

## **STRATEGI PENGEMBANGAN HOMESTAY BERBASIS 9PS MARKETING MIX: STUDI KASUS DESA WISATA DARUNU**

Gerald Letunaung<sup>1\*</sup>, Mita F. Takaendengan<sup>2</sup>, Vesty L. Sambeka<sup>3</sup>

<sup>1</sup>\* Program Study Manajemen Perhotelan, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Manado

<sup>2</sup> Program Studi Global Tourism Management, Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado

<sup>3</sup> Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Manado

Penulis Korespondensi:  
Email: [takaendenganmita@gmail.com](mailto:takaendenganmita@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This study aims to formulate a homestay development strategy based in Darunu Tourism Village, Wori Subdistrict, North Minahasa Regency, North Sulawesi. Homestays play a crucial role in enhancing tourist comfort due to their proximity to major attractions, such as the mangrove area. Their presence enables visitors to stay longer, which helps circulate income in the local economy through services like lodging, breakfast, local transportation, and traditional snacks provided by residents. Homestays also function as a means of empowering the community, particularly by utilizing local houses that are potential to be developed into homestays. Promotion of homestays is conducted in conjunction with the promotion of tourist attractions, creating a mutually reinforcing impact and the more guests stay in homestays, the higher the potential visits to the tourism objects. This research employs a qualitative method with data collected through observation, interviews, and documentation. The analysis is based on the nine elements of the 9Ps Marketing Mix: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Partnership, and Participation. The results show that homestay development in Darunu is not yet optimal in several aspects, especially in terms of promotion and facilities. However, the increase in the number of homestays from one to four reflects positive growth potential if supported by the right strategy.*

**Keywords:** Homestay, Development Strategy, 9Ps Marketing Mix.

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan homestay di Desa Wisata Darunu, Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara. Homestay berperan penting dalam menunjang kenyamanan wisatawan karena lokasinya yang berdekatan dengan objek wisata utama, seperti kawasan mangrove. Selain itu, keberadaan homestay memungkinkan wisatawan untuk tinggal lebih lama, sehingga turut mendorong perputaran ekonomi masyarakat melalui kebutuhan konsumsi lokal seperti sarapan, makanan tradisional, transportasi, dan layanan lainnya. Homestay juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat, khususnya dalam memanfaatkan rumah-rumah warga yang potensial untuk dikembangkan menjadi homestay. Promosi homestay yang dilakukan bersamaan dengan promosi objek wisata memberi dampak positif secara timbal balik; semakin banyak tamu yang menginap, maka tingkat kunjungan ke objek wisata juga meningkat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan berdasarkan sembilan elemen 9Ps Marketing Mix: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Partnership, and Participation. Hasil menunjukkan bahwa pengembangan homestay belum optimal pada beberapa aspek, namun terdapat kemajuan dari jumlah homestay yang awalnya satu menjadi empat. Hal ini mencerminkan potensi besar jika strategi dikembangkan secara tepat dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Homestay, Strategi Pengembangan, 9Ps Marketing Mix.

### **PENDAHULUAN**

Pengembangan desa wisata merupakan strategi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal yang dimiliki desa. Desa Wisata Darunu, yang terletak di Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara, memiliki potensi alam dan budaya yang khas, seperti kawasan hutan mangrove, perairan yang tenang, serta aktivitas wisata paddle boarding dan snorkeling. Keberadaan daya tarik ini mendorong kebutuhan akan akomodasi yang nyaman dan dekat dengan objek

wisata. Dalam konteks ini, *homestay* menjadi pilihan strategis karena mendukung aksesibilitas wisatawan dan memperpanjang lama tinggal mereka di desa. *Homestay* tidak hanya berfungsi sebagai tempat menginap, tetapi juga berperan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Ketika wisatawan menginap di *homestay*, mereka membutuhkan layanan tambahan seperti kamar, sarapan, transportasi lokal, dan makanan tradisional, yang semuanya dapat disediakan oleh masyarakat. Hal ini menciptakan perputaran ekonomi yang langsung dirasakan oleh warga. Takaendengan (2022) menekankan bahwa *homestay* juga membuka ruang interaksi sosial dan budaya antara wisatawan dan masyarakat desa. Selain itu, promosi *homestay* di Desa Wisata Darunu dilakukan secara bersamaan dengan promosi objek wisata, khususnya kawasan mangrove. Keterkaitan ini menjadikan *homestay* sebagai bagian penting. adanya *homestay* memungkinkan wisatawan untuk tinggal beberapa hari dan menikmati pengalaman yang lebih utuh di desa, sekaligus meningkatkan kunjungan ke objek wisata darunu mangrove park. Meskipun potensinya besar, pengembangan *homestay* di desa wisata darunu masih menghadapi beberapa kendala, seperti fasilitas yang belum merata, promosi yang belum konsisten, dan belum optimalnya partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang sistematis dan menyeluruh. Pendekatan 9Ps Marketing Mix yaitu : *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Partnership, and Participation*, dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan strategi pengembangan *homestay* sekaligus memberdayakan rumah-rumah warga yang potensial untuk dikembangkan menjadi *homestay*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi dan merumuskan strategi pengembangan homestay di Desa Wisata Darunu dengan pendekatan 9Ps Marketing Mix, mengingat pentingnya peran homestay dalam mendukung pariwisata berbasis masyarakat serta perlunya strategi yang tepat agar pengembangannya optimal dan berkelanjutan. Permasalahan utama yang diangkat mencakup bagaimana kondisi homestay saat ini dan strategi yang dapat diterapkan dengan memberdayakan rumah warga. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian ilmiah tentang strategi pengembangan homestay di desa wisata Indonesia, dan secara praktis memberikan manfaat bagi penulis sebagai pembelajaran kontekstual, bagi institusi sebagai kontribusi akademik, serta bagi pemerintah dan masyarakat Desa Darunu untuk memahami dan mengoptimalkan potensi lokal sebagai sarana ekonomi, pelestarian budaya, dan penguatan identitas desa.

## KAJIAN PUSTAKA

### 1. *Homestay*

*Homestay* merupakan salah satu bentuk akomodasi alternatif yang memanfaatkan rumah warga lokal untuk menerima tamu atau wisatawan yang ingin merasakan pengalaman tinggal di lingkungan masyarakat secara langsung. Konsep ini tidak hanya menyediakan fasilitas tempat tinggal, tetapi juga membuka ruang interaksi sosial dan budaya antara wisatawan dan tuan rumah. Setiawan dkk. (2024) menjelaskan bahwa homestay adalah akomodasi terjangkau yang memberikan pengalaman autentik dan menjadi media promosi budaya lokal. Homestay juga menjadi daya tarik tambahan dalam desa wisata karena memberi kesempatan wisatawan untuk berbaur dengan masyarakat. *Homestay* menjadi salah satu pilar penting dalam pengembangan desa wisata karena mampu menjembatani kebutuhan akomodasi dengan pemberdayaan masyarakat. Mustika dkk. (2022) menyatakan bahwa *homestay* merupakan usaha pariwisata berbasis masyarakat yang memberikan peluang ekonomi secara langsung bagi pemilik rumah dan lingkungannya, seperti dalam penyediaan layanan makanan, transportasi, serta aktivitas pendukung lainnya. Di sisi lain, Takaendengan (2022) menjelaskan bahwa *homestay* juga menjadi ruang pertemuan antara dua budaya, di mana pengelola harus mampu menyediakan suasana yang nyaman, mencerminkan nilai-nilai lokal, dan membangun interaksi sosial yang positif dengan tamu. Kehadiran *homestay* sangat penting karena memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk tinggal lebih lama dan menjangkau objek wisata dengan mudah. Selain itu, *homestay* memberikan peluang ekonomi langsung kepada warga melalui penyediaan kamar, sarapan, kendaraan, hingga makanan tradisional. Dalam hal ini, strategi promosi homestay dilakukan bersamaan dengan promosi objek wisata utama, sehingga keterhubungan antara layanan akomodasi dan daya tarik wisata dapat mendukung perkembangan desa wisata secara menyeluruh. *Homestay* bukan hanya sekadar tempat

menginap, melainkan bagian dari ekosistem wisata yang mampu mendorong interaksi budaya, transfer pengetahuan, dan pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif.

