

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini menjawab rumusan permasalahan. Merujuk pada pertanyaan penelitian studi ini **“Bagaimana karakteristik segmentasi pasar geografis Airbnb di Kota Yogyakarta terbentuk, dan sejauh mana karakteristik fasilitas akomodasi serta aksesibilitas spasial terhadap pariwisata dan fasilitas perkotaan berperan dalam membentuk segmentasi tersebut?”** Melalui pemodelan K-Means *Clustering* yang diintegrasikan dengan variabel spasial jarak diperoleh segmentasi pasar geografis akomodasi wisata Airbnb di Kota Yogyakarta, serta pengaruh pembentuk segmentasi tersebut. Studi ini menemukan bahwa penentu pasar akomodasi Airbnb di Kota Yogyakarta terbagi menjadi tiga subpasar, yaitu Akomodasi Ekonomis Perkotaan, Akomodasi Premium Perkotaan dan Akomodasi Strategis Perkotaan.

Segmen pertama adalah Akomodasi Ekonomis Perkotaan dengan volume terbesar, 277 unit, yang menawarkan harga paling murah dengan rata-rata Rp 737.617 dan fasilitas minimalis rata-rata 1-2 kamar tidur. Segmen ini mengunci lokasi di *urban core* pariwisata dengan jarak terdekat ke objek wisata rata-rata 0,419 km, namun terkendala aksesibilitas mikro karena mayoritas unit berada di permukiman padat. Segmen kedua adalah Akomodasi Strategis Perkotaan yang mencakup 173 unit akomodasi kelas menengah ramah keluarga dengan tarif rata-rata Rp 852.988 dan kapasitas listing rata-rata 2-4 kamar tidur. Segmen ini memilih desentralisasi ke pinggiran kota yang tenang dengan jarak terjauh dari pusat wisata (rata-rata 0,874 km), tetapi paling dekat dengan bandara (rata-rata 6,047 km). Segmen ketiga adalah Akomodasi Premium Perkotaan diisi oleh 138 unit properti mewah berskala besar dengan tarif tertinggi rata-rata Rp 1.366.342, fasilitas superior rata-rata 5-6 kamar tidur dilengkapi AC, serta tingkat kepuasan konsumen tertinggi. Lokasi segmen premium ini bersubstitusi dan beririsan di pusat kota pariwisata yang sama dengan segmen ekonomis, namun diuntungkan oleh kualitas aksesibilitas mikro yang superior di tepi jalur arteri utama kota.

Namun, dengan adanya keterbatasan data dan ruang lingkup, penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan. Pertama, penerapan kerangka *Hedonic Pricing Model* (HPM) dalam studi ini belum dapat dilakukan secara menyeluruh karena tidak membahas variabel kualitas lingkungan. Kedua, seluruh data karakteristik dan

amenitas properti Airbnb yang digunakan dalam pemodelan ini diambil dari situs Inside Airbnb pada satu titik waktu tertentu saja. Sifat data yang statis ini membuat model K-Means yang dihasilkan belum mampu menangkap fenomena fluktuasi musiman (*seasonal variations*) pariwisata di Kota Yogyakarta, seperti dinamika perubahan tarif sewa properti atau lonjakan jumlah pasokan listing aktif yang biasanya terjadi saat musim liburan (*peak season*) dibandingkan dengan hari-hari biasa (*low season*).

## 5.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan mengenai ketiga karakteristik segmen pasar Airbnb yang terbentuk, beberapa rekomendasi kebijakan praktis diusulkan kepada para pemangku kepentingan di Kota Yogyakarta. Pemerintah Kota Yogyakarta perlu menerapkan kebijakan pengelolaan akomodasi berbasis kawasan melalui pendekatan yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing segmen. Pada kawasan yang memiliki konsentrasi Airbnb yang tinggi dan dekat dengan objek wisata serta fasilitas perkotaan, diperlukan pengendalian pemanfaatan ruang melalui pengaturan intensitas usaha akomodasi untuk mencegah terjadinya tekanan terhadap lingkungan permukiman dan infrastruktur kota. Sementara itu, pada kawasan yang masih memiliki tingkat konsentrasi rendah, pengembangan akomodasi dapat diarahkan untuk mendukung pemerataan aktivitas pariwisata dan mengurangi konsentrasi wisatawan pada kawasan tertentu. Selain itu, integrasi data akomodasi digital seperti Airbnb ke dalam sistem perencanaan pariwisata daerah perlu dilakukan agar pemerintah dapat memantau perkembangan akomodasi secara lebih akurat, mendukung pengambilan keputusan berbasis data, serta mewujudkan pengembangan urban tourism yang berkelanjutan dan selaras dengan arahan tata ruang Kota Yogyakarta.

Di sisi lain, untuk studi selanjutnya, beberapa rekomendasi penting diajukan guna mengatasi keterbatasan yang ada dalam penelitian ini. Penelitian mendatang disarankan untuk menyempurnakan pendekatan *Hedonic Pricing Model* (HPM) secara utuh dengan mengintegrasikan variabel-variabel kualitas lingkungan yang belum terakomodasi dalam studi ini, agar dapat memetakan preferensi konsumen secara lebih komprehensif. Selain itu, pemanfaatan data berbasis waktu atau data *time-series* sangat direkomendasikan dalam studi berikutnya guna menangkap dinamika fluktuasi musiman (*seasonal variations*) pariwisata di Kota Yogyakarta, sehingga perubahan tren tarif sewa maupun pergeseran spasial listing aktif antara masa liburan (*peak season*) dan hari biasa (*low season*) dapat terdeteksi secara akurat.