

**PENGEMBANGAN *PLATFORM* ALASTAY UNTUK
DIGITALISASI PEMESANAN PENGINAPAN LOKAL DI
DESTINASI PARIWISATA ALAHAN PANJANG**

SKRIPSI KARYA

*Untuk Memenuhi sebagian
Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Bisnis*

Program Studi : Bisnis digital

Jenjang Pendidikan : Strata 1



Diajukan Oleh:

RIDHATUL AHDA
2120312013

**PROGRAM STUDI SARJANA BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS PERINTIS INDONESIA**

2025

RINGKASAN

Judul Skripsi	: Pengembangan <i>Platform</i> AlaStay untuk Digitalisasi Pemesanan Penginapan Lokal di Destinasi Pariwisata Alahan Panjang.
Nama	: Ridhatul Ahda
No. Bp	: 2021
Fakultas	: Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial
Jurusan	: Bisnis Digital
Jenjang Pendidikan	: Strata 1
Dosen Pembimbing	: 1. Rio Andika Malik, S.Kom, M.Kom 2. Sri Mona Octafia, S.E., M.M

Dalam era digital, wisatawan membutuhkan akses informasi penginapan yang cepat, akurat, dan mudah digunakan. Banyak penginapan lokal di kawasan Alahan Panjang belum memiliki sistem reservasi daring, sehingga calon tamu kesulitan membandingkan harga dan ketersediaan. Skripsi ini merancang platform digital bernama AlaStay sebagai solusi agregator lokal untuk menghubungkan wisatawan dengan penginapan di destinasi tersebut. Platform ini dikembangkan dalam bentuk landing page sederhana yang terhubung langsung dengan WhatsApp Business guna memfasilitasi proses pemesanan dan komunikasi secara cepat.

Metode penelitian mencakup analisis pasar, perancangan model bisnis menggunakan lean canvas, serta penyusunan strategi pemasaran dan keuangan. Pada tahap implementasi, AlaStay menggunakan pendekatan Minimum Viable Product (MVP) dengan alur pemesanan tiga langkah: landing page → tombol WhatsApp → konfirmasi manual. Hasil penelitian menghasilkan rancangan sistem, Standard Operating Procedure (SOP) layanan, serta rencana strategi pemasaran digital berbasis konten visual. Platform ini diharapkan menjadi dasar digitalisasi layanan penginapan lokal dengan biaya rendah dan kemudahan adopsi oleh pelaku usaha kecil di bidang pariwisata.

Kata Kunci: *Landing Page*, Digitalisasi Penginapan, Pariwisata Lokal

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dalam dekade terakhir telah mengubah lanskap bisnis global secara fundamental dan menciptakan paradigma baru dalam interaksi antara perusahaan dan konsumen. Digitalisasi kini merambah ke seluruh sektor kehidupan, termasuk industri pariwisata yang mengalami transformasi signifikan melalui lahirnya model bisnis berbasis teknologi. Gašpar et al. (2024) menegaskan bahwa transformasi digital bukan lagi pilihan, melainkan keharusan agar perusahaan tetap kompetitif dan berkelanjutan di tengah disrupsi teknologi.

Transformasi digital dalam pariwisata memerlukan strategi yang tepat untuk menciptakan model bisnis berkelanjutan dengan *value proposition* yang jelas. Implementasi teknologi harus direncanakan secara matang agar sesuai kebutuhan pasar dan tidak menimbulkan risiko investasi. Efektivitas transformasi ditentukan oleh efisiensi operasional, inovasi produk, dan pengalaman pengguna. Sejalan dengan itu, Bican dan Brem (2022) menekankan bahwa “*digital technologies trigger fundamental changes in the way business is carried out and revenues are generated,*” sehingga digitalisasi menjadi pendorong utama perubahan model bisnis yang adaptif terhadap tantangan zaman.