## 2. Desa Wisata

Desa wisata merupakan wilayah pedesaan yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi destinasi pariwisata melalui integrasi antara atraksi alam, budaya, dan kehidupan masyarakat setempat. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenparekraf, 2021), desa wisata adalah bagian dari strategi pembangunan pariwisata berkelanjutan yang bertujuan memberdayakan masyarakat lokal melalui penciptaan peluang usaha, pelestarian budaya, serta pelibatan aktif warga dalam kegiatan kepariwisataan. Salah satu bentuk akomodasi unggulan yang ditekankan Kemenparekraf dalam pengembangan desa wisata adalah *homestay*, karena dinilai dapat menghadirkan pengalaman autentik bagi wisatawan sekaligus mendorong aktivitas ekonomi di tingkat rumah tangga. Penelitian oleh Fauly & Wiloso (2024) menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata berbasis masyarakat sangat dipengaruhi oleh modal sosial, seperti kepercayaan, norma, dan jaringan antarwarga. Modal ini membentuk pondasi kuat bagi keberlanjutan desa wisata karena meningkatkan rasa kepemilikan dan partisipasi. Hanafi (2024) juga menegaskan bahwa konsep *Community Based Tourism* (CBT) dalam desa wisata tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga, tetapi juga memperkuat nilai-nilai lokal dan lingkungan. Namun, keberhasilannya sangat tergantung pada kesiapan infrastruktur, manajemen, dan keterlibatan warga dalam seluruh proses pengembangan. Lebih lanjut, Roosalina dkk. (2024) melalui studi di Kabupaten Kepulauan Sangihe mengemukakan bahwa CBT mendorong munculnya usaha ekonomi kreatif dan pelatihan berbasis potensi lokal. Kendati demikian, keterbatasan akses dan promosi masih menjadi tantangan utama. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan desa wisata sangat erat kaitannya dengan sinergi antara potensi lokal, dukungan pemerintah, dan partisipasi aktif masyarakat. Dalam konteks Desa Wisata Darunu, potensi wisata alam seperti hutan mangrove, paddle boarding, dan snorkeling dapat menjadi daya tarik unggulan, terutama jika dikaitkan dengan keberadaan *homestay* sebagai bagian dari sistem akomodasi berbasis masyarakat. *Homestay* yang dikembangkan di rumah-rumah warga representatif tidak hanya memudahkan wisatawan mengakses objek wisata, tetapi juga memperpanjang masa tinggal mereka. Hal ini sesuai dengan arahan Kemenparekraf, yang menekankan bahwa *homestay* dalam desa wisata harus terintegrasi dengan atraksi lokal dan dikelola langsung oleh masyarakat untuk memaksimalkan dampak ekonomi dan budaya secara berkelanjutan.

## 3. Marketing Mix

Menurut Kotler dan Keller (2016), marketing mix adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. Awalnya terdiri dari empat elemen inti (*Product, Price, Place, Promotion*), konsep ini terus berkembang menjadi 7Ps dan kemudian diperluas menjadi 9Ps dalam konteks layanan dan pariwisata berbasis komunitas. Pendekatan 9Ps menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat, kemitraan lokal, dan kualitas layanan dalam menciptakan pengalaman wisata yang utuh dan berkelanjutan. Konsep 9Ps mencakup sembilan elemen utama yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, partnership, dan participation*. Elemen-elemen ini dianggap mampu memberikan kerangka kerja komprehensif dalam menganalisis kondisi lapangan sekaligus menyusun strategi pengembangan layanan seperti *homestay*. Dalam konteks desa wisata, di mana akomodasi sering dikelola oleh masyarakat, pendekatan ini tidak hanya mengatur aspek pemasaran, tetapi juga memberdayakan warga lokal sebagai pelaku utama pembangunan pariwisata. Satirak dan U-senyang (2022) menunjukkan bahwa hampir semua elemen dalam 9Ps memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan dalam memilih *homestay*, khususnya dalam aspek lokasi, kualitas pelayanan, dan partisipasi warga. Senada dengan itu, Setiawan dkk. (2022) dalam penelitiannya mengenai pengembangan *homestay* di kawasan Borobudur

juga menggunakan pendekatan 9Ps dan menemukan bahwa elemen *partnership* dan *promotion* menjadi kunci dalam membangun sinergi antara masyarakat dan pelaku wisata. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pemanfaatan 9Ps dapat meningkatkan mutu layanan *homestay*, memperluas jangkauan promosi, serta mendorong keterlibatan aktif masyarakat desa. Temuan-temuan tersebut menjadi relevan dengan kondisi di Desa Wisata Darunu, yang memiliki potensi wisata alam seperti *mangrove*, *paddle boarding*, dan *snorkeling*. Kehadiran *homestay* sangat penting karena memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk tinggal lebih lama dan menjangkau objek wisata dengan mudah. Selain itu, *homestay* memberikan peluang ekonomi langsung kepada warga melalui penyediaan kamar, sarapan, kendaraan, hingga makanan tradisional. Dalam hal ini, strategi promosi *homestay* dilakukan bersamaan dengan promosi objek wisata utama, sehingga keterhubungan antara layanan akomodasi dan daya tarik wisata dapat mendukung perkembangan desa wisata secara menyeluruh. Dengan demikian, penggunaan kerangka 9Ps dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi eksisting dan menyusun strategi pengembangan *homestay* berbasis potensi lokal. *Marketing mix 9Ps* tidak hanya berfungsi sebagai teori pemasaran, tetapi juga sebagai instrumen untuk membangun kolaborasi, memberdayakan masyarakat, serta menciptakan model *homestay* yang kompetitif dan berkelanjutan di Desa Wisata Darunu.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis dan merumuskan strategi pengembangan homestay di Desa Wisata Darunu, dengan menggunakan kerangka 9Ps Marketing Mix (produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses, bukti fisik, kemitraan, dan partisipasi) sebagai alat analisis utama. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik objek kajian yang bersifat kontekstual dan membutuhkan pemahaman mendalam terhadap realitas di lapangan. Penelitian dilaksanakan di Desa Wisata Darunu, Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara, selama periode September 2024 hingga Mei 2025, mencakup tahapan observasi, pengumpulan data, analisis, hingga penyusunan laporan akhir. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipatif, dan dokumentasi yang relevan. Populasi penelitian terdiri dari masyarakat lokal dan pemerintah desa, dengan sampel empat rumah warga yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria tertentu seperti lokasi strategis dan kesiapan fasilitas, serta satu informan kunci dari pemerintah desa yang dipilih melalui teknik sensus karena perannya yang sentral. Metode pengumpulan data dirancang untuk menggali informasi secara menyeluruh melalui observasi terhadap kondisi fisik homestay, wawancara semi-terstruktur dengan panduan 9Ps, dan dokumentasi data administratif dari kantor desa dan pengelola objek wisata. Analisis data menggunakan model Miles, Huberman & Saldana yang mencakup reduksi data, penyajian data dalam bentuk naratif dan visual (tabel/grafik), serta penarikan dan verifikasi kesimpulan melalui triangulasi. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan strategi pengembangan homestay yang tidak hanya relevan dan berkelanjutan secara lokal, tetapi juga memperkuat peran Desa Wisata Darunu sebagai destinasi pariwisata berbasis komunitas yang berdaya saing tinggi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Potensi Alam dan Budaya Desa Wisata Darunu

Desa Wisata Darunu yang terletak di Kecamatan Wori, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara, merupakan salah satu destinasi ekowisata unggulan di pesisir utara Sulawesi. Desa ini memiliki

kekayaan alam dan budaya yang unik serta berdaya tarik tinggi, menjadikannya lokasi strategis untuk pengembangan wisata berbasis komunitas. Berikut ini adalah beberapa potensi utama yang dimiliki Desa Wisata Darunu:

#### a. Darunu Mangrove Park

Kawasan mangrove alami ini menjadi ikon utama Desa Darunu yang dikenal luas dengan nama *Darunu Mangrove Park*.



Gambar 1: Darunu Mangrove Park (2025)

Hutan mangrove (Gambar 1) ini memiliki delapan jenis pohon mangrove yang tumbuh subur, disertai spot wisata menarik seperti area pasir putih, spot free diving, perairan yang tenang, serta habitat alami dugong dan kerang. Keindahan matahari terbenam yang terlihat dari kawasan ini menambah daya pikat visual dan menjadi objek fotografi favorit wisatawan. Keberadaan delapan jenis pohon mangrove mencerminkan tingginya biodiversitas kawasan ini, menjadikannya sebagai salah satu ekosistem pesisir yang sangat penting di wilayah Minahasa Utara. Selain menjadi kawasan konservasi alami, Darunu Mangrove Park juga berfungsi sebagai laboratorium alam untuk pendidikan lingkungan, yang sering dikunjungi oleh pelajar dan mahasiswa. Aktivitas wisata yang ditawarkan tidak hanya terbatas pada pemandangan, tetapi juga mencakup jelajah mangrove menggunakan perahu tradisional, edukasi keanekaragaman hayati, serta pelatihan pemanduan ekowisata bagi masyarakat setempat. Warga desa secara aktif dilibatkan dalam pengelolaan kawasan, baik sebagai pemandu lokal maupun pengelola fasilitas, sehingga meningkatkan dampak ekonomi langsung dari sektor pariwisata. Kombinasi antara konservasi, edukasi, dan pemberdayaan masyarakat inilah yang menjadikan Darunu Mangrove Park sebagai model destinasi wisata berkelanjutan yang patut dikembangkan lebih lanjut.

#### b. Keanekaragaman Biota Laut dan Kerang

Perairan Desa Darunu memiliki kekayaan biota laut yang tinggi, termasuk ekosistem lamun yang tumbuh berdampingan dengan hutan mangrove. Berdasarkan penelitian oleh Oroh *et al.* (2025), terdapat enam jenis lamun yang tersebar di perairan ini, yaitu:

- 1) *Enhalus acoroides*
- 2) *Thalassia hemprichii*
- 3) *Cymodocea rotundata*
- 4) *Syringodium isoetifolium*
- 5) *Halophila ovalis*
- 6) *Halodule pinifolia*



Gambar 2: Dugong di Perairan Darunu: Mamalia Laut Langka Penjaga Ekosistem Lamun (2025)

Selain lamun, wilayah ini juga menjadi habitat bagi ikan karang, bintang laut, landak laut, serta dugong mamalia laut langka yang semakin sulit ditemukan. Keberadaan biota tersebut menjadikan Darunu sebagai tempat potensial untuk kegiatan snorkeling, diving, dan penelitian ilmiah. Kehadiran lamun yang melimpah juga berperan penting dalam menjaga kestabilan ekosistem pesisir karena mampu menahan sedimentasi dan menyediakan makanan bagi spesies seperti dugong. Habitat ini turut mendukung siklus hidup berbagai jenis kerang, yang banyak ditemukan di sekitar substrat pasir dan lumpur di perairan dangkal. Beragam jenis kerang seperti *Anadara granosa*, *Geloina expansa*, dan *Placuna placenta* sering dijumpai dan dimanfaatkan secara tradisional oleh masyarakat lokal sebagai sumber pangan dan ekonomi. Kondisi perairan yang jernih dan relatif tenang menjadi keunggulan tersendiri bagi kegiatan ekowisata berbasis eksplorasi laut dangkal. Oleh karena itu, kawasan ini sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata edukatif berbasis konservasi laut yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat.

