



## Penerapan *Cleanlines, Health, Safety and Environmental* pada Pendampingan Pokdarwis Desa Margaluyu dalam Peningkatan Kualitas *Homestay*: Pengendalian yang Berhasil

Hary Susilo<sup>1\*</sup>, Siti Sujatini<sup>2</sup>, Euis Puspita Dewi<sup>3</sup>, Hanni Adriani<sup>4</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Magister Manajemen, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Indonesia, 10320

<sup>4</sup>Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Institut Pariwisata Trisakti, Indonesia, 12330

E-mail:\* [wilhel1708@gmail.com](mailto:wilhel1708@gmail.com)

Doi : <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i3.2645>

---

### Info Arti

#### kel:

Diterima :  
2025-08-14

Diperbaiki :  
2025-09-20

Disetujui :  
2025-09-20

**Kata Kunci:** homestay, solusi, harga sewa, pengendalian, efisiensi

**Abstrak:** Tujuan kajian ini untuk memberikan solusinya meliputi; kurangnya sistem manajemen bisnis yang profesional, pencatatan keuangan belum dilakukan secara sistematis, strategi harga sewa tidak berbasis analisis pasar dan tidak adanya rencana pengembangan jangka panjang menyebabkan homestay sulit berkembang dan menghadapi risiko kehilangan tamu tetap. Metode penulisan laporan Pengabdian pada masyarakat ini berbasis kuantitatif dan kualitatif, dengan Teknik observasi, penyuluhan, penyebaran kuesioner, diskusi dan tanya- jawab. Teknik analisis data menerapkan SPSS dan SmartPLS. Hasil menemukan faktor- factor utama yang mempengaruhi tingkat efisiensi pengendalian homestay di desa Margaluyu Bandung, Jawa Barat. Kesimpulan, berbasis bisnis kanvas mengarahkan pada sistem manajemen bisnis yang profesional, Penentuan harga dan pengelolaan keuangan sederhana yang disiplin pada pencatatan keuangan secara sistematis, penentuan strategi harga sewa berbasis analisis pasar dan memberi dasar strategi rencana pengembangan jangka panjang untuk berkembang dan menghadapi risiko kehilangan tamu tetap. Saran harapan ke depan dapat dilanjutkan dengan pengarahan dan pendampingan bisnis lebing konkrit.

*Abstract: The objectives of this study to provide solutions include; lack of a professional business management system, financial recording has not been carried out systematically, rental price strategies are not based on market analysis and the absence of a long-term development plan makes it difficult for*

*homestays to grow and faces the risk of losing permanent guests. The method of writing this Community Service report is based on quantitative and qualitative, with observation techniques, counseling, distribution of questionnaires, discussions and questions and answers. Data analysis techniques apply SPSS and SmartPLS. The results found the main factors that affect the level of efficiency of homestay management in Margaluyu village, Bandung, West Java. In conclusion, the business based canvas leads to a professional business management system, Simple pricing and financial management that is disciplined in systematic financial recording, determination of rental pricing strategies based on market analysis and provides the basis for long-term development plan strategies to develop and face the risk of losing permanent guests. Suggestions for hope in the future can be continued with briefing and assistance for concrete businesses.*

**Keywords:** *homestay, solution, rental price, control, efficiency*

---

## **Pendahuluan**

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu implementasi Tridharma Perguruan Tinggi yang menekankan peran akademisi dalam memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan potensi lokal. Salah satu bentuk pengabdian yang strategis adalah pengelolaan homestay di desa wisata, yang tidak hanya menjadi fasilitas akomodasi, tetapi juga sarana pemberdayaan masyarakat, pelestarian budaya, dan peningkatan kesejahteraan ekonomi.

Tema PKM ini berfokus pada: (1) penerapan Cleanliness, Health, Safety, and Environmental (CHSE) pada homestay, (2) faktor-faktor penentu keberhasilan pengendalian homestay, (3) penataan homestay desa wisata bernuansa lokal sesuai panduan Kementerian Pariwisata (2017), serta (4) penguatan hospitality, pemasaran digital, dan branding desa wisata. Lokasi pengabdian dipusatkan di Desa Margaluyu, Bandung, yang memiliki potensi besar dalam pengembangan homestay berbasis kearifan lokal.

