PEMANFAATAN *MARKET DATA* DAN MANAJEMEN OPERASIONAL SEDERHANA PADA *HOMESTAY* DESA WISATA DI KEPULAUAN RIAU

Yudha Wardani
Manajemen Divisi kamar, Politeknik Pariwisata Batam
yudha@btp.ac.id

Zahara Fatimah
Manajemen Divisi kamar, Politeknik Pariwisata Batam
zahara@btp.ac.id

Supardi
Manajemen Divisi kamar, Politeknik Pariwisata Batam
Supardi@btp.ac.id

Andri Wibowo
Manajemen Divisi kamar, Politeknik Pariwisata Batam
andri@btp.ac.id

ABSTRACT

Homestays are an important component of community-based tourism; however, their competitiveness depends not only on accommodation services but also on the ability of managers to understand market information and translate it into effective operational decisions. This study examines the utilization of market data and simple operational management practices among homestays in tourism villages in Batam, Bintan, and Lingga, Riau Islands. It applies a qualitative descriptive-exploratory approach, drawing on preliminary field observations, interactions related to homestay digitalization, and relevant secondary literature. The preliminary observation conducted during a homestay digitalization seminar in Batam in August 2026 indicated that nearly 90% of the homestays observed were not connected to digital channels such as Google Maps and online travel agents (OTAs). This condition highlights a potential gap in digital visibility and access to market information. The analysis further identifies the importance of recording guest profiles, booking patterns, length of stay, competitor prices, and customer reviews, alongside basic operational records covering reservations, room availability, cleanliness, maintenance, guest services, and financial administration. The study emphasizes that market information becomes valuable when it is translated into operational decisions, including room preparation, service scheduling, pricing, and service improvement. It proposes a practical management framework that integrates digital marketing channels, market information records, reservation logbooks, operational checklists, and service evaluation. This framework provides an initial basis for strengthening homestay management and developing a more integrated market intelligence and operational management model.

Keywords: Market Data, Homestay Management, Operational Management, Digitalization, Tourism Villages.

PENDAHULUAN

Homestay merupakan bentuk akomodasi berbasis masyarakat yang menghubungkan pengalaman wisatawan dengan kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat setempat. Keberadaannya di desa wisata tidak hanya menyediakan tempat menginap, tetapi juga membuka ruang bagi wisatawan untuk mengenal tradisi, kuliner, aktivitas keseharian, serta produk lokal. Dalam kerangka pariwisata berbasis masyarakat, manfaat homestay bergantung pada keterlibatan warga dalam pengelolaan dan distribusi manfaat ekonomi. Tinjauan sistematis Janjua et al. (2021) terhadap 94 penelitian homestay perdesaan menunjukkan bahwa kajian homestay berkaitan dengan dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan keberlanjutan. Namun, kontribusi tersebut tidak berlangsung otomatis. Pengelola perlu memiliki kapasitas untuk memahami pasar, menjaga mutu layanan, dan mengelola sumber daya akomodasi secara konsisten.

Pada tingkat usaha, homestay skala kecil sering beroperasi dengan sumber daya manusia, modal, dan sistem administrasi yang terbatas. Tantangan pengelolaan dapat muncul dalam pencatatan reservasi, pemantauan ketersediaan kamar, koordinasi kesiapan kamar, konsistensi kebersihan, penanganan keluhan, serta dokumentasi pemasukan. Persoalan tersebut tidak selalu bersumber dari ketiadaan perangkat digital, tetapi dapat pula berkaitan dengan belum terbentuknya rutinitas pencatatan dan penggunaan informasi untuk mengambil keputusan. Studi pengelolaan homestay berbasis masyarakat di Tete Batu, Lombok, menekankan pentingnya penguatan kelembagaan, kualitas sumber daya

manusia, paket wisata terpadu, dan optimalisasi promosi digital dalam strategi pengembangan homestay (Sugandi et al., 2020). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa pengelolaan homestay perlu dipahami sebagai rangkaian aktivitas bisnis yang saling berkaitan, bukan hanya kegiatan menyediakan kamar.

Permasalahan operasional menjadi semakin penting ketika pengelola tidak memiliki informasi pasar yang memadai. Informasi mengenai profil tamu, tujuan perjalanan, pola permintaan, periode kunjungan, harga akomodasi pesaing, kanal pemesanan, serta ulasan wisatawan dapat membantu pengelola mengenali segmen pasar dan menilai posisi produknya. Nessel et al. (2021) menunjukkan bahwa penilaian konsumen pada platform akomodasi daring dapat digunakan untuk mengidentifikasi kelompok wisatawan berdasarkan preferensi terhadap harga dan atribut akomodasi lainnya. Artinya, ulasan dan data pemesanan bukan sekadar materi promosi, melainkan sumber informasi yang dapat digunakan untuk memahami ekspektasi pasar. Afifah dan Dewi (2022), dalam penelitian terhadap 104 pemilik homestay di Sumatera Barat, juga menemukan bahwa orientasi pasar dan orientasi teknologi belum diterapkan secara jelas oleh sebagian pemilik homestay, padahal keduanya dibutuhkan untuk mendukung kinerja usaha.

Informasi pasar baru memiliki nilai manajerial apabila diterjemahkan ke dalam keputusan operasional. Perkiraan permintaan, misalnya, perlu dihubungkan dengan jumlah kamar yang dapat dijual, jadwal pembersihan, kesiapan linen, ketersediaan tenaga pelayanan, serta kebutuhan perlengkapan. Sebaliknya, catatan reservasi, tingkat keterisian, pendapatan, keluhan, dan ulasan setelah menginap dapat menjadi umpan balik untuk mengevaluasi harga, promosi, dan kualitas layanan.

