

Analisis dan Perancangan Konsep Mobile App Buddy Guides

Devin Aditya Putra Pratama^{#1}, Julianti Kasih^{*2}

[#]Program Studi SI Teknik Informatika, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Surya Sumantri No.65, Bandung, Indonesia

¹2072031@maranatha.ac.id

²julianti.kasih@it.maranatha.edu

Abstract — The innovative application "BuddyGuides" is designed to enhance and simplify the travel experience by empowering individuals with deep knowledge of their cities to become dedicated tour guides. This app allows locals to share stories, history, and hidden secrets of their cities, creating a more personal and authentic holiday experience for travelers. Tourists can use the intuitive and user-friendly platform to find and connect with local guides, view profiles, read reviews, and choose guides that match their preferences. Advanced features such as interactive route mapping, up-to-date destination information, and options to design custom tours are offered to enhance user convenience. This study aims to design the business concept of BuddyGuides, develop the application with an intuitive design, and create user-friendly features for an optimal travel experience. The management, design, and development of the application are scheduled to take place from February 19, 2024, to June 23, 2024. The data used in this study are sourced from the MBKM entrepreneurship program activities with the SONIC team as primary data, and from literature and journals as secondary data.

Keywords— BuddyGuides, Business concept, Local guides, Personal experience, Travel application.

I. PENDAHULUAN

Aplikasi revolusioner yang dirancang khusus untuk memperluas dan mempermudah pengalaman wisata adalah "BuddyGuides." Aplikasi ini bertujuan memberdayakan setiap individu yang memiliki pengetahuan mendalam tentang kota mereka untuk menjadi seorang tour guide yang berdedikasi. Dengan "BuddyGuides", setiap orang memiliki kesempatan untuk membagikan cerita, sejarah, dan rahasia tersembunyi dari kota mereka, menciptakan pengalaman berlibur yang lebih pribadi dan otentik.

Bagi mereka yang mencari pengalaman wisata yang unik, aplikasi ini menyediakan platform yang intuitif dan ramah pengguna untuk menemukan dan terhubung dengan warga lokal. Wisatawan dapat menjelajahi profil para guide, melihat ulasan dari pengguna sebelumnya, dan memilih orang yang paling sesuai dengan preferensi dan minat mereka. Selain itu, "BuddyGuides" menawarkan fitur-fitur canggih seperti pemetaan rute interaktif, informasi destinasi terkini, dan opsi untuk merancang tur kustom sesuai keinginan pengguna.

II. DESKRIPSI USAHA

Buddy Guides memiliki arti yaitu "teman yang memandu perjalanan liburan" yang juga diimplementasikan kedalam motto. Kemudian arti dalam logo yang tercantum yaitu huruf "B" dengan warna biru yang melambangkan rasa aman, kesetiaan dan bentuk kepercayaan pelanggan terhadap aplikasi Buddy Guides lalu ada sentuhan warna orange melambangkan antusiasme, kegembiraan, kehangatan, percaya diri serta ceria. Gradasi warna orange ini memaknai akan dinamisnya mitra yang bekerjasama dengan Buddy Guides baik dengan umur yang muda ataupun tua.

Buddy Guides adalah sebuah bisnis digital dalam bentuk aplikasi mobile yang menyediakan jasa tour guide bagi mereka yang mencari pengalaman wisata yang unik, aplikasi ini menyediakan platform yang intuitif dan ramah pengguna untuk menemukan dan terhubung dengan warga lokal sebagai pemandunya. Wisatawan dapat menjelajahi profil para guide, melihat ulasan dari pengguna sebelumnya, dan memilih orang yang paling sesuai dengan preferensi dan minat mereka.

III. LANDASAN TEORI

A. Ekonomi Berbagi (*Sharing Economy*)

Ekonomi berbagi telah menjadi fenomena yang signifikan dalam berbagai sektor, termasuk pariwisata. Dalam studi yang diterbitkan dalam jurnal "Annals of Tourism Research", Cohen (2019) menyatakan bahwa "ekonomi berbagi memfasilitasi partisipasi langsung masyarakat dalam industri pariwisata, memungkinkan individu untuk menjadi penyedia layanan tur dan menarik wisatawan dengan pengalaman lokal yang lebih otentik." Dengan platform seperti BuddyGuides, penduduk lokal dapat menjadi penyedia layanan tur, memperkaya pengalaman wisatawan dengan kearifan lokal dan keterlibatan langsung dalam budaya tujuan wisata. Pendekatan ini tidak hanya memfasilitasi interaksi yang lebih autentik antara wisatawan dan komunitas lokal, tetapi juga memperkuat ekonomi lokal dengan memanfaatkan sumber daya manusia yang ada.

