

Implementasi Konsep Sharing Economy Berbasis ICT pada Sektor Pariwisata

Ridwan Ridwan¹, Muhammad Ryan Anugrah¹

¹ Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Janabadra Yogyakarta,
ridwan@janabadra.ac.id

ABSTRACT

The use of digital technology in the tourism industry has experienced an extraordinary revolution along with the rapid growth of internet penetration. This trend is expected to encourage the tourism industry to take advantage of the emergence of the sharing economy phenomenon. The sharing economy can create a network for the supply and demand sides, and connect providers and customers to each other. However, the concept of sharing economy is still not fully understood by most people. Likewise, in rural areas that rely on tourism as a source of economic support, they have not really felt or implemented the concept of sharing economy in their business activities, so that the tourism sector in rural areas has become less relevant to the times. This paper aims to determine the extent of the application of the sharing economy concept in the tourism sector and to formulate an ICT-based sharing economy model to support the development of the tourism industry. The method used is a qualitative approach. The research location is in Ngobaran Beach, Gunungkidul Regency. The results show that the concept of sharing economy has not been implemented in Ngobaran Beach. However, the sharing economy framework proposed in this study is considered applicable to fill the void in the implementation of the ICT-based sharing economy in the tourism sector.

Keywords: ICT; internet; qualitative method; sharing economy; tourism

ABSTRAK

Penggunaan teknologi digital dalam industri pariwisata mengalami revolusi luar biasa seiring dengan tumbuh pesatnya penetrasi internet. Tren tersebut diharapkan mendorong industri pariwisata mengambil peluang dari munculnya fenomena *sharing economy*. Melalui *platform online*, *sharing economy* dapat membuat jaringan untuk sisi penawaran dan permintaan, dan menghubungkan penyedia dan pelanggan satu sama lain. Hadirnya *sharing economy* melalui teknologi yang *friendly* membuat pengguna semakin terbiasa dan dekat dengan teknologi serta mulai mempercayai model bisnis ini. Namun, konsep *sharing economy* masih belum sepenuhnya dipahami oleh sebagian besar masyarakat. Demikian halnya di perdesaan yang mengandalkan pariwisata sebagai sumber penyokong ekonomi, belum begitu merasakan ataupun mengimplementasikan konsep *sharing economy* ke dalam aktivitas usahanya, sehingga sektor pariwisata di perdesaan menjadi kurang relevan dengan perkembangan zaman. Makalah ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penerapan konsep *sharing economy* pada sektor pariwisata dan merumuskan model *sharing economy* berbasis ICT guna mendukung pengembangan industri pariwisata. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengamatan secara langsung terhadap subjek yang diselidiki. Lokasi penelitian di Pantai Ngobaran Kabupaten Gunungkidul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep *sharing economy* belum dijalankan di Pantai Ngobaran. Namun demikian kerangka *sharing economy* yang diusulkan dalam penelitian ini dinilai dapat diterapkan untuk mengisi kekosongan implementasi *sharing economy* berbasis ICT pada sektor pariwisata.

Kata kunci: ICT; internet; metode kualitatif; pariwisata; *sharing economy*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perubahan konsumen yang makin digital dan *hyper-connected*, kini muncul tren *sharing economy* di sektor pariwisata. Model bisnis berbagi ini merupakan cara baru yang dilakukan oleh generasi baru untuk melakukan bisnis dengan cara yang lebih efisien yaitu saling berbagi dalam memanfaatkan aset atau *resources*.

Sharing economy hadir sebagai fenomena baru dalam kehidupan. Riset konsumen menjadi bukti banyaknya perhatian akhir-akhir ini terhadap sekelompok praktik bisnis dan konsumsi terkait yang digambarkan sebagai aktivitas berbagi (Belk, 2010). Terdapat beberapa istilah terkait dalam mendefinisikan fenomena ini, seperti *collaborative*

consumption (Botsman & Rogers, 2010), *product-service systems* (O.K, 2002), *the mesh* (Gransky, 2014), *prosumption* (Ritzer & Jurgenson, 2010), *co-creation* (Lanier & Schau, 2007), *commercial sharing systems* (Lamberton & Rose, 2012), dan *accessbased consumption* (Eckhardt & Bardhi, 2012). Namun dalam paper ini lebih menekankan pada istilah atau sebutan *sharing economy* sebagai rujukan dari makna terminologi terkait.