Peco-Torres et al. (2021) menemukan bahwa penerapan revenue management dan customer relationship management secara simultan melalui media daring berhubungan positif dengan kinerja perusahaan perhotelan. Meskipun konteks penelitian tersebut adalah hotel jaringan, gagasan dasarnya relevan untuk dikaji secara kontekstual pada homestay. Keputusan pemasaran sebaiknya mempertimbangkan kapasitas pelayanan, sedangkan evaluasi operasional perlu membaca respons pasar. Pengelolaan profesional tidak selalu mensyaratkan investasi pada perangkat lunak yang mahal atau sistem manajemen hotel yang kompleks. Pada tahap awal, pengelola dapat membangun disiplin administrasi melalui buku reservasi, kalender okupansi, daftar periksa kesiapan kamar, catatan keluhan, dan rekap pemasukan. Spreadsheet sederhana dapat digunakan ketika pengelola telah memiliki perangkat dan keterampilan yang memadai. Teknologi dalam konteks ini berfungsi sebagai alat bantu untuk meningkatkan keteraturan, keterlacakan, dan akses terhadap informasi, bukan sebagai tujuan akhir. Samad et al. (2024), melalui wawancara terhadap 35 operator homestay berbasis masyarakat di Malaysia, menemukan variasi perilaku penggunaan teknologi dan menyoroti pentingnya konektivitas, akses sumber daya digital, serta peningkatan literasi digital. Temuan tersebut menguatkan perlunya pendekatan yang sesuai dengan kapasitas masing-masing pengelola.

Sejumlah penelitian telah membahas homestay dari perspektif keberlanjutan, orientasi pasar, pengelolaan berbasis masyarakat, dan adopsi teknologi. Janjua et al. (2021) memetakan perkembangan kajian homestay dan keberlanjutan, Afifah dan Dewi (2022) mengkaji orientasi pasar serta teknologi pada bisnis homestay, sementara Samad et al. (2024) mengeksplorasi faktor yang memengaruhi adopsi teknologi oleh operator homestay berbasis masyarakat. Kajian lain mengenai bisnis akomodasi juga menunjukkan pentingnya orientasi pasar dan pembelajaran organisasi bagi pertumbuhan usaha perhotelan skala kecil (Kasim et al., 2018), serta praktik bisnis berbasis data dalam ekosistem hospitality (Troisi et al. (2023)), namun masih diperlukan pemahaman kontekstual mengenai bagaimana pengelola homestay skala kecil mengumpulkan dan menafsirkan informasi pasar, lalu menghubungkannya dengan rutinitas operasional sehari-hari ketika sumber daya dan kemampuan digital terbatas.

Berdasarkan ruang tersebut, penelitian ini berfokus pada pemanfaatan data pasar dan manajemen operasional sederhana sebagai dua praktik yang saling berhubungan dalam pengelolaan homestay di desa wisata. Kebaruan yang ditawarkan bukan klaim bahwa kedua aspek belum pernah diteliti, melainkan penekanan pada proses penerjemahan informasi pasar menjadi keputusan operasional yang realistis dalam konteks usaha akomodasi yang dikelola oleh Masyarakat Desa dan Homestay Skala kecil. Untuk itu Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana pengelola memperoleh dan menggunakan informasi pasar yang relevan dengan tekonologi, bagaimana praktik operasional sederhana dapat diterapkan, serta faktor yang mendukung atau menghambat keterkaitan keduanya. Fokus tersebut diharapkan memberikan kontribusi praktis berupa pemahaman mengenai pengelolaan homestay berbasis informasi dan teknologi tanpa mengasumsikan bahwa digitalisasi tingkat lanjut merupakan prasyarat profesionalisme dalam pengelolaan sebuah akomodasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif eksploratif. Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kondisi pemanfaatan data pasar serta penerapan manajemen operasional pada usaha homestay di desa wisata. Fokus penelitian diarahkan pada pemahaman mengenai akses pengelola terhadap informasi pasar, penggunaan informasi dalam pengambilan keputusan usaha, praktik pengelolaan operasional, serta kebutuhan pengembangan sistem

pengelolaan homestay yang lebih terintegrasi. Penelitian mencakup konteks desa wisata di wilayah Batam, Bintan, dan Lingga, Kepulauan Riau. Hasil kajian diharapkan dapat memberikan gambaran awal mengenai permasalahan dan kebutuhan pengelolaan homestay sebagai dasar pengembangan penelitian lanjutan.

Lokasi dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada usaha homestay yang berada dalam lingkungan desa wisata di wilayah Batam, Bintan, dan Lingga, Kepulauan Riau. Pemilihan wilayah tersebut didasarkan pada relevansinya dengan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dan keberadaan usaha akomodasi yang menjadi bagian dari aktivitas pariwisata lokal. Ketiga wilayah tersebut digunakan sebagai konteks kajian untuk memahami permasalahan pengelolaan homestay dalam lingkungan destinasi yang memiliki karakteristik pengembangan pariwisata masing-masing. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada dua aspek utama, yaitu pemanfaatan data pasar dan manajemen operasional homestay. Pemanfaatan data pasar mencakup sumber informasi wisatawan, karakteristik permintaan, penggunaan media digital, informasi harga, serta ulasan pelanggan. Sementara itu, manajemen operasional mencakup pengelolaan reservasi, kesiapan kamar, kebersihan, pelayanan tamu, pemeliharaan fasilitas, dan pencatatan administrasi usaha. Pembatasan ini dilakukan agar analisis dapat menjelaskan hubungan antara kemampuan pengelola memahami pasar dan kemampuan menjalankan kegiatan operasional.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui kegiatan pengamatan terhadap kondisi pengelolaan homestay dan aktivitas pengembangan desa wisata di wilayah Batam, Bintan, dan Lingga, Kepulauan Riau. Pengamatan difokuskan pada aspek pemanfaatan informasi pasar, keterhubungan homestay dengan saluran pemasaran digital, serta praktik pengelolaan operasional usaha akomodasi. Informasi yang diperoleh dari kegiatan tersebut digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan dan kecenderungan pengelolaan homestay, khususnya berkaitan dengan pemanfaatan teknologi dan kemampuan pengelola dalam menjalankan aktivitas usaha.

