



## Pengembangan Manajemen *Homestay* di Ubud Dengan Membangun Inovasi Digital Melalui Sistem Informasi

### *Developing Homestay Management in Ubud by Building Digital Innovation Through Information Systems*

Ni Made Intan Kusumasari<sup>1\*</sup>, Putu Ayu Trisna Febrianty<sup>2</sup>, Dhea Fitriisia<sup>3</sup>, Christina Ayu Maha Dewi<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup> Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali, Indonesia

[intankusumasari@undiknas.ac.id](mailto:intankusumasari@undiknas.ac.id)<sup>1\*</sup>, [trisnafebrianty@undiknas.ac.id](mailto:trisnafebrianty@undiknas.ac.id)<sup>2</sup>, [dheafitrisia@undiknas.ac.id](mailto:dheafitrisia@undiknas.ac.id)<sup>3</sup>, [christinaayu@undiknas.ac.id](mailto:christinaayu@undiknas.ac.id)<sup>4</sup>

Korespondensi Penulis: [intankusumasari@undiknas.ac.id](mailto:intankusumasari@undiknas.ac.id)\*

#### Article History:

Received: Juni 16, 2025;

Revised: Juli 30, 2025;

Accepted: Juli 05, 2025;

Online Available: Juli 07, 2025;

**Keywords:** *Digitalization; Homestay; Information System; Innovation; Tourism*

**Abstract:** *This community service project highlights the role and impact of homestay in Ubud's tourism, with a specific focus on Gusti Homestay Ubud. The primary goal of this initiative is to develop an information system that strengthens the homestay's presence and enhances the quality of services provided to guests. To achieve this, various research methods have been employed, including a SWOT analysis, online platform development, and the implementation of digital marketing strategies. The outcomes of this project include the launch of Google Business, an official website, and social media accounts designed to increase the visibility and accessibility of the homestay. These efforts are expected to attract more tourists, boost the income of the homestay owner, and offer guests a better and more satisfying stay experience. Consequently, this project not only strengthens the position of Gusti Homestay within the local tourism industry but also contributes to the economic growth of Ubud and enhances the appeal of the destination as an attractive tourist spot.*

#### Abstrak

Proyek layanan masyarakat ini menyoroti peran dan dampak homestay dalam pariwisata Ubud, dengan fokus khusus pada Gusti Homestay Ubud. Tujuan utama inisiatif ini adalah mengembangkan sistem informasi yang memperkuat kehadiran homestay dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada tamu. Untuk mencapai hal ini, berbagai metode penelitian telah diterapkan, termasuk analisis SWOT, pengembangan platform online, dan implementasi strategi pemasaran digital. Hasil dari proyek ini meliputi peluncuran Google Business, situs web resmi, dan akun media sosial yang dirancang untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas homestay. Upaya ini diharapkan dapat menarik lebih banyak wisatawan, meningkatkan pendapatan pemilik homestay, dan memberikan pengalaman menginap yang lebih baik dan memuaskan bagi tamu. Akibatnya, proyek ini tidak hanya memperkuat posisi Gusti Homestay dalam industri pariwisata lokal tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Ubud dan meningkatkan daya tarik destinasi sebagai tempat wisata yang menarik.

**Kata Kunci:** Digitalisasi; Homestay; Inovasi; Pariwisata; Sistem Informasi

## 1. PENDAHULUAN

Homestay menawarkan layanan personal yang disediakan dalam lingkungan kecil dan seperti rumah sendiri, memberikan pengalaman akomodasi yang berbeda dari hotel-hotel standar [1]. Homestay bukan sekadar penginapan, melainkan bagian dari pengembangan pariwisata berbasis komunitas (Community-Based Tourism). Ini berarti homestay dikelola oleh masyarakat lokal dan bertujuan untuk memberdayakan mereka. Wisatawan yang menginap di homestay tidak hanya mendapatkan tempat tidur, tetapi juga pengalaman

berinteraksi langsung dengan penduduk setempat, mempelajari budaya, dan ikut serta dalam kegiatan sehari-hari mereka. Gusti Homestay berlokasi di Jalan Sriwedari no.2 Ubud.

Homestay ini sudah dibuka sejak tahun 1994 dan terletak di daerah strategis di pusat Ubud dekat Pasar Ubud dan Puri Saren. Analisis situasi menunjukkan bahwa Gusti Homestay memiliki beberapa kendala dalam operasionalnya.