Melalui *platform online*, *sharing economy* dapat membuat jaringan untuk sisi penawaran dan permintaan, dan menghubungkan penyedia dan pelanggan satu sama lain. Meski begitu, (Cockayne, 2016) mengungkapkan *sharing economy* sebagai "istilah yang menggambarkan *platform digital* yang

menghubungkan konsumen ke layanan atau komoditas melalui penggunaan aplikasi *mobile* atau *website*", sementara (Laurell & Sandström, 2017) menyebut *sharing economy* sebagai *platform* berbasis ICT, yang digunakan untuk pertukaran. Dengan cara ini, *platform online* dapat dianggap sebagai infrastruktur utama *sharing economy*. Selain itu, (van Welsun, 2016) memperkenalkan teknologi *platform* dan aplikasi sebagai penyebab inovasi utama yang terjadi dalam model bisnis *sharing economy*. Kemajuan teknologi dan laju penerapannya yang terus berkembang telah membuat *sharing economy* menjadi aktif dalam berbagi aset fisik, bukan hanya dalam bentuk digital. Richter et al. (2017) menempatkan penekanan mereka pada internet dan web 2.0 sebagai *enabler* dan fasilitator dari *sharing economy*, melalui berbagi aset yang kurang dimanfaatkan.

Lebih jauh, *sharing economy* sebagai aktivitas berbagi aset (fisik, keuangan, dan/atau modal manusia) di antara banyak, tanpa mengalihkan kepemilikan, melalui platform digital untuk menciptakan nilai ekonomi untuk setidaknya dua pihak. Dari definisi tersebut menjadi jelas bahwa *sharing economy* menitikberatkan pada penggunaan aset secara bersama dan transaksi yang dilakukan melalui platform digital. Dengan kata lain, *sharing economy* adalah aktivitas berbagi aset dan pemanfaatan layanan yang kurang dimanfaatkan, dimonetisasi atau tidak, antara individu pribadi, menggunakan *platform online* (World Bank, 2018).

Sementara itu, Constantiou et al. (2017), mengungkapkan bahwa terdapat tiga atribut kunci dalam *sharing economy*: (1) *Access over ownership* (akses atas kepemilikan); (2) *Peer-to-peer* (pengguna ke pengguna); dan (3) *Allocation of idle resources* (alokasi sumber daya menganggur). Menurutny, sikap dan perilaku konsumen semakin bergeser dari *hyperconsumerism* dan keutamaan membeli barang menjadi membeli akses ke barang dan produk "yang diserviskan" (misalnya Streaming film di Netflix daripada membeli DVD, lebih mengandalkan Uber daripada membeli mobil). Perkembangan ini juga disebut konsumsi berbasis akses atau ekonomi *on-demand*. Hal ini disokong oleh jaringan dan platform berbasis internet yang memediasi interaksi dan transaksi di antara pengguna-pengguna yang biasanya dikoordinasikan oleh hubungan kepercayaan dan reputasi pribadi (misalnya, membeli barang bekas di eBay). Fenomena ini dikenal sebagai ekonomi *peer-to peer*. Di sisi lain, semakin banyak individu yang berpartisipasi secara santai dalam kegiatan ekonomi dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki secara pribadi (baik aset maupun tenaga kerja), yang jika tidak digunakan akan tetap menganggur (misalnya, menyewakan ruang

penyimpanan pribadi yang tidak digunakan di ShareMyStorage). Perkembangan ini disebut konsumsi kolaboratif.

Selanjutnya, Constantiou et al. (2017) memperkenalkan empat model *sharing economy*: *franchiser*; *principal*; *chaperone*; dan *gardener*. Setiap model berfokus pada proposisi nilai dan maksud strategis yang berbeda, tetapi mereka semua mengeksplorasi fluiditas yang semakin berkembang dari batas-batas organisasi.

Guna menunjang rumusan model *sharing economy* (Constantiou et al., 2017), pada penelitian ini dipergunakan *sharing economy framework* yang dikemukakan oleh Puschmann & Alt (2016). Kerangka kerja untuk *sharing economy* mengarah ke bentuk *hybrid* dari pertukaran nilai ekonomi dan dengan demikian memperluas model yang ada dari perspektif ekonomi mikro dan makro. Kerangka kerja dapat berfungsi untuk memetakan berbagai pendekatan dan memberikan panduan. Kerangka kerja seperti itu dibedakan menjadi: strategi, proses dan sistem sebagai tiga lapisan inti. Puschmann & Alt (2016) menggabungkan tiga lapisan inti tersebut menjadi sebuah kerangka kerja.

Implementasi konsep *sharing ekonomi* semakin meningkat seiring perkembangan pemanfaatan teknologi informasi. PricewaterhouseCoopers yang bergerak di bidang jasa profesional pada tahun 2015, melaporkan bahwa terdapat lima sektor ekonomi kolaboratif (perjalanan/pariwisata, transportasi, keuangan, kepegawaian, dan streaming musik dan video) yang dapat menghasilkan pendapatan \$ 335 miliar pada tahun 2025. Di sektor pariwisata, model *sharing economy* sejak tahun 2008 telah diterapkan oleh perusahaan swasta bernama AirBnB, perusahaan pariwisata berbasis daring dalam bentuk penginapan rumahan yang mempertemukan antara pemilik (tuan rumah) dengan pengguna melalui situs atau aplikasi.