Data sekunder diperoleh melalui publikasi jurnal ilmiah, dokumen pemerintah, laporan pengembangan pariwisata, serta informasi daring yang relevan dengan pengelolaan homestay dan pengembangan desa wisata. Data tersebut digunakan untuk memperkuat interpretasi terhadap kondisi yang diamati peneliti, membandingkan permasalahan dengan hasil penelitian terdahulu, serta memberikan landasan konseptual mengenai hubungan antara pemanfaatan data pasar dan manajemen operasional.

Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data primer dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap kondisi dan aktivitas pengelolaan homestay dalam konteks pengembangan desa wisata. Pengamatan diarahkan pada keterhubungan usaha dengan media digital, cara pengelola memperoleh informasi mengenai wisatawan, serta aspek-aspek dasar pengelolaan operasional. Selain itu, informasi yang diperoleh melalui kegiatan seminar dan interaksi peneliti dengan pelaku pengembangan homestay digunakan sebagai informasi pendukung untuk memahami permasalahan digitalisasi dan pengelolaan usaha.

Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi dokumentasi dan penelusuran literatur. Sumber yang digunakan meliputi artikel jurnal, publikasi pemerintah, dokumen pengembangan desa wisata, serta informasi resmi yang tersedia secara daring. Literatur dipilih berdasarkan relevansinya dengan topik market intelligence, digitalisasi pariwisata, manajemen operasional homestay, dan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Analisis data dan keabsahan

Data dianalisis secara tematik melalui proses pengorganisasian data, pembacaan berulang, pemberian kode, pengelompokan kode ke dalam kategori, pengembangan tema, dan penafsiran hubungan antartema. Analisis difokuskan pada lima kategori, yaitu :

1. Sumber dan bentuk informasi pasar
2. Pemanfaatan informasi dalam keputusan pemasaran
3. Praktik manajemen operasional
4. Keterhubungan informasi pasar dengan keputusan operasional
5. Faktor pendukung dan penghambat.

Kategori tersebut digunakan sebagai kerangka awal dan tetap terbuka terhadap tema lain yang muncul dari data. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi teknik dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta triangulasi sumber dengan membandingkan keterangan dari kelompok informan yang berbeda. Proses analisis dilakukan secara iteratif sehingga interpretasi dibangun berdasarkan kesesuaian pola antarsumber data.

Operasionalisasi fokus penelitian dilakukan dengan membedakan tiga lapisan informasi. Lapisan pertama adalah informasi pasar eksternal, yaitu informasi yang berasal dari calon tamu, tamu aktual, pesaing, platform pemesanan, media sosial, dan jejaring desa wisata. Lapisan kedua adalah informasi internal, yaitu data yang dihasilkan dari kegiatan usaha seperti jumlah reservasi, kamar terjual, lama menginap, pembatalan, pemasukan, keluhan, serta kebutuhan tenaga dan perlengkapan. Lapisan ketiga adalah keputusan manajerial yang menghubungkan kedua jenis informasi tersebut, misalnya keputusan mengenai harga, promosi, kapasitas yang ditawarkan, prioritas perbaikan kamar, dan penjadwalan pelayanan. Pembedaan ini membantu peneliti

menghindari penyamaan antara keberadaan data dengan pemanfaatan data. Sebuah homestay dapat memiliki akun media sosial atau menerima pemesanan melalui platform digital, tetapi belum tentu menggunakan informasi yang diperoleh untuk mengevaluasi keputusan bisnis.

Panduan wawancara perlu diarahkan pada contoh kejadian yang spesifik, bukan hanya pertanyaan mengenai persepsi umum. Peneliti dapat meminta informan menceritakan keputusan terakhir ketika permintaan meningkat, ketika terjadi pembatalan, ketika ulasan tamu menyampaikan keluhan, atau ketika harga pesaing berubah. Untuk setiap kejadian, peneliti menggali informasi apa yang diketahui pengelola, dari mana informasi diperoleh, siapa yang menafsirkan, keputusan apa yang dibuat, bagaimana keputusan dijalankan, dan apakah hasilnya dievaluasi. Pendekatan berbasis kejadian tersebut membantu menghasilkan uraian proses yang lebih kuat serta mengurangi jawaban normatif seperti "kami selalu menjaga kualitas" atau "kami mengikuti kebutuhan tamu". Observasi dan dokumen kemudian digunakan untuk memeriksa kesesuaian antara narasi informan dan praktik aktual.

Penggunaan istilah Market data dalam penelitian ini tidak dibatasi pada data statistik berskala besar. Pada usaha homestay, informasi yang bernilai dapat berupa catatan sederhana tentang asal tamu, tujuan perjalanan, waktu pemesanan, lama tinggal, pertanyaan yang sering diajukan, kisaran harga yang dipilih, sumber informasi, serta komentar setelah menginap. Informasi tersebut dapat bersifat kuantitatif sederhana maupun kualitatif. Nilai manajerialnya ditentukan oleh relevansi terhadap keputusan, keteraturan pengumpulan, dan kemampuan pengelola menafsirkan pola. Karena itu, penelitian perlu membedakan antara data yang tercatat secara rutin, informasi yang hanya diingat oleh pemilik, dan informasi yang diperoleh secara insidental.