Dalam praktiknya, pengelolaan homestay menghadapi sejumlah tantangan. Permasalahan yang sering ditemui antara lain: belum adanya sistem manajemen bisnis yang profesional, pencatatan keuangan yang belum sistematis, strategi harga yang tidak berbasis analisis pasar, serta ketiadaan rencana pengembangan jangka panjang. Kondisi tersebut menjadikan homestay rentan terhadap perubahan lingkungan eksternal dan berisiko kehilangan loyalitas tamu.

Seiring perkembangan industri pariwisata global, teknologi digital memegang peranan penting dalam mendukung keberlangsungan usaha homestay. Platform reservasi online, media sosial, dan promosi digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar lebih luas, menyederhanakan operasional, serta memberikan

pengalaman tamu yang lebih personal (Samad et al., 2024). Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa kepuasan dan niat tamu untuk kembali tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan homestay, tetapi juga faktor tujuan wisata seperti budaya, sumber daya alam, serta interaksi dengan masyarakat lokal (Lin et al., 2024).

Dengan demikian, diperlukan strategi pengelolaan homestay yang komprehensif, meliputi peningkatan kualitas layanan, penerapan CHSE, pemanfaatan teknologi digital, manajemen keuangan yang cermat, serta perencanaan bisnis jangka panjang. PKM ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa rekomendasi dan model sederhana pengelolaan homestay yang adaptif, berkelanjutan, dan relevan dengan dinamika industri pariwisata masa kini.

## Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan PKM 2025 di Desa Margaluyu, Pengalengan, Bandung, Jawa Barat adalah *Participatory Action Research* (PAR) yang dipadukan dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan PAR dipilih karena menekankan partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan desa, khususnya pengelola homestay, Bapak RW, tim POKDARWIS, pengelola sumber daya air, dan masyarakat desa yang menjadi subjek utama kegiatan. Tahapan kegiatan dimulai dengan observasi awal dan pemetaan kebutuhan, dilanjutkan dengan penyuluhan, diskusi, dan sesi tanya jawab untuk meningkatkan pemahaman masyarakat. Selain itu, digunakan instrumen kuesioner pra dan pasca kegiatan sebagai strategi riset untuk mengukur perubahan pemahaman dan sikap peserta. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SPSS dan SmartPLS guna menghasilkan temuan yang lebih komprehensif. Peran POKDARWIS sangat penting sebagai penghubung antara tim pelaksana PKM dan masyarakat dalam proses koordinasi dan pelaksanaan. Dengan metode PAR, kegiatan ini tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat melalui keterlibatan aktif dalam setiap tahapan, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kualitas pengelolaan potensi desa secara berkelanjutan.

