

**Program Kemitraan Masyarakat Pemasaran *Homestay*  
di Desa Marinsow Kabupaten Minahasa Utara**  
(*Community partnership program for Marinsow village's homestay marketing  
in North Minahasa regency*)

**Jefrey I. Kindangen<sup>1\*</sup>, Heilbert A. Mapaly<sup>2</sup>, Johansen C. Mandey<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik  
Universitas Sam Ratulangi  
2. Jurusan Elektro, Fakultas Teknik  
Universitas Sam Ratulangi

\*Penulis Korespondensi, Jefrey I. Kindangen Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi  
Manado 95115. Email: [jkindangen@unsrat.ac.id](mailto:jkindangen@unsrat.ac.id)

**ABSTRAK**

Desa Marinsow terletak di Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara memiliki potensi wisata pantai; merupakan salah satu desa dalam Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Manado-Likupang sekaligus sebagai KEK Pariwisata. Kementerian PUPR telah melakukan program peningkatan kualitas rumah swadaya yang mendukung pembangunan pondok wisata (*homestay*) dan fasilitas jasa wisata lainnya di desa ini yakni pembangunan 60 *homestay*. Pembangunan *homestay* di desa Marinsow dilaksanakan tahun anggaran 2020, dan telah beroperasi mulai tahun 2021, tujuannya sebagai upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pemerintah kabupaten dan propinsi diminta terlibat dalam keberlanjutan program untuk menyediakan infrastruktur penunjang, demikian juga dari pihak perguruan tinggi diharapkan memberikan kontribusi yang nyata. Masalah yang dihadapi masyarakat adalah kesiapan masyarakat melayani tamu dengan baik, persoalan penataan kawasan, serta pemasaran *homestay* mereka. Untuk mempersiapkan kelompok masyarakat pemilik *homestay* dan tentunya juga kawasan wisata itu dilakukan penyuluhan dan pelatihan yang berhubungan dengan pemasaran melalui media elektronik, ini merupakan strategi yang diusulkan, juga merupakan usulan solusi yang diharapkan masyarakat dan pemerintah setempat dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan mereka dalam manajemen usaha, menata kawasan wisata dan memasarkan secara moderen *homestay* dan potensi wisata pantai mereka. Ada 53% *homestay* yang mau menerima dan merasa bermanfaat dengan kegiatan ini, diusulkan perlu pendampingan yang berkesinambungan.

**Kata Kunci:** Desa Marinsow; Pondok wisata; Manajemen usaha; Penataan kawasan wisata; Pemasaran daring.

**ABSTRACT**

*Marinsow Village, one of the villages in the Manado-Likupang National Tourism Strategic Area (KSPN) and the Tourism SEZ, is situated in East Likupang District, North Minahasa Regency, North Sulawesi Province, and has beach tourism potential. The Ministry of PUPR has implemented a program to raise the standard of independent homes in this village in order to support the building of 60 homestays as well as other tourist service facilities. In Marinsow village, homestays were built in the fiscal year 2020 and opened for business in 2021. The objective is to strengthen the local economy. As part of the program's sustainability, district and provincial governments are urged to contribute by providing supporting infrastructure, and universities are anticipated to have a genuine beach tourist potential. The community's issues include its capacity to provide excellent service to visitors, the issue of area structure, and the marketing of their homestays. Counseling and training linked to marketing through electronic media were conducted in order to prepare the community group of homestay owners and, naturally, the tourism region. This was a plan of action. The community and the local government expect this suggested solution to help them advance their knowledge and expertise in business management, the planning of tourist attractions, and the promotion of contemporary homestays and their beach tourism potential. 53% of homestays are open to participating and see value in this activity. It is suggested that ongoing help is necessary.*

**Keywords:** *Marinsow Village; Homestay; Business management; Arrangement of tourist areas; Online marketing.*

## PENDAHULUAN

### Analisis Situasi

Pemerintah RI telah menetapkan 5 Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) yang menjadi program super prioritas. Salah satu KSPN yang ditetapkan adalah KSPN Manado-Likupang, dimana terdiri dari kelurahan Bunaken di Manado dan 3 desa di Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara: desa Marinsow, Pulisan dan Kinunang. Ketiga desa yang terletak di Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara ini merupakan juga wilayah yang termasuk Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) pariwisata di provinsi Sulawesi Utara. Potensi wisata pantai serta alam yang indah merupakan daya tarik utama untuk kegiatan wisata, seperti dalam Gambar 1.