### c. Free Diving and Snorkeling

Wisatawan dapat menikmati pengalaman menyelam dan snorkeling yang menenangkan di perairan jernih dan dangkal Desa Darunu. Keindahan bawah lautnya mencakup terumbu karang yang masih alami serta berbagai ikan tropis berwarna-warni. Arus laut yang tenang menjadikan kawasan ini sangat ideal untuk pemula maupun penyelam berpengalaman, serta memberikan sensasi menyatu dengan alam laut yang tenang dan belum banyak terjamah. Wisatawan dapat menikmati pengalaman menyelam dan snorkeling yang menenangkan di perairan jernih dan dangkal Desa Darunu.



Gambar 3: Eksplorasi Bawah Laut Desa Darunu: Snorkeling di Antara Terumbu Karang dan Lamun Alam (Peneliti, 2025)

Keindahan bawah lautnya (Gambar 3) mencakup terumbu karang yang masih alami serta berbagai ikan tropis berwarna-warni. Kawasan ini juga sering menjadi lokasi favorit untuk underwater photography karena visibilitas yang baik dan keberagaman hayati yang memikat. Selain itu, pengunjung dapat menjumpai biota langka seperti dugong yang sesekali muncul di antara padang lamun, menciptakan momen langka dan berkesan. Arus laut yang tenang menjadikan kawasan ini sangat ideal untuk pemula maupun penyelam berpengalaman, serta memberikan sensasi menyatu dengan alam laut yang tenang dan belum banyak terjamah. Kombinasi antara keindahan alam, ketenangan suasana, dan keaslian ekosistem menjadikan Darunu sebagai surga tersembunyi bagi pencinta wisata bawah laut dan konservasi laut.

#### d. Kuliner Khas

Desa Wisata Darunu juga menawarkan sajian kuliner tradisional khas yang menggugah selera. Dua di antaranya yang populer adalah:

- 1) Perkedel Daun Ubi, yaitu olahan dari daun singkong yang dibumbui rempah-rempah dan digoreng hingga garing, menjadi camilan gurih dan sehat.
- 2) Ikan Kuah Sasi, hidangan khas pesisir Nusa Utara yang terbuat dari ikan bakar yang disiram dengan kuah asam pedas, menciptakan rasa segar dan khas.



Gambar 4: Ragam Kuliner Tradisional Khas Darunu: Cita Rasa Lokal yang Autentik dan Berkelanjutan (Peneliti, 2025)

Kuliner khas Darunu (Gambar 4) tidak hanya mencerminkan cita rasa lokal, tetapi juga merepresentasikan pengetahuan tradisional masyarakat dalam mengolah hasil alam secara berkelanjutan. Bahan baku seperti daun ubi dan ikan tangkapan laut diperoleh secara lokal, mendukung prinsip ekonomi sirkular dan ketahanan pangan desa. Perkedel Daun Ubi kaya akan serat dan antioksidan, menjadikannya pilihan pangan fungsional yang baik untuk kesehatan. Sementara itu, Ikan Kuah Sasi mencerminkan praktik adat “sasi” yang menjaga kelestarian sumber daya laut melalui pembatasan penangkapan ikan pada waktu tertentu. Rasa asam segar pada kuahnya berasal dari bahan alami seperti belimbing wuluh atau jeruk nipis, tanpa tambahan penyedap buatan. Kuliner ini juga berpotensi dikembangkan sebagai produk unggulan pariwisata kuliner berbasis kearifan lokal. Kombinasi nilai gizi, rasa khas, dan nilai budaya menjadikan kuliner Darunu sebagai bagian integral dari pengalaman wisata yang autentik.

### e. Adat dan Budaya Tradisional

Desa Darunu juga aktif dalam melestarikan kebudayaan lokal melalui berbagai kegiatan adat dan seni. Dua kegiatan utama yang menjadi daya tarik budaya adalah:

- 1) Upacara Adat Tulude, yang merupakan tradisi tahunan sebagai bentuk syukur dan permohonan berkat.
- 2) Pertunjukan Masamper, seni musik vokal khas masyarakat Nusa Utara yang sering dipentaskan untuk menyambut tamu atau dalam acara adat.

Tradisi ini tidak hanya memperkuat identitas budaya lokal, tetapi juga menjadi bagian dari atraksi wisata budaya yang autentik. Pelestarian tradisi seperti Tulude dan Masamper (Gambar 5) di Desa Darunu menunjukkan bahwa kebudayaan lokal memiliki nilai strategis dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas. Upacara Tulude tidak hanya menjadi ritual simbolik, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme sosial untuk memperkuat solidaritas masyarakat dan memperbarui nilai-nilai spiritual kolektif. Sementara itu, pertunjukan Masamper mencerminkan kekayaan ekspresi seni lisan yang sarat dengan pesan moral, sejarah lisan, dan filosofi hidup masyarakat Nusa Utara. Keduanya mencerminkan bentuk intangible cultural heritage yang memiliki nilai edukatif, estetis, dan ekonomis dalam konteks pariwisata.



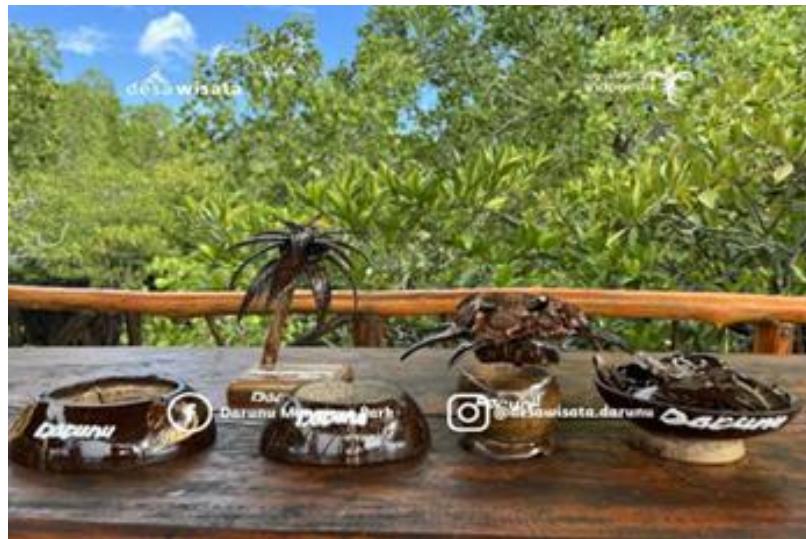
Gambar 5: Pelestarian Tradisi Budaya di Desa Darunu: Kolaborasi Komunitas dan Upacara Adat Tulude (Peneliti, 2025)

Gambar 5 (Kiri) memperlihatkan warga dan generasi muda yang terlibat aktif dalam pertunjukan budaya Masamper, sementara gambar 5 (kanan) menampilkan prosesi Upacara Tulude yang sakral, dipimpin oleh tokoh adat. Kedua aktivitas ini mencerminkan kekuatan budaya lokal sebagai identitas kolektif sekaligus daya tarik wisata yang autentik di Desa Wisata Darunu. Pelibatan generasi muda dalam kedua tradisi ini juga menjadi indikator penting dari keberlanjutan budaya di tengah arus modernisasi. Bagi wisatawan, pengalaman menyaksikan dan bahkan terlibat dalam tradisi ini menciptakan interaksi budaya yang bermakna dan memperkaya pengalaman perjalanan. Oleh karena itu, pendekatan pelestarian budaya ini patut didukung sebagai bagian integral dari strategi pembangunan desa wisata berbasis kearifan lokal.

### f. Souvenir Khas

Sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi kreatif masyarakat, Desa Darunu juga menyediakan beragam souvenir yang mencerminkan kearifan lokal. Produk-produk ini dibuat oleh warga menggunakan bahan-bahan alami maupun daur ulang, dan menjadi pilihan menarik bagi wisatawan sebagai oleh-oleh yang memiliki nilai budaya sekaligus keberlanjutan. Produk souvenir khas Desa Darunu (Gambar 6) mencakup kerajinan tangan seperti gantungan kunci, tas anyaman, wadah serbaguna dari daun kelapa, hingga perhiasan sederhana dari kerang dan biji-bijian lokal. Bahan-bahan yang digunakan bersumber dari alam sekitar seperti bambu, batok kelapa, serat daun pandan, serta limbah plastik dan kain perca yang didaur ulang secara kreatif. Proses produksi dilakukan secara manual oleh kelompok usaha warga,

dengan tetap mempertahankan teknik tradisional yang diwariskan secara turun-temurun. Nilai tambah dari souvenir ini terletak pada filosofi lokal yang disematkan pada setiap desain, seperti motif laut, mangrove, dan simbol adat. Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai oleh-oleh, tetapi juga sebagai medium edukasi bagi wisatawan tentang nilai-nilai kearifan lokal dan konservasi lingkungan.