Penerapan *sharing economy* pada situs berbagi akomodasi dan pariwisata oleh AirBnB dinilai mampu memberikan manfaat bagi perkembangan ekonomi suatu bangsa di sektor pariwisata. Berbeda dengan penyedia akomodasi konvensional, AirBnB dengan model *sharing economy* saat ini mampu menguasai lebih dari 7 juta akomodasi tanpa dengan memilikinya. Dalam ekonomi digital, kepemilikan aset fisik tidak lagi menjadi faktor penentu keunggulan seperti dalam ekonomi konvensional (Rudito, 2017).

Bernardi & Diamantini (2018) dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menganalisis proyek SCS (Sharing City, Seoul), menyoroti meningkatnya daya beli millennials, yang menegaskan pentingnya mengadopsi perspektif generasi untuk memahami kebutuhan dan kecenderungan generasi ini dan mengarahkan pasar wisata. Para SO (*sharing*

organizations) yang diwawancarai untuk penelitian ini, terutama SO yang didirikan dan dikelola oleh kaum milenial, menunjukkan untuk mengetahui bagaimana mengenali, mencegat, dan memuaskan gaya, kepribadian, dan permintaan para wisatawan, terutama para millnial. Dengan demikian, milenial dapat masuk di pasar tidak hanya sebagai pengguna dan pelancong, tetapi juga sebagai pengusaha dan pencipta layanan perjalanan online baru.

Sijabat (2019) dalam penelitiannya tentang faktor-faktor yang memengaruhi motivasi pengguna untuk menggunakan *platform ride sharing* (berbagi tumpangan) menyimpulkan bahwa faktor-faktor ekonomi paling dominan dalam memotivasi individu menggunakan *ride sharing*. Faktor teknologi juga dilihat dari pengguna sebagai pemeran penting dalam memotivasi mereka untuk menggunakan *ride sharing*, di mana 86% responden setuju tentang pentingnya teknologi, diikuti oleh faktor lingkungan (48%) dan faktor sosial (37%).

Akbar & Andrawina (2019) dalam penelitiannya yang mempelajari tentang mengapa orang ingin mengambil bagian/peran dalam *sharing economy*, terutama di sisi niat penyedia/mitra mengungkapkan fakta bahwa saat ini orang mulai berpikir untuk menggunakan nilai barang daripada kepemilikan. Itu berarti mereka mengakui konsep "penggunaan" yang baru. Hasil studi ini merekomendasikan model yang menentukan niat penyedia bisnis dalam berpartisipasi pada *sharing economy* yang dapat dianalisis dengan menggunakan *Partial Least Square*.

Sementara itu, Hamenda (2018) mengungkap bahwa kualitas layanan, keadilan harga, dan praktik etika dari *platform sharing economy* ini secara signifikan berdampak pada kepuasan pelanggan melalui peran penting dari nilai yang dirasakan. Hasil studi menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung pada kepuasan pelanggan di mana nilai yang dirasakan sebagian dimediasi antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Namun demikian, keadilan harga dan praktik etika keduanya memengaruhi kepuasan pelanggan secara tidak langsung melalui nilai yang dirasakan pelanggan di mana perannya adalah mediasi lengkap untuk kepuasan pelanggan.

Di sektor pariwisata fenomena *sharing economy* dinilai sangat berpengaruh signifikan terutama dalam perekonomian. Pendekatan *sharing economy* dianggap mampu membawa dampak positif terhadap industri pariwisata. Pengembangan sektor pariwisata dinilai perlu diarahkan dalam hal mendukung perkembangan sektor-sektor ekonomi yang mampu membawa potensi penyerapan dan penciptaan kesempatan kerja serta memiliki prospek yang baik dan berkelanjutan khususnya di wilayah perdesaan.