B. Pemanfaatan Teknologi On Demand

Teknologi on demand telah mengubah lanskap industri pariwisata dengan memfasilitasi akses yang lebih cepat dan mudah terhadap layanan wisata. Menurut penelitian yang diterbitkan dalam jurnal "Tourism Management Perspectives", Li et al. (2020) menyatakan bahwa "aplikasi berbasis teknologi on demand menyediakan platform yang memungkinkan wisatawan untuk mengatur perjalanan mereka secara fleksibel sesuai dengan preferensi pribadi mereka." Dalam konteks BuddyGuides, pemanfaatan teknologi on demand memungkinkan wisatawan untuk terhubung langsung dengan guide lokal tanpa perantara, menciptakan pengalaman yang lebih langsung dan personal. Dengan hanya beberapa kali klik, wisatawan dapat menyesuaikan perjalanan mereka sesuai dengan preferensi pribadi, mulai dari memilih tempat wisata hingga jadwal kegiatan. Hal ini memberikan fleksibilitas yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam merencanakan perjalanan.

C. Struktur Organisasi

Personalisasi pengalaman wisata merupakan aspek penting dalam memenuhi ekspektasi konsumen yang semakin meningkat. Penelitian yang diterbitkan dalam jurnal "Journal of Travel Research" oleh Gretzel et al. (2015) menyimpulkan bahwa "pengalaman wisata yang dipersonalisasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat hubungan merek dengan konsumen." Dengan memberikan pengguna kontrol atas pemilihan guide sesuai dengan minat dan preferensi mereka, BuddyGuides memungkinkan pengalaman wisata yang unik dan disesuaikan dengan kebutuhan individu, menciptakan hubungan yang lebih erat antara wisatawan dan destinasi yang mereka kunjungi. menyoroti pentingnya pengalaman wisata yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, platform seperti BuddyGuides menawarkan solusi yang sesuai dengan memungkinkan pengguna untuk memiliki kendali penuh atas pemilihan guide sesuai dengan minat dan preferensi mereka. Hal ini memungkinkan pengalaman wisata yang unik dan terpersonalisasi, di mana wisatawan dapat menjelajahi destinasi dengan cara yang sesuai dengan keinginan dan minat pribadi mereka.

D. Keterlibatan Komunitas Lokal

Keterlibatan komunitas lokal dalam industri pariwisata memiliki dampak positif yang signifikan, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Dalam penelitian yang diterbitkan dalam jurnal "Tourism Management", Gursoy dan Rutherford (2004) menunjukkan bahwa "keterlibatan penduduk lokal dalam industri pariwisata dapat meningkatkan kepedulian mereka terhadap pelestarian lingkungan, menghasilkan dukungan yang lebih besar untuk pembangunan berkelanjutan." BuddyGuides memberdayakan warga setempat untuk berperan sebagai tour guide, memungkinkan mereka untuk berkontribusi langsung dalam mempromosikan dan melestarikan warisan budaya serta sejarah kota mereka, sambil juga menciptakan pengalaman wisata yang lebih otentik bagi pengunjung. Dengan merasakan manfaat langsung dari sektor pariwisata yang berkelanjutan, komunitas lokal cenderung lebih peduli terhadap pelestarian lingkungan dan mendukung inisiatif pembangunan berkelanjutan.

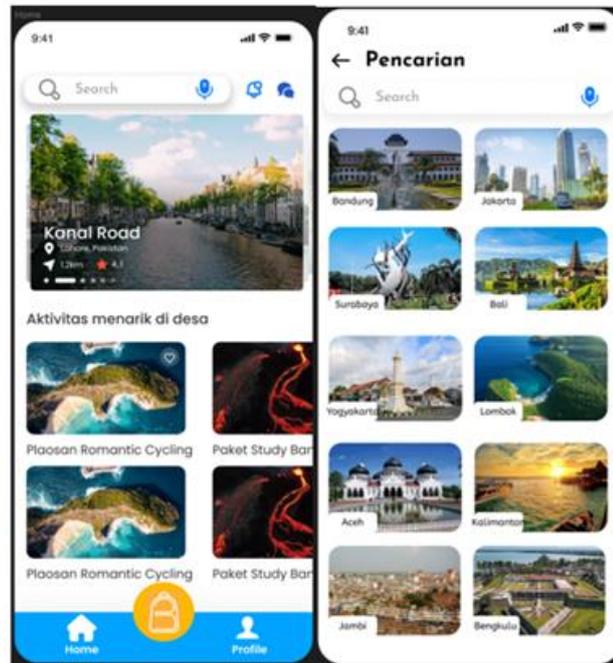
E. Teknologi Pemetaan Interaktif dan Informasi Terkini