Sektor pariwisata Indonesia telah merasakan dampak positif dari implementasi teknologi informasi, dimana efisiensi operasional dan jangkauan pasar mengalami peningkatan drastis melalui *platform* digital. Teknologi informasi telah menjadi tulang punggung industri travel modern, memungkinkan antara penyedia layanan dengan konsumen dalam satu ekosistem yang terpadu. *Platform booking online* seperti Traveloka dan Tiket.com telah membuktikan bahwa teknologi dapat mempermudah proses transaksi dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara signifikan. Sebagaimana ditegaskan oleh Fatima et al. (2024), untuk tetap kompetitif, industri pariwisata harus mengadopsi *e-commerce* dan pemasaran digital, serta menyesuaikan diri dengan pendekatan baru dalam penjualan dan promosi.

Sebelum digitalisasi benar-benar merajai industri pariwisata, sektor ini masih sangat bergantung pada metode promosi tradisional dan sistem reservasi manual. Menurut data BPS, jumlah wisatawan mancanegara pada tahun 2019 mencapai 16,106 juta, sedangkan pada awal pandemi tahun 2020 turun drastis menjadi 4,053 juta (kemenparekraf.go.id). Penurunan ini sangat berpengaruh pada pariwisata domestik, karena merugikan banyak destinasi wisata dan harus kehilangan pangsa pasar.

Transformasi digital yang dipicu oleh pandemi membawa perubahan cepat dan signifikan. Data BPS per April 2024 mencatat kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 1,07 juta, meningkat sebesar 23,23 % dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya, menunjukkan pemulihan yang didukung oleh adopsi teknologi (vokasi.ui.ac.id). Studi Jalanti & Pinpak (2024) juga menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi oleh pelaku UMKM pariwisata mampu menekan biaya operasional, meningkatkan produktivitas, serta mempercepat layanan kepada wisatawan di wilayah pesisir. Sementara itu, Nanda et al. (2023) mengidentifikasi adanya lonjakan signifikan dalam jumlah kebijakan nasional terkait digitalisasi pariwisata selama masa pandemi, mencerminkan meningkatnya kesadaran pemerintah terhadap pentingnya teknologi sebagai fondasi keberlanjutan dan daya saing sektor pariwisata nasional.

Tren digitalisasi yang berkembang pesat dalam industri pariwisata Indonesia mendorong pelaku usaha dan pemangku kepentingan untuk mengadopsi teknologi sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Berdasarkan laporan Outlook Pariwisata Indonesia 2025, sekitar 40% pelaku usaha wisata telah mulai mengintegrasikan teknologi digital dalam operasional mereka. Hal ini menunjukkan adanya tren peningkatan adopsi teknologi digital di sektor pariwisata, meskipun masih ada tantangan dalam implementasinya, terutama di kalangan UMKM (cnbcindonesia.com). Promosi melalui saluran digital terbukti mampu meningkatkan penjualan hingga 35 %, kata Menparekraf Sandiaga Uno. Penetrasi internet dan penggunaan *smartphone* hingga 2025, setidaknya 89,2% populasi di Indonesia telah memanfaatkan ponsel pintar. Penetrasi ponsel pintar di tanah air tumbuh 25,9% menciptakan peluang besar bagi pengembangan *platform* digital di

sektor pariwisata Dalam kurun waktu enam tahun sejak 2019 (databoks.katadata.co.id).