Gambar 1. Kondisi desa dan potensi wisata pantai.

Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) melalui Direktorat Penyediaan Perumahan melakukan program Peningkatan Kualitas Perumahan yang mendukung pembangunan pondok wisata (homestay) dan jasa wisata lainnya pada Kawasan Strategis Pariwisata Nasional, dimana untuk KSPN Manado-Likupang telah ditetapkan peningkatan kualitas perumahan sebanyak 263 rumah atau penerima bantuan (Pedoman KSPN, 2020). Desa Marinsow mendapat alokasi bantuan sebanyak 62 rumah, terdiri dari 60 unit homestay dan 2 sarana penunjang. Persoalan yang dihadapi masyarakat desa Marinsow terutama pemilik homestay adalah belum ada pengalaman mereka dalam melayani tamu homestay mereka. Demikian juga persoalan pemasaran homestay baik bagi calon

wisatawan lokal, nasional dan internasional. Para pemilik homestay di desa Marinsow memiliki kendala terhadap persiapan mengoperasikan dan menjalankan usaha baru, masalah pemasaran produk jasa homestay, maka diperlukan pengetahuan dan kemampuan untuk melakukan pemasaran apalagi secara online; atau dengan kata lain dalam segi manajemen usaha dan pemasaran.

Berdasarkan survey yang dilakukan, maka permasalahan yang mengemuka adalah: masyarakat belum pernah menjalankan usaha homestay, ini permasalahan yang sangat krusial dan harus dilakukan pendampingan secara kontinyu. Beberapa instansi terkait seperti Dinas Pariwisata setempat telah berupaya melakukan penyuluhan dan pelatihan akan kesiapan masyarakat seperti tata krama menerima tamu, *hospitality*, kebersihan dan *amenity* kamar tidur. Perubahan yang drastis harus dapat diikuti sebagai konsekuensi dari program ini. Pendampingan dari tim akademisi sangat penting untuk mampu mengevaluasi kondisi yang terjadi dan berubah secara cepat. Pengetahuan dan ketrampilan berbahasa asing terutama bahasa Inggris juga diintrodusir oleh instansi terkait. Solusi permasalahan ini tidak bisa hanya dilakukan satu dua kali saja akan tetapi perlu pendampingan yang intens dan baik. Homestay meskipun digandeng dengan rumah hunian masyarakat, akan tetapi jalur masuknya berbeda satu dengan lainnya. Pembagian ruangan telah didesain sedemikian rupa yakni kamar yang terpisah dengan jalur masuk yang berbeda. Homestay diletakkan pada lantai 2 sehingga di lantai dasar dapat diintegrasikan dengan rumah hunian. Desain ini disetujui masyarakat secara keseluruhan, bahkan merupakan keinginan mereka masing-masing. Rata-rata respons masyarakat sangat senang karena disamping mendapatkan pondok wisata yang baru sebagai bidang usaha yang baru mereka juga mendapatkan perbaikan rumah hunian bahkan mendapatkan rumah hunian baru. Usulan solusi permasalahan untuk hal ini dari kegiatan program kemitraan masyarakat

adalah lebih pada pengaturan tata letak dan alur distribusi dan sirkulasi orang serta pemenuhan utilitas. Luarannya adalah terintegrasinya sistem tapak yang baik dan pemenuhan utilitas dasar serta kemampuan masyarakat untuk beradaptasi dengan usaha baru.

Masalah kedua yang dihadapi masyarakat desa Marinsow adalah konsekuensi dari usaha yang benar-benar baru bagi mereka adalah cara mempromosikan dan memasarkan homestay ini. Persoalan pemasaran menjadi sangat penting untuk keberhasilan program desa wisata. Pada era disrupsi ini tidak lagi populer yang namanya *own economy* tetapi lebih pada *share economy* (Kasali, 2017), untuk itu masyarakat perlu dibina untuk membentuk kelompok yang solid dan bertanggungjawab. Prakondisi ini diperlukan untuk masuk pada cara dan teknik pemasaran moderen secara daring. Penguatan ekonomi komunitas sangat dibutuhkan dalam menjalankan pemasaran moderen, sehingga dengan sumber daya yang terbatas dapat diakumulasikan kekuatan dan potensi yang besar. Pengetahuan akan cara dan tata laksana pemasaran daring akan diberikan sebagai bagian dari solusi masalah yang dihadapi masyarakat.