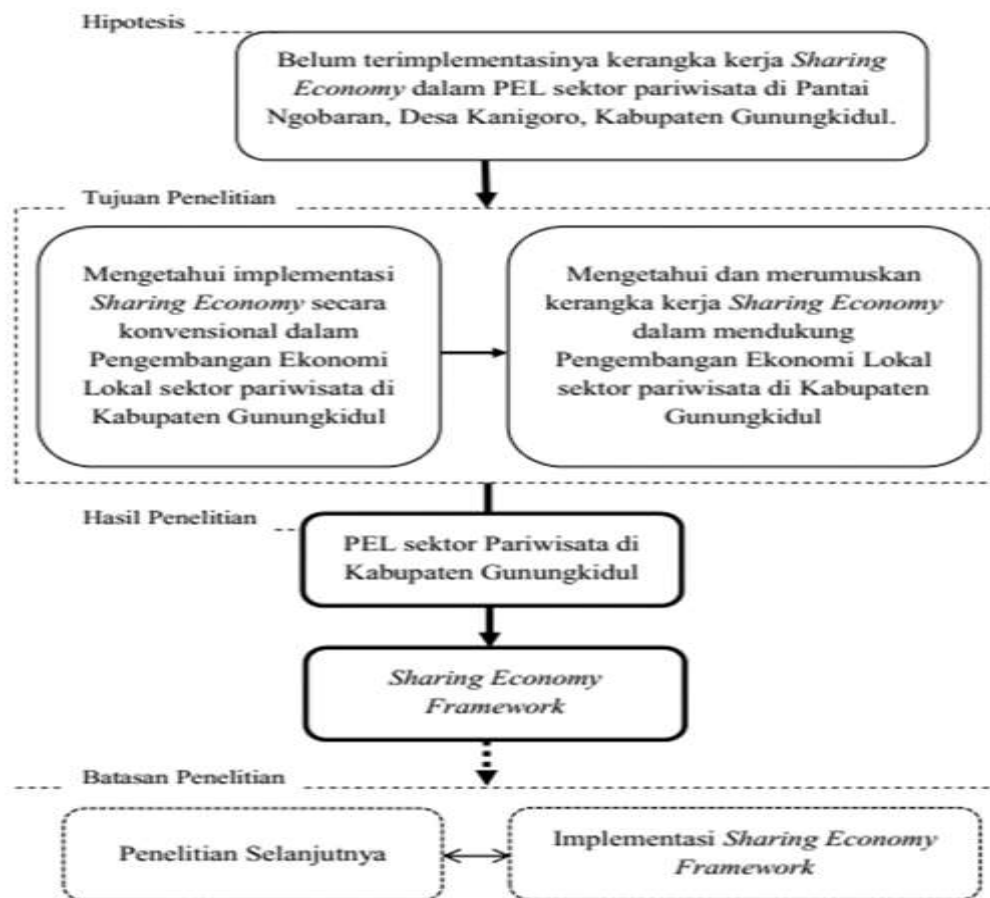
Hal tersebut tidak terlepas karena pada praktiknya, pasar yang paling diuntungkan oleh fenomena *sharing economy* saat ini masih terpaku pada masyarakat perkotaan semata. Sebaliknya di lingkup perdesaan di mana banyak dijumpai destinasi pariwisata praktik *sharing economy* belum menjadi hal yang umum. Misalnya terkait pengembangan bisnis pariwisata, di perkotaan telah ada bisnis seperti AirBnB, Traveloka, Gojek dan berbagai aplikasi pariwisata lainnya yang telah ramai digunakan. Sebaliknya di masyarakat perdesaan yang juga mengandalkan pariwisata sebagai sumber penyokong ekonomi, belum begitu merasakan ataupun mengimplementasikan konsep *sharing economy* tersebut ke dalam aktivitas bisnisnya, sehingga sektor pariwisata di perdesaan menjadi kurang relevan dengan perkembangan zaman.

Studi ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penerapan konsep *sharing economy* pada sektor pariwisata dan merumuskan model *sharing economy* berbasis ICT guna mendukung pengembangan industri pariwisata khususnya di perdesaan.

METODE

Guna menunjang proses penelitian agar tetap fokus maka disusun suatu kerangka penelitian (Gambar 1). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui berbagai informasi yang berhubungan dengan implementasi *sharing economy* sektor pariwisata di Kabupaten Gunungkidul dalam rangka memberikan rekomendasi untuk strategi pengembangan ekonomi lokal dalam bentuk perumusan model.

Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu proses pengamatan dan pemahaman yang menyelidiki permasalahan sosial atau kemanusiaan di suatu tempat yang dilakukan oleh individu maupun kelompok. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam. Dalam penelitian kualitatif, pengetahuan dibangun melalui interpretasi terhadap multi perspektif dari semua partisipan yang terlibat dalam penelitian (Creswell & Garrett, 2008). Metode analisis kualitatif digunakan jika permasalahan yang diamati belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data (Lexi & M.A., 2010).



Gambar 1. Kerangka penelitian *sharing economy*

Sementara pengumpulan data dilakukan dengan metode triangulasi. Metode triangulasi digunakan karena dalam penelitian kualitatif pengujian keabsahan informasi tidak dapat dilakukan dengan alat-alat uji statistik (Lexi & M.A., 2010).

Secara khusus, lokasi penelitian berada di Pantai Ngobaran dan Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul. Sumber data berasal dari informan yang terdiri dari: wisatawan, pelaku usaha pariwisata, masyarakat setempat, perangkat desa, dan pejabat dinas pemerintahan.