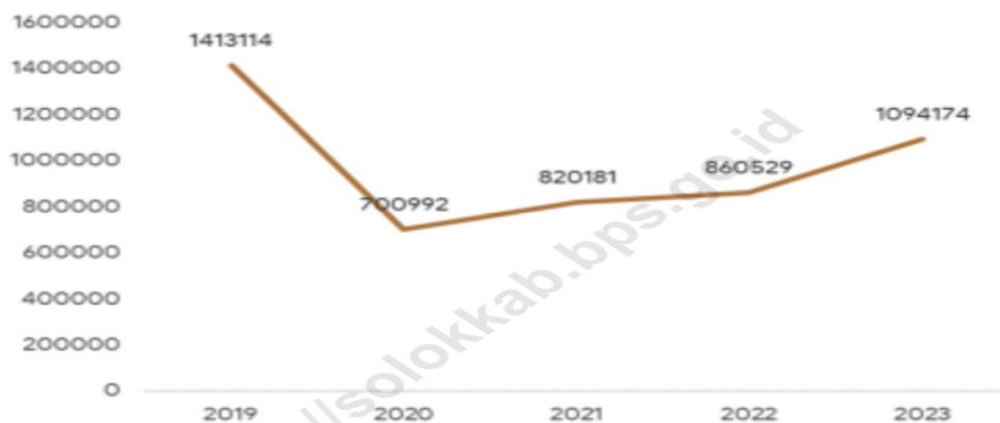
Urgensi transformasi digital semakin nyata mengingat persaingan pasar pariwisata nasional yang semakin kompetitif. Menurut Chen (2024), transformasi digital merupakan faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan berkelanjutan dan meningkatkan daya saing industri pariwisata, karena kemampuannya dalam mengoptimalkan pengalaman pelanggan dan efisiensi pengelolaan informasi. Transformasi digital ini tidak hanya terjadi pada hotel berbintang, tetapi juga mulai merambah ke segmen penginapan kecil dan menengah yang menyadari pentingnya kehadiran digital. Tren nasional ini menunjukkan bahwa penginapan lokal perlu segera mengadopsi solusi digital untuk dapat bersaing secara efektif.

Alahan Panjang merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Solok, Sumatera Barat, yang memiliki keunikan geografis dan daya tarik alam yang luar biasa. Terletak di ketinggian sekitar 1.400 meter di atas permukaan laut dengan suhu sejuk berkisar 15-25°C, kawasan ini menawarkan panorama alam pegunungan yang memukau dengan hamparan perkebunan teh yang hijau membentang luas. Danau Kembar yang terdiri dari Danau di Atas dan Danau di Bawah menjadi ikon utama destinasi ini, menawarkan pesona alam yang eksotis dan menjadi magnet bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Keindahan alam yang masih alami, udara segar pegunungan, dan budaya Minangkabau yang kental menjadikan Alahan Panjang sebagai destinasi wisata alam dan budaya yang berpotensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut.

Potensi pariwisata Alahan Panjang semakin menguat dengan dukungan infrastruktur yang terus diperbaiki oleh pemerintah daerah. Akses jalan menuju kawasan wisata telah mengalami perbaikan signifikan, memudahkan wisatawan untuk mencapai lokasi dari berbagai kota besar seperti Padang, Bukittinggi, dan Solok. Selain daya tarik alam, kawasan ini juga menawarkan aktivitas wisata yang beragam seperti hiking, fotografi landscape, wisata perkebunan, dan pengalaman budaya lokal yang autentik. Pemerintah Kabupaten Solok telah menetapkan Alahan Panjang sebagai salah satu kawasan strategis pariwisata dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), dengan target peningkatan kunjungan wisatawan hingga 30% dalam lima tahun ke depan. Dukungan kebijakan

ini menciptakan momentum yang tepat untuk pengembangan infrastruktur digital pariwisata di kawasan tersebut.

Pertumbuhan kunjungan wisatawan ke Kabupaten Solok, khususnya kawasan Alahan Panjang, menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Seperti yang terlihat pada data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok menunjukkan perkembangan yang luar biasa, dimana jumlah kunjungan wisatawan meningkat dari 700.992 orang pada tahun 2020 menjadi 1.094.174 orang pada tahun 2023. Menurut kutipan dari laman infopublik.solokkab.go.id puncak lonjakan terjadi pada libur Lebaran 2024, dimana dalam periode 11-20 April 2024 tercatat 1.331.077 orang pengunjung yang memenuhi 117 objek wisata, dengan 734.790 diantaranya mengunjungi 5 objek wisata favorit seperti Alahan Panjang Resort, Dermaga Singkarak, Danau Talang, Cambai Hill/Bukit Cambai, dan Sirukam Dairy. Angka ini menunjukkan peningkatan drastis dibandingkan libur Lebaran 2023 yang hanya mencapai 205.636 orang pengunjung.