Kendala tersebut meliputi ketiadaan system informasi minimnya pengetahuan pemilik tentang operasional homestay, tidak tersedianya formulir operasional, serta belum adanya sistem informasi sederhana untuk pengelolaan data profil tamu. Selain itu, Gusti Homestay belum terekspos baik di Online Travel Agent (OTA) maupun di media sosial, meskipun memiliki potensi wisata yang menarik. Padahal sistem informasi merupakan hal yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas dan visibilitas dari suatu jasa akomodasi bagi konsumennya [4]. Hal ini akan berimplikasi pada citra dan pengalaman positif yang dapat dipersepsikan oleh konsumen [5].

Proyek pengembangan Sistem Informasi ini dilakukan untuk membantu Gusti Homestay mengatasi berbagai kendala tersebut. Pendekatan yang digunakan mencakup seluruh siklus tamu, mulai dari pra-kedatangan, kedatangan, selama menginap, hingga keberangkatan [6]. Laporan ini bertujuan memberikan analisis mendalam mengenai peran dan dampak *homestay* dalam pariwisata di Ubud, serta menyediakan informasi bermanfaat bagi pemilik *homestay*.

Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan operasional dan keberlanjutan bisnis Gusti Homestay, mengembangkan sistem informasi yang mendukung layanan tamu, serta meningkatkan upaya promosi dan pemasaran melalui media sosial, situs web, dan strategi pemasaran digital lainnya [7]. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan dengan penduduk lokal guna menciptakan hubungan yang saling menguntungkan, mendukung usaha lokal, dan kegiatan sosial di komunitas sekitar.

## **2. METODE**

Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan proses perencanaan aksi yang melibatkan Gusti Homestay sebagai subjek pengabdian. Pemilik dan staf Gusti Homestay terlibat secara aktif dalam setiap tahap perencanaan dan pengorganisasian komunitas untuk memastikan bahwa solusi yang diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan mereka. Proses perencanaan dimulai dengan identifikasi kebutuhan melalui survei dan wawancara mendalam dengan pemilik dan staf *homestay* [8]. Berdasarkan data yang diperoleh, tim pengabdian mengembangkan beberapa strategi untuk meningkatkan operasional dan promosi Gusti

Homestay. Metode riset yang digunakan meliputi analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan pemetaan proses bisnis untuk mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan [9], [10]. Durasi waktu pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah tiga bulan, mulai bulan Maret hingga Juni 2025 [11], [12].

Tahapan kegiatan pengabdian masyarakat meliputi: (1) Melakukan survei dan wawancara untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh Gusti Homestay; (2) Mengembangkan rencana tindakan berdasarkan temuan dari penilaian awal, termasuk desain sistem informasi dan strategi pemasaran digital; (3) Mengadakan workshop dan pelatihan bagi pemilik dan staf *homestay* mengenai penggunaan sistem informasi dan teknik pemasaran *online*; (4) Membangun dan mengintegrasikan sistem informasi sederhana yang dapat digunakan untuk mengelola data tamu dan operasional *homestay*; (5) Melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas sistem informasi dan strategi pemasaran yang telah diterapkan, serta memberikan rekomendasi perbaikan [13], [14].



**Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Sumber: Tim Pengabdi (2025)**

Diagram ini menunjukkan alur dari setiap tahap mulai dari penilaian awal hingga evaluasi dan monitoring. Setiap tahap dirancang untuk memastikan bahwa implementasi sistem informasi dan strategi pemasaran digital dapat berjalan dengan efektif dan memberikan manfaat maksimal bagi Gusti Homestay.

### 3. HASIL

#### Analisis SWOT

Langkah awal yang dilakukan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Gusti Homestay adalah melakukan identifikasi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memahami kelebihan dan kekurangan dari *homestay* ini [15].