Pemetaan interaktif dan penyediaan informasi terkini melalui teknologi telah menjadi komponen yang sangat penting dalam meningkatkan pengalaman wisata modern. Xiang et al. (2015), dalam penelitian mereka yang diterbitkan dalam jurnal "Information and Communication Technologies in Tourism," menekankan bahwa penggunaan teknologi pemetaan interaktif dalam aplikasi perjalanan dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan pengguna. Dengan adanya peta interaktif, pengguna dapat dengan mudah menjelajahi destinasi wisata, menemukan lokasi-lokasi menarik, dan merencanakan perjalanan mereka dengan lebih efisien.

IV. HASIL PEKERJAAN

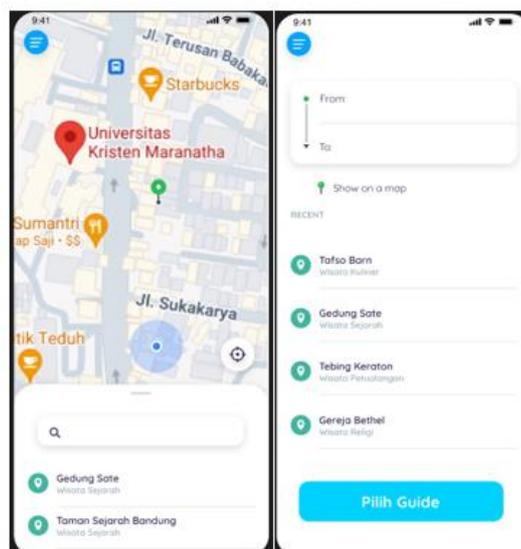
A. Design Prototype

Pembuatan desain prototype dari aplikasi Buddy Guides yang akan digunakan untuk dipresentasikan kepada para pembimbing dari pihak MBKM untuk dijadikan sebuah *Most Valuable Product* (MVP) yang nanti akan diuji atau dicoba kepada calon konsumen. Dalam halaman “Home” akan mencakup dari menu search untuk user bisa mencari list tempat-tempat yang bisa dicari. Ada juga bagian untuk rekomendasi suatu tempat wisata yang bisa dikunjungi dan mencakup nama tempat, lokasi, rating. Lalu ada juga rekomendasi aktivitas yang bisa dilakukan ditempat wisata.



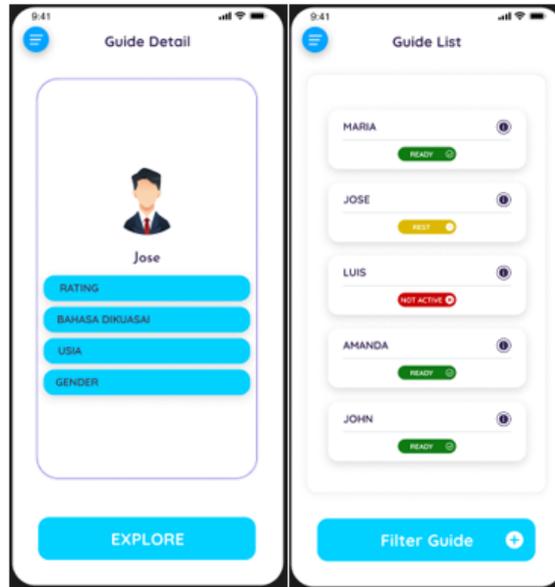
Gambar 1. Halaman Home

Untuk melakukan pemesanan bisa dengan melakukan klik pada ikon logo Buddy Guides berwarna kuning yang berada di halaman “Home”. Akan diperlihatkan tampilan seperti map yang untuk melihat tempat-tempat yang tersedia dan ada juga menu pencarian untuk mencari tempat yang diinginkan.