(Sumber: solokkab.bps.go.id)

Gambar 1.1 Jumlah Wisatawan dalam Negeri yang Berkunjung di Kabupaten Solok, 2020-2023

Transformasi industri penginapan di Alahan Panjang mengalami pertumbuhan yang mencolok antara tahun 2022 hingga 2024 yang terlihat pada Tabel 1.1, Dimana terdapat pertumbuhan dari 42 unit menjadi 53 unit atau meningkat 26% dalam waktu satu tahun berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Solok. Diversifikasi jenis akomodasi menunjukkan profesionalisasi industri yang pesat, meliputi villa mewah, hotel konvensional, *homestay budget*, hingga konsep

modern seperti *glamping* dan *camping ground* syariah. Perkembangan ini mencerminkan adaptasi industri terhadap berbagai segmen pasar wisatawan dan menandakan respons strategis pelaku usaha lokal terhadap meningkatnya arus kunjungan wisatawan ke kawasan tersebut.

Tabel 1.1 Data Kunjungan Penginapan di Kabupaten Solok

Tahun	2022	2023	2024
Jumlah penginapan	26	42	53

(Sumber: Hasil Olahan penulis)

Peningkatan jumlah tersebut tidak sejalan dengan peningkatan adopsi teknologi digital oleh pelaku usaha akomodasi lokal. Mayoritas dari 53 unit penginapan yang tercatat pada tahun 2024 masih mengandalkan sistem pemesanan konvensional melalui telepon atau media sosial pribadi, tanpa terintegrasi dengan *platform* reservasi *online* yang terstandar. Kondisi ini menciptakan hambatan dalam aksesibilitas informasi bagi wisatawan yang ingin merencanakan perjalanan mereka secara *online*. Kesenjangan ini berpotensi menyebabkan hilangnya peluang bisnis yang signifikan, mengingat tren konsumen modern yang cenderung melakukan riset dan *booking* melalui *platform* digital.

Solusi teknologi yang dapat menjembatani kebutuhan wisatawan modern dengan karakteristik operasional penginapan lokal yang sederhana, diperlukan *Platform booking* khusus daerah dapat menjadi solusi strategis yang mampu mengakomodasi kedua belah pihak tanpa memerlukan perubahan operasional yang drastis dari pemilik penginapan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep digitalisasi bertahap yang mempertimbangkan kesiapan teknologi pelaku usaha lokal sambil tetap memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna akhir. Implementasi *platform* tersebut diharapkan dapat menjadi katalis transformasi digital yang berkelanjutan bagi industri akomodasi di Alahan Panjang.

Untuk memperkuat analisis kesenjangan digital tersebut, dilakukan wawancara informal dengan 20 wisatawan yang pernah berkunjung ke Alahan Panjang, dimana 17 diantaranya (85%) mengakui mengalami kesulitan dalam mencari informasi penginapan yang akurat dan terkini. Kesulitan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan informasi harga, fasilitas, dan ketersediaan kamar

yang dapat diakses secara *online* sebelum melakukan perjalanan. Survey terhadap *platform booking* populer seperti Traveloka dan Tiket.com menunjukkan fakta yang mengejutkan, dimana hanya 4 akomodasi di Alahan Panjang dan sekitarnya yang terdaftar dari total 53 penginapan yang tersedia pada tahun 2024. Data ini mengonfirmasi adanya kesenjangan besar antara ketersediaan penginapan fisik dengan representasi digital mereka di *platform mainstream*, yang secara langsung berdampak pada aksesibilitas informasi bagi calon wisatawan.

Berdasarkan analisis situasi, solusi digital yang ditawarkan harus tidak hanya mengandalkan teknologi mutakhir, tetapi juga mempertimbangkan kemampuan adaptasi pelaku usaha lokal. AlaStay hadir sebagai *platform booking* penginapan berbasis web yang dirancang khusus untuk penginapan skala kecil di kawasan wisata Alahan Panjang. *Platform* ini dikembangkan untuk menjawab tiga masalah utama: keterbatasan visibilitas di pasar digital, ketiadaan sistem reservasi *online*, serta komunikasi yang belum terstruktur antara tamu dan pengelola. Dengan memanfaatkan pendekatan sederhana namun efisien, AlaStay menawarkan solusi yang sesuai dengan konteks lokal tanpa membebani pelaku usaha dengan teknologi yang rumit.