Untuk manajemen operasional sederhana tidak dimaknai sebagai pengurangan standar pelayanan. Istilah sederhana merujuk pada kesesuaian prosedur dengan skala usaha, kemampuan tenaga kerja, dan sumber daya yang tersedia. Standar minimum dapat mencakup satu sumber pencatatan reservasi yang diperbarui, status kamar yang mudah dibaca, pemeriksaan kebersihan sebelum kamar dijual, mekanisme penyampaian keluhan, dan rekap pemasukan yang dilakukan secara berkala. Prosedur tersebut sebaiknya memiliki penanggung jawab, waktu pelaksanaan, serta bukti pencatatan. Tanpa unsur tersebut, SOP berisiko hanya menjadi dokumen formal yang tidak memengaruhi perilaku kerja. Untuk menjaga ketajaman analisis, peneliti juga perlu mengidentifikasi kondisi ketika data tidak digunakan. Tidak digunakannya data dapat terjadi karena pengelola tidak mengetahui sumber informasi, tidak memahami indikator, tidak memiliki waktu untuk mencatat, menganggap jumlah transaksi terlalu kecil untuk dianalisis, atau tidak melihat hubungan antara catatan dengan keputusan. Hambatan tersebut memiliki implikasi berbeda. Keterbatasan pengetahuan memerlukan pendampingan, keterbatasan waktu memerlukan penyederhanaan prosedur, sedangkan ketiadaan koordinasi memerlukan pembagian tanggung jawab. Dengan demikian, rekomendasi dari penelitian dapat disesuaikan dengan penyebab yang ditemukan, bukan menawarkan digitalisasi sebagai solusi tunggal.

Secara analitis, integrasi dapat ditelaah melalui empat pertanyaan.

1. Apakah informasi pasar tersedia dan dapat diakses oleh pengelola?
2. Apakah informasi tersebut dipahami dan dipakai untuk menentukan tindakan?
3. Apakah keputusan pemasaran mempertimbangkan kapasitas dan standar operasional?
4. Apakah hasil pelayanan didokumentasikan dan digunakan sebagai umpan balik bagi keputusan berikutnya?

Keempat pertanyaan ini dapat membantu mengklasifikasikan pola pengelolaan menjadi terpisah, parsial, atau saling terhubung. Klasifikasi tersebut tidak dimaksudkan sebagai skor kinerja, melainkan alat interpretasi untuk menjelaskan variasi praktik pada konteks penelitian.

PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian ini berfokus pada kondisi pemanfaatan informasi pasar dan penerapan manajemen operasional pada homestay di desa wisata. Kedua aspek tersebut menjadi perhatian karena pengelolaan homestay tidak hanya berkaitan dengan penyediaan kamar bagi wisatawan, tetapi juga mencakup kemampuan pengelola dalam memahami permintaan pasar, mengatur kegiatan pelayanan, dan menjaga keberlanjutan usaha. Berdasarkan pengamatan awal peneliti mengenai digitalisasi homestay serta kajian terhadap kondisi pengembangan desa wisata di Kepulauan Riau, terdapat beberapa persoalan yang perlu dianalisis lebih lanjut. Persoalan tersebut meliputi keterhubungan homestay dengan pasar digital, pemanfaatan informasi untuk pengambilan keputusan, pengelolaan kegiatan operasional, hubungan antara informasi pasar dan pelayanan, serta kebutuhan penguatan kapasitas pengelola.

Keterhubungan Homestay dengan Saluran Informasi dan Pemasaran Digital

Hasil pengamatan awal peneliti dalam kegiatan seminar digitalisasi homestay yang dilakukan oleh pemerintah provinsi Kepulauan Riau di Batam pada bulan Agustus 2026, menunjukkan bahwa hampir 90% homestay yang menjadi perhatian dalam kegiatan tersebut belum terhubung dengan jaringan digital seperti Google Maps dan Online Travel Agent (OTA). Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan dalam pemanfaatan saluran digital untuk memperkenalkan produk akomodasi kepada calon wisatawan. Keterhubungan dengan platform digital menjadi penting karena wisatawan saat ini dapat

menggunakan informasi lokasi, foto fasilitas, ulasan pelanggan, dan ketersediaan akomodasi sebagai pertimbangan sebelum melakukan pemesanan. Ketika homestay belum terdaftar pada saluran tersebut, calon wisatawan berpotensi mengalami kesulitan menemukan informasi mengenai keberadaan dan layanan yang ditawarkan.

Untuk memahami persoalan tersebut, keterhubungan digital perlu dilihat berdasarkan fungsi masing-masing saluran. Google Maps dapat membantu wisatawan menemukan lokasi dan memperoleh informasi dasar mengenai homestay. OTA dapat digunakan untuk menampilkan produk akomodasi dan menerima pemesanan, sedangkan media sosial berfungsi sebagai sarana promosi dan komunikasi. WhatsApp dapat mendukung komunikasi langsung dengan calon tamu, tetapi belum tentu menyediakan sistem pencatatan pemesanan yang terstruktur. Identifikasi fungsi dan permasalahan setiap saluran digital disajikan pada Tabel dibawah ini.

Tabel 1. Kondisi dan Fungsi Saluran Digital dalam Pemasaran Homestay

No.	Aspek Operasional	Aktivitas Yang Dikelola	Instrumen Pengelolaan Yang Dibutuhkan	Risiko Jika Tidak Terdokumentasi
1	Reservasi	Penerimaan dan pencatatan pemesanan	Reservation Logbook	Kesalahan jadwal dan informasi pemesanan
2	Ketersediaan kamar	Pemantauan kamar yang tersedia dan terisi	Room Availability Record	Ketidaksesuaian informasi kamar
3	Kebersihan kamar	Pembersihan dan pemeriksaan kamar	Room Cleaning Checklist	Ketidakkonsistenan kebersihan
4	Pemeliharaan fasilitas	Pemeriksaan kondisi fasilitas dan perlengkapan	Maintenance Checklist	Kerusakan fasilitas tidak terpantau
5	Pelayanan tamu	Penerimaan, pemberian informasi, dan penanganan keluhan	Guest Feedback Form	Masukan pelanggan tidak terdokumentasi
6	Administrasi keuangan	Pencatatan pendapatan dan pengeluaran	Financial Logbook	Kesulitan mengevaluasi kinerja usaha

Sumber : Sumber: Sintesis peneliti berdasarkan fungsi saluran digital dan permasalahan awal digitalisasi homestay, 2026

Berdasarkan dataa pada Tabel 1, keterhubungan digital tidak hanya berkaitan dengan keberadaan akun media sosial, tetapi juga kemampuan pengelola dalam menyediakan informasi akomodasi yang dapat ditemukan dan digunakan oleh calon wisatawan. Kondisinya saat ini hampir 90% homestay belum terhubung dengan Google Maps dan OTA dalam kelompok pengamatan awal memperlihatkan perlunya perhatian terhadap aksesibilitas informasi digital. Hal ini juga sejalan dengan Marlinda et al. (2023) yang membahas kebutuhan penguatan profesionalisme pengelolaan dan kapasitas sumber daya manusia dalam pengembangan desa wisata berbasis masyarakat di Desa Busung, Bintan. Dengan demikian, digitalisasi homestay perlu dipahami sebagai bagian dari penguatan kemampuan pemasaran sekaligus pengelolaan informasi usaha.