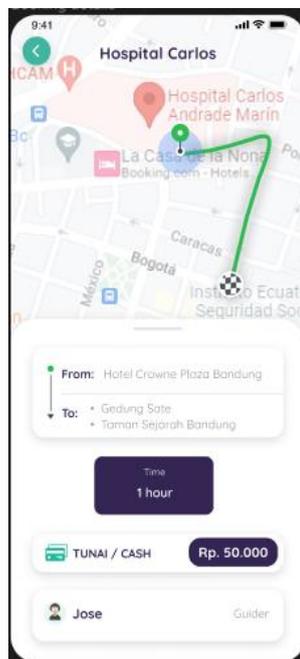
Gambar 2. Halaman pemesanan

Setelah memilih tempat yang diinginkan, akan lanjut untuk memilih guide. Akan diberikan list beberapa guide yang bisa dipesan, lalu akan diberikan juga detail terkait informasi yang diperlukan dari profil guide tersebut.



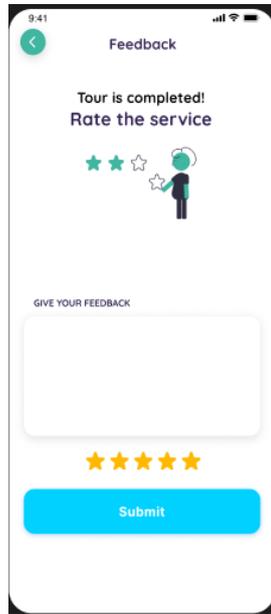
Gambar 3. Halaman pemesanan

Sesudah memilih guide maka akan diperlihatkan detail dari pesanan. Mulai dari jarak lokasi user saat ini ke tempat wisata yang dituju, estimasi perkiraan yang akan ditempuh untuk sampai ke tempat tujuan, total harga pembayaran yang harus dibayarkan nanti, dan juga nama dari guide yang dipilih oleh user sebelumnya.



Gambar 4. Halaman pemesanan

Ketika pesanan selesai, maka akan muncul halaman “Feedback” untuk user bisa memberikan ulasannya terkait layanan yang sudah dilakukan dengan cara memberikan rating kepada guide dan juga ulasan tambahan dalam bentuk isian.



Gambar 5. Halaman *feedback*

B. Digital Marketing

Dari hasil survey yang kami lakukan mayoritas responden tertarik jika ada aplikasi yang menentukan tujuan/destinasi liburan mereka. Perencanaan dari pembentukan aplikasi Buddy Guides memiliki fokus utama untuk menemukan pelanggan utama pengguna aplikasi ini. Survei yang kami lakukan terhadap 113 orang dengan rentang umur 17 - 50 tahun dengan mayoritas pekerjaannya adalah mahasiswa dan juga pegawai kantoran, sesuai dengan target pasar yang kami incar.