HASIL

Pantai Ngobaran ditetapkan dalam Kawasan Strategis Pariwisata (KSP) I, yaitu sebagai kawasan wisata pantai berbasis budaya dan keagamaan (Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, 2020a). Pantai Ngobaran terletak di Desa Kanigoro, Kecamatan Saptosari Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Letak pantai Ngobaran berada di sisi barat deretan pantai Gunungkidul, pantai ini sederet dengan Pantai Nguyahan dan Ngrenahan. Tiga pantai ini letaknya berbeda dengan deretan pantai lain di Gunungkidul. Pantai Ngobaran dapat diakses dengan dua cara, yakni melalui jalur Selatan dari Imogiri dan

juga melalui Jalan Wonosari.

Tebing tinggi dan batu karang berjajar eksotik, menunjukkan identitas kecantikan Pantai Ngobaran dari sisi lain. Jika biasanya pantai identik dengan keindahan pasir putihnya, di Pantai Ngobaran kita dapat menikmati kecantikan pantai dari sisi yang lain. Saat pantai sedang surut, keindahan lain pun seolah di pamerkan oleh Pantai Ngobaran, berupa hamparan *alga* (rumpun laut) yang berwarna hijau maupun cokelat (Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul, 2020b).

Selain keindahan alam, pariwisata Pantai Ngobaran juga didukung oleh kentalnya kehidupan sosial budaya dari masyarakatnya. Hal tersebut ditunjukkan dengan seringnya tempat ini digunakan untuk upacara keagamaan dan ritual oleh umat beragama Hindu, aliran kejawen, dan aliran kejawen. Bangunan pura tempat ibadah umat Hindu berdiri di tebing pinggir pantai menambah keindahan dan keramahan pantai. Tiap hari Jumat, masyarakat sekitar Pantai Ngobaran biasa melakukan kerja bakti rutin.

Pada pengelolaannya, selain masyarakat lokal sekitar, Pantai Ngobaran juga turut dikelola oleh Kelompok Wisata Dan Budaya yaitu Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Pokdarwis sendiri

dijalankan oleh masyarakat setempat dengan susunan struktur organisasi yang telah disepakati. Pokdarwis tumbuh dan berkembang bersama masyarakat Desa Kanigoro yang mencari nafkah dari pariwisata pantai. Tiap hari besar masyarakat Desa Kanigoro akan menyumbang dana hingga Rp. 20.000,- sebagai dana kas Pokdarwis. Selain dari masyarakat lokal, sesekali para pengunjung juga dapat menyumbangkan uang kepada Pokdarwis. Dana tersebut kemudian dioperasikan oleh Pokdarwis dalam bentuk kelola koperasi.

Keadaan sosial ekonomi masyarakat sekitar memang masih ditopang oleh sektor pariwisata yang diperoleh dari Pantai Ngobaran. Berbagai sektor dimanfaatkan oleh masyarakat, mulai dari nelayan, petani, pedagang makanan (mayoritas menjual makanan laut) yang mencapai 65 warung, 68 fotografer lepas, serta pemanfaatan lahan parkir dan toilet umum. Sedangkan pendapatan lain seperti retribusi adalah milik Pemerintah Kabupaten Gunungkidul.

Pengembangan wisata di Gunungkidul tak bisa dilepaskan dari nilai-nilai muatan lokal yang ada, baik yang berupa tradisi ataupun kebendaan. Keberadaan objek-objek wisata di Gunungkidul telah mendukung pengembangan ekonomi masyarakat. Semisal, adanya daerah wisata seperti hutan Wonosadi ataupun Gunung Api Pubra Nglanggeran serta Pantai Ngobaran yang menjadi mata pencaharian bagi masyarakat sekitar. Pada praktiknya, masyarakat sekitar tidak pula hanya bergantung pada keindahan alam sekitar tetapi juga memanfaatkan keragaman muatan lokalnya hingga dapat mengkolaborasi dua aspek tersebut.

Meski kental dengan muatan lokal daerahnya, beberapa area pariwisata di Gunungkidul juga sudah mampu memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Salah satunya ialah Pantai Ngobaran yang telah menjadi kawasan wisata yang dipromosikan melalui media sosial. Promosi pada media sosial tersebut pun secara tidak langsung dilakukan oleh para pengunjung dengan membagikan pengalaman mereka dalam bentuk postingan ataupun ulasan, sehingga menggugah pengunjung yang lain untuk turut merasakan dengan datang langsung ke tempat wisata tersebut. Artinya secara tidak langsung pula, telah terjadi *sharing* dalam hal ini ialah melalui teknologi informasi berbasis sosial, yang selanjutnya dapat menjadi pemicu adanya aktivitas perputaran ekonomi di lokasi wisata. Hanya saja jika dilihat secara umum, masih banyak kawasan wisata di Gunungkidul yang belum efektif memanfaatkan kemajuan teknologi ini. Kendala utamanya sendiri adalah sulitnya akses jaringan internet di kawasan-kawasan wisata tersebut.