**Gambar 2. Analisis SWOT Gusti Homestay**

**Sumber: Tim Pengabdi (2025)**

### **Strengths (Kekuatan)**

Gusti Homestay memiliki sejumlah kelebihan yang membuatnya menarik bagi para tamu. Pertama, lokasinya yang strategis, terletak di pusat Ubud yang merupakan pusat kebudayaan Bali yang dicari oleh banyak wisatawan. Selain itu, *homestay* ini berlokasi strategis dengan akses mudah ke objek wisata terkenal di Ubud, seperti Monkey Forest, dan Tegallalang. Walaupun terletak di wilayah yang padat dengan wisatawan, keamanan dan ketenangan juga menjadi kelebihan, karena ukurannya yang lebih kecil membuat *homestay* ini cenderung lebih tenang dan memberikan tingkat keamanan yang tinggi. Pelayanan personal yang diberikan oleh tuan rumah atau staf *homestay* memberikan perhatian ekstra kepada tamu, menciptakan pengalaman menginap yang lebih istimewa.

Gusti Homestay juga terlibat dalam promosi budaya lokal, misalnya dengan mengadakan acara budaya atau memasukkan unsur budaya dalam pengalaman tamu, seperti upacara ngiring atau penyucian dari pura yang mengadakan odalan ke Pura Taman Sari atau Pura Dalem Puri Ubud. Terakhir, *homestay* ini menawarkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan hotel mewah, sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan dengan anggaran terbatas.

### **Weaknesses (Kekurangan)**

Meskipun memiliki banyak kelebihan, Gusti Homestay juga memiliki beberapa kekurangan. Salah satu kekurangannya adalah terbatasnya fasilitas yang dimiliki, dibandingkan dengan hotel besar, seperti restoran pribadi, yang mungkin tidak memenuhi kebutuhan tamu yang mencari kemewahan atau kenyamanan tambahan. Selain itu, *homestay* ini memiliki keterbatasan kapasitas dengan jumlah kamar yang terbatas, sehingga bisa sulit untuk menampung permintaan tinggi selama musim liburan atau acara khusus. Keterbatasan pilihan makanan juga menjadi kekurangan, karena *homestay* ini mungkin memiliki pilihan makanan yang lebih terbatas dibandingkan dengan hotel besar, yang bisa menjadi kendala bagi tamu yang menginginkan variasi makanan yang lebih banyak. Terakhir, pengalaman tamu di *homestay* bisa bervariasi secara signifikan tergantung pada tuan rumah atau manajemen, yang mungkin tidak selalu memberikan tingkat pelayanan yang konsisten.

### **Opportunities (Peluang)**

Gusti Homestay memiliki beberapa peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan operasional dan daya tariknya. Pertama, pertumbuhan sektor pariwisata di Ubud dapat menarik lebih banyak tamu ke *homestay* ini. Bekerja sama dengan agen perjalanan dan

platform Online Travel Agent (OTA) juga dapat meningkatkan visibilitas *Gusti Homestay* [16]. Mengadakan acara budaya lokal merupakan peluang lain yang dapat menarik wisatawan yang tertarik dengan pengalaman otentik. Bekerjasama dengan bisnis lain misalnya sewa kendaraan untuk tamu, tour travel dan laundry khusus. Selain itu, memanfaatkan media sosial dan strategi pemasaran digital bisa membantu mencapai audiens yang lebih luas. Terakhir, mengembangkan fasilitas tambahan, seperti kolam renang atau layanan spa, dapat menarik tamu yang mencari kenyamanan ekstra dan meningkatkan daya saing *homestay* ini.

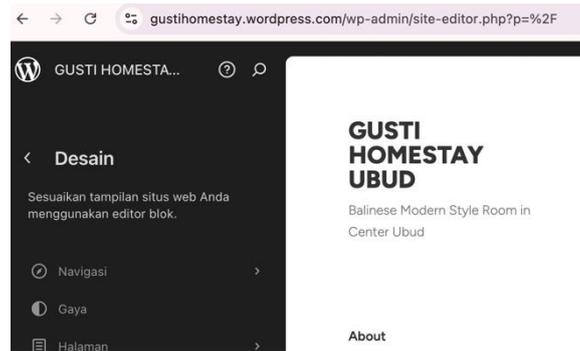
### ***Threats (Ancaman)***

*Gusti Homestay* juga dihadapkan pada beberapa ancaman yang perlu diantisipasi. Salah satu ancamannya adalah kompetisi dengan hotel- hotel besar yang memiliki fasilitas lengkap, yang bisa mengurangi daya tarik *homestay* ini. Fluktuasi ekonomi juga dapat mempengaruhi jumlah wisatawan yang berkunjung, berdampak langsung pada tingkat hunian. Ketidakpastian regulasi, seperti perubahan kebijakan pemerintah terkait pariwisata, dapat mempengaruhi operasional *homestay*. Selain itu, lokasi di area padat penduduk sehingga bisa rentan terhadap bencana alam seperti gempa, atau kebakaran. Ancaman terakhir adalah pandemi atau krisis kesehatan global yang dapat membatasi perjalanan wisatawan dan menurunkan tingkat hunian secara signifikan [17].