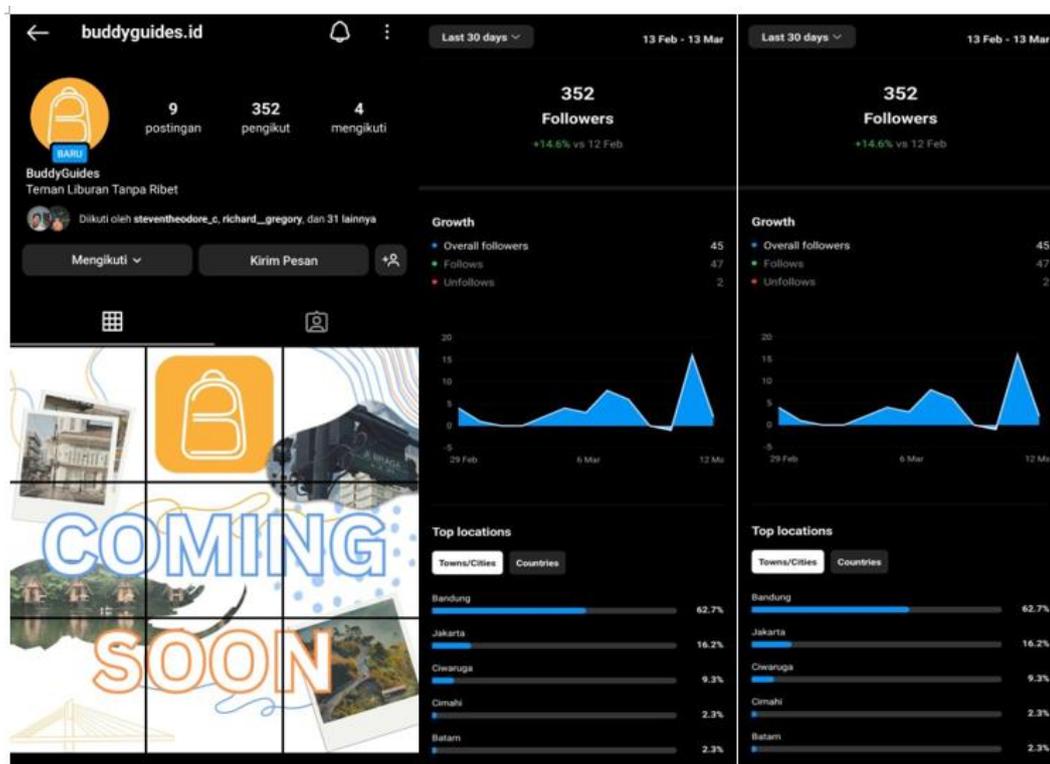
Gambar 6. *Chart Survei*

Lewat beberapa data yang kami dapatkan dengan potensi pariwisata Indonesia yang sangat menjanjikan dengan banyaknya tempat wisata di Indonesia, ini adalah salah satu faktor utama dalam pengembangan aplikasi Buddy Guides ini kedepannya. Dengan adanya dorongan dari program kerja pemerintah khususnya Kemenparekrraf dapat membantu prospek

aplikasi Buddy Guides kedepannya. Lalu, fokus kami untuk melakukan kemitraan dengan objek wisata lokal untuk mendapatkan informasi lokasi yang akurat, penawaran eksklusif, dan dukungan promosi bersama. Lalu menjalin kemitraan dengan asosiasi pariwisata setempat untuk mendapatkan wawasan industri, akses ke jaringan, dan dukungan promosi. Tidak lupa juga, kami membangun hubungan dengan komunitas lokal untuk memperoleh wawasan budaya yang lebih dalam, mendukung keberlanjutan, dan mengintegrasikan pengalaman lokal dalam aplikasi.

Langkah selanjutnya adalah menggandeng penyedia layanan pembayaran untuk menyediakan sistem pembayaran yang aman, nyaman, dan sesuai dengan regulasi setempat. Selain itu kami juga bekerjasama dengan influencer pariwisata yang dapat membantu meningkatkan visibilitas dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi. Integrasi dengan platform pemesanan wisata online untuk meningkatkan jangkauan dan memperluas pangsa pasar. Tidak lupa juga kemitraan dengan restoran dan toko lokal untuk menawarkan paket penawaran eksklusif kepada pengguna aplikasi. Dan yang terakhir adalah kolaborasi dengan penyedia layanan transportasi untuk memastikan aksesibilitas dan kenyamanan selama perjalanan wisatawan. Membangun kerjasama dengan agen perjalanan untuk menyediakan opsi paket liburan yang inklusif melalui aplikasi. Mendatangi langsung objek wisata untuk menjadi partner.

Dalam melakukan pemasaran Buddy Guides juga penting diperhatikan untuk meningkatkan potensi pelanggan baru kedepannya. Cara pertama ialah teknik pemasaran langsung. Buddy Guides berperan aktif melakukan pemasaran lewat akun media sosial. Karena di zaman sekarang masyarakat menggunakan sosial media untuk menentukan destinasi serta kebutuhan mereka dalam berlibur. Yang kedua adalah dengan cara pemasaran tidak langsung, dimana kami mendatangi langsung objek wisata untuk menjadi partner Buddy Guides. Selain menjadi mitra dalam hal bisnis, dengan bekerja sama dengan tempat tempat wisata itu dapat membantu perkembangan aplikasi Buddy Guides secara tidak langsung dengan sasaran wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata namun belum mengetahui tentang Buddy Guides ini.



Gambar 7. Social Media Buddy Guides

Kemudian kami juga sudah memiliki instagram dengan jumlah followers sampai saat tanggal 14 maret 2024 berjumlah 352 pengikut sehingga hal ini membuktikan bahwa masyarakat antusias terhadap adanya aplikasi Buddy Guides. Dan yang terakhir adalah fokus Buddy Guides untuk mencapai 5% dari 3,5 juta jiwa yang sering berlibur (175.000 jiwa) untuk menjadi konsumen dari Buddy Guides dalam satu tahun. Dengan target yang ada kami melakukan pendekatan personal dengan menjadikan mitra kami yaitu guides yang ada di lapangan untuk bekerja secara profesional namun tidak lupa untuk mengutamakan aspek ramah dan fokus mereka untuk menjadi “teman perjalanan” bagi para konsumen Buddy Guides.

Rencananya pilot project dilakukan di Kota Bandung dan sekitarnya agar awareness masyarakat serta pamor dari aplikasi Buddy Guides sendiri dapat berkembang.

