seribu masjid menjadikan Lombok sebagai destinasi wisata yang ramai dikunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara (Yanti & Dewi, 2022). Hal ini tentunya akan mendorong peningkatan wisata halal di Lombok.

Berdasarkan uraian di atas, maka bisnis *homestay* sangat penting untuk diteliti. Penelitian ini akan mengkaji tentang manajemen pemasaran syariah berbasis digital pada *homestay* di Desa Kuta Lombok Tengah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi bagi kemajuan *homestay* dan peningkatan wisata halal di Nusa Tenggara Barat, khususnya di Desa Kuta yang merupakan desa yang berada di kawasan sirkuit Mandalika.

B. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mengkaji tentang manajemen pemasaran syariah berbasis digital pada *homestay* di Desa Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Subyek penelitian adalah pelaku usaha *homestay*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi langsung ke Desa Kuta, wawancara mendalam, dan didukung oleh data lain yang terkait seperti jurnal. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Miles dan Huberman yaitu dengan cara mereduksi, menyajikan, dan menyimpulkan data. Data yang telah diperoleh peneliti dari wawancara dan observasi kemudian direduksi, yaitu dikelompokkan menjadi data yang sangat penting, kurang penting, dan tidak

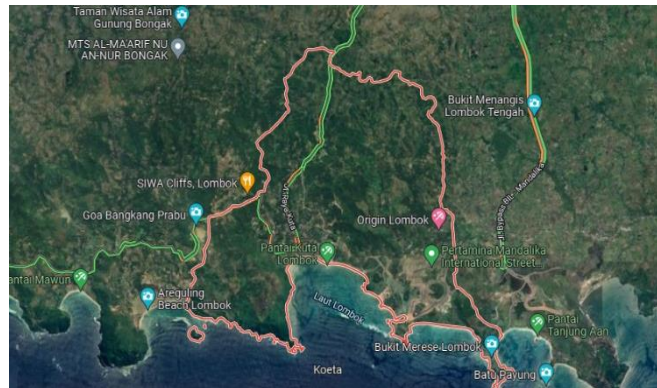
penting. Peneliti telah membuang data yang termasuk dalam kelompok data yang tidak penting dan kurang penting. Peneliti hanya mengambil data yang sangat penting kemudian menarik kesimpulan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep mengenai digital di bidang ekonomi pertama kali diperkenalkan oleh Tapscott pada tahun 1998, yang menjelaskan sistem ekonomi yang mempunyai karakteristik sebagai sebuah ruang intelijen, meliputi informasi, berbagai akses instrument informasi dan pemrosesan informasi serta kapasitas informasi (Arrizal & Sofyantoro, 2020; Mahriadi, 2022). Ekonomi digital adalah sektor ekonomi meliputi barang-barang dan jasa-jasa saat pengembangan, produksi, penjualan, atau suplainya tergantung kepada teknologi digital (Fauzi Abdulloh, 2019.; Olokundun et al., 2022; Reim et al., 2022).

Kehadiran teknologi digital memunculkan banyak peluang untuk memperkenalkan bisnis. Faktanya, internet sangat berperan terhadap perubahan yang signifikan pada proses transformasi bisnis ke arah digitalisasi (Reim et al., 2022; Tinggi & Sebi, 2021.). Kondisi ini memungkinkan adanya penurunan biaya interaksi, transformasi, dan juga meningkatkan jumlah pendapatan (Anwar, 2019). Kegiatan interaksi menjadi lebih mudah karena tidak perlu hadir secara fisik atau secara langsung (Anwar, 2019; Peng & Tao, 2022; Stankevičienė & Kabulova, 2022). Selain itu teknologi digital akan memunculkan lebih banyak alternatif pilihan pencapaian, biaya lebih murah, dan peluang yang lebih luas (Kartini, 2021; Santos-Arteaga et al., 2022; Sudirman, 2020.). Teknologi digital dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang berbasis syariah, sekaligus dapat mencapai tujuan dari maqasid al syariah dengan tetap memperhatikan nilai-nilai Islam (Chen et al., 2022; Santos-Arteaga et al., 2022; Xu et al., 2022).

