

ABSTRAK

Indra Laksamana. 2024. INOVASI PEMASARAN *HOMESTAY* MELALUI PENDEKATAN *DESIGN THINKING*: STUDI KASUS PADA ARI *HOMESTAY* DI SELONG BELANAK. Politeknik Pariwisata Lombok. Pembimbing: Herman, SST.Par., M. Par. & Muhammad Husni HM., S.ST.Par., MM.Par.

Homestay merupakan salah satu jenis akomodasi yang dikelola langsung oleh masyarakat di suatu destinasi wisata dengan memanfaatkan sebagian kamarnya dari rumahnya untuk dijadikan akomodasi bagi para pengunjung. Penelitian ini didasari oleh kurangnya pemahaman pemilik *homestay* terkait strategi pemasaran yang digunakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan strategi pemasaran yang ada di *homestay* dengan menggunakan pendekatan *design thinking* yang terdiri dari lima (5) tahapan yakni: *Empathize, Define, Ideate, Prototype dan Test*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan melalui tahapan observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil akhir dari penelitian ini menghadirkan terobosan strategis dalam pemasaran melalui *online travel agent (OTA)*, dengan memilih *platform* AirBnb untuk mendaftarkan *homestay* dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan.

Kata kunci : *Homestay, Design Thinking, Strategi Pemasaran*

ABSTRACT

Indra Laksamana. 2024. HOMESTAY MARKETING INNOVATION THROUGH DESIGN THINKING APPROACH: CASE STUDY ON ARI HOMESTAY IN SELONG BELANAK. Lombok Tourism Polytechnic. Advisor: Herman, SST.Par., M. Par. & Muhammad Husni HM., S.ST.Par., MM.Par.

Homestay is a type of accommodation that is managed directly by the community in a tourist destination by utilizing part of the room from their home to be used as accommodation for visitors. This research is based on the lack of understanding of homestay owners regarding the marketing strategies used. The purpose of this study is to develop a marketing strategy in homestays using a design thinking approach consisting of five (5) stages, namely: Empathize, Define, Ideate, Prototype and Test. The method used in this study is a qualitative approach that is descriptive by going through the stages of observation, interviews and documentation. The end result of this study presents a strategic breakthrough in marketing through online travel agent (OTA), by choosing the AirBnb platform to register homestays and significantly expand market reach.

Keywords: Homestay, Design Thinking, Marketing Strategy