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat paling efektif untuk membangun dan mempromosikan sebuah brand. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial terbesar, menawarkan peluang besar bagi bisnis untuk meningkatkan popularitas dan memperkuat strategi marketing mereka. Dengan basis pengguna yang sangat luas dan beragam, Instagram memungkinkan brand untuk menjangkau audiens global dengan cara yang sangat visual dan interaktif.

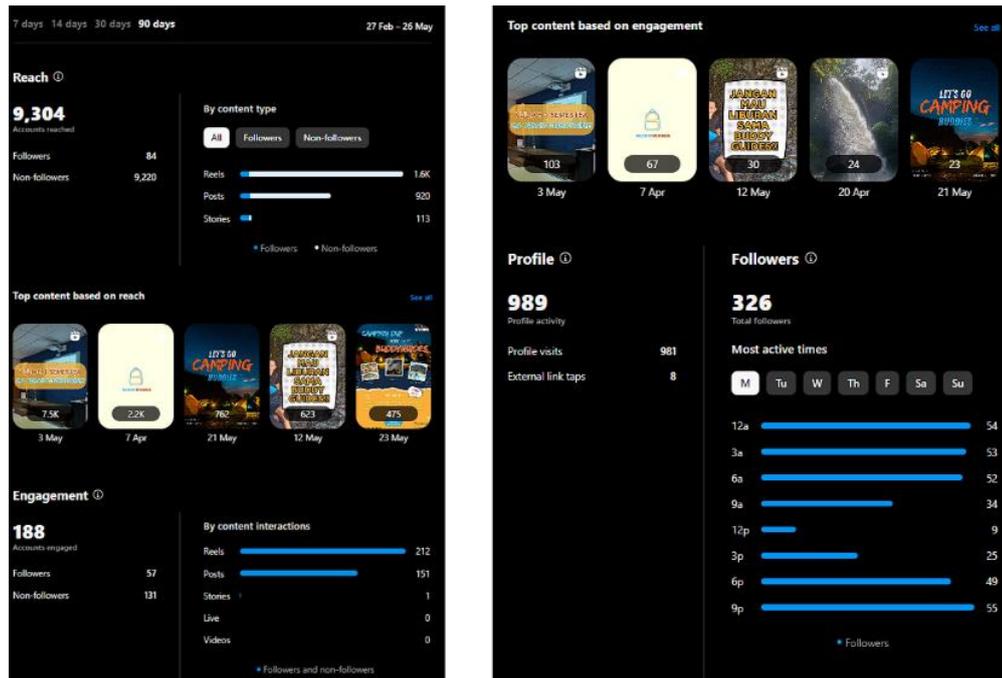
Membuat konten di media sosial, khususnya Instagram, sangat penting untuk meningkatkan popularitas dan efektivitas pemasaran. Instagram, sebagai platform visual yang populer, memungkinkan brand untuk berinteraksi langsung dengan audiens melalui gambar, video, dan cerita yang menarik. Dengan menggunakan visual berkualitas tinggi dan konsisten, brand dapat membangun identitas yang kuat dan menarik perhatian pengguna. Konten yang beragam, seperti feed posts, Stories, Reels, dan IGTV, menawarkan berbagai cara untuk menyampaikan pesan dan menjaga keterlibatan audiens. Penggunaan hashtag yang tepat dan kolaborasi dengan influencer dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas brand. Selain itu, interaksi aktif dengan pengikut melalui komentar dan pesan, serta promosi melalui kontes dan giveaway, dapat meningkatkan engagement dan loyalitas pelanggan. Dengan memanfaatkan Instagram Insights untuk menganalisis performa konten, brand dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka berdasarkan data yang akurat. Semua ini berkontribusi pada peningkatan popularitas dan keberhasilan marketing, menjadikan Instagram alat yang esensial dalam strategi pemasaran digital.



Gambar 8. *Thumbnail* konten instagram Buddy Guides

Konten Reels di Instagram yang berfokus pada visual estetik sangat cocok dengan karakter platform ini yang menekankan pada keindahan visual dan kreativitas. Reels memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek yang menarik dan dinamis, memberikan kesempatan untuk menampilkan aspek estetis dari brand atau produk dengan cara yang kreatif. Dengan menggunakan elemen-elemen seperti pencahayaan yang baik, komposisi yang seimbang, warna yang harmonis, dan transisi yang halus, konten Reels dapat memikat perhatian audiens secara cepat dan efektif. Selain itu, musik yang tepat dan efek visual dapat menambah daya tarik dan emosi dalam video, membuatnya lebih menarik untuk ditonton dan dibagikan.