Pemasaran secara daring sebagai bagian dari meningkatkan kapasitas manajerial usaha adalah salah satu mata rantai keberhasilan usaha. Cara membuat konten dan promosi yang baik lewat berbagai media adalah hal yang juga penting.

Memperbanyak atraksi dan penampilan budaya sebagai bagian integral dari pesona wisata alam/pantai perlu dikemas secara baik, terutama dari segi desain media. Diharapkan dengan upaya ini maka seluruh pemasaran dapat dilakukan secara luring maupun daring. Pengetahuan masyarakat meningkat dan tahu menggunakan dan menjalankan proses pemasaran dengan bantuan jaringan internet dan media sosial yang lain seperti homepage, FB, WA, Line dan Instagram.

Pemasaran bukanlah alat untuk mencapai tujuan, namun sebuah proses yang berkelanjutan yang berorientasi pada hubungan aktivitas yang saling terkait dan terintegrasi. Untuk memulai proses pemasaran, seorang pemasar haruslah mengetahui keinginan konsumen yang pada umumnya dapat diketahui

melalui penelitian pemasaran agar pemilik usaha mampu mengembangkan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Pengetahuan tentang harapan konsumen akan dapat membantu seorang pemasar menyampaikan informasi kepada pelanggan dengan tepat tentang kelebihan produknya melalui aktivitas promosi sehingga diharapkan mampu memuaskan pelanggannya. Prinsipnya, inti pemasaran yang baik meliputi pemasaran yang berorientasi pada keinginan konsumen, segmentasi pasar yang tepat, dan bauran pemasaran yang sesuai dengan siklus hidup produk. Bauran pemasaran yang baik mengacu pada berbagai komponen atau instrumen yang dapat digunakan untuk mempengaruhi konsumen. Pada bauran pemasaran tradisional awalnya dikenal terdiri atas empat "P" yang merupakan bauran dari *Product, Price, Place dan Promotion*, yang selanjutnya membentuk faktor-faktor keputusan kunci dalam setiap rencana pemasaran. Tiga "P" telah ditambahkan dan menjadi faktor keputusan penting di bidang pariwisata. Tiga "P" tambahan tersebut yaitu *People, Physical evidence dan Process* (Urama, 2017).

### Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Pemenuhan akan fasilitas yang lengkap menjadi hal yang penting, terutama fasilitas yang tersedia akan dapat memberikan pelayanan kepada para wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung. Sarana pariwisata terbagi menjadi tiga bagian penting, yaitu:

- Sarana Pokok Pariwisata (Main Tourism Superstructures).
- Sarana Pelengkap Pariwisata (Supplementing Tourism Superstructures).
- Sarana Penunjang Pariwisata (Supporting Tourism Superstructures) (Primadany et al., 2013) (Sudiarta et al., 2015) (Heath et al., 1992) (Waworuntu et al., 2019) (Permenpar RI No.3, 2018).

Pada prinsipnya solusi permasalahan yang diusulkan yang merupakan manfaat dan tujuan kegiatan ini, terutama sesuai dengan karakteristik masyarakat desa Marinsow adalah:

- a) Prakondisi masyarakat untuk kesiapan berusaha dengan menjalankan manajemen usaha yang tepat.

- b) Pemasaran dan promosi jasa homestay yang sudah terbangun supaya efektivitasnya dan tujuan pembangunan untuk pemberdayaan masyarakat tercapai.
- c) Penataan kawasan sebagai suatu kawasan desa wisata Marinsow yang akan mendukung terciptanya lingkungan yang asri estetis, nyaman dan ramah wisatawan.



Gambar 2. Letak dan posisi desa Marinsow.