Kurangnya pemanfaatan teknologi terhadap

potensi wisata di Gunungkidul juga semakin dinegasikan dengan ketidakmampuan pihak pengelola (Pemerintah Kabupaten) untuk mengelola website yang seharusnya dapat menjadi sarana promosi wisata. Misalnya website Pariwisata Baron, yang sangat jarang di-update kontennya. Sehingga sarana promosi yang benar-benar aktif hanyalah dari media sosial semata. Meski mengakui pentingnya penggunaan teknologi untuk pariwisata, Supriyanta mengatakan urgensi pembangunan saat ini ialah pembangunan infrastruktur wisata karena masih ada beberapa objek wisata yang masih sulit diakses.

Akan tetapi, bukan berarti kurang dimanfaatkannya teknologi khususnya yang berbasis internet membuat praktik *sharing economy* di Kabupaten Gunungkidul tidak berjalan. Karena jika dilihat dari definisinya, *sharing economy* menurut Kasali adalah aktivitas ekonomi berbasis *sharing resources* dengan aktivitas berbagi peran ekonomi oleh masing-masing *resource*. Sehingga *sharing economy* tidaklah selalu terkait dengan kegiatan ekonomi berbasis teknologi semata dalam hal ini (Kasali, 2016).

Salah satu pendorong terciptanya *sharing economy* non teknologi digital ini adalah keberadaan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa). BUMDes dapat mengambil peran sebagai pengelola objek wisata untuk meningkatkan kualitas objek wisata di desa-desa wisata.

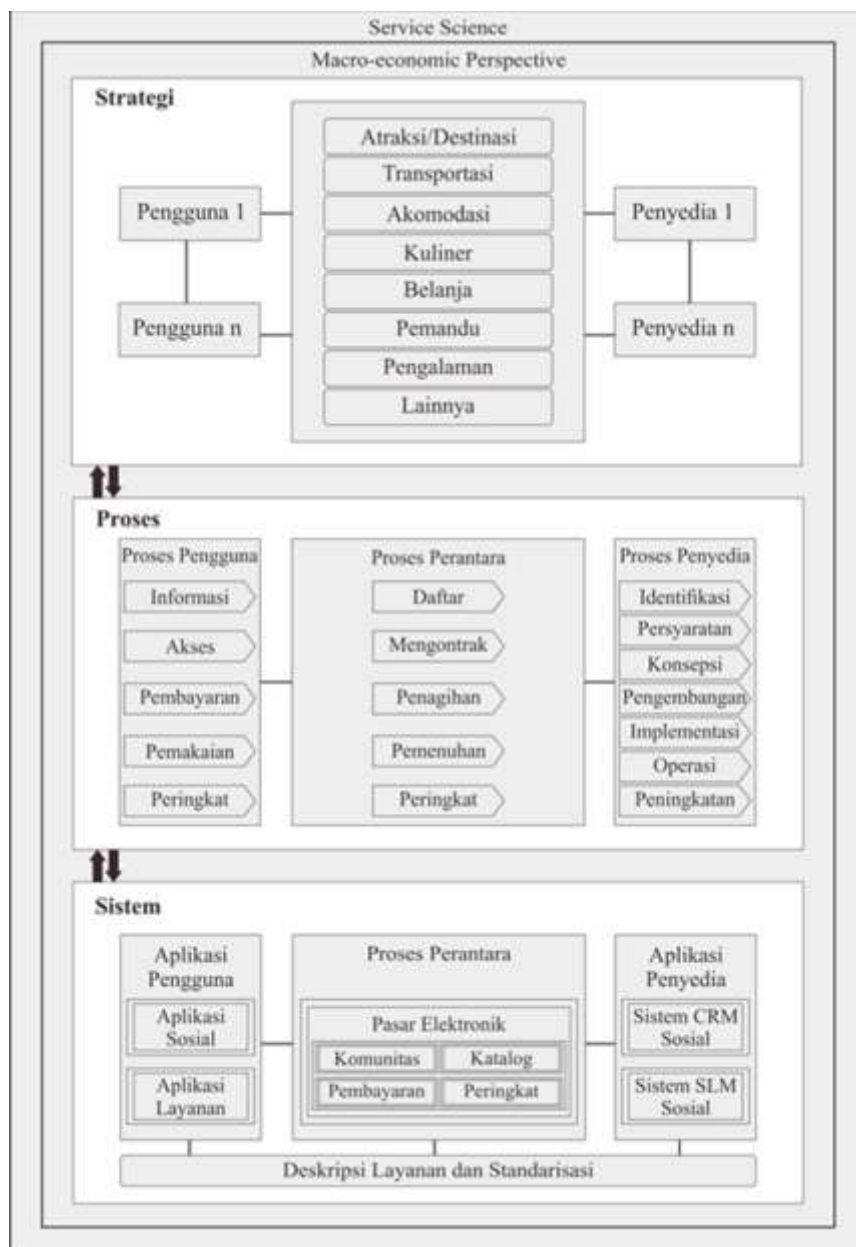
Kebutuhan atas adanya *platform* yang dapat menunjang potensi pariwisata di Gunungkidul ini diakui oleh seorang warga masyarakat Pantai Ngobaran. Seorang pelaku usaha yang berprofesi sebagai pedagang makanan laut (*seafood*) dan oleh-oleh menuturkan bahwa selain permasalahan modal, kemajuan usahanya sendiri sedikit terhambat karena belum adanya akses antara usaha kecil seperti dirinya dengan *platform* pariwisata yang lebih besar.