AlaStay mengusung sistem reservasi *online* yang *user-friendly*, di mana wisatawan dapat melihat informasi lengkap penginapan, ketersediaan kamar, dan langsung melakukan pemesanan secara *real-time*. Selain itu, *platform* ini terintegrasi dengan WhatsApp sebagai kanal komunikasi utama antara pemilik penginapan dan calon tamu, mengingat mayoritas pelaku usaha lokal lebih familier menggunakan aplikasi pesan *instan* dibanding *dashboard* digital kompleks. Keunggulan lainnya adalah sistem manajemen yang ringan, dapat diakses melalui perangkat *mobile*, dan tidak memerlukan instalasi aplikasi tambahan. Dengan demikian, AlaStay menurunkan hambatan adopsi teknologi bagi pelaku usaha konvensional dan meningkatkan kenyamanan pengguna di sisi wisatawan.

Kehadiran AlaStay diharapkan dapat menjadi katalis transformasi digital sektor akomodasi di Alahan Panjang secara inklusif dan berkelanjutan. Dengan menghubungkan penginapan lokal ke ekosistem pariwisata digital, *platform* ini tidak hanya meningkatkan daya saing pelaku usaha kecil, tetapi juga memperluas potensi ekonomi berbasis wisata. Wisatawan akan lebih mudah merencanakan

perjalanan dengan transparansi informasi dan akses digital yang terstandarisasi. Sementara itu, pemilik penginapan memperoleh manfaat dari peningkatan jumlah reservasi, efisiensi operasional, serta peluang kolaborasi dengan pelaku industri wisata lainnya. AlaStay menjadi bentuk nyata integrasi teknologi dalam pembangunan ekonomi lokal berbasis potensi pariwisata daerah.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam perumusan ide bisnis digital AlaStay, diperlukan identifikasi yang jelas terhadap masalah utama yang melatarbelakangi pengembangan *platform* ini. Rumusan masalah berikut disusun untuk menjawab tantangan yang dihadapi oleh penginapan lokal di Alahan Panjang dalam proses digitalisasi layanan pemesanan.

1. Bagaimana kondisi sistem pemesanan penginapan lokal di kawasan wisata Alahan Panjang saat ini, dan apa saja hambatan yang dialami wisatawan serta pelaku usaha dalam mengakses dan mengelola reservasi secara digital?
2. Bagaimana merancang *platform* reservasi digital AlaStay yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, karakteristik penginapan lokal, serta kesiapan digital pelaku usaha di Alahan Panjang?
3. Bagaimana efektivitas dan potensi kontribusi *platform* AlaStay dalam meningkatkan visibilitas, efisiensi reservasi, dan daya saing penginapan lokal dalam ekosistem pariwisata digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk menjawab rumusan masalah yang telah disusun, penelitian ini memiliki beberapa tujuan utama yang ingin dicapai. Tujuan-tujuan ini berkaitan erat dengan pengembangan solusi digital yang ditawarkan dan relevansinya terhadap kebutuhan pengguna serta pengelola penginapan lokal.

1. Menganalisis kondisi sistem pemesanan penginapan lokal di kawasan wisata Alahan Panjang serta mengidentifikasi hambatan yang dialami oleh wisatawan dan pelaku usaha dalam mengakses maupun mengelola reservasi secara digital.
2. Merancang dan mengembangkan *platform* reservasi digital AlaStay yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, karakteristik penginapan lokal, serta tingkat kesiapan digital pelaku usaha di Alahan Panjang.

3. Untuk mengevaluasi efektivitas dan potensi kontribusi AlaStay dalam meningkatkan visibilitas, efisiensi reservasi, dan daya saing penginapan lokal dalam ekosistem pariwisata digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain tujuan akademik, penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak yang terlibat. Adapun manfaat yang diuraikan berikut mencerminkan kontribusi penelitian terhadap pengembangan bisnis, dunia pendidikan, serta sektor pariwisata lokal.