## METODE PELAKSANAAN

### Sasaran kegiatan

Yang menjadi sasaran pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah para pemilik homestay di desa Marinsow sebanyak 60 homestay serta aparat desa Marinsow Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara. Ini dimaksudkan bersama dengan aparat desa dapat membangun pemberdayaan masyarakat yang berkesinambungan terutama dukungan pengelolaan manajemen Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) yang bisa dijadikan wadah bersatu dan berkumpul para pemilik homestay dalam melakukan usahanya. Pembentukan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) yang bisa menjadi motor penggerak pemberdayaan ekonomi masyarakat desa juga menjadi perhatian dan telah disarankan kepada aparat desa dalam hal ini Hukum Tua dan aparatnya. Pembentukan Bumdes diharapkan akan meningkatkan ketrampilan manajerial masyarakat dalam semangat kegotongroyongan

### Lokasi kegiatan

Lokasi kegiatan adalah desa Marinsow sebagai desa wisata yang terletak di kecamatan Likupang Timur, Kabupaten Minahasa Utara di Provinsi Sulawesi Utara. Desa ini berjarak kurang lebih 60 km dari kampus Universitas Sam Ratulangi Manado, atau dapat ditempuh dengan kendaraan bermotor selama kurang lebih 1,5 jam, seperti dalam gambar 2.

### Metode yang digunakan:

Adapun beberapa metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah:

- a) Penyuluhan dan pelatihan tata laksana layanan homestay untuk meningkatkan pengetahuan dalam pengaturan operasionalisasi homestay dan pemenuhan layanan utilitas bangunan seperti ketersediaan air bersih, pembuangan air limbah, kelistrikan. Penataan halaman menjadikan bagian yang terintegrasi dalam hal menataan pondok penginapan dan rumah hunian. Pendampingan masyarakat akan dilakukan dalam pertemuan terjadwal.
- b) Penyuluhan dan pelatihan manajemen usaha terutama dalam hal pemasaran dan promosi yang dapat dilakukan secara luring maupun daring. Pengemasan paket jasa pondok wisata dengan atraksi dalam desa setempat. Pembuatan homepage untuk pemasaran produk serta cara mem "package" produk sehingga menarik dan estetis. Juga pelatihan bagaimana menggunakan internet untuk pemasaran secara daring.

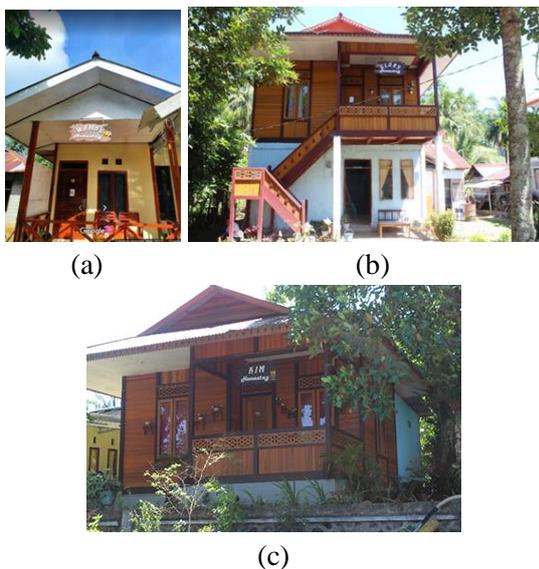
Berkenan dengan kerangka waktu pelaksanaan program; evaluasi baru dapat dilakukan pada tahap perencanaan program dan program *on going*, atau dengan menggunakan metode *ex-ante evaluation*, sedangkan *ex-post evaluation* belum dapat dilakukan. Ini mengindikasikan pada kedua tahapan program dan evaluasi yang relevan menjelaskan apa yang diharapkan dan kondisi nyata masyarakat. Hal-hal tersebut dibahas dalam bagian berikut ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

### Identifikasi Dan Permasalahan Tipe Homestay

Ada tiga tipe bangunan homestay di desa Marinsow ada 3 tipe yakni bangunan 1 lantai dengan dinding tembok (Gambar 3.a), bangunan 2 lantai dimana lantai 2 merupakan homestay dan lantai dasar sebagai hunian penduduk (Gambar 3.b), dan bangunan 1 lantai kayu yang terpisah dari rumah induk hunian penduduk (Gambar 3.c), seperti diilustrasikan gambar di bawah ini.