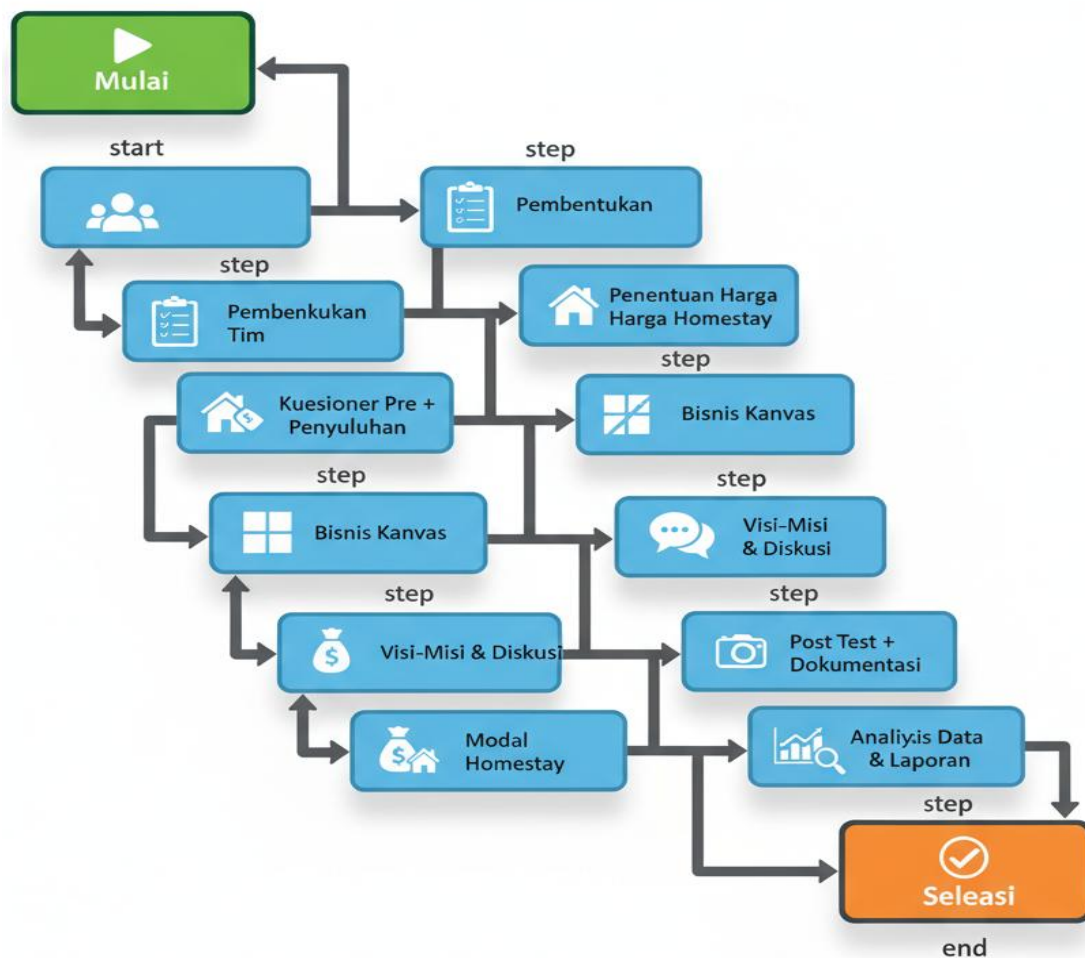
Metode aktivitas PKM ini dengan berbasis kuantitatif dan kualitatif, dengan Teknik observasi, penyuluhan, penyebaran kuesioner, diskusi dan tanya-jawab. Teknik analisis data menerapkan SPSS dan SmartPLS. Setelah presentasi dan proses penyuluhan berlangsung maka dilanjutkan dengan proses tanya jawab.

Subjek pengabdian PKM 2025, di desa Margaluyu, Pengalengan, Bandung, Jawa Barat meliputi; Pengelola homestay di desa Margaluyu, Bapak RW, Tim

POKDARWIS, Bapak pengelola sumberdaya air desa dan para masyarakat desa yang mengikuti program penyuluhan. Peran POKDARWIS sangat penting dalam proses koordinasi dan pelaksanaan PKM 2025 ini.

Strategi riset yang digunakan berbasis survey instrumen pre dan kuesioner tahap post. Teknik analisis data menerapkan SPSS dan SmartPLS. Setelah presentasi dan proses penyuluhan berlangsung maka dilanjutkan dengan proses tanya jawab. Setelah presentasi dan proses penyuluhan berlangsung makan dilanjutkan dengan proses tanya jawab.

Tahapan- tahapan aktivitas PKM 2025 di desa Margaluyu, Pengalengan, Bandung, Jawa Barat meliputi, seperti pada Gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Diagram Aktivitas Pelaksanaan PKM di Desa Margaluyu tahun 2025, pada aspek bisnis dan manajemen pengendalian *homestay* yang efisien

### Hasil dan Pembahasan

Hasil pengolahan data secara raft menjelaskan terkait data demografi, jawaban responden dan perkiraan model analisis dengan perangkat SPSS dan SmartPLS sebagai berikut (Chang et al., 2016a; Hamid et al., 2021):

### A. Data Demografi peserta Peyuluhan

Data demografi peserta penyuluhan dapat dilihat pada Tabel 1, di bawah ini:

*Tabel 1.* Data Demografi dan Karakteristik Responden

Statistics							
		Jenis_Kelamin	Lama_Mengelola_Home stay	Jumlah_pengelola	Pendapatan_perbulan	Usia	Pekerjaan
N	Valid	15	15	15	15	15	15
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		1.9333	1.7333	1.6667	1.0000	44.4667	1.4667
Mode		2.00	1.00	2.00	1.00	44.00	1.00