Rancangan Sistem Informasi *Homestay* Setelah melakukan analisis SWOT, kemudian tim menyusun rancangan sistem informasi *homestay* pada beberapa tahapan siklus tamu (Anharudin et al., 2021; Indrayani et al., 2024). Rancangan Sistem Informasi pada Tahap Pre-Arrival Tim menyusun faktor-faktor penting mengenai *Gusti Homestay*, seperti informasi kontak, fasilitas yang tersedia, kebijakan penginapan, dan informasi penting lainnya dalam bentuk fact sheet dan wordpress (Gambar 3a dan 3b).



**Gambar 3A. Rancangan Fact Sheet**

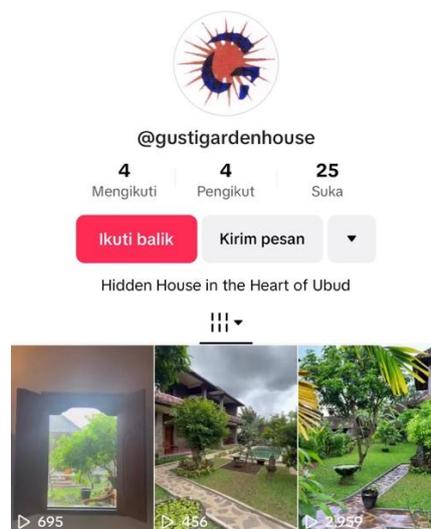


**Gambar 3B. Wordpress Gusti Homestay**

Fact sheet ini disediakan dalam bentuk digital dan cetak untuk diberikan kepada calon tamu. Tim juga membuat dan mengelola situs web resmi untuk Gusti Homestay menggunakan platform WordPress. Situs web ini akan mencakup informasi lengkap mengenai *homestay*, galeri foto, pemesanan online, testimoni tamu, dan berita terkini. Pada tahapan pre-arrival, tim merancang media sosial untuk Gusti Homestay (Gambar 4a dan 4b).



**Gambar 4A. Rancangan Media Sosial Instagram**



**Gambar 4B. Tiktok Gusti Homestay**

**Sumber: Tim Pengabdi (2025)**

#### 4. DISKUSI

Tim mengelola media sosial seperti Instagram dan Twitter untuk mempromosikan Gusti Homestay, berbagi informasi menarik, mengadakan kontes, dan berinteraksi dengan tamu potensial. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan jangkauan dan visibilitas *homestay* dengan para konsumen melalui strategi yang paling relevan saat ini. Rancangan Sistem Informasi pada Tahap Arrival [18]. Pada tahap arrival, tim membantu menyusun formulir registrasi yang mencakup informasi penting dari tamu seperti identitas, kontak darurat, preferensi penginapan, dan permintaan khusus. Formulir ini akan digunakan saat tamu tiba dan melakukan check-in. Selain itu, juga dirancang *barcode* untuk tamu yang akan digunakan untuk proses check-in yang lebih cepat dan efisien. Barcode ini digunakan untuk mengakses formulir registrasi dan menyediakan informasi yang dibutuhkan tamu selama menginap [19].



**Gambar 5. Rancangan Guest Information**

**Sumber: Tim Pengabdi (2025)**

Rancangan Sistem Informasi pada Tahap in- house Mempertimbangkan lokasi Gusti Homestay berada di tempat yang strategis, tim juga menyediakan informasi lengkap mengenai objek wisata di sekitar *homestay*, seperti peta lokasi, harga tiket, jam operasional, dan rute transportasi. Informasi ini akan diberikan kepada tamu untuk membantu mereka merencanakan kunjungan wisata [20].