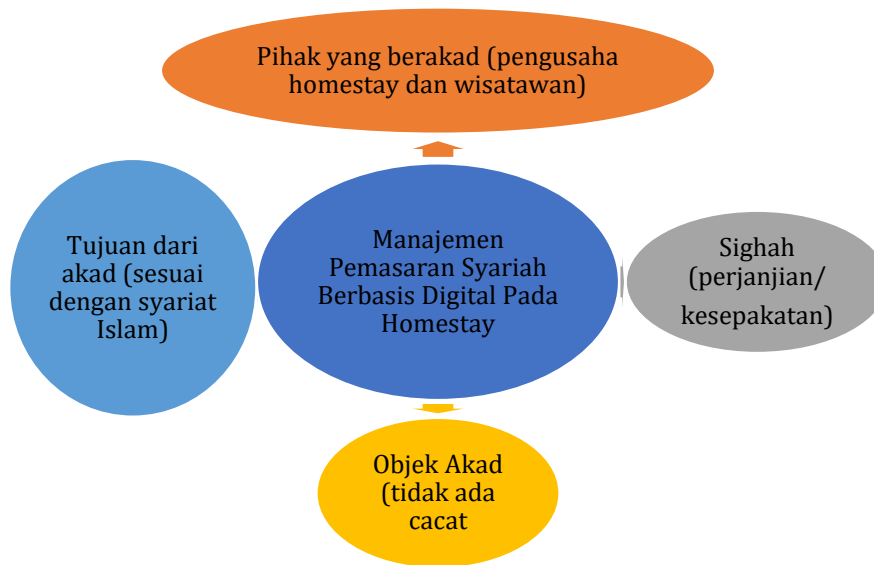
Perkembangan teknologi di era digital saat ini sangat bermanfaat dalam membantu berbagai aktivitas manusia, termasuk di bidang bisnis homestay di Desa Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah (Gambar 1). Penginapan rumahan warga sekitar ini harus bisa lebih memanfaatkan teknologi secara optimal. Pelaku usaha homestay di Desa Kuta, Lombok Tengah dituntut untuk lebih kreatif, inovatif, dan adaptif dalam memasuki tatanan ekosistem ekonomi digital, sehingga pelaku usaha homestay sebagai sektor pendukung wisata halal dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Digitalisasi dan inovasi bisnis homestay di Desa Kuta, Lombok Tengah menjadi solusi berkelanjutan dalam mengembangkan wisata halal global. Oleh karena itu, pelatihan digitalisasi bagi pelaku usaha homestay di Desa Kuta, Lombok Tengah sangat dibutuhkan untuk memulihkan dan menghidupkan kembali sektor pariwisata halal di Lombok pasca pandemi COVID-19. Digitalisasi homestay merupakan strategi efektif dalam mempromosikan bisnis homestay melalui berbagai platform. Digitalisasi homestay menampilkan dan mensosialisasikan berbagai fasilitas homestay serta memperkenalkan dan menyebarkan keindahan pariwisata secara luas untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata dan menginap di homestay, sehingga ke depan digitalisasi homestay akan berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja.



Gambar 1. Desa Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah (Google Maps, 2022)

Digitalisasi homestay akan membuat pelaku bisnis homestay dan wisatawan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Hal ini bukanlah hal yang sulit, karena masyarakat saat ini memiliki gaya hidup yang cenderung cepat beradaptasi dan sering bersentuhan langsung dengan internet. Hal ini terlihat dari banyaknya aktivitas wisatawan yang merencanakan perjalanannya secara digital. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang mengalami digitalisasi pesat belakangan ini. Oleh karena itu, penerapan digitalisasi pada bisnis homestay menjadi pilihan yang tepat untuk menarik minat wisatawan mengembalikan wisata halal. Platform media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam mempromosikan homestay, yang tentunya harus dibarengi dengan berbagai kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan. Mulai dari pemesanan kamar homestay hingga pembayaran harus dilakukan melalui smartphone. Pembayaran akan lebih cepat, aman, dan mudah jika dilakukan secara digital menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) atau pembayaran terstandarisasi menggunakan metode QR Code dari Bank Indonesia.

Digitalisasi berbasis syariah dalam bisnis homestay di Desa Kuta Lombok Tengah harus sesuai dengan prinsip syariah yang dilandasi kebenaran dan menjauhi keburukan atau merugikan konsumen untuk memberikan kepercayaan dan kemudahan bagi konsumen. Pilar kontrak untuk melakukan aktivitas melalui digitalisasi dalam bisnis homestay juga harus dipenuhi. Pilar-pilar kontrak adalah: 1) Pihak yang melakukan kontrak adalah pengusaha homestay dan wisatawan yang akan menginap di homestay, pengusaha homestay menjual jasa dan atau produk yang ditawarkan kepada wisatawan, sedangkan wisatawan menggunakan jasa dan atau membeli produk; 2) Sighah adalah kesepakatan antara pengusaha homestay dengan wisatawan yang akan menginap di homestay, dengan syarat yang dibuat oleh pengusaha homestay dan wisatawan yang akan menginap di homestay dengan sadar menyetujui dan melakukan transaksi atas jasa dan atau produk yang ditawarkan oleh pengusaha homestay, sehingga kedua belah pihak menyetujui persyaratan; 3) Obyek kontrak adalah jasa dan atau produk yang dijual oleh pengusaha homestay untuk dipromosikan kepada wisatawan yang akan menginap di homestay dengan objek yang dijual tidak boleh cacat atau harus sempurna sehingga tidak ada unsur penipuan. kepada wisatawan yang akan menginap di homestay; 4) Tujuan akad adalah agar pengusaha homestay menjual jasa dan/atau barang menurut syariat Islam, artinya tidak menjual jasa dan/atau barang yang dilarang oleh syariat Islam.