Gambar 3. Tipe bangunan homestay yang ada di desa Marinsow.

Setiap tipe homestay memiliki 1 kamar tidur, ruang tamu dan satu KM/WC dengan luas keseluruhan 36 m<sup>2</sup>. Tipe bangunan 1 lantai kayu yang terpisah dari rumah induk hunian penduduk (Gbr. 3c) lebih banyak disukai oleh wisatawan selama ini disebabkan *privacy* penginap lebih terjaga, jauh dari hiruk pikuk kegiatan pemilik homestay. Ini menjadi pembelajaran bagi masyarakat, karena awalnya mereka belum tahu sama sekali preferensi ini. Penentuan tipe ini didasarkan pada keinginan

semata dari pemilik tanpa didasari pengetahuan akan preferensi wisatawan. Akan tetapi jika ada event di desa ini seperti kegiatan lomba memancing, balap sepeda dan perayaan lain yang dilaksanakan oleh kementerian terkait atau oleh pemerintah provinsi dan kabupaten maka tingkat okupansi homestay mencapai 100%.

### Pemenuhan Utilitas Dasar

Utilitas dasar seperti pasokan listrik telah tersedia, demikian halnya dengan air bersih dan drainase. Sebelumnya masyarakat harus mengambil air atau membeli air untuk keperluan sehari-hari. Ada program pemerintah yang mendukung penyaluran air dari sumber air baku yang tersedia. Masyarakat memiliki keinginan adanya kapasitas internet yang memadai dan dapat dijangkau. Untuk hal ini sementara diupayakan oleh instansi terkait untuk menjangkau jangkauan internet lebih luas bahkan dengan jaringan 5G.

### Membuat Website Dan Keterterimaan Masyarakat

Beberapa tahapan membangun website untuk pemasaran homestay adalah: Tahap awal adalah dengan melakukan pendaftaran pada website yang membantu kita dalam proses pembuatan website untuk pemasaran homestay. Untuk membantu proses pembuatan website maka digunakanlah Wix website builder. Tampilan proses pendaftaran dari Wix website builder ditampilkan pada gambar 4.



Gambar 4. Tampilan proses pendaftaran Wix Website Builder.

Proses pendaftaran yang dilakukan adalah dengan menggunakan akun Google untuk

mempercepat proses pendaftaran. Dengan menggunakan Google Account, maka akan langsung diarahkan ke proses pembuatan halaman web tanpa perlu menginputkan data-data pribadi yang ada di form. Setelah melakukan pendaftaran, baik dengan menggunakan Google Form ataupun dengan mengisi form, maka akan diarahkan ke tampilan pemilihan jenis website. Halaman ini sangat membantu dalam pemilihan template dan fitur-fitur default yang akan digunakan nantinya.

Setelah memasukkan jenis website, selanjutnya adalah memasukkan nama website yang akan dibuat. Dalam pembuatan website ini, nama website yang digunakan adalah “Marinsow Homestay”.

Selanjutnya adalah pemilihan fitur-fitur yang akan digunakan dalam website. Dalam Wix Website Builder ini terdapat banyak fitur yang sudah tersedia dan bisa untuk langsung digunakan. Hal ini tentunya sangat memudahkan dalam proses pembuatan website. Untuk tahap awal pembuatan, fitur-fitur yang penting dipilih namun diusahakan seminimal mungkin. Hal ini dimaksudkan agar tampilan websitenya pun seminimal mungkin namun dengan fitur-fitur yang sudah dikostumasi sesuai dengan kebutuhan website tersebut. Apabila fitur yang dipilih terlalu banyak akan menyulitkan dalam proses kostumasi dan mengurangi kerumitan pada pembuatan website pada tahap awal. Untuk fitur-fitur yang belum dipilih pada tahap ini, masih bisa ditambahkan nantinya sesuai kebutuhan.

Tampilan selanjutnya menunjukkan pilihan yang diperlukan untuk kostumasi website yang dibuat. Untuk memudahkan proses pembuatan website pilihlah opsi “Begin with a template”. Dengan menggunakan template, desain-desain dan pengaturan konten website sudah diatur sesuai dengan template. Ini sangat memudahkan proses pembuatan website, sehingga konten-konten yang ada dapat langsung dimasukkan ke dalam website nantinya.