**Lingkungan sekitar properti**

[Lokasinya istimewa - lihat peta](#)

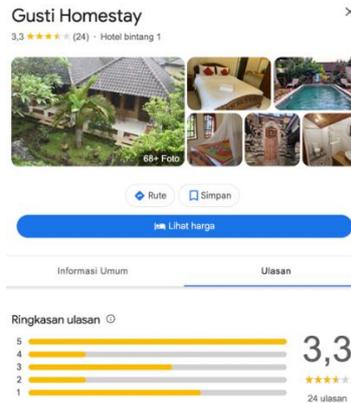
Area sekitar		Restoran & kafe	
Istana Ubud	350 m	Restoran - La Casita	20 m
Telaga Waja Rafting and Elephant Ride Packages	400 m	Restoran - La Blossom	10 m
Museum Puri Lukisan	750 m	Restoran - Bumbu Bali Cooking Class	10 m
Car Park Delta Dewata	1 km	Atraksi wisata terbaik	
Parkir Bebek Bengil	1,1 km	Monkey Forest Ubud	1,6 km
Perkutat Dog Run	1,3 km	Museum Arma	2,2 km
Taman Sedayu	1,3 km	Museum Kesenian Neka	3,1 km
Jembatan Tjampuhan	1,3 km	Musium Rudana	3,2 km
Museum Blanco	1,3 km		
Bali Ubud Scool	1,4 km		

**Gambar 6. Rancangan Surrounding Tourist Destination**

**Sumber: Tim Pengabdi (2025)**

Rancangan Sistem Informasi pada Tahap Departure Pada tahapan departure, tim membantu pemilik *homestay* membuat laporan sederhana berbasis Excel yang mencakup data

mengenai jumlah tamu yang menginap, durasi menginap, pendapatan per kamar, layanan tambahan yang digunakan, dan ulasan tamu. Laporan ini akan membantu pemilik untuk menghitung pendapatan, mengidentifikasi tren, dan melakukan analisis kinerja *homestay*. Selain itu, tim juga membantu membuatkan google business review untuk meningkatkan performa dan visibilitas *homestay*.



**Gambar 7. Google Business Review**  
**Sumber: Tim Pengabdian (2025)**

Evaluasi Kegiatan setelah implementasi rancangan sistem informasi, maka dilakukan monitoring dan evaluasi yang secara detail dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Capaian Kegiatan**

No	Target	Keberhasilan	Deskripsi
1	Memiliki Google Business dan Google Maps	100%	Google Business dan Google Maps bisa diakses dengan Mengetik "Gusti Homestay Ubud"
2	Memiliki Website yang bisa diakses	100%	Website bisa diakses melalui link website homestay
3	Memiliki Informasi Yang Dapat Dihubungi Tamu Untuk Reservasi	100%	Detail kontak homestay tersedia pada media sosial dan Google Business
4	Memiliki Media Sosial Yang Dapat Digunakan Untuk Promosi	100%	Media sosial sudah dibuat, namun pengoperasian masih belum maksimal karena membutuhkan konsistensi dalam unggahan konten. Dalam hal ini SDM pada homestay belum optimal memahami

Dalam capaian kegiatan yang tercatat dalam Tabel 1, tim telah berhasil mencapai berbagai target yang ditetapkan untuk memperkuat eksistensi dan pemasaran Gusti Homestay. Pertama, dengan memiliki Google Business dan Google Maps, *homestay* ini dapat dengan mudah diakses dan ditemukan oleh calon tamu yang mencari informasi tentang lokasi dan layanan yang ditawarkan. Selanjutnya, keberhasilan dalam memiliki sebuah website yang dapat diakses <https://gustihomestay.wordpress.com/> memberikan kemudahan bagi tamu potensial untuk memperoleh informasi lengkap mengenai *homestay*, mulai dari fasilitas hingga prosedur pemesanan. Selain itu, tim juga telah memastikan bahwa informasi kontak *homestay*

telah tersedia dengan jelas di berbagai platform, termasuk website (wordpress), media sosial, dan Google Business, sehingga tamu dapat dengan mudah menghubungi untuk bertanya atau melakukan pemesanan kamar. Meskipun demikian, terdapat sedikit kendala dalam keberhasilan pengoperasian media sosial untuk promosi *homestay* ini. Meskipun sudah dibuat dengan lengkap, namun penggunaannya masih belum optimal sehingga belum mencapai keberhasilan 100 persen. Meskipun begitu, langkah-langkah yang telah dilakukan oleh tim menunjukkan progres yang positif dalam memperkuat eksistensi dan daya saing Gusti Homestay dalam pengelolaan *homestay* khususnya di Ubud.