Jenis_Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI- LAKI	1	6.7	6.7	6.7
	PEREMPUAN	14	93.3	93.3	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Jumlah_pengelola					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	40.0	40.0	40.0
	2.00	8	53.3	53.3	93.3
	3.00	1	6.7	6.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Pendapatan_perbulan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<2Juta rupiah	15	100.0	100.0	100.0

Pekerjaan					
-----------	--	--	--	--	--

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ibu Rumah tangga	10	66.7	66.7	66.7
	Petani	4	26.7	26.7	93.3
	Lainnya	1	6.7	6.7	100.0
	Total	15	100.0	100.0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	28.00	1	6.7	6.7	6.7
	31.00	1	6.7	6.7	13.3
	36.00	1	6.7	6.7	20.0
	38.00	1	6.7	6.7	26.7
	40.00	1	6.7	6.7	33.3
	43.00	1	6.7	6.7	40.0
	44.00	2	13.3	13.3	53.3
	45.00	1	6.7	6.7	60.0
	47.00	1	6.7	6.7	66.7
	50.00	1	6.7	6.7	73.3
	53.00	1	6.7	6.7	80.0
	54.00	1	6.7	6.7	86.7
	55.00	1	6.7	6.7	93.3
	59.00	1	6.7	6.7	100.0
	Total		15	100.0	100.0

Berdasarkan kajian Tabel 1 di atas maka diketahui pengelola homestay di dominasi oleh para perempuan, dengan pendapatan lebih kecil dari 2 juta rupiah, juga sebagai ibu rumah-tangga.

## B. Hasil uji Pre- post tingkat pengendalian *Homestay* yang efisien

Hasil uji ini berbasis nilai total pre dan nilai total Post uji dengan uji beda paires t test sebagai berikut, yang dapat dilihat pada tabel 2, di bawah ini

Tabel 2. Hasil uji paired t test terkait pengendalian bisnis homestay yang efisien

Paired Samples Test									
		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair	C_TO TALP RE - C_TO TALP OST	1.26667	5.02091	1.29639	-1.51382	4.04715	.977	14	.345

Hasil uji pre dan post test berpasangan – *paired t test* menunjukkan bahwa tingkat kemampuan pengelolaan *homestay* yang efisien masih tidak signifikan  $P\_value (.345) > 0.05$ , dikarenakan mereka mengelola masih dalam kuurun waktu yang belum terlalu lama dan berbasis mata pencarian sebagai petani.

### C. Hasil Uji Korelasi Tingkat Keberhasilan Pengendalian Bisnis dan Pembahasan

Hasil uji korelasi bivariat berbasis uji Pearson total *correlation*, setiap item startegi pengendalian terhadap tingkat total keberhasilan pengendalian bisnis Homestay sebagai berikut, yang dapat dilihat pada table 3, di bawah ini:

Tabel 3. Hasil uji korelasi setiap item pengendalian bisnis terhadap *totalPost* pengelolaan *homestay* yang efisien

		Correlations									
		C1P	C2P	C3P	C4P	C5P	C6P	C7P	C8P	C9P	C_TOT
		OS	OS	OS	OS	OS	OS	OS	OS	OS	ALPOS
		T	T	T	T	T	T	T	T	T	T
C1POST	Pearson	1	-	.164	.491	.341	.377	.509	.274	.345	.517*
	Correlation		.050								
	Sig. (2-tailed)		.861	.560	.063	.214	.167	.053	.323	.207	.049
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
C2POST	Pearson	-	1	.608	.490	.803	.542	.366	.148	.497	.630*
	Correlation	.050		.608*	.490	.803**	.542*	.366	.148	.497	.630*
	Sig. (2-tailed)	.861		.016	.064	.000	.037	.180	.599	.059	.012
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
C3POST	Pearson	.164	.608	1	.711	.638	.546	.381	.411	.626	.729**
	Correlation		.608*	1	.711**	.638*	.546*	.381	.411	.626*	.729**
	Sig. (2-tailed)	.560	.016		.003	.010	.035	.161	.128	.013	.002
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
C4POST	Pearson	.491	.490	.711	1	.741	.634	.443	.677	.727	.846**
	Correlation		.490	.711**	1	.741**	.634*	.443	.677**	.727**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.063	.064	.003		.002	.011	.098	.006	.002	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
C5POST	Pearson	.341	.803	.638	.741	1	.860	.748	.461	.808	.930**
	Correlation		.803**	.638*	.741**	1	.860**	.748**	.461	.808**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.214	.000	.010	.002		.000	.001	.083	.000	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
C6POST	Pearson	.377	.542	.546	.634	.860	1	.793	.520	.847	.896**
	Correlation		.542*	.546*	.634*	.860**	1	.793**	.520*	.847**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.167	.037	.035	.011	.000		.000	.047	.000	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
C7POST	Pearson	.509	.366	.381	.443	.748	.793	1	.506	.637	.797**
	Correlation		.366	.381	.443	.748**	.793**	1	.506	.637*	.797**
	Sig. (2-tailed)	.053	.180	.161	.098	.001	.000		.054	.011	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15