PEMBAHASAN

Dalam pengimplementasian model yang tepat, penelitian ini menggunakan kerangka kerja (*framework*) yang diusulkan oleh Puschmann & Alt (2016), sehingga diharapkan dalam penerapannya dapat relevan dan sinkron dengan objek penelitian yaitu Pantai Ngobaran Kabupaten Gunungkidul.

Tiga lapisan inti gabungan oleh Puschmann & Alt (2016) tersebut yang kemudian menjadi rujukan dalam penelitian ini. Berikut adalah penerapannya ke dalam objek penelitian yang dijabarkan pada gambar 2.

Pada lapisan strategi menunjukkan di mana terjadi pertemuan dan pertukaran sumber daya antara konsumen pengguna, dan konsumen penyedia melalui perantara yang menampilkan berbagai



Gambar 2. Implementasi *Sharing Economy* berdasarkan framework Puschmann & Alt (2016)

layanan yang disediakan oleh konsumen penyedia untuk dipergunakan konsumen pengguna.

Berikutnya, pada lapisan proses menunjukkan konsumen pengguna (1 hingga n) akan mendapatkan informasi terkait wisata, layanan, ulasan dan sebagainya yang disediakan oleh pihak perantara, konsumen penyedia serta konsumen pengguna lainnya dalam bentuk ulasan dan pemberian peringkat. Konsumen pengguna (1 sampai n) akan mendapatkan akses ke layanan dan akses langsung ke konsumen penyedia melalui pihak perantara sebagai penghubung.

Setelah mendapatkan informasi dan akses ke layanan, konsumen pengguna diarahkan oleh sistem ke proses pembayaran dengan berbagai metode

pembayaran yang tersedia. Pembayaran oleh konsumen pengguna akan disalurkan ke konsumen penyedia melalui *intermediary processes* yang akan diolah/disimpan sampai barang/ jasa atau layanan telah diterima oleh konsumen pengguna yang selanjutnya akan diteruskan ke konsumen penyedia.

Selanjutnya, pada lapisan sistem lebih menekankan pada peran teknis Teknologi Informatika (IT) dengan berbagai spesialis keahlian, seperti: (1) Aplikasi Konsumen Pengguna (*Consumer Applications*); (2) Aplikasi pihak Perantara (*Intermediary Applications*); dan (3) Aplikasi Konsumen Penyedia (*Provider Applications*).

Berdasarkan model *sharing economy* (lihat gambar 2) yang diuraikan sebelumnya dapat

dikatakan bahwa konsep *sharing economy* belum diimplementasikan dengan baik pada objek wisata Pantai Ngobaran, khususnya jika menilik definisi *sharing economy* yang dikemukakan oleh Belk (2014) yang menggunakan *platform digital* sebagai aksesnya. Bahkan jika ditilik lebih jauh, akses teknologi melalui jaringan internet di daerah tersebut pun masih sulit.

Hanya saja jika menilik pada definisi *sharing economy* menurut Kasali (2016) sebagai aktivitas *sharing resources* dengan aktivitas berbagi peran ekonomi oleh masing-masing *resource*, sehingga *sharing economy* tidaklah selalu terkait dengan kegiatan ekonomi berbasis teknologi semata dalam hal ini. Hal ini ditunjukkan dengan adanya kehidupan ekonomi di sekitar pantai (pedagang, fotografer, dan juru parkir yang menjadikan pantai sebagai sumber penghasilan) dan Pokdarwis yang kemudian mengelola pariwisata Pantai Ngobaran.