## **KESIMPULAN**

Proyek sistem informasi yang bertujuan untuk memberikan analisis mendalam tentang peran dan dampak *homestay* dalam konteks pariwisata di Ubud dengan mengangkat Gusti Homestay sebagai objek telah berjalan dengan baik dan memberikan informasi yang penting bagi pemilik *homestay* serta masyarakat yang ingin berlibur dan menggunakan jasa penginapan. Pemilihan Gusti Homestay sebagai objek penelitian memberikan penekanan terhadap sejumlah tantangan, seperti ketidaktersediaan sistem informasi, minimnya pengetahuan pemilik, dan keterbatasan promosi online. Melalui perancangan platform online, website resmi menggunakan WordPress, dan kehadiran media sosial seperti Instagram dan TikTok, *homestay* ini diharapkan mampu meningkatkan eksistensinya. Dengan daya tarik tersendiri, *Homestay* di daerah Ubud ini diharapkan mampu menarik perhatian lebih banyak wisatawan, sehingga akan semakin dikenal di kalangan masyarakat.

Beberapa saran dan rekomendasi yang dapat dilakukan di Gusti Homestay antara lain:

- (1) Meningkatkan strategi pemasaran melalui Online Travel Agent (OTA) dan media sosial untuk menarik lebih banyak tamu;
- (2) Menjaga konsistensi dalam pelayanan, termasuk memberikan pengalaman khas Bali kepada tamu;
- (3) Memanfaatkan dan mengelola dengan lebih baik platform-platform media yang telah dirancang selama proyek ini (seperti WordPress, TikTok, Instagram, Google Business) untuk memperkuat eksistensi dan promosi *homestay*;
- (4) Mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas fasilitas dan layanan sesuai dengan umpan balik tamu dan tren industri;
- (5) Berpartisipasi aktif dalam program promosi pariwisata lokal dan menjalin kerja sama dengan pemangku kepentingan di sekitar area Ubud untuk meningkatkan daya tarik destinasi. Untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berkelanjutan, maka direkomendasikan untuk melakukan pendampingan yang intensif dalam pengelolaan platform digital yang telah dikembangkan, seperti WordPress, TikTok, Instagram, dan Google Business.

Pendampingan ini bertujuan agar pemilik Gusti Homestay dapat lebih mahir dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan pengelolaan usaha. Selain itu, perlu diadakan pelatihan berkelanjutan bagi pemilik dan staf *homestay* terkait strategi pemasaran digital yang efektif melalui Online Travel Agent (OTA) dan media sosial, sehingga mereka dapat terus menarik tamu baru dan mempertahankan loyalitas tamu yang sudah ada. Program pengembangan kapasitas juga bisa diperluas dengan fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas berdasarkan tren industri dan umpan balik dari tamu. Terakhir, upaya kolaboratif dengan pemangku kepentingan pariwisata lokal harus diperkuat untuk menciptakan jaringan promosi bersama, yang akan semakin meningkatkan daya tarik pariwisata Ubud secara keseluruhan. Kegiatan-kegiatan ini diharapkan dapat berkontribusi secara signifikan terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan Gusti Homestay serta industri pariwisata lokal.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Gusti Homestay sebagai subjek pengabdian. Pemilik dan staf Gusti *Homestay* terlibat secara aktif dalam setiap tahap perencanaan dan pengorganisasian komunitas untuk memastikan bahwa solusi yang diimplementasikan sesuai dengan kebutuhan mereka. Proses perencanaan dimulai dengan identifikasi kebutuhan melalui survei dan wawancara mendalam dengan pemilik dan staf *homestay*.