C8POST	Pearson Correlation	.274	.148	.411	.677	.461	.520	.506	1	.687	.660**
	Sig. (2-tailed)	.323	.599	.128	.006	.083	.047	.054		.005	.007
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
C9POST	Pearson Correlation	.345	.497	.626	.727	.808	.847	.637	.687	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.207	.059	.013	.002	.000	.000	.011	.005		.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
C_TOTA LPOST	Pearson Correlation	.517	.630	.729	.846	.930	.896	.797	.660	.889	1
	Sig. (2-tailed)	.049	.012	.002	.000	.000	.000	.000	.007	.000	
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

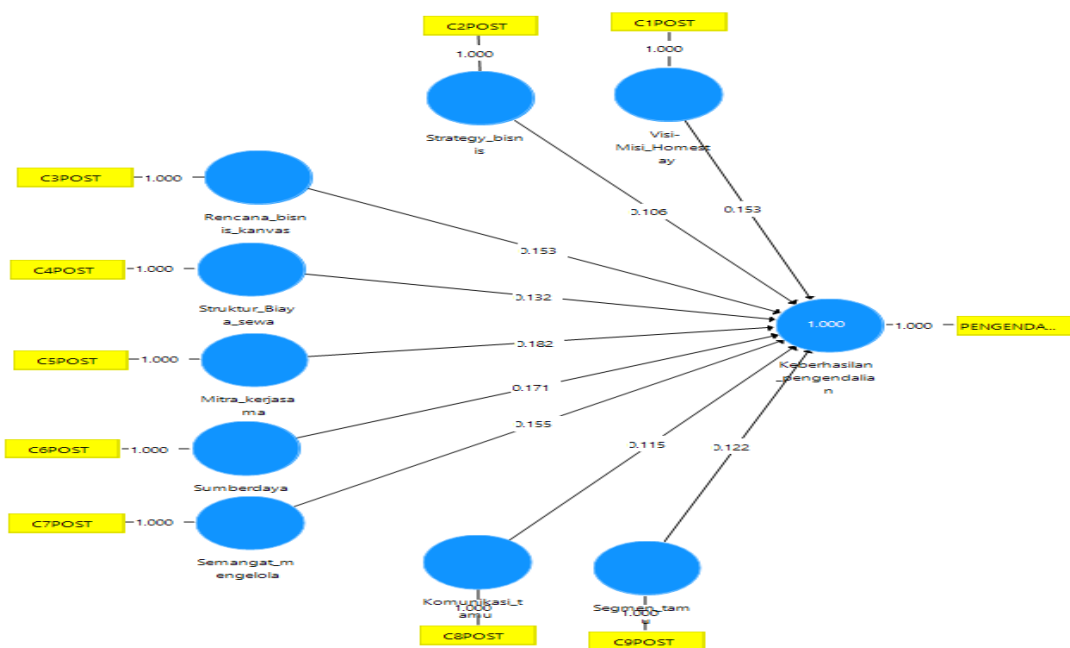
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berbasis Tabel 3, di atas makan dapat diketahui factor- faktor yang signifikan mempengaruhi pengendalian bisnis *homestay* yang paling relevan adalah sebagai berikut: dengan kode C1POST - C9POST, yang meliputi:

- 1 penyusunan *Visi-Misi homestay*
- 2 menerapkan strategi bisnis *homestay*
- 3 menyusun rencana bisnis kanvas
- 4 menyusun struktur biaya & harga sewa *homestay* serta pembukuan sederhana
- 5 memiliki mitra kerjasama
- 6 pengembangan aktivitas dan sumberdaya
- 7 semangat mengelola *homestay*
- 8 berkomunikasi dengan tamu
- 9 menentukan *segment* tamu *homestay*