Gambar 6: Souvenir Ramah Lingkungan Khas Darunu:  
Karya Kreatif dari Batok Kelapa dan Bahan Alami (Peneliti, 2025)

Gambar 6 menampilkan berbagai souvenir buatan tangan warga Desa Darunu yang terbuat dari batok kelapa, dirancang dengan estetika lokal dan ramah lingkungan. Produk ini mencerminkan perpaduan antara kreativitas, nilai budaya, dan praktik ekonomi berkelanjutan dalam pengembangan desa wisata. Dari sisi ekonomi, pengembangan souvenir telah membuka peluang kerja baru bagi ibu rumah tangga dan remaja desa, sehingga memperkuat struktur ekonomi komunitas. Dalam konteks pariwisata berkelanjutan, souvenir lokal ini memperpanjang rantai nilai dari kunjungan wisata menjadi dampak langsung bagi masyarakat. Inisiatif ini juga sejalan dengan prinsip community-based tourism yang menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama dalam industri pariwisata desa. Dukungan promosi dan pelatihan desain produk menjadi faktor penting untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, keberadaan souvenir khas Darunu berperan strategis sebagai jembatan antara ekonomi kreatif, pelestarian budaya, dan praktik pariwisata ramah lingkungan.

## 2. Jumlah Visitor dan Wisatawan

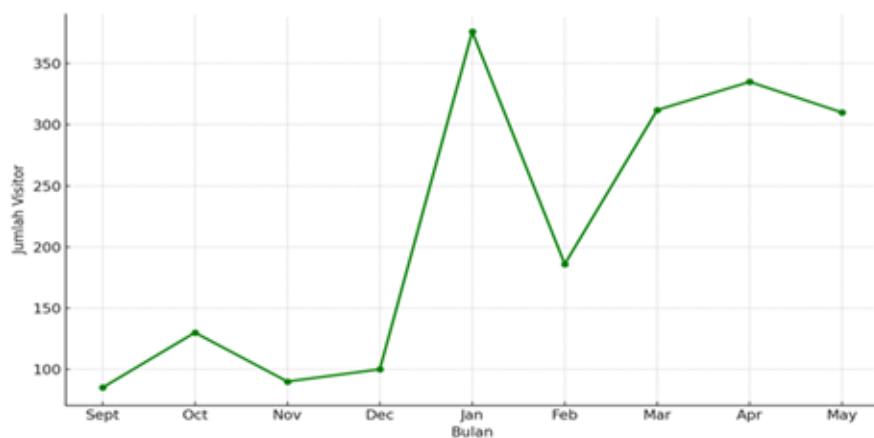
Dalam upaya menganalisis dan merumuskan strategi pengembangan *homestay* di Desa Wisata Darunu, diperlukan pemahaman terhadap tren kunjungan wisatawan dan pemanfaatan fasilitas *homestay* yang telah tersedia. Data ini digunakan sebagai indikator awal untuk menilai sejauh mana tingkat kebutuhan terhadap akomodasi, serta bagaimana pola kunjungan dapat memengaruhi rencana pengembangan ke depan. Oleh karena itu, data disajikan dalam dua bagian: jumlah visitor yang berkunjung ke objek wisata dan jumlah tamu yang menginap di *homestay*. Untuk mempermudah pembacaan dan analisis, data pada masing-masing bagian ditampilkan dalam bentuk grafik.

### a. Jumlah visitor Sept 2024-Mei 2025

Bagian ini menyajikan data pengunjung yang datang ke Desa Wisata Darunu dalam periode tertentu. Data ini mencerminkan antusiasme wisatawan terhadap potensi wisata alam yang dimiliki desa dan menjadi dasar proyeksi kebutuhan akomodasi. Gambar 7 menunjukkan bahwa pada Bulan Januari 2025 mencatat puncak tertinggi jumlah wisatawan, dengan total mencapai lebih dari 370 orang. Lonjakan ini

sangat signifikan jika dibandingkan bulan sebelumnya (Desember 2024) yang berada di kisaran 100 orang. Kenaikan ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh:

1. Musim liburan Tahun Baru, di mana banyak wisatawan domestik memanfaatkan waktu libur.
2. Cuaca cerah dan ombak yang tenang, ideal untuk aktivitas snorkeling, diving, dan eksplorasi hutan mangrove.
3. Adanya event budaya atau promosi pariwisata seperti pertunjukan adat, festival kuliner, atau program desa wisata berbasis komunitas.



Gambar 7: Jumlah Visitor Desa Wisata Darunu (Sept 2024 – Mei 2025)  
(Hasil olah data, 2025)

Data ini menunjukkan jumlah wisatawan yang menggunakan *homestay* sebagai akomodasi selama berkunjung. Informasi ini penting untuk menilai efektivitas *homestay* yang telah ada serta memperkuat urgensi pengembangan unit *homestay* baru yang lebih representatif. Pada bulan Februari 2025 terjadi penurunan drastis jumlah wisatawan hingga hanya sekitar 190 orang, turun hampir 50% dari bulan sebelumnya. Beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebab:

1. Februari bukan musim liburan utama.
2. Kemungkinan terjadi cuaca ekstrem atau gelombang laut tinggi, yang kurang mendukung kegiatan bahari.
3. Tidak adanya event khusus yang menarik kunjungan pada bulan ini.

Maret dan April menunjukkan tren pemulihan yang konsisten yaitu pada bulan Maret, jumlah naik drastis ke sekitar 310 wisatawan dan pada bulan April, puncak kedua dengan sekitar 340 wisatawan. Ini mengindikasikan adanya kegiatan promosi yang mulai berdampak, cuaca yang kembali bersahabat, dan antusiasme wisatawan terhadap aktivitas alam terbuka menjelang musim libur sekolah atau Paskah. Jumlah wisatawan di bulan Mei menurun sedikit menjadi sekitar 310 orang, namun masih tergolong tinggi dan stabil. Penurunan ini tidak signifikan dan dapat disebabkan oleh:

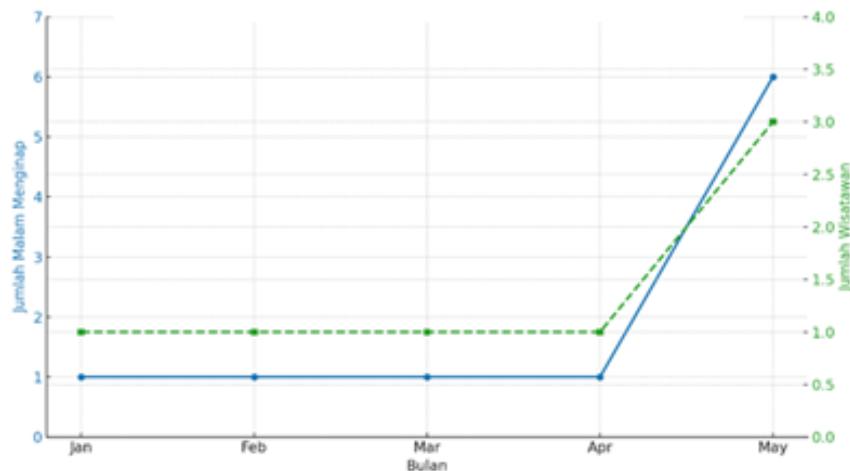
1. Awal musim hujan atau transisi cuaca.
2. Pergeseran fokus wisatawan ke destinasi lain menjelang libur pertengahan tahun.

Namun demikian, jumlah ini masih menunjukkan performa yang jauh lebih baik dibandingkan bulan-bulan awal tahun. Kehadiran ini memberi efek terhadap Pengelolaan Pariwisata yaitu:

1. Pola musiman jelas terlihat dengan lonjakan besar di Januari dan April, menunjukkan pentingnya strategi promosi yang menyasar momentum liburan nasional.
2. Diversifikasi atraksi dan event pada bulan-bulan rendah (Februari, Mei) diperlukan untuk menjaga kestabilan jumlah kunjungan.
3. Data ini dapat dijadikan dasar perencanaan kapasitas, SDM, dan fasilitas di desa wisata agar tetap optimal sepanjang tahun.

**b. Tren Hunian dan Preferensi Lama Menginap Wisatawan di Homestay Desa Darunu (Jan–Mei 2025)**

Gambar 8 menampilkan dua variabel utama dalam rentang waktu Januari hingga Mei 2025 yaitu: 1) Jumlah malam menginap di homestay (sumbu kiri, garis biru); 2) Jumlah wisatawan yang menginap (sumbu kanan, garis hijau putus-putus).