1. Manfaat bagi perusahaan / *startup* AlaStay

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mengembangkan AlaStay sebagai solusi digital yang efektif untuk penginapan lokal di kawasan wisata Alahan Panjang. Melalui hasil analisis kebutuhan pengguna dan karakteristik pasar, perusahaan dapat merancang sistem reservasi yang lebih relevan, efisien, dan mudah diadopsi oleh pelaku usaha konvensional. Penelitian ini juga membantu AlaStay memetakan strategi bisnis, validasi pasar, serta perencanaan pengembangan berkelanjutan yang berbasis data dan kebutuhan riil di lapangan.

2. Manfaat bagi *stakeholder*

Bagi *stakeholder* seperti pemilik penginapan, penelitian ini memberikan manfaat berupa kemudahan dalam memasarkan akomodasi secara digital, meningkatkan visibilitas usaha, serta memperluas jangkauan pasar tanpa memerlukan keahlian teknis yang tinggi. Bagi wisatawan, *platform* AlaStay menawarkan kemudahan akses informasi dan sistem pemesanan yang transparan dan cepat. Sementara itu, bagi calon investor dan mitra bisnis, penelitian ini menyajikan gambaran potensi pertumbuhan pasar, efektivitas model bisnis, dan kelayakan inovasi yang dikembangkan, sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan investasi atau kolaborasi strategis di masa depan.

1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup proyek ini dirancang dengan mempertimbangkan pengaruh strategisnya terhadap keberlanjutan dan pengembangan usaha, khususnya dalam mendukung digitalisasi penginapan lokal di kawasan wisata Alahan Panjang.

Adapun aspek-aspek utama dalam proyek bisnis digital AlaStay ini meliputi:
Cakupan kajian dalam proyek ini meliputi:

1. Aspek Pasar dan Pemasaran, mencakup upaya dalam mengenali kebutuhan wisatawan digital, merumuskan strategi akuisisi pengguna, menetapkan pendekatan harga layanan, serta melakukan promosi digital melalui media sosial dan saluran komunikasi daring yang relevan dengan target pasar.
2. Aspek Operasi/Produksi, meliputi pemetaan penginapan lokal yang potensial untuk bergabung ke dalam *platform*, alur integrasi mitra ke sistem reservasi AlaStay, proses *onboarding* pelaku usaha, serta pengelolaan data ketersediaan kamar dan informasi layanan melalui *dashboard* web.
3. Aspek Organisasi dan SDM, mencakup pembentukan struktur tim pengembang dan pengelola *platform*, distribusi peran berdasarkan keahlian (teknis, pemasaran, komunikasi mitra), serta kebutuhan kapasitas sumber daya manusia untuk mendukung pertumbuhan dan kelangsungan bisnis.
4. Aspek Keuangan, mencakup perhitungan kebutuhan modal awal, estimasi biaya operasional bulanan, proyeksi pendapatan dari komisi transaksi, analisis kelayakan finansial bisnis, serta perencanaan strategi monetisasi dan keberlanjutan usaha.
5. Aspek Teknologi Digital, mencakup perancangan sistem reservasi berbasis web, integrasi fitur komunikasi otomatis melalui WhatsApp, sistem manajemen mitra penginapan, serta pengembangan antarmuka pengguna (UI/UX) yang sederhana dan dapat diakses oleh pengguna dengan keterbatasan literasi digital.
6. Teknik Pengumpulan Data Responden

Dalam proyek pengembangan *platform* AlaStay, teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei kuesioner daring yang disebarakan menggunakan Google Form. Metode ini dipilih karena efisien dan memungkinkan menjangkau responden dalam jumlah yang lebih luas tanpa batasan geografis. Survei ini dirancang untuk mengumpulkan data primer secara langsung dari wisatawan yang pernah atau berencana berkunjung ke kawasan wisata Alahan Panjang.

Target responden dalam survei ini adalah individu atau pasangan yang sudah menikah dan sering melakukan pemesanan penginapan saat berwisata. Pertanyaan dalam kuesioner disusun secara singkat, jelas, dan mudah dipahami, guna menggali informasi terkait perilaku pencarian informasi penginapan, preferensi pemesanan, serta kendala yang dihadapi wisatawan. Data yang diperoleh akan menjadi landasan penting dalam merancang fitur, tampilan, dan strategi komunikasi *platform* AlaStay agar lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan pendekatan ini, pengembangan *platform* tidak hanya berbasis asumsi, tetapi juga berdasarkan realita lapangan yang terukur dan representatif.