Pemanfaatan Informasi Pasar dalam Pengambilan Keputusan Usaha

Informasi pasar memiliki peran penting dalam membantu pengelola memahami karakteristik wisatawan dan menentukan strategi pengembangan usaha. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui komunikasi langsung dengan tamu, catatan reservasi, platform pemesanan, media sosial, serta ulasan pelanggan. Akan tetapi, ketersediaan informasi belum tentu diikuti dengan kemampuan mengolahnya menjadi dasar pengambilan keputusan. Pengelola membutuhkan pencatatan yang dapat membantu mengidentifikasi asal wisatawan, jumlah pemesanan, lama menginap, periode kunjungan, serta kebutuhan fasilitas. Tanpa pencatatan yang teratur, informasi tersebut berpotensi hanya menjadi pengalaman individual dan belum dimanfaatkan secara optimal untuk mengevaluasi usaha. Pada konteks pengelolaan homestay di desa wisata, informasi mengenai karakteristik wisatawan, tingkat pemesanan, harga akomodasi sejenis, dan ulasan pelanggan merupakan sumber informasi yang penting bagi pengelola. Namun, keterhubungan homestay dengan saluran digital yang masih terbatas berpotensi menyebabkan pengelola belum memiliki akses yang memadai terhadap informasi tersebut. Akibatnya, keputusan usaha berisiko lebih banyak didasarkan pada pengalaman dan perkiraan pribadi dibandingkan dengan informasi pasar yang terdokumentasi.

Salah satu aspek keputusan usaha yang berkaitan dengan informasi pasar adalah penentuan harga kamar. Pengelola perlu mempertimbangkan fasilitas yang tersedia, biaya operasional, karakteristik wisatawan, dan harga akomodasi sejenis. Selain itu, informasi mengenai ulasan pelanggan dapat digunakan untuk mengetahui kebutuhan perbaikan layanan. Penelitian Braham et al. (2025) mengenai pelatihan manajemen bisnis bagi pengelola homestay di Bintan membahas kebutuhan peningkatan kemampuan dalam pencatatan keuangan, penetapan harga, komunikasi dengan tamu, dan penanganan keluhan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa kemampuan manajerial menjadi bagian penting dalam pemanfaatan informasi untuk keputusan usaha. Untuk memperjelas jenis informasi yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, penelitian ini mengidentifikasi beberapa indikator yang relevan sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Jenis Informasi Pasar dan Pemanfaatannya dalam Pengelolaan Homestay

No.	Jenis Informasi	Sumber Informasi	Indikator Data	Keputusan yang Didukung
1	Profil wisatawan	Formulir tamu dan komunikasi langsung	Asal, tujuan perjalanan, jumlah tamu	Penentuan segmen pasar
2	Data pemesanan	Logbook dan platform reservasi	Jumlah pemesanan dan tanggal menginap	Perencanaan kapasitas kamar
3	Lama menginap	Catatan reservasi	Jumlah malam menginap	Penentuan paket dan layanan
4	Harga pesaing	Google Maps dan OTA	Tarif kamar dan fasilitas	Evaluasi penentuan harga
5	Ulasan pelanggan	OTA dan media sosial	Penilaian dan komentar tamu	Perbaikan kualitas pelayanan
6	Preferensi wisatawan	Interaksi dengan tamu	Fasilitas dan aktivitas yang diminati	Pengembangan produk dan layanan

Sumber: Sintesis peneliti berdasarkan kebutuhan informasi pasar dalam pengelolaan homestay, 2026

Tabel 2 menunjukkan bahwa informasi pasar dapat digunakan dalam berbagai keputusan pengelolaan, mulai dari penentuan segmen pasar hingga evaluasi pelayanan. Data mengenai asal wisatawan dapat membantu pengelola memahami karakteristik pelanggan, sedangkan informasi mengenai pemesanan dapat digunakan untuk memperkirakan kebutuhan kamar. Informasi harga pesaing dan ulasan pelanggan juga memiliki fungsi strategis dalam menentukan posisi usaha dan prioritas perbaikan layanan. Dengan demikian, pemanfaatan informasi pasar membutuhkan proses pencatatan, pengelompokan, dan evaluasi secara berkala agar informasi yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Kondisi Penerapan Manajemen Operasional Homestay

Manajemen operasional merupakan bagian penting dalam memastikan homestay mampu menyediakan pelayanan sesuai kebutuhan wisatawan. Kegiatan operasional mencakup penerimaan reservasi, pengaturan ketersediaan kamar, kebersihan, pemeliharaan fasilitas, pelayanan tamu, serta pengelolaan keuangan. Pada usaha homestay berbasis masyarakat, beberapa aktivitas tersebut berpotensi dijalankan langsung oleh pemilik atau anggota keluarga. Pola pengelolaan demikian memberikan fleksibilitas, tetapi juga membutuhkan pembagian pekerjaan dan prosedur yang jelas agar pelayanan dapat berjalan secara konsisten. Homestay di desa wisata umumnya memiliki karakteristik pengelolaan yang berbeda dengan hotel, terutama dalam skala usaha dan keterlibatan pemilik dalam kegiatan operasional sehari-hari. Kondisi ini membuat aktivitas seperti pencatatan reservasi, pengaturan ketersediaan kamar, pemeriksaan kebersihan, pemeliharaan fasilitas, dan pencatatan keuangan membutuhkan sistem pengelolaan yang sederhana serta mudah diterapkan. Oleh karena itu, standardisasi pencatatan dan prosedur operasional menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha homestay.