#### D. Hasil Uji Outer Model dengan SmartPLS

Hasil uji outer model SmartPLS untuk melihat tingkat kait model dan validitas setiap item serta reliabilitas konstruk, sebagai berikut: dengan kode C1POST s.d C9POST dan dapat dilihat pada Gambar 2 di bawah ini (Chang et al., 2016b):




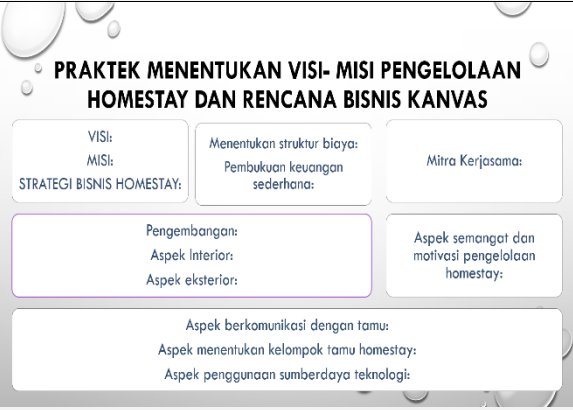
Gambar 2. Luaran tahap Outer Model aspek pennentu keberhasilan pengelolaan homestay

Berdasarkan pada sajian Gambar 2 di atas maka indikator yang paling dominan berpengaruh adalah C6Post yaitu pengembangan aktivitas dan sumberdaya pengelolaan *homestay* yang terstruktur sesuai potensi yang ada di lingkungan *homestay* tersebut.

Selanjutnya, hasil tanya jawab dan diskusi dapat dilihat pada Tabel 4, yang ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Interaksi dengan para peserta

No	Pertanyaan	Jawaban	Keterangan
1.	Bagaimana cara pengembangan homestay tanpa modal besar?	Modal dapat didapat berdasarkan sertifikat yang bankable, tetapi akan emmbuat perhitungan keuangan dan Biaya balik modal yang Panjang.	Sebaiknya dilakukan berbasis kemampuan swadaya dan modal pribadi yang ada.
2.	Bagaimana cara mengelola keuangan dari pengendalian homestay?	Bapak/ ibu pengelola homestay memerlukan disiplin pencatatan keuangan sederhana	Perlu pencatatan yang terstrukut dengan baik, sehingga saldo keuntungan biaya dapat diketahui dan di manage untuk pengembangan selanjutnya.

		dan perlu dipilah, hasil masukan dari persewaan dan pengeluaran pribadi.	
3.	Bagaimana cara mengembangkan usaha homestay	Dijelaskan secara sederhana bagaimana Menyusun bisnis kanvas yang simple serta dapat diterapkan dengan baik.	Belajar menentukan visi dan misi serta mengisi form bisnis kanvas.
4.	Melakukan pre- dan post test pada instrument.	Responden mengisi pre dan mengisi kuesioner posat.	Akan di analisis tingkat signifikansi perbedaan.
5.	Interaksi dan Latihan menentukan visi dan misi pengelolaan <i>Homestay</i>	Salah satu peserta menyampaikan: mengelola homestay dengan memperhatikan kenyamanan, keberhisihan dan keramatomahan.	Pedoman yang digunakan sebagai berikut: 
6.	Bagaimana mengembang usaha homestay yang sederhana?	Menjelaskan bisnis kanvas yang sederhana dengan pedoman pada slide yang disajikan.	

### E. Pembahasan Hasil Tingkat pengelolaan *Homestay*

Berdasarkan analisis bivariat tingkat efisien pengelolaan homestay dapat ditelaah berdasarkan nilai koefisien path dari hasil uji Pearson *total correlation*.