Gambar 8: Jumlah Tamu dan Lama Menginap di Homestay (Jan–Mei 2025)  
(Hasil olah data, 2025)

Gambar 8 juga menunjukkan bahwa dari Januari hingga April 2025, terdapat stagnasi total dimana hanya 1 wisatawan per bulan yang menginap. Lama menginap per wisatawan konstan 1 malam. Pada Mei 2025, terjadi lonjakan tajam yaitu jumlah wisatawan naik menjadi 3 orang dan lama menginap meningkat drastis menjadi 6 malam. Rendahnya Hunian di Triwulan I (Januari–Maret) menunjukkan fenomena stagnasi hunian yang dapat saja diakibatkan oleh:

1. Kurangnya promosi homestay secara khusus meskipun wisata umum meningkat (lihat grafik jumlah visitor sebelumnya).
  2. Keterbatasan fasilitas akomodasi atau preferensi wisatawan untuk akomodasi alternatif (menginap di luar desa, one-day trip, dsb).
  3. Indikasi bahwa homestay belum menjadi bagian utama dari paket wisata Darunu di awal tahun.
- Gambar 8 menunjukkan peningkatan tajam di Bulan Mei. Kenaikan pada bulan Mei merupakan indikator positif awal dari efektivitas strategi promosi atau perbaikan layanan homestay yaitu:
1. Rata-rata durasi tinggal 2 malam per wisatawan ( $6 \text{ malam} \div 3 \text{ orang}$ ), menunjukkan ketertarikan untuk tinggal lebih lama.
  2. Hal ini bisa mencerminkan:
    - a. Perbaikan fasilitas fisik dan kenyamanan homestay.
    - b. Penambahan program atau kegiatan wisata berbasis pengalaman (experiential tourism) yang mendorong tamu menginap.
    - c. Efek dari musim libur panjang atau promosi khusus homestay pada bulan tersebut.

Data ini menunjukkan potensi pertumbuhan segmen akomodasi yang masih terbuka luas. Perlunya diversifikasi layanan homestay misalnya, pengelompokan berdasarkan minat (ekowisata, budaya, kuliner), peningkatan kapasitas, atau standardisasi layanan. Dibutuhkan sinergi antara penyedia jasa homestay dengan promotor pariwisata desa agar homestay menjadi bagian integral dari paket wisata. Berdasarkan data diatas maka direkomendasikan hal-hal sebagai berikut:

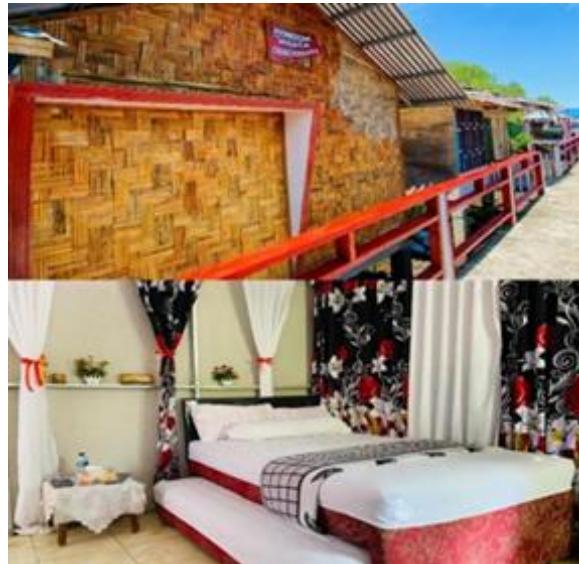
1. Identifikasi hambatan awal yang menyebabkan rendahnya tingkat hunian homestay.
2. Evaluasi persepsi wisatawan terhadap homestay melalui survei langsung.
3. Kembangkan bundling program wisata + homestay untuk mendorong lama tinggal.

4. Tingkatkan pelatihan SDM pengelola homestay, termasuk hospitality dan kebersihan.
5. Gunakan bulan Mei sebagai tolak ukur (benchmark) dalam menyusun strategi berkelanjutan untuk triwulan berikutnya.

## 2. Homestay yang Ada dan Rumah Representatif

### a. Homestay aktif

*Homestay* Chiancendana merupakan salah satu *homestay* yang telah siap dijual di Desa Wisata Darunu. Berlokasi tepat di kawasan objek wisata, *homestay* ini menawarkan akses langsung ke wisatawan yang ingin langsung menginap dan melakukan aktivitas diobjek wisata darunu mangrove park secara langsung.



Gambar 9: Chiancendana homestay (2025)

Dilengkapi dengan televisi, lemari pakaian, dan ruang tidur yang dapat menampung 2–3 orang, *homestay* ini menjadi pilihan ideal bagi wisatawan yang ingin merasakan suasana lokal. meski belum memiliki toilet di dalam ruangan, kamar mandi luar tetap bersih dan fungsional. Tarif menginap sebesar Rp150.000 per malam, termasuk pilihan sarapan atau makan malam yang disiapkan oleh masyarakat lokal. Kehadiran Chiancendana menunjukkan kontribusi warga dalam mendukung pariwisata desa melalui penyediaan layanan akomodasi yang sederhana namun penuh nilai budaya.

### b. Rumah representatif

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Kepala Desa, ditemukan empat rumah warga yang dinilai representatif untuk dikembangkan menjadi *homestay*, antara lain:

**Branden homestay:** Branden *homestay* merupakan salah satu rumah warga yang sangat representatif untuk dikembangkan menjadi *homestay* di Desa Wisata Darunu. Berjarak hanya sekitar 200 meter dari objek wisata Darunu Mangrove Park, *homestay* ini memiliki lokasi yang sangat strategis sehingga memudahkan wisatawan untuk mengakses destinasi utama desa. Rumah ini sudah dilengkapi dengan fasilitas kamar tidur yang nyaman untuk dua orang, sebuah lemari pakaian untuk menyimpan barang bawaan tamu, kipas angin sebagai penyejuk ruangan, serta toilet yang bersih dan mudah diakses. Dengan fasilitas dasar yang memadai dan jarak yang dekat dengan objek wisata, Branden *homestay* memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan akomodasi favorit bagi wisatawan yang ingin merasakan suasana desa dan menikmati keindahan Darunu Mangrove Park.



Gambar 10: Branden homestay (2025)

Gambar 10 menunjukkan bahwa Branden homestay memiliki model penginapan berbasis masyarakat (community-based tourism) yang mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan di tingkat lokal. Kedekatannya dengan destinasi utama memberikan keunggulan kompetitif dari sisi aksesibilitas, yang secara teoritis dapat meningkatkan tingkat hunian dan lama tinggal wisatawan. Fasilitas dasar yang sudah tersedia juga memenuhi standar minimum kenyamanan wisatawan domestik maupun mancanegara, sehingga dapat menjadi prototipe homestay lain di desa. Selain itu, integrasi homestay ini dalam ekosistem pariwisata desa berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi mikro, khususnya bagi pemilik rumah dan pelaku usaha lokal di sekitarnya.

**Kakalang homestay** adalah salah satu rumah warga yang sangat potensial untuk dikembangkan menjadi *homestay* di Desa Wisata Darunu. Terletak hanya sekitar 215 meter dari objek wisata Darunu Mangrove Park, *homestay* ini berada di lokasi yang strategis dan mudah dijangkau wisatawan. Rumah ini sudah dilengkapi dengan kipas angin dan AC, sehingga memberikan kenyamanan bagi tamu baik di musim panas maupun hujan. Dengan fasilitas dasar yang sudah memadai.



Gambar 11: Kakalang homestay (2025)

Kakalang Homestay (Gambar 11) menunjukkan kesiapan struktural dan fungsional sebagai akomodasi wisata berbasis rumah tinggal. Keberadaan fasilitas penyejuk udara seperti kipas angin dan AC mencerminkan upaya pemilik rumah dalam memenuhi standar kenyamanan wisatawan modern, khususnya dalam iklim tropis seperti di Desa Darunu. Interior rumah yang cukup rapi dan fungsional,

termasuk adanya ruang tamu dan kamar tidur pribadi, memberikan nuansa domestik yang memungkinkan tamu merasakan suasana tinggal bersama masyarakat lokal. Dekorasi yang sederhana namun bersih juga menunjukkan potensi peningkatan estetika apabila didukung oleh pelatihan homestay hospitality dari dinas pariwisata atau lembaga terkait. Selain itu, letaknya yang sangat dekat dengan objek wisata utama berpotensi meningkatkan okupansi homestay ini, terutama saat musim liburan atau saat ada event budaya lokal. Ketersediaan kamar tidur yang terpisah juga memungkinkan pengalaman menginap yang lebih privat bagi wisatawan keluarga. Gambar yang ditampilkan memberikan gambaran realistik bahwa homestay ini telah memenuhi kebutuhan dasar wisatawan. Dari perspektif pengembangan desa wisata, Kakalang Homestay dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai bagian dari strategi diversifikasi akomodasi lokal yang berbasis kearifan lokal dan pemberdayaan masyarakat.

**Kantale homesta** berlokasi hanya sekitar 150 meter dari objek wisata Darunu Mangrove Park, menjadikannya salah satu rumah warga dengan posisi paling strategis untuk pengembangan *homestay* di desa ini. Rumah ini sudah memiliki berbagai fasilitas yang mendukung kenyamanan tamu, seperti toilet di dalam rumah, ruang tamu yang rapi untuk menerima pengunjung, kipas angin untuk menjaga kesejukan ruangan, dan juga televisi sebagai hiburan bagi wisatawan. Dengan kombinasi fasilitas lengkap dan jarak yang sangat dekat dengan objek wisata, kantale *homestay* berpotensi besar menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang ingin menginap dan merasakan keramahan masyarakat Desa Wisata Darunu.