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah pengelolaan reservasi. Pemesanan yang berasal dari berbagai saluran komunikasi membutuhkan pencatatan agar informasi mengenai tanggal kedatangan, jumlah tamu, dan ketersediaan kamar dapat dikendalikan. Selain itu, kesiapan kamar dan kebersihan fasilitas perlu didukung oleh pemeriksaan secara berkala. Tanpa prosedur sederhana, pengelola berpotensi mengalami kesulitan dalam memastikan seluruh fasilitas siap digunakan. Aspek administrasi keuangan juga perlu diperhatikan karena pencatatan pendapatan dan pengeluaran dapat membantu pengelola memahami biaya operasional dan kondisi usaha. Pramanik et al. (2022) dalam penelitian mengenai partisipasi pemilik terhadap keberlanjutan homestay membahas pentingnya perhatian terhadap kebersihan, kualitas pengelolaan, dan pemanfaatan potensi lokal. Sementara itu, Braham et al. (2025) menyoroti kebutuhan peningkatan kapasitas manajemen bisnis bagi pengelola homestay di Bintan. Kedua kajian tersebut memberikan dasar bahwa pengelolaan homestay tidak hanya membutuhkan kemampuan memberikan pelayanan, tetapi juga keterampilan administrasi dan pengendalian operasional. Identifikasi aspek operasional dan instrumen pengelolaan yang dapat digunakan disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 3. Identifikasi Aspek Manajemen Operasional Homestay

No.	Aspek Operasional	Aktivitas Pengelolaan	Indikator Pengendalian	Instrumen yang Dapat Digunakan
1	Reservasi	Penerimaan dan pencatatan pemesanan	Tanggal, jumlah tamu, lama menginap	Reservation Logbook
2	Ketersediaan kamar	Pemantauan kamar terisi dan tersedia	Status kamar	Room Availability Record
3	Kebersihan kamar	Pembersihan dan pemeriksaan fasilitas	Kondisi kamar dan kamar mandi	Room Cleaning Checklist
4	Pemeliharaan fasilitas	Pemeriksaan dan perbaikan fasilitas	Kondisi perlengkapan dan fasilitas	Maintenance Checklist
5	Pelayanan tamu	Penerimaan tamu dan penanganan keluhan	Respons dan penyelesaian keluhan	Guest Feedback Form
6	Administrasi keuangan	Pencatatan pendapatan dan pengeluaran	Pemasukan dan biaya operasional	Financial Logbook

Sumber : Sintesis peneliti berdasarkan fungsi dasar manajemen operasional akomodasi, 2026

Berdasarkan Tabel 3, pengelolaan operasional homestay membutuhkan sistem pencatatan sederhana yang mencakup kegiatan sebelum, selama, dan setelah tamu menginap. Reservation logbook dan room availability record membantu mengendalikan

informasi pemesanan, sedangkan checklist kebersihan dan pemeliharaan dapat menjaga kesiapan fasilitas. Pencatatan keuangan juga diperlukan untuk mendukung evaluasi usaha. Instrumen tersebut tidak dimaksudkan untuk menerapkan standar operasional hotel berbintang, melainkan memberikan mekanisme pengendalian yang sesuai dengan skala usaha homestay.

Keterkaitan Data Pasar dengan Kegiatan Operasional

Pemanfaatan data pasar akan memberikan manfaat lebih besar apabila informasi yang diperoleh dapat diterjemahkan menjadi keputusan operasional. Informasi mengenai jumlah pemesanan, periode kunjungan, karakteristik wisatawan, dan kebutuhan fasilitas dapat digunakan untuk menentukan persiapan kamar dan pengaturan pelayanan. Sebaliknya, pelaksanaan operasional menghasilkan informasi baru melalui pengalaman tamu, keluhan, ulasan, serta kondisi fasilitas. Hubungan tersebut membentuk proses yang memungkinkan pengelola menggunakan informasi pasar untuk merencanakan pelayanan dan menggunakan hasil pelayanan sebagai bahan evaluasi. Keterbatasan pemanfaatan informasi pasar dapat berdampak pada kemampuan pengelola dalam menyesuaikan kegiatan operasional dengan kebutuhan wisatawan. Sebagai contoh, informasi mengenai periode kunjungan dan pola pemesanan dapat digunakan untuk memperkirakan kebutuhan kamar, persiapan kebersihan, serta kesiapan fasilitas sebelum kedatangan tamu. Apabila informasi tersebut tidak dicatat dan dianalisis secara sederhana, pengelola akan mengalami kesulitan dalam menghubungkan perubahan permintaan wisatawan dengan perencanaan operasional homestay.

Konteks pengembangan homestay berbasis masyarakat di Desa Wisata Tete Batu, Lombok, yang dibahas Sugandi et al. (2020), menunjukkan pentingnya pengelolaan produk, promosi daring, sistem digital, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Sementara itu, penelitian mengenai smart tourism di Kampung Tua Bakau Serip, Batam, oleh Silitonga et al. (2026) memberikan konteks mengenai peran teknologi dalam pengembangan daya saing destinasi dan peningkatan kualitas pelayanan wisata. Kedua kajian tersebut memperlihatkan bahwa pengembangan pariwisata membutuhkan keterhubungan antara aktivitas pemasaran, pemanfaatan teknologi, dan kemampuan pengelolaan pelayanan. Hubungan antara informasi pasar dan operasional dapat diidentifikasi melalui beberapa bentuk keputusan. Informasi peningkatan pemesanan dapat digunakan untuk mempersiapkan kamar, informasi mengenai karakteristik wisatawan dapat menjadi pertimbangan dalam penyediaan fasilitas, sedangkan ulasan pelanggan dapat digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan pelayanan. Hubungan tersebut perlu dibangun melalui pencatatan yang teratur agar informasi tidak hanya digunakan secara sesaat. Bentuk integrasi informasi pasar dengan keputusan operasional disajikan pada Tabel berikut dibawah ini.