Template yang tersedia dalam Wix Website Builder ini cukup beragam. Memilih

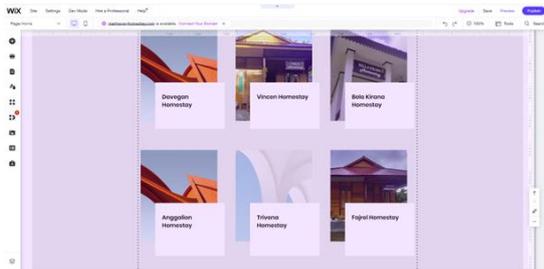
template yang sesuai dengan desain yang diinginkan sebagai dasar dari awal tampilan website. Proses desain tampilan website biasanya membutuhkan waktu yang cukup lama apabila dikerjakan dari awal secara manual. Dengan bantuan template-template ini tentunya dapat mempercepat proses desain tampilan website. Untuk template ini masih dapat dikostumasi lebih lanjut agar dapat lebih sesuai dengan kebutuhan.

Setelah memilih template yang digunakan, desain yang ada perlu untuk dikostumasi lebih lanjut. Ada beberapa bagian yang perlu untuk dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan, seperti tampilan pada saat mengganti *background* yang digunakan sebagai tampilan awal yang akan dilihat oleh pengguna saat mengakses *website*.

Langkah selanjutnya dari proses pembuatan website ini adalah menambahkan fitur Google Maps pada website; dengan menggunakan Google Maps, pengguna dapat terbantu untuk melihat lokasi dari setiap Homestay yang ada dan nantinya juga akan menampilkan informasi singkat dari homestay tersebut.

Daftar homestay yang sudah ditambahkan pada Google Maps yang ada pada website. Fitur pada Google Maps memungkinkan untuk menambahkan beberapa titik untuk menandai setiap lokasi Homestay yang ada. Untuk menambahkan titik yang baru bisa dengan menggunakan tombol “Add Location” lalu memasukkan data-data yang diperlukan seperti titik lokasi, nama lokasi, deskripsi singkat dan alamat link. Untuk lokasi yang sudah ditambahkan pun dapat dilakukan perubahan dengan mudah.

Bagian selanjutnya dari website adalah tampilan untuk daftar homestay yang tersedia seperti pada gambar 5. Jadi selain pengguna dapat melihat lokasi dari homestay pada Google Maps, tampilan ini menampilkan foto dari homestay tersebut. Pengguna dapat melihat foto-foto dan deskripsi dari homestay tersebut dengan memilih homestay yang ada pada daftar ini.



Gambar 5. Tampilan untuk daftar homestay yang tersedia.

Sebagai hasil dari *ex-ante* evaluation dan evaluasi pada program on going, seperti dijelaskan di depan, disebabkan hal ini merupakan sesuatu yang baru bagi masyarakat setempat apalagi ada aspek teknis yang sulit ditanggap oleh masyarakat maka diperlukan pendampingan teknik bahkan diusulkan perlu adanya operator yang senantiasa meng-*update* dan me-*maintain* website ini. Untuk itu diusulkan ada aparat desa atau segera membentuk dan mengoperasionalkan Bumdes yang akan menyediakan operator yang dapat berperan dalam memelihara dan memperbaharui isi website dan penatalaksanaannya.

Dari segi keterterimaan program ini hanya ada beberapa pemilik homestay atau lebih tepatnya 32 pemilik dari 60 homestay atau sekitar 53% dari homestay yang ada di desa Marinsow yang memberi ijin untuk ditampilkan dalam pemasaran homestay secara daring. Ini dapat dimengerti karena beberapa masyarakat masih menaruh kecurigaan dan sangat berhati-hati. Ada beberapa homestay yang telah dipasarkan lewat e-marketing yang ada, akan tetapi mereka pun masih mengalami kendala dalam hal transaksi keuangan dengan provider e-marketing tersebut. Dalam kasus ini pendampingan telah dilakukan dengan menginformasikan kepada yang bersangkutan proses dalam e-marketing dan cara mengklaim hak mereka.