Gambar 12: Kantale homestay (2025)

Kantale Homestay (Gambar 12) memiliki nilai strategis tinggi dalam perencanaan tata ruang desa wisata karena lokasinya yang sangat dekat dengan objek wisata utama, yaitu Darunu Mangrove Park. Ketersediaan fasilitas dasar seperti toilet dalam rumah, ruang tamu, kipas angin, dan televisi menunjukkan kesiapan fungsional homestay untuk melayani wisatawan domestik maupun mancanegara. Keberadaan ruang tamu yang bersih dan rapi mencerminkan nilai hospitalitas lokal yang dapat meningkatkan kenyamanan serta kepuasan tamu. Aspek kedekatan geografis ini juga berpotensi mendorong peningkatan length of stay (lama tinggal), yang pada gilirannya berdampak langsung pada

peningkatan pendapatan warga dan ekonomi desa. Oleh karena itu, Kantale Homestay dapat dikategorikan sebagai aset potensial dalam pengembangan ekowisata berbasis komunitas (community-based ecotourism).

**Sangkilang homestay** terletak hanya sekitar 130 meter dari objek wisata Darunu Mangrove Park, menjadikannya rumah dengan jarak paling dekat di antara hunian yang potensial dikembangkan menjadi *homestay*. Rumah ini sudah memiliki fasilitas dasar yang mendukung kenyamanan tamu, seperti kamar tidur yang rapi, ruang tamu untuk menerima pengunjung, serta kipas angin dan perabotan rumah tangga yang memadai. Dengan jarak yang sangat dekat dan atmosfer rumah yang hangat, Sangkilang *homestay* memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu *homestay* favorit wisatawan yang ingin menginap dan merasakan langsung keramahan masyarakat Desa Wisata Darunu.



Gambar 13: Sangkilang homestay (2025)

Sangkilang Homestay (gambar 13) memperlihatkan keunggulan lokasi spasial dengan jarak hanya sekitar 130 meter dari Darunu Mangrove Park, yang menjadikannya aset paling strategis dalam pengembangan amenitas pariwisata berbasis komunitas. Kedekatan ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas bagi wisatawan, tetapi juga memungkinkan integrasi langsung antara aktivitas wisata dan hunian, yang berkontribusi pada pengalaman wisata yang imersif dan autentik. Fasilitas dasar seperti kamar tidur yang rapi, ruang tamu yang layak, dan kelengkapan perabotan rumah tangga mencerminkan kesiapan infrastruktur untuk pelayanan akomodasi berbasis keramahtamahan lokal. Selain itu, suasana rumah yang hangat dan familiar memperkuat peran homestay ini sebagai medium pertukaran budaya antara wisatawan dan masyarakat lokal. Oleh karena itu, Sangkilang Homestay memiliki nilai strategis dalam konteks pembangunan desa wisata berkelanjutan, khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan memperpanjang durasi tinggal wisatawan.

### 3. Hasil Observasi

Observasi lapangan dilakukan untuk memperoleh gambaran langsung mengenai kondisi eksisting homestay yang telah beroperasi serta rumah-rumah warga yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi homestay di Desa Wisata Darunu. Observasi ini menjadi bagian penting dalam mengidentifikasi kesiapan fisik, sosial, dan lingkungan sebagai dasar untuk perumusan strategi pengembangan homestay berbasis masyarakat. Temuan lapangan menunjukkan bahwa saat ini terdapat satu unit homestay yang sudah siap beroperasi (*Chiancendana Homestay*), serta empat rumah warga yang menunjukkan potensi tinggi untuk dikembangkan lebih lanjut.

Tabel 1: Data Observasi Homestay Desa Darunu

No	Komponen yang Diamati	Indikator/Elemen yang Diamati	Temuan di Lapangan
1	Lokasi	Aksesibilitas	Empat rumah representatif berlokasi dalam radius ±200–400 meter dari objek wisata; mudah dijangkau dan dekat jalan raya.
2	Bangunan & Struktur	Jenis bangunan, kelayakan, jumlah kamar	Bangunan permanen, kokoh, dengan 2–3 kamar tidur per rumah.
3	Fasilitas Umum	Toilet (dalam/luar), listrik, air bersih	Chiancendana menggunakan toilet luar; 4 rumah lain sudah memiliki toilet dalam, listrik dan air memadai.
4	Fasilitas Tambahan	TV, lemari, kipas angin	Semua rumah memiliki TV dan kipas angin; lemari tersedia di sebagian besar kamar.
5	Kapasitas Hunian	Daya tampung	Chiancendana menampung 2–3 orang; empat rumah lain mampu menampung 3–5 orang.
6	Kondisi Kebersihan	Lingkungan, kamar, kamar mandi	Umumnya bersih dan terawat, terutama di ruang tidur dan ruang tamu.
7	Kesiapan Pemilik Rumah	Keterbukaan menerima tamu	Semua pemilik rumah menunjukkan sikap ramah dan antusias terhadap kegiatan pariwisata.
8	Dukungan Kuliner Lokal	Penyediaan sarapan/makan malam	Chiancendana sudah menyiapkan sarapan/makan malam; empat rumah lainnya belum pernah.
9	Potensi Pengembangan	Kesiapan sebagai homestay	Semua rumah menunjukkan potensi tinggi; perlu pembinaan ringan untuk memenuhi standar homestay.
10	Lingkungan Sekitar	Keamanan, kebersihan, akses	Lingkungan aman, bersih, dan memiliki akses jalan yang baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

Sumber: Hasil Observasi, 2025

Hasil observasi pada Tabel 1 menunjukkan bahwa Desa Wisata Darunu memiliki potensi signifikan dalam pengembangan homestay berbasis komunitas. Lokasi rumah-rumah warga yang berdekatan dengan objek wisata utama seperti *Darunu Mangrove Park* meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi wisatawan. Kondisi bangunan yang permanen dan kokoh, dengan jumlah kamar yang memadai, menunjukkan kesiapan dari aspek infrastruktur dasar. Fasilitas umum seperti listrik, air bersih, dan toilet juga sudah tersedia secara fungsional, meskipun masih terdapat satu rumah (Chiancendana) dengan toilet di luar bangunan utama. Fasilitas tambahan seperti kipas angin, TV, dan lemari menunjukkan bahwa sebagian besar rumah sudah memiliki kelengkapan minimum untuk kenyamanan tamu. Selain itu, kapasitas hunian yang mencukupi (3–5 orang) memungkinkan rumah-rumah tersebut untuk menjadi alternatif akomodasi wisata yang layak. Faktor kebersihan yang baik juga

memperkuat daya saing homestay dari aspek higienitas dan kenyamanan. Dari segi sosial, semua pemilik rumah memperlihatkan keterbukaan dan sikap ramah terhadap inisiatif pariwisata, yang merupakan faktor kunci dalam pengelolaan homestay berbasis partisipasi masyarakat. Namun, pada aspek layanan tambahan seperti kuliner lokal, hanya satu homestay yang telah menyiapkan sarapan/makan malam. Hal ini menunjukkan perlunya pelatihan lanjutan terkait penyediaan layanan hospitality secara menyeluruh. Lingkungan sekitar rumah warga juga dinilai kondusif karena aman, bersih, dan memiliki infrastruktur jalan yang memadai, mendukung kenyamanan dan keamanan wisatawan. Secara keseluruhan, hasil observasi membuktikan bahwa terdapat kesiapan infrastruktur dan potensi sosial yang kuat untuk pengembangan homestay di Desa Wisata Darunu. Meskipun demikian, masih dibutuhkan pendampingan dalam bentuk pelatihan hospitality, standar pelayanan, dan penguatan produk kuliner lokal. Dengan intervensi yang tepat, rumah-rumah warga ini dapat dikembangkan menjadi homestay berbasis komunitas yang memenuhi standar kenyamanan, keamanan, dan keberlanjutan dalam konteks desa wisata.

#### 4. Hasil Wawancara

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi aktual dan persepsi pemangku kepentingan terhadap pengembangan homestay di Desa Wisata Darunu, dilakukan wawancara mendalam dengan Kepala Desa sebagai informan kunci. Wawancara ini difokuskan pada aspek 9Ps Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence, Partnership, dan Participation) guna mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, serta potensi strategi pengembangan yang relevan. Temuan dari hasil wawancara tersebut dirangkum dalam Tabel 2 berikut. Untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengembangan *homestay* di Desa Wisata Darunu, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan Kepala Desa sebagai informan kunci. Wawancara ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi, tantangan, dan dukungan yang tersedia dalam pengembangan *homestay* berbasis 9Ps *Marketing Mix*. Informasi yang diperoleh menjadi dasar penting dalam menyusun strategi yang tepat dan sesuai dengan kondisi desa serta keterlibatan masyarakat lokal..

Table 2: Hasil Wawancara

No	Indikator 9Ps	Temuan Hasil Wawancara	Analisis Ilmiah
1	Product (Produk)	Homestay dibutuhkan untuk menampung wisatawan dan menjadi produk unggulan masyarakat.	Produk homestay merupakan bentuk akomodasi alternatif berbasis komunitas (community-based tourism) yang relevan dengan tren wisata desa dan ecotourism. Potensi ini dapat dikembangkan sebagai identitas lokal dengan diferensiasi pada pengalaman budaya dan keunikan lingkungan.
2	Price (Harga)	Harga homestay saat ini Rp150.000/malam. Empat rumah lainnya belum menetapkan harga.	Ketidakseragaman harga menunjukkan perlunya <i>price standardization</i> untuk menjaga keadilan dan persepsi kualitas. Penetapan harga dapat mempertimbangkan <i>value-based pricing</i> dengan variabel fasilitas, layanan, dan pengalaman lokal.
3	Place (Tempat)	Lokasi homestay dekat dengan objek wisata utama.	Aksesibilitas lokasi menjadi keunggulan kompetitif ( <i>competitive advantage</i> ) karena memberikan kemudahan mobilitas wisatawan. Hal ini mendukung integrasi antara akomodasi dan atraksi wisata.
4	Promotion (Promosi)	Promosi dilakukan melalui media sosial pribadi dan dibantu pemerintah desa.	Strategi promosi masih bersifat <i>informal</i> dan belum terintegrasi. Dibutuhkan <i>destination branding</i> dan pemanfaatan platform digital yang lebih luas untuk meningkatkan visibilitas homestay di pasar yang lebih kompetitif.