Gambar 2. Manajemen Pemasaran Syariah Berbasis Digital Pada Homestay

D. SIMPULAN DAN SARAN

Digitalisasi syariah belum dipahami oleh warga lokal terhadap bisnis home-based homestay di Desa Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah, sehingga belum memanfaatkan teknologi secara optimal. Oleh karena itu, pelatihan digitalisasi berbasis syariah bagi pelaku usaha homestay sangat diperlukan, agar pengetahuan dan keterampilan mengenai teknologi meningkat, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan wisata halal dan ekonomi kreatif di Lombok.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Mataram dan berbagai pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.

REFERENCES

- Anwar, S. (2019). Revolusi Industri 4.0 Islam Dalam Merespon Tantangan Teknologi Digitalisasi. *In Jurnal Studi Keislaman* (Vol. 8, Issue 2).
- Arrizal, Z., & Sofyantoro, S. (2020). *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan dan Inovasi Daerah Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi*. 2(1), 39–48.
- Chen, N., Sun, D., & Chen, J. (2022). Digital transformation, labour share, and industrial heterogeneity. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(2). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100173>
- Fauzi Abdulloh, F. (2019). *Digitalisasi manajemen pemasaran untuk pengembangan ekonomi kreatif pada umkm zaidanwood*.
- Kartini, R. A. (2021). 58 Analisis Swot Terhadap Storynomics Tourism Sebagai Strategi Promosi Pariwisata (Studi Kasus Kawasan Wisata Kali Cisadane, Kota Tangerang, Banten, Indonesia). *In Dynamic Management Journal* (Vol. 5, Issue 2).
- Mahriadi, N. (2022). *Strategi Pengembangan Sdm Rawah Tanjung Dalam Peningkatan Ekonomi Kreatif Berbasis Digitalisasi*.
- Olokundun, M., Ogbari, M. E., Falola, H., & Ibidunni, A. S. (2022). Leveraging 5G network for digital innovation in small and medium enterprises: a conceptual review. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 41. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00181-5>

- Peng, Y., & Tao, C. (2022). Can digital transformation promote enterprise performance? —From the perspective of public policy and innovation. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(3). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100198>
- Reim, W., Yli-Viitala, P., Arrasvuori, J., & Parida, V. (2022). Tackling business model challenges in SME internationalization through digitalization. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(3). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100199>
- Santos-Arteaga, F. J., Tavarna, M., & di Caprio, D. (2022). Information acquisition and assimilation capacities as determinants of technological niche markets. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(3). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100193>
- Stankevičienė, J., & Kabulova, J. (2022). Financial Technology Impact On Stability Of Financial Institutions. *Technological and Economic Development of Economy*, 28(4), 1089–1114. <https://doi.org/10.3846/tede.2022.17093>
- Sudirman, E. (2020). *Eddy Sudirman Strategi Usaha Kecil Menengah Menghadapi Digitalisasi Pemasaran Jurnal Ilmu Manajemen Strategi Usaha Kecil Menengah Menghadapi Digitalisasi Pemasaran*. <https://doi.org/10.32502/jimn.v9i2.2>
- Tinggi, S., & Sebi, E. I. (2021). *Pengembangan ekonomi kreatif desa melalui badan usaha milik desa (bumdes) menuju koperasi berbasis it hendro wibowo*.
- Xu, Y., Li, X., Tao, C., & Zhou, X. (2022). Connected knowledge spillovers, technological cluster innovation and efficient industrial structure. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7(3). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100195>
- Yanti, N., & Dewi, S. (2022). *Comparative Study of Post-Marriage Nationality of Women in Legal Systems of Different Countries Halal Homestay as A Solution Lack of Hotels for Tourists in Lombok Indonesia Mandalika Circuit 640 International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding Halal Homestay as A Solution Lack of Hotels for Tourists in Lombok Indonesia Mandalika Circuit*. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v9i1.3309>
- Yanti, N., & Dewi, S. (2022). *Increasing Tourism and Halal Products in The Mandalika Circuit Area Through Sharia Homestay*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3958>
- Yanti, N., Dewi, S., & Agustina, A. (2021). Halalan Toyiyban: Theory and Implementation of Food Products Consumers. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSSE)* (Vol. 4, Issue 1).