Tabel 4. Hubungan Data Pasar dengan Keputusan Operasional Homestay

No.	Informasi Pasar	Analisis Pengelola	Keputusan Operasional	Indikator Evaluasi
1	Jumlah pemesanan	Perkiraan kebutuhan kamar	Persiapan kamar dan perlengkapan	Jumlah kamar terisi
2	Periode kunjungan	Identifikasi pola permintaan	Pengaturan jadwal pelayanan	Pemesanan berdasarkan periode
3	Karakteristik wisatawan	Identifikasi kebutuhan tamu	Penyesuaian fasilitas	Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan
4	Harga pesaing	Perbandingan posisi harga	Evaluasi tarif kamar	Perbandingan tarif akomodasi
5	Ulasan pelanggan	Identifikasi kelemahan pelayanan	Perbaikan prosedur pelayanan	Kategori dan tanggapan ulasan
6	Lama menginap	Perkiraan kebutuhan pelayanan	Pengaturan perlengkapan dan kebersihan	Rata-rata lama menginap

Sumber: Sintesis peneliti berdasarkan hubungan konseptual informasi pasar dan manajemen operasional homestay, 2026

Pada tabel 4 diatas memperlihatkan bahwa informasi pasar dapat diterjemahkan menjadi keputusan yang bersifat operasional. Dengan demikian, keberadaan informasi tidak cukup hanya diukur berdasarkan banyaknya data yang diperoleh, tetapi juga berdasarkan pemanfaatannya dalam aktivitas usaha. Integrasi tersebut dapat membantu pengelola menghubungkan pemasaran dengan kesiapan kamar, pengelolaan fasilitas, pelayanan tamu, dan evaluasi kualitas. Pola pengelolaan ini menjadi dasar untuk mengembangkan sistem informasi sederhana yang dapat digunakan secara praktis oleh pengelola homestay.

Kebutuhan Penguatan Kapasitas dan Sistem Pengelolaan Homestay

Identifikasi terhadap keterhubungan digital, pemanfaatan informasi pasar, dan manajemen operasional menunjukkan bahwa penguatan pengelolaan homestay membutuhkan pendekatan yang terintegrasi. Pengelola tidak hanya membutuhkan keterampilan mempromosikan akomodasi, tetapi juga kemampuan mengelola informasi yang diperoleh melalui aktivitas pemasaran. Kemampuan tersebut mencakup pencatatan profil tamu, pemantauan pemesanan, pengamatan harga pesaing, dan evaluasi ulasan pelanggan. Pada aspek operasional, penguatan kapasitas diarahkan pada pengelolaan reservasi, kesiapan kamar, kebersihan, pelayanan, dan administrasi keuangan. Kondisi keterhubungan digital, keterbatasan informasi pasar, dan kebutuhan pencatatan operasional menunjukkan bahwa pengembangan homestay di desa wisata tidak cukup hanya melalui pelatihan promosi digital. Pengelola juga membutuhkan kemampuan untuk

membaca informasi pasar, mengelola reservasi, memantau kesiapan kamar, serta mengevaluasi pelayanan kepada tamu. Dengan demikian, diperlukan pendekatan penguatan kapasitas yang mengintegrasikan pemanfaatan teknologi sederhana dengan praktik manajemen operasional yang sesuai dengan karakteristik usaha homestay.

Penelitian Usman Siam et al. (2023) mengenai pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Pengudang, Bintan, membahas kebutuhan peningkatan fasilitas, penguatan kelembagaan, pelatihan manajemen pariwisata, dan promosi. Temuan tersebut relevan karena pengembangan homestay tidak dapat dipisahkan dari dukungan kelembagaan desa wisata. Pengelola memerlukan pendampingan dan akses informasi agar dapat meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas perlu dilakukan melalui pendekatan praktis yang sesuai dengan kondisi dan sumber daya pengelola. Berdasarkan kebutuhan tersebut, pengembangan instrumen pengelolaan sederhana dapat menjadi langkah awal untuk menghubungkan informasi pasar dengan aktivitas operasional. Instrumen tersebut dapat mencakup logbook reservasi, pencatatan profil tamu, pemantauan harga pesaing, checklist operasional, dan pencatatan keuangan. Selanjutnya, instrumen tersebut dapat dikembangkan menjadi dashboard yang membantu pengelola memahami kondisi usaha. Rangkuman permasalahan dan arah pengembangan disajikan pada Tabel berikut ini.

Tabel 5. Sintesis Permasalahan dan Arah Pengembangan Sistem Pengelolaan Homestay

No.	Aspek	Permasalahan yang Menjadi Perhatian	Kebutuhan Pengembangan	Potensi Luaran
1	Digitalisasi pemasaran	Keterhubungan homestay dengan platform digital perlu diperkuat	Integrasi informasi Google Maps, OTA, dan media sosial	Profil digital homestay
2	Informasi pasar	Informasi wisatawan belum tentu tercatat dan dianalisis	Sistem pencatatan dan analisis data pasar	Database informasi pasar
3	Reservasi	Informasi pemesanan membutuhkan dokumentasi terpusat	Logbook reservasi digital	Sistem reservasi sederhana
4	Operasional kamar	Kegiatan pemeriksaan kamar membutuhkan prosedur konsisten	Checklist operasional	Dashboard kesiapan kamar
5	Evaluasi pelayanan	Ulasan dan keluhan pelanggan perlu terdokumentasi	Sistem umpan balik pelanggan	Laporan evaluasi pelayanan
6	Pengambilan keputusan	Informasi pasar dan operasional perlu dihubungkan	Integrasi data pasar dan operasional	Model manajemen homestay terintegrasi

Sumber: Sintesis peneliti berdasarkan identifikasi kebutuhan pengelolaan homestay dan kajian literatur, 2026