No	Indikator 9Ps	Temuan Hasil Wawancara	Analisis Ilmiah
5	People (Orang)	Masyarakat antusias dan ramah, namun butuh pelatihan pengelolaan homestay.	Kualitas SDM sangat krusial dalam industri hospitality. Keterlibatan masyarakat perlu diikuti dengan peningkatan kapasitas (capacity building) agar mereka mampu memberikan pelayanan yang memenuhi standar pariwisata.
6	Process (Proses)	Belum ada sistem atau prosedur baku, masih bersifat mandiri.	Tidak adanya SOP (Standard Operating Procedure) menjadi tantangan dalam menjaga konsistensi layanan. Penerapan prosedur standar diperlukan untuk efisiensi, kualitas layanan, dan kepuasan wisatawan.
7	Physical Evidence	Beberapa rumah sudah layak, tersedia kamar, tempat tidur, kipas angin. Namun, ada yang perlu diperbaiki.	Kelayakan fisik homestay harus disesuaikan dengan ekspektasi wisatawan. Penilaian fasilitas berdasarkan <i>basic amenities</i> perlu dilakukan secara berkala agar kualitas homestay dapat dijaga.
8	Partnership (Mitra)	Telah ada kerja sama dengan akademisi, dinas pariwisata, dan lembaga lainnya untuk pelatihan dan promosi.	Kemitraan ini menjadi aspek penting dalam penguatan ekosistem wisata desa. <i>Collaborative governance</i> antara pemangku kepentingan (stakeholders) mendukung keberlanjutan pengembangan homestay.
9	Participation	Antusiasme warga meningkat; dari 1 menjadi 4 rumah warga siap menjadi homestay.	Tingkat partisipasi menunjukkan <i>social acceptance</i> atas pengembangan pariwisata. Ini menjadi modal sosial yang berharga dalam membangun homestay berbasis pemberdayaan masyarakat ( <i>community empowerment</i> ).

Sumber: Hasil Wawancara, 2025

Berdasarkan hasil wawancara di atas, terlihat bahwa pengembangan homestay di Desa Wisata Darunu telah menunjukkan kemajuan, terutama dalam aspek partisipasi masyarakat dan kemitraan strategis. Namun demikian, tantangan utama terletak pada kurangnya sistem pengelolaan yang terstandar dan keterbatasan kapasitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, strategi ke depan harus difokuskan pada:

1. Peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan pengelolaan homestay dan pelayanan wisata.
2. Penguatan branding dan promosi digital dengan integrasi platform pariwisata daring.
3. Standarisasi harga dan fasilitas untuk menjaga citra profesionalisme homestay.
4. Pengembangan SOP operasional agar pelayanan berjalan konsisten dan efisien.
5. Perluasan jejaring kemitraan yang melibatkan sektor swasta, akademisi, dan pemerintah daerah.

### Analisis Pengembangan Homestay Berdasarkan 9Ps Marketing Mix

Pengembangan homestay di Desa Wisata Darunu merupakan bagian dari strategi penguatan destinasi wisata berbasis masyarakat (community-based tourism). Dengan semakin meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman lokal dan daya tarik ekologis seperti Darunu Mangrove Park, kebutuhan akan akomodasi yang representatif, nyaman, dan terjangkau menjadi semakin mendesak. Berdasarkan hasil observasi terhadap empat rumah warga dan satu homestay yang telah beroperasi (Chiancendana), serta wawancara mendalam dengan kepala desa sebagai informan kunci, analisis dilakukan menggunakan pendekatan 9Ps Marketing Mix. Kerangka ini digunakan untuk menilai potensi, kesiapan, dan aspek-aspek strategis dalam pengembangan homestay, yang mencakup: **product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, partnership, dan participation** (Sholihin, 2014).

**1. Product (Produk):** Homestay yang diamati, khususnya Chiancendana, telah memenuhi kebutuhan dasar wisatawan dengan menyediakan tempat tidur, kipas angin, dan sarapan atau makan malam. Empat rumah warga lainnya memiliki struktur bangunan permanen dan jumlah kamar memadai, dengan kapasitas hunian antara 3–5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa

produk homestay memiliki potensi untuk berkembang menjadi alternatif akomodasi utama di desa. Namun demikian, diferensiasi produk berupa pengalaman hidup bersama keluarga lokal (local living experience) perlu diperkuat agar memiliki keunikan tersendiri.

**2. Price (Harga):** Chiancendana menetapkan tarif sebesar Rp150.000 per malam, yang mencakup fasilitas makan dan kenyamanan tinggal yang cukup baik. Namun, empat rumah lainnya belum memiliki struktur penetapan harga. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan perlunya standarisasi tarif yang disesuaikan dengan fasilitas dan tingkat kenyamanan yang ditawarkan. Strategi penetapan harga sebaiknya mempertimbangkan value-based pricing, agar harga mencerminkan nilai pengalaman yang diberikan.

**3. Place (Tempat):** Dari aspek lokasi, semua rumah berada dalam radius ±200–400 meter dari objek wisata utama. Akses jalan memadai untuk kendaraan roda dua dan empat, serta kedekatan dengan jalur utama mempermudah mobilitas wisatawan. Keunggulan lokasi ini memperkuat posisi homestay sebagai fasilitas pendukung pariwisata yang strategis.

**4. Promotion (Promosi):** Promosi homestay saat ini masih bersifat pasif dan bergantung pada kampanye umum destinasi wisata desa. Hanya satu homestay yang aktif menggunakan media sosial pribadi. Kurangnya promosi spesifik homestay menunjukkan perlunya strategi pemasaran digital yang lebih terstruktur dan terintegrasi. Ini dapat mencakup pembuatan akun resmi media sosial homestay, kolaborasi dengan travel influencer, serta pemanfaatan platform daring (online marketplace).

**5. People (Orang):** Masyarakat menunjukkan antusiasme tinggi dan sikap yang ramah terhadap wisatawan. Hal ini menjadi modal sosial penting dalam pengembangan homestay. Namun, terdapat keterbatasan dalam hal kapasitas sumber daya manusia, terutama pada aspek pelayanan tamu, komunikasi, dan pemahaman budaya wisatawan. Diperlukan program pelatihan hospitality dasar untuk meningkatkan kualitas layanan.

**6. Process (Proses):** Pengelolaan homestay saat ini belum memiliki alur atau sistem standar pelayanan. Proses check-in, reservasi, dan pengelolaan fasilitas masih dilakukan secara informal. Ketiadaan SOP (Standard Operating Procedures) berisiko menurunkan konsistensi kualitas layanan. Oleh karena itu, penting untuk menyusun panduan operasional yang seragam dan mudah diimplementasikan oleh seluruh pemilik homestay.

**7. Physical Evidence (Bukti Fisik):** Sebagian besar rumah telah memiliki fasilitas dasar yang layak, seperti TV, kipas angin, dan kebersihan ruang yang baik. Namun, masih terdapat beberapa catatan, seperti toilet yang berada di luar rumah (Chiancendana) dan kurangnya dekorasi khas lokal yang dapat memperkuat identitas visual homestay. Peningkatan estetika visual, kebersihan sanitasi, dan penambahan fasilitas kecil namun penting (alat mandi, tempat sampah, dll.) menjadi prioritas.

**8. Partnership (Kemitraan):** Desa telah membangun kolaborasi dengan akademisi, Dinas Pariwisata, dan lembaga terkait lainnya dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan promosi. Meski demikian, kemitraan ini belum bersifat sistematis dan berkelanjutan. Penguatan jejaring kolaboratif melalui program desa wisata terpadu menjadi kunci untuk memastikan pengembangan homestay yang berkelanjutan.

**9. Participation (Partisipasi):** Partisipasi masyarakat mengalami peningkatan signifikan, dari hanya satu rumah yang beroperasi sebagai homestay menjadi lima rumah yang siap

dikembangkan. Ini menunjukkan kesadaran kolektif masyarakat terhadap potensi ekonomi dari sektor pariwisata mulai terbentuk. Pelibatan aktif masyarakat tidak hanya dalam aspek fisik (menyediakan rumah), tetapi juga dalam pengelolaan dan pelayanan menjadi bagian penting dari strategi keberlanjutan.