1.6 Sistematika Penulisan

Bagian ini menjelaskan sistematika penulisan laporan untuk memberikan gambaran umum tentang struktur laporan.

BAB I - Pendahuluan: Menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, metodologi, ruang lingkup, dan sistematika penulisan.

BAB II - Perencanaan Bisnis: Menguraikan rencana bisnis termasuk analisis pasar, strategi pemasaran, model bisnis, dan proyeksi keuangan.

BAB III - Pengembangan Teknologi Digital: Menguraikan proses pengembangan teknologi seperti *website* atau aplikasi *mobile*, dari perencanaan hingga implementasi dan peluncuran.

BAB IV Laporan Perkembangan Bisnis: Menyajikan perkembangan terbaru dalam aspek bisnis yang meliputi profil bisnis, model bisnis, aspek pasar dan pemasaran, operasi, SDM, keuangan, dan teknologi digital.

BAB V - Kesimpulan dan Rekomendasi: Menyajikan kesimpulan dari laporan ini dan memberikan rekomendasi untuk langkah selanjutnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

1. Analisis menunjukkan pemesanan penginapan lokal masih terfragmentasi, visibilitas digital terbatas, dan komunikasi pemilik–tamu belum terstruktur; kondisi ini memunculkan hambatan akses informasi serta kendala pengelolaan reservasi secara daring. Temuan tersebut menegaskan perlunya solusi yang sederhana, akrab bagi pelaku usaha, dan mudah diadopsi tanpa *dashboard* kompleks. Alur dan kebijakan operasional yang jelas dibutuhkan untuk mengurangi miskomunikasi serta menekan pekerjaan ulang. Ringkasan tujuan analitis ini selaras dengan rumusan tujuan penelitian yang menekankan pemetaan kondisi dan hambatan aktual di lapangan.
2. Solusi yang dikembangkan adalah *MVP* berupa *landing page* satu halaman dengan *call-to-action* ke *WhatsApp*, pesan praisi (*prefilled message*), lalu konfirmasi manual sebelum transfer. Pendekatan *Click-to-WhatsApp* dipilih agar validasi nilai dapat dilakukan tanpa membangun modul akun, *payment gateway*, atau sistem kompleks lainnya. Implementasi dasar termasuk penegasan *SOP* operasional dan praktik pencatatan sederhana untuk menjaga ketertelusuran layanan. Hasil ini memenuhi tujuan perancangan dan pengembangan platform yang relevan dengan karakter penginapan lokal.
3. Evaluasi awal menunjukkan alur *MVP* berjalan sebagaimana dirancang, metrik sederhana dapat dipantau melalui kunjungan, klik *CTA*, dan percakapan masuk, sementara pendapatan belum diakui pada bulan pertama. Operasional masih ramping dikelola pendiri, didukung *SOP* respons cepat dan pencatatan transaksi manual yang rapi. Aset dan beban utama telah dipisahkan sehingga pengendalian biaya lebih mudah dilakukan sambil menjaga keluwesan kas. Keseluruhan capaian ini menjawab tujuan evaluasi efektivitas awal serta potensi kontribusi platform terhadap visibilitas dan efisiensi reservasi lokal.

5.2 Rekomendasi

Pada tahap berikutnya, fokuskan perbaikan *MVP* pada penguatan *SOP* respons, kejelasan informasi harga/kebijakan, serta konsistensi *call-to-action* agar

konversi percakapan meningkat. Lanjutkan pengayaan konten terarah di *landing page* dan Instagram, sementara fitur formulir pemesanan mandiri disiapkan sebagai fase lanjutan setelah alur *WhatsApp* stabil. Tetapkan paket kebijakan pembayaran dan pembatalan yang seragam di sisi AlaStay, sambil tetap memberi ruang penyesuaian terbatas mengikuti praktik pemilik penginapan. Lakukan evaluasi berkala atas metrik kunjungan, klik *CTA*, rasio chat-ke-pesan, dan dampaknya pada arus kas untuk dasar keputusan peningkatan fitur.