Kegiatan lain berupa pendampingan dalam menata lansekap halaman serta kebutuhan utilitas homestay telah dirasakan manfaat oleh masyarakat secara keseluruhan. Ini terlihat dengan upaya masyarakat sendiri dalam menata

halaman, memperlengkapi kebutuhan mebeler dalam homestay mereka.

Hasil evaluasi yang lain, yakni peran aparat desa perlu ditingkatkan, semangat melayani mereka perlu digalakkan terutama dalam pembentukan Bumdes, yang tahap ini masih dalam proses, serta keterlibatan dalam pemberdayaan masyarakat secara bersama-sama.

Akan tetapi, dari kondisi yang diamati, kami berkeyakinan jika beberapa saja homestay yang dipasarkan secara daring yang mana di kemudian hari dapat menjadi contoh dan menarik semua pemilik homestay untuk melakukan hal yang sama apabila mereka telah melihat manfaatnya. Perubahan pola pikir masyarakat memang perlu waktu dan perlu pendampingan yang kontinyu.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Program Kemitraan Masyarakat untuk pemasaran homestay desa Marinsow Kecamatan Likupang Timur memberikan manfaat kepada masyarakat pemilik homestay untuk memasarkan homestay mereka melalui media elektronik. Ini akan dan sangat membantu dari segi pemasaran dan juga akan berdampak kepada pengetahuan masyarakat dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Prakondisi telah dilakukan terutama dengan aparat desa yang berwenang, karena pada mereka dapat dilakukan pendekatan kepada masyarakat, salah satu caranya adalah pembentukan Bumdes yang bisa mengelola homestay secara kolektif. Perintisan pembentukannya sementara dilakukan dan bisa menjadi organisasi ekonomi yang kuat.

Keterterimaan dan penerima manfaat dari kegiatan ini sebesar setengah dari semua pemilik homestay yang ada. Pendampingan secara berkala perlu dilakukan, mengingat masyarakat masih perlu dibantu pengetahuan dan ketrampilan mereka secara berkesinambungan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada Rektor Unsrat dan Ketua LPPM Unsrat. Artikel ini

merupakan bagian dan salah satu luaran dari Program Kemitraan Masyarakat (PKM) didanai oleh PNBP Universitas Sam Ratulangi Tahun 2022.

#### DAFTAR PUSTAKA

Heath, Ernie dan Geoffrey, 1992, *Marketing Tourism Destination A Strategic Planning Approach*, John Willey & Sons, Inc., New York.

Kasali, R. 2017. *Disruption*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kementerian PUPR. 2020, *Pedoman KSPN*, KemenPUPR, Jakarta

Mandey, M., Tambani, G.O., Pangemanan, J.F., Rarung, L.K., Rantung, S.V. 2022, Persepsi Masyarakat Terhadap Layanan Wisata Pantai Pall di Desa Marinsow Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara, *Akulturasi: jurnal ilmiah agrobisnis perikanan* 10(2): 12-19

Nyoman Sudiarta, I Wayan Suardana. 2015. *Usaha Pemasaran Pariwisata (Model Destinasi Pariwisata), Panduan Bagi Pemasar Destinasi Pariwisata*, Konsorsium Riset Pariwisata Universitas Udayana, Denpasar.

Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 3 Tahun 2018 tentang *Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik bidang Pariwisata*, Jakarta.

Primadany, S.R., Mardiyono, R. 2013. Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 1(4):135-143

Urama, Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata (Tourism Marketing)*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Waworuntu, S., Herlambang, S. 2019. Penataan Kawasan Wisata Pantai Pangumbahan dengan Konsep Ekowisata, *Jurnal Stupa* 1(2). DOI: 10.24912/stupa.v1i2.4600

<http://marinsow.desa.id/> (akses 3 Agustus 2022)

<https://profil.digitaldesa.id/marinsow-minutkab/berita/kunjungi-marinsow-sandiaga-uno-tegaskan-peran-desa-wisata-untuk-ekonomi-kreatif> (akses 16 Juli 2022)

<https://www.detik.com/tag/desa-wisata-marinsow> (akses 2 Juli 2022)

<https://www.traveloka.com/id-id/hotel/indonesia/oyo-91101-homestay-desa-wisata-marinsow-9000000986623> (akses 23 Juli 2022)