### **Strategi Pengembangan Homestay Berbasis 9Ps Marketing Mix**

Berdasarkan temuan di lapangan, strategi pengembangan homestay di Desa Wisata Darunu dapat dirumuskan secara komprehensif melalui pendekatan 9Ps Marketing Mix, dengan tujuan utama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, meningkatkan kualitas pelayanan wisata, serta memperkuat daya saing desa sebagai destinasi wisata berbasis komunitas. Strategi-strategi tersebut meliputi:

1. *Product* (Produk): Menjadikan Chiancendana sebagai model rujukan pengembangan, dengan penyesuaian standar minimal homestay (misalnya: toilet dalam, tempat tidur bersih, fasilitas dasar lengkap). Fokus produk juga mencakup pengalaman budaya seperti memasak bersama, aktivitas kebun, atau mengenal tradisi lokal.
2. *Price* (Harga): Menetapkan tarif dasar berdasarkan benchmark Chiancendana, disertai variasi paket (dengan/ tanpa makan, aktivitas tambahan, dll.). Penyesuaian harga juga mempertimbangkan musiman dan permintaan.
3. *Place* (Tempat): Mengoptimalkan lokasi strategis yang dekat dengan objek wisata untuk dijadikan bahan promosi. Penambahan papan penunjuk arah, akses pencahayaan, dan area parkir sederhana juga disarankan.
4. *Promotion* (Promosi): Membuat profil digital homestay melalui platform seperti Instagram, Google Maps, dan Traveloka. Strategi branding kolektif dengan nama "Darunu Homestay Cluster" dapat memperkuat identitas pasar.
5. *People* (Orang): Menyelenggarakan pelatihan berkala tentang layanan tamu, etika pariwisata, bahasa dasar (misalnya: Bahasa Inggris percakapan), dan pengelolaan homestay.
6. *Process* (Proses Pelayanan): Menyusun SOP sederhana untuk alur reservasi, penyambutan tamu, penanganan keluhan, dan kebersihan. Format reservasi berbasis WhatsApp dan Google Form juga bisa diterapkan secara kolektif.
7. *Physical Evidence* (Tampilan Fisik): Mendorong penggunaan elemen dekorasi lokal (seperti kain tenun atau kerajinan bambu) untuk memperkuat identitas visual homestay. Penataan ruangan yang estetis namun sederhana menjadi nilai tambah.
8. *Partnership* (Kemitraan): Memperkuat hubungan formal dengan dinas pariwisata, akademisi, dan organisasi non-profit yang dapat membantu dalam pendampingan, promosi, maupun pengembangan SDM.
9. *Participation* (Partisipasi): Melibatkan warga dalam setiap tahapan pengembangan homestay, termasuk musyawarah harga, pelatihan, promosi, hingga evaluasi. Model koperasi homestay juga dapat dikembangkan untuk pengelolaan kolektif.

Dengan mengadopsi pendekatan 9Ps Marketing Mix secara menyeluruh dan terintegrasi, pengembangan homestay di Desa Wisata Darunu memiliki peluang besar untuk menjadi model pengembangan wisata berbasis masyarakat yang inklusif dan berkelanjutan. Sinergi antara kualitas layanan, keunikan budaya lokal, dan partisipasi masyarakat merupakan fondasi utama menuju peningkatan daya saing destinasi serta kesejahteraan warga desa secara menyeluruh. Kondisi pengembangan *homestay* di Desa Wisata Darunu belum berjalan secara optimal. Hal ini terlihat dari masih minimnya jumlah *homestay* yang tersedia, terbatasnya promosi, serta belum adanya strategi yang terarah untuk memberdayakan rumah-rumah warga yang potensial. Melalui pendekatan 9Ps Marketing Mix, ditemukan bahwa beberapa elemen seperti *product*, *price*, dan *physical evidence* telah ada namun belum terkelola dengan maksimal, sementara elemen lain seperti *promotion*, *process*, dan *partnership* membutuhkan perhatian khusus. Strategi pengembangan *homestay* di Desa Wisata Darunu perlu difokuskan pada pemberdayaan rumah-rumah warga yang representatif agar dapat dikembangkan menjadi *homestay*. Strategi tersebut mencakup peningkatan kualitas fasilitas, pelatihan pelayanan bagi tuan rumah, integrasi promosi bersama objek wisata, serta penguatan kerja sama antara masyarakat, pemerintah desa,

dan mitra eksternal. Melalui strategi yang terarah dan partisipatif, *homestay* desa wisata darunu diharapkan mampu berkembang sebagai daya tarik wisata sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Untuk Pemerintah Desa dan Dinas Pariwisata: Diharapkan lebih aktif dalam mendampingi masyarakat dalam proses pengembangan *homestay*, baik melalui pelatihan, penyediaan fasilitas dasar, hingga promosi bersama. Kehadiran pemerintah sebagai fasilitator akan sangat membantu warga untuk merasa percaya diri dan siap bersaing dalam dunia pariwisata yang terus berkembang. Untuk masyarakat dan calon pengelola *homestay*: Masyarakat diharapkan tidak ragu untuk mulai membuka rumahnya sebagai *homestay*. Sikap ramah, kenyamanan rumah, dan sentuhan lokal justru menjadi nilai lebih yang dicari wisatawan. Dengan sedikit perbaikan fasilitas dan semangat gotong royong, *homestay* bisa menjadi sumber penghasilan baru sekaligus media memperkenalkan budaya lokal. Untuk Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini masih memiliki ruang untuk dikembangkan. Peneliti berikutnya dapat menggali lebih dalam mengenai pengalaman wisatawan yang menginap, bagaimana dampak ekonomi *homestay* bagi keluarga, atau strategi promosi yang paling efektif bagi desa wisata berbasis komunitas seperti Desa Wisata Darunu.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan homestay di Desa Wisata Darunu melalui pendekatan 9Ps Marketing Mix, dapat disimpulkan bahwa pengembangan homestay di desa ini belum berjalan secara optimal. Hal ini tercermin dari masih terbatasnya jumlah homestay aktif, minimnya promosi, serta belum adanya strategi pemberdayaan yang sistematis terhadap rumah-rumah warga yang memiliki potensi dijadikan homestay. Analisis terhadap elemen-elemen 9Ps menunjukkan bahwa beberapa aspek seperti *product* (ketersediaan rumah yang dapat difungsikan sebagai homestay), *price* (harga sewa yang relatif terjangkau), dan *physical evidence* (keberadaan lingkungan desa yang mendukung suasana wisata) telah tersedia namun belum dikelola secara maksimal. Sementara itu, aspek lain seperti *promotion* (promosi digital dan konvensional), *process* (standar pelayanan tamu), dan *partnership* (kemitraan dengan pihak luar dan lembaga pendukung) memerlukan perhatian dan penguatan lebih lanjut. Strategi pengembangan homestay yang relevan untuk Desa Wisata Darunu meliputi: (1) pemberdayaan rumah-rumah warga representatif melalui pelatihan, perbaikan fasilitas, dan pendampingan manajemen homestay; (2) integrasi promosi homestay ke dalam paket wisata desa yang mencakup atraksi alam, budaya, dan kuliner lokal; serta (3) pembentukan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan mitra eksternal seperti akademisi, pelaku pariwisata, dan pelaku digital marketing. Strategi yang berbasis partisipasi dan penguatan kapasitas ini diharapkan mampu menjadikan homestay sebagai daya tarik tambahan desa wisata serta sarana peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Secara praktis, implikasi hasil penelitian ini mencakup beberapa rekomendasi: (1) Bagi Pemerintah Desa dan Dinas Pariwisata: Diharapkan berperan aktif sebagai fasilitator dan pendamping dalam proses pengembangan homestay, mulai dari pelatihan SDM, penyediaan sarana pendukung, hingga promosi terpadu. (2) Bagi masyarakat dan calon pengelola homestay: Diharapkan memiliki keberanian dan komitmen untuk menjadikan rumah mereka sebagai ruang pelayanan wisata yang berdaya saing, dengan mengedepankan keramahan, kebersihan, dan kekhasan lokal. (3) Penelitian selanjutnya: Diharapkan melakukan pengembangan studi lanjutan yang lebih mendalam, seperti analisis kepuasan wisatawan yang menginap, kontribusi ekonomi homestay terhadap pendapatan keluarga, dan efektivitas model promosi komunitas untuk homestay di desa wisata berbasis partisipasi. Dengan adanya strategi pengembangan homestay yang terarah dan kolaboratif, Desa Wisata Darunu memiliki potensi besar untuk tumbuh sebagai destinasi unggulan yang mengintegrasikan akomodasi berbasis komunitas dengan keunikan lokal, sekaligus memperkuat daya saing pariwisata berkelanjutan di daerah.

## **DAFTAR RUJUKAN**

Setiawan, B., Hurdawaty, R., Kusumaningrum, D. A., & Respati, R. D. (2024). Strategi Pengembangan Homestay di Kawasan Candi Borobudur.

- Fauly, A., & Wiloso, R. (2024). Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat dan modal sosial. Jakarta: Yayasan Pariwisata Indonesia.
- Hanafi, M. (2024). Community Based Tourism untuk keberlanjutan desa wisata. Yogyakarta: Pustaka Pariwisata Nusantara.
- Roosalina, D., et al. (2024). Community Based Tourism dan ekonomi kreatif di Kabupaten Kepulauan Sangihe. Manado: Universitas Sam Ratulangi Press.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). Pedoman pengembangan homestay desa wisata. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Satirak, K., & U-senyang, P. (2022). Peran campuran pemasaran 9P dalam pengembangan homestay. Bangkok: Pusat Penelitian Pariwisata Thailand.
- Septian, I. S., Sondak, C. F., Warouw, V., Paulus, J. J., Lintang, R. A., & Kreckhoff, R. L. (2022). Struktur Komunitas Lamun Di Desa Darunu Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Pesisir dan Laut Tropis*.
- Takaendengan, M. E.(2022) Optimasi Model Pembangunan dan Pengembangan Communal Homestay pada Eco-Rural Tourism (Doctoral dissertation, IPB University).
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran (edisi ke-15). Person Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Analisis Data Kualitatif: Buku Panduan Metode (edisi ke-3).