Instagram Ads adalah fitur periklanan berbayar di platform Instagram yang memungkinkan bisnis atau individu untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan spesifik. Iklan ini bisa muncul di berbagai tempat di Instagram, termasuk di beranda (feed), Stories, Explore, dan tab Reels. Instagram Buddy Guides menggunakan fitur tersebut untuk meningkatkan marketing dengan mengupload beberapa postingan.



Gambar 9. Instagram Ads

Setelah menggunakan Instagram sebagai media digital marketing dalam waktu cukup lama dan juga memanfaatkan beberapa fitur yang dihadirkan, Instagram Buddy Guides berhasil mencapai hingga 9.304 pengguna yang mengunjungi Instagram Buddy Guides yang dimana angka ini merupakan hasil yang di atas ekspektasi kami sehingga kedepannya strategi kami akan memfokuskan strategi marketing kami dengan menggunakan social media Instagram.

C. Trip

Buddy Guides mengadakan trip untuk memberikan pengalaman langsung dalam menjalankan tugas sebagai pemandu wisata. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah agar anggota tim dapat merasakan dan memahami secara praktis berbagai aspek yang terlibat dalam menjadi tour guide profesional. Selama camping trip, peserta akan belajar cara mengelola logistik perjalanan, memberikan informasi yang menarik dan edukatif tentang lokasi yang dikunjungi, serta mengatasi berbagai tantangan yang mungkin muncul di lapangan.

Selain itu, trip ini juga dirancang untuk meningkatkan keterampilan interpersonal dan kemampuan komunikasi tim, yang sangat penting bagi seorang pemandu wisata. Dengan berinteraksi langsung dengan peserta tur dalam setting yang alami dan spontan, anggota tim Buddy Guides dapat mengembangkan teknik-teknik penyampaian informasi yang efektif dan engaging. Aktivitas ini juga memberikan kesempatan untuk membangun kerjasama tim yang lebih erat, memperkuat rasa solidaritas, dan meningkatkan kemampuan dalam menghadapi situasi tak terduga.

Melalui pengalaman trip ini, tim Buddy Guides tidak hanya memperoleh pengetahuan praktis, tetapi juga mendapatkan wawasan berharga tentang kebutuhan dan harapan wisatawan. Hal ini akan membantu mereka dalam memberikan layanan yang lebih baik dan memuaskan bagi para klien di masa mendatang. Dengan demikian, camping trip ini merupakan langkah penting dalam upaya meningkatkan profesionalisme dan kualitas layanan Buddy Guides sebagai penyedia layanan pemandu wisata.



Gambar 10. Dokumentasi Trip

Untuk meningkatkan kompetensi dan keahlian dalam memandu wisatawan, tim "Buddy Guides" mengadakan camping trip pertama mereka di Ciwangun Indah Camp. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pengalaman langsung dalam melakukan tour guide di alam terbuka. Tujuan camping trip yaitu untuk meningkatkan keterampilan tour guide, memberikan kesempatan kepada anggota tim untuk mempraktikkan keterampilan memandu dalam situasi nyata, memperkuat kerja sama tim melalui kegiatan bersama di alam terbuka, anggota tim dapat meningkatkan kekompakan dan kerja sama, menambah pengetahuan tentang alam, menyediakan pengetahuan praktis mengenai flora dan fauna lokal, serta cara menjaga kelestarian alam saat melakukan guiding. menghadapi tantangan lapangan menghadapi tantangan yang mungkin terjadi di lapangan seperti cuaca buruk, medan yang sulit, dan kebutuhan mendadak dari peserta tour.

Tim Buddy Guides menggunakan instagram untuk media promosi mengenai kegiatan tersebut dan juga menggunakan media google form untuk membantu para pengunjung yang berminat untuk mengikuti trip yang diadakan oleh Buddy Guides.

Manfaat dari camping trip praktik langsung yaitu bisa merasakan pengalaman langsung dalam mengelola tur di alam terbuka. Peningkatan kompetensi, meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri dalam memandu wisatawan. Kerja sama tim, membentuk ikatan yang lebih kuat di antara anggota tim, yang sangat penting untuk efektivitas kerja di lapangan. Pengetahuan lingkungan, memperdalam pemahaman tentang lingkungan alam dan cara menjaganya.