## DAFTAR REFERENSI

- Agustin, V. R., Putri, R. R., Anggara, J., Kartikasari, N., & Husni, V. H. (2023). Pelatihan Penggunaan Media Digital Pelaku Usaha Desa Wisata Banyumulek. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(03), 791–797.
- Anharudin, Susandi, D., & Saefudin. (2021). Rancangbangun sistem informasi reservasi kamar homestay berbasis Web. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 6(4), 826–833.
- Ardani, N. N., & Poetranto, I. W. D. (2022). Homestay development strategy at Yeh Gangga Beach tourist destination Tabanan-Bali. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 5(2), 76–87. <https://doi.org/10.31940/jasth.v5i2.76-87>
- Baysha, M. H., Astuti, E. R. P., Fahmi, A., & Mashur, M. (2024). Peran Pemasaran Digital Dalam Mempromosikan Pariwisata Tandung Andung Desa Lendang Ara. *Community: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 112–124.
- Fitriana, R. (2020). Pelatihan manajemen pengelolaan homestay di desa Wisata Cikolelet, Serang, Banten. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 8–12. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i1.2059>

- Gusti Agung Wahyu Adrian, I., Adriansyah, E., & Edy Waluyo, J. (2024). Strategy to Increase the Digitalization Capacity of Homestay Managers in Pandanrejo Tourism Village, Indonesia. *International Journal of Sustainable Competitiveness in Tourism*, 3(1), 25–35. <https://doi.org/10.34013/ijscot.v3i1.1482>
- Hasan, M., Ramli, R., Ruhana Ku-Mahamud, K., Raihan, A., Albarune, B., & Islam, F. (2015). A Study On Homestay Malaysia: ICT Applications. *Proceedings of International Conference on Networking and Computer Application*, 30–38.
- Indrayani, I. G. A. P. W., et al. (2024). Manajemen Homestay: Membangun Inovasi Digital Melalui Sistem Informasi. *TEKIBA: Jurnal Teknologi dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 112–119.
- Indrayani, I. G. A. P. W., Pitanatri, M. U., Wiratama, I. G., Ariesa, K. W., & Hendrawan, K. R. (2024). Dari Manual ke Digital: Rancangan Sistem Informasi El Homestay Berbasis Siklus Tamu. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 6(1), 49–59. <https://doi.org/10.30647/jpp.v30647/jpp.v6i1.1801>
- Jiang, G.-X., Li, Y.-Q., Zhang, S.-N., & Ruan, W. Q. (2022). How to impress guests: Key factors and strategy configurations for the accommodation memories of homestay guests. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 267–276. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.02.017>
- Maulida, R., Choir, S. S., & Putri, N. A. (2024). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Promosi Pariwisata Banyuwangi Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 238–246.
- Mulyadi, A. (2023). Penerapan Digitalisasi di Wisata Muara Baduk Kabupaten Banyuwangi. *INSAN CENDEKIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 17–21.
- Pratiwi, A. N., Zulfa, B. K., Permatasari, D. A., Maharani, L. J., & Helyanan, P. S. (2021). Strategi Pengelolaan Homestay Melalui Penerapan Chse dan Pemanfaatan Digitalisasi Media Sosial di Desa Wisata Purwosari. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 170–176. <https://doi.org/10.47841/soshum.v2i4.3>
- Priatmoko, S., & David, L. D. (2021). Winning tourism digitalization opportunity in the Indonesia CBT business. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 37(3), 800–806. <https://doi.org/10.30892/GTG.37309-711>
- Qiu, H., Chen, D., Bi, J. W., Lyu, J., & Li, Q. (2022). The construction of the affinity-seeking strategies of Airbnb homestay hosts. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(3), 861–884. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1157>
- Reswari, G. P. A., Siswanto, A. P., & Setiyono, B. (2023). Pendampingan Digitalisasi Produk Komoditi Desa Pongok Kabupaten Klaten. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 389–396.
- Ummaya Santi, F., & Trisanti, T. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengelolaan Homestay di Desa Wisata. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 5(1), 45–53. <https://doi.org/10.15294/pls.v5i1.39849>

- Wang, J., Chow, Y. S., & Biljecki, F. (2023). Insights in a city through the eyes of Airbnb reviews: Sensing urban characteristics from homestay guest experiences. *Cities*, 140, 104399. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2023.104399>
- Yaja, M., Kumar, A., Swamy, G. A., & Rout, H. B. (2023). Is homestay service an ideal business opportunity for women? *International Social Science Journal*, 73(248), 463–477. <https://doi.org/10.1111/issj.12409>
- Zeng, Q., Gu, Y., & Tan, J. (2020). Strategy of Promoting the Competitiveness of Homestay Under the Background of “Internet+”. In *Proceedings of the 2020 International Conference on Social Sciences and Economic Development* (pp. 307–317). [https://doi.org/10.1007/978-981-15-5959-4\\_38](https://doi.org/10.1007/978-981-15-5959-4_38)