SIMPULAN

Model *sharing economy* yang dapat diimplementasikan pada destinasi wisata Pantai Ngobaran dan Kabupaten Gunungkidul pada umumnya adalah berupa *platform* yang tidak hanya praktis dan mudah diaplikasikan tetapi juga mampu mengusung nilai-nilai kearifan lokal dari wilayah tersebut. Sehingga dengan cara tersebut tidak hanya meningkatkan perekonomian masyarakat, tetapi juga diharapkan mampu melestarikan budaya setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R., & Andrawina, L. (2019). *Intention determination of sharing economy business provider in the theory of planned behavior model using partial least square (study case: Airbnb Indonesia)*. <https://doi.org/10.2991/icoiese-18.2019.67>
- Belk, R. (2010). *Sharing*. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715–734. <https://doi.org/10.1086/612649>
- Belk, R. (2014). *Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0*. *Anthropologist*, 18(1), 7–23. <https://doi.org/10.1080/09720073.2014.11891518>
- Bernardi, M., & Diamantini, D. (2018). *Shaping the sharing city: An exploratory study on Seoul and Milan*. *Journal of Cleaner Production*, 203, 30–42. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.08.132>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: the rise of collaborative consumption* (Vol. 48, Issue 06). Harper Collins.
- Cockayne, D. G. (2016). *Sharing and neoliberal discourse: The economic function of sharing in the digital on-demand economy*. *Geoforum*, 77,

73–82.

- <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2016.10.005>
- Constantiou, I., Marton, A., & Tuunainen, V. K. (2017). *Four models of sharing economy platforms*. *MIS Quarterly Executive*, 16(4), 236–251.
- Creswell, J. W., & Garrett, A. L. (2008). *The “movement” of mixed methods research and the role of educators*. *South African Journal of Education*, 28(3), 321–333. <https://doi.org/10.15700/saje.v28n3a176>
- Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul. (2020a). *Destinasi Wisata di Gunungkidul*. <https://wisata.gunungkidulkab.go.id/pantai-ngobaran/>
- Dinas Pariwisata Kabupaten Gunungkidul. (2020b). *Pantai Ngobaran*. <https://wisata.gunungkidulkab.go.id/?s=pantai+ngobaran>
- Eckhardt, G. M., & Bardhi, F. (2012). *Access Based Consumption: The Case of Car Sharing*. *Journal of Consumer Research*, 1–64.
- Gransky, L. (2014). *The mesh - why the future of business is sharing*. In *Igarss 2014* (Issue 1, pp. 1–5). Portfolio Penguin.
- Hamenda, A. (2018). *An integrated model of service quality, price fairness, ethical practice and customer perceived values for customer satisfaction of sharing economy platform*. *International Journal of Business and Society*, 19(3), 709–724. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.9772298>
- Kasali, R. (2016). *Selamat Datang Sharing Economy*. <https://www.rumahperubahan.co.id/blog/2016/03/17/selamat-datang-sharing-economy-koran-sindo/>
- Lamberton, C. P., & Rose, R. L. (2012). *When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems*. *Journal of Marketing*, 76(4), 109–125. <https://doi.org/10.1509/jm.10.0368>
- Lanier, C. D., & Schau, H. J. (2007). *Culture and co-creation: Exploring consumers' inspirations and aspirations for writing and posting on-line fan fiction*. In *Research in Consumer Behavior* (Vol. 11, pp. 321–342). [https://doi.org/10.1016/S0885-2111\(06\)11013-3](https://doi.org/10.1016/S0885-2111(06)11013-3)
- Laurell, C., & Sandström, C. (2017). *The sharing economy in social media: Analyzing tensions between market and non-market logics*. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 58–65. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.05.038>
- Lexi, J., & M.A., M. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Metodologi Penelitian Kualitatif*. In *Rake Sarasin*. <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>

- O.K, M. (2002). Clarifying the concept of product-service system. *Journal of Cleaner Production*, 10(3), 237–245.
- Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Sharing economy. *Business and Information Systems Engineering*, 58(1), 93–99. <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0420-2>
- Richter, C., Kraus, S., Brem, A., Durst, S., & Giselbrecht, C. (2017). Digital entrepreneurship: Innovative business models for the sharing economy. *Creativity and Innovation Management*, 26(3), 300–310. <https://doi.org/10.1111/caim.12227>
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital “prosumer.” *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>
- Rudito, P. (2017). *Digital Mastery: Membangun Kepemimpinan Digital untuk Memenangkan Era Disrupsi*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sijabat, R. (2019). Sharing Economy: A Study on the Factors Influencing Users’ Motivation to Use Ride Sharing Platforms. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 14(1), 65. <https://doi.org/10.19166/derema.v14i1.1367>
- van Welsum, D. (2016). Sharing is Caring? Not Quite: Some Observations about ‘The Sharing Economy.’ *Sharing Is Caring? Not Quite: Some Observations about ‘The Sharing Economy.’* <https://doi.org/10.1596/23648>
- World Bank. (2018). *Tourism and the sharing economy: Policy & potential of sustainable*. The World Bank Group. <http://documents.worldbank.org/curated/en/161471537537641836/pdf/130054-REVISED-Tourism-and-the-Sharing-Economy-PDF.pdf>