V. KESIMPULAN

Konsep Bisnis BuddyGuides: Konsep bisnis BuddyGuides didasarkan pada pemberdayaan warga lokal sebagai pemandu wisata yang dapat memberikan pengalaman wisata yang personal dan autentik kepada para wisatawan. Aplikasi ini bertujuan untuk menciptakan platform yang memungkinkan warga lokal berbagi pengetahuan mendalam mereka tentang kota mereka dengan wisatawan, serta mendorong ekonomi lokal dengan menciptakan peluang kerja bagi warga setempat. Dengan demikian, BuddyGuides menghubungkan wisatawan dengan pemandu lokal yang dapat memberikan tur yang disesuaikan dengan minat dan preferensi wisatawan.

Perancangan Aplikasi BuddyGuides: Aplikasi BuddyGuides dirancang dengan fokus pada kemudahan penggunaan dan pengalaman pengguna yang optimal. Desain aplikasi yang intuitif memungkinkan wisatawan untuk dengan mudah menemukan dan terhubung dengan pemandu lokal, menjelajahi profil mereka, membaca ulasan, dan memilih pemandu yang sesuai dengan preferensi mereka. Fitur-fitur canggih seperti pemetaan rute interaktif, informasi destinasi terkini, dan opsi untuk merancang tur kustom disertakan untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna. Proses perancangan dan pengembangan aplikasi ini dijadwalkan berlangsung dalam rentang waktu yang ditentukan, dengan tujuan menghasilkan aplikasi yang siap digunakan oleh masyarakat luas.

Manfaat BuddyGuides bagi Calon Wisatawan: Aplikasi BuddyGuides memberikan berbagai manfaat bagi calon wisatawan, termasuk akses ke pengalaman wisata yang lebih personal dan autentik. Dengan terhubung langsung dengan pemandu lokal yang memiliki pengetahuan mendalam tentang kota mereka, wisatawan dapat menikmati cerita, sejarah, dan rahasia tersembunyi yang mungkin tidak ditemukan dalam tur konvensional. Selain itu, fitur-fitur canggih yang disediakan

oleh BuddyGuides, seperti pemetaan rute interaktif dan informasi destinasi terkini, memudahkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka dengan lebih efektif dan menyenangkan mencakup

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus atas kesempatan untuk bisa mengikuti kegiatan MBKM Kewirausahaan dalam program SONIC (*Student's Business Innovation and Incubation*). Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pengetahuan dan keterampilan saya, tetapi juga memberikan wawasan yang tidak ternilai tentang pengelolaan bisnis. Diharapkan bahwa hal ini tidak hanya menjadi titik awal, tetapi juga menjadi langkah untuk terus meningkatkan efektifitas dan keberlanjutan dari perkembangan bisnis yang sudah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] "Soul of Fren," 2020. [Online]. Available: <https://soulofren.com/apa-itu-marketplace/>. [Diakses 7 12 2022].
- [2] "Bahasa Bisnis," Bahasa Bisnis, [Online]. Available: <https://bahasabisnis.id/>. [Diakses 15 5 2024].
- [3] "Instagram," [Online]. Available: <https://www.instagram.com/>.
- [4] "Tiktok," [Online]. Available: ww.tiktok.com. [Diakses 17 3 2024].
- [5] S. A. Cohen, "The Sharing Economy and Tourism: A Conceptual Overview," *Annals of Tourism Research*, 2019.
- [6] X. J. H. & S. C. Li, "The Impact of On-Demand Economy on Tourism: A Case Study of Airbnb," *Tourism Management Perspectives*, vol. 33, 2020.
- [7] U. W. H. K. C. & L. C. Gretzel, "Conceptual Foundations for Understanding Smart Tourism Ecosystems," *Journal of Travel Research*, 2015.
- [8] Z. D. Q. M. Y. & F. W. Xiang, "A Comparative Analysis of Major Online Review Platforms: Implications for Social Media Analytics in Hospitality and Tourism," *Information and Communication Technologies in Tourism*, 2015.
- [9] Y. H. & S. J. Wang, "Understanding the Effects of Social Media on Tourists' Behavior: An Extension of the Technology Acceptance Model," *Tourism Management*, 2015.
- [10] K. W. & J. D. Buhalis, "Smart Tourism Destinations: Governance, Innovation, and Sustainability," *Current Issues in Tourism*, 2019. J. Padhye, V. Firoiu, & D. Towsley, "A stochastic model of TCP Reno congestion avoidance and control," *Univ. of Massachusetts, Amherst, MA, CMPSCI Tech. Rep. 99-02*, 1999.