Berdasarkan Tabel 5 diatas, kebutuhan pengembangan homestay tidak hanya terletak pada peningkatan kemampuan promosi digital, tetapi juga pada penguatan sistem administrasi dan pengelolaan operasional. Integrasi informasi pasar dan operasional dapat dikembangkan melalui sistem sederhana yang memungkinkan pengelola mencatat pemesanan, memahami karakteristik wisatawan, memantau harga, mengatur kesiapan kamar, serta mengevaluasi pelayanan. Pendekatan tersebut berpotensi menghasilkan model pengelolaan yang lebih terstruktur dan sesuai dengan kapasitas usaha berbasis masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini memberikan arah pengembangan bagi penelitian lanjutan yang berfokus pada perancangan, validasi, dan pengujian model integrasi market intelligence dan manajemen operasional sederhana pada homestay di desa wisata.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan data pasar dan manajemen operasional sederhana merupakan dua aspek yang saling berkaitan dalam pengelolaan homestay di desa wisata. Pengamatan awal mengindikasikan masih terbatasnya keterhubungan homestay dengan saluran pemasaran digital, seperti Google Maps dan Online Travel Agent (OTA). Kondisi tersebut berpotensi membatasi akses pengelola terhadap informasi pasar, seperti karakteristik wisatawan, pola pemesanan, harga pesaing, dan ulasan pelanggan. Di sisi lain, pengelolaan operasional homestay membutuhkan pencatatan yang lebih terstruktur, terutama dalam aspek reservasi, ketersediaan kamar, kebersihan, pemeliharaan fasilitas, pelayanan tamu, dan administrasi keuangan.

Berdasarkan kondisi tersebut, integrasi informasi pasar dengan kegiatan operasional diperlukan untuk mendukung pengambilan keputusan usaha yang lebih terarah. Informasi mengenai permintaan dan karakteristik wisatawan dapat dimanfaatkan untuk menentukan harga, mempersiapkan kamar, mengatur pelayanan, serta mengevaluasi kualitas layanan. Penguatan pengelolaan homestay dapat dimulai melalui penggunaan instrumen sederhana berupa profil digital, pencatatan informasi pasar, logbook reservasi, checklist operasional, dan evaluasi pelayanan. Instrumen tersebut menjadi dasar bagi pengembangan model pengelolaan homestay yang mengintegrasikan market intelligence dan manajemen operasional sesuai dengan kapasitas usaha berbasis masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, A., & Dewi, R. K. (2022). Market orientation and technology orientation: An empirical study on homestay business in West Sumatera. Jurnal Pariwisata Pesona, 7(1), 98–103. https://doi.org/10.26905/jpp.v7i1.6672

Braham, W. K., Yulianti, H., Army, P. F., & Reneir, H. M. (2025). Pelatihan pengelolaan homestay berbasis manajemen bisnis bagi pengelola homestay di Bintan. Krida Cendekia, 4(1). https://kridacendekia.com/index.php/jkc/article/view/314

Janjua, Z. A., Krishnapillai, G., & Rahman, M. (2021). A systematic literature review of rural homestays and sustainability in tourism. SAGE Open, 11(2). https://doi.org/10.1177/21582440211007117

Kasim, A., Ekinci, Y., Altinay, L., & Hussain, K. (2018). Impact of market orientation, organizational learning and market conditions on small and medium-size hospitality enterprises. Journal of Hospitality Marketing & Management, 27(7), 855–875. https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1438955

Marlinda, C., Utami, R., Kurnia, S., Ilyas, I., & Satriadi. (2023). Community-based tourism village development strategy in Busung Village Bintan Regency. Proceedings of the International Conference on Economic, Management, Business and Accounting (ICEMBA 2022). https://doi.org/10.4108/eai.17-12-2022.2333237

Nessel, K., Kościółek, S., Wszendybył-Skulska, E., & Kopera, S. (2021). Benefit segmentation in the tourist accommodation market based on eWOM attribute ratings. Information Technology & Tourism, 23, 265–290. https://doi.org/10.1007/s40558-021-00200-x

Peco-Torres, F., Polo-Peña, A. I., & Frías-Jamilena, D. M. (2021). Revenue management and CRM via online media: The effect of their simultaneous implementation on hospitality firm performance. Journal of Hospitality and Tourism Management, 47, 46–57. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.004

Pramanik, P. D., Maudiarti, S., Achmadi, M., & Adriani, H. (2022). Exploring a sustainable homestay: A qualitative study of owner's participation. Tourism Research Journal, 6(1). https://doi.org/10.30647/trj.v6i1.148

Samad, N. A. A., Zahari, M. S. M., Hanafiah, M. H., & Bashir, M. A. A. (2024). Digital technology adoption as a game changer for community-based tourism (CBT) homestay operators: A qualitative investigation. Asia-Pacific Journal of Rural Development, 34(1), 77–97. https://doi.org/10.1177/10185291241295439

Silitonga, F., Cahayani, K., Lubis, A. L., Koh, C., Wibowo, A. E., Ghaisani, S., & Santika, K. (2026). Implementasi smart tourism dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di Batam. Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata, 9(1), 204–217. https://doi.org/10.32528/sw.v9i1.5641

Sugandi, et al. (2020). Community-based homestay management in the village tourism of Tete Batu, Lombok. E-Journal of Tourism, 7(2), 369–383. https://doi.org/10.24922/eot.v7i2.64611

Troisi, O., Visvizi, A., & Grimaldi, M. (2023). Digitalizing business models in hospitality ecosystems: Toward data-driven innovation. European Journal of Innovation Management, 26(7), 242–277. https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2022-0540

Usman Siam, N., Sanopaka, E., Abumanshur Matridi, R., Arfa, D., & Sahona, S. (2023). Analisis peran pemerintah desa dalam pengelolaan pariwisata model Community Based Tourism (CBT) di Desa Pengudang Kecamatan Teluk Sebong Kabupaten Bintan. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 3(2), 746–758. https://doi.org/10.56552/jisipol.v3i2.79