Temuan hasil riset Faktor- factor yang sangat berpengaruh terhadap total pengendalian homestay yang efisien berdarakan Tabel 4 di atas, berdasarkan nilai koefisien pengaruh dari hasil uji Pearson *total correlation*. Faktor penentu yang

pertama adalah CPost 5 yaitu 0,970\*\* dengan tingkat kepercayaan 99% adalah factor memiliki strategi mitra kerjasama yang bersinergi sehingga dalam upaya pengembangannya lebih memiliki relasi yang luas dan menekankan pada kualitas layanan (Abdul-Halim et al., 2014; Suri & Lakhanpal, 2024). Faktor penentu yang kedua adalah CPost 6 dengan nilai koefisien Pearson sebesar 0,896\*\* dengan tingkat kepercayaan 99% adalah factor mengembangkan aktivitas dan sumber daya Homestay yang dikelola, Aktivitas utama adalah penginapan dan dapat diperluas dengan memperhatikan potensi yang dimiliki oleh pengelola homestay yang antara lain; kebun hasil pertanian dan lading yang berupa tanaman tomat, cabai, singkong, kopi, labu, dan lain sebagainya sebagai atraksi kegiatan para tamu homestay. Aktivitas melihat peternakan sapi, aktivitas trak berjalan mengelilingi desa, danau dan permukiman yang sejuk serta indah yang dapat dijuluki dengan "Swiss van Java". Selanjutnya, pengembangan sumberdaya bisa meliputi soft skill dan fasilitas homestay yang nyaman bagi tamu (Bagheri, 2016; Magdalena & Susilo, n.d.; Ray et al., 2023).

Selanjutnya, faktor penentu yang ketiga adalah CPost 9 dengan nilai koefisien Pearson sebesar 0,889\*\* dengan tingkat kepercayaan 99% adalah factor pengelola homestay dapat menentukan segmen tamu dan bisa dikembangkan dari tamu dalam negeri ke tamu luar negeri pula, dengan meningkatkan promise dan jaringan terhadap pasar tourist di kota Bandung (Z. Lin et al., 2019; Petrick, 2011). Untuk factor penentu yang ke empat adalah C4Post dengan nilai koefisien Pearson sebesar 0,846\*\* dengan tingkat kepercayaan 99% adalah factor pengelola homestay mampu untuk menyusun struktur biaya & harga sewa homestay serta pembukuan sederhana. Fakto harga menjadi salah satu strategi bisnis yang mumpuni dan pengelolaan keuangan yang transparan akan mendukung pengendalian bisnis homestay yang efisien (Allender & Richards, 2012; S. Chatterjee, 2020; Chua et al., 2015).



Gambar 3. Dokumentasi PKM 2025 di desa Margaluyu, Bandung, Jawa Barat

## Kesimpulan

Sebagai penutup, pengelola *homestay* akan menjadi lebih efisien jika pengelolaan unsur neraca dan arus kas keuangan dapat dilakukan dengan transparan. Pengelola juga harus selalu memperhatikan aspek Prinsip pengembangan bisnis yang relevan, yang dapat dimulai dengan mengeksplorasi potensi bisnis *homestay* yang ada secara unik di suatu wilayah tertentu. Langkah pertama dalam mengembangkan bisnis adalah melakukan analisis SWOT, dengan mempertimbangkan aspek peluang bisnis *homestay* yang relevan dengan wilayah, budaya, alam, kebersihan, keselamatan, dan keberlanjutan yang dapat dipertahankan dengan baik. Selanjutnya, aspek kekuatan dan potensi pengelola *homestay* setempat perlu diidentifikasi sebagai keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Selain itu, aspek kelemahan dan tantangan juga harus diperhatikan dan dicari solusi yang tepat, sehingga pengembangan pengelolaan bisnis *homestay* dapat berlangsung dengan relevan.

Rekomendasi manajerial pada faktor- faktor yang mendukung pengelolaan *homestay* yang efisien adalah meliputi: penyusunan visi- misi *homestay*, menerapkan strategi bisnis sederhana berbasis bisnis kanvas yang sederhana dan relevan, Menyusun rencana bisnis kanvas dan rancangan tindakan usaha, menyusun struktur harga dan harga sewa serta pembukuan yang sederhana. Selanjutnya,

pengelola *homestay* dapat mencari mitra kerjasama yang sejalan dalam pemikiran bisnis, melakukan pengembangan aktivitas dan sumberdaya terkait, memiliki semangat yang kuat dalam mengelola, selalu berkomunikasi dengan tamu dengan ramah dan menentukan segmen tamu *homestay* yang potensial.

Kesimpulan pada pelaksanaan PKM ini sangat memberi pengaruh yang kuat, mengingat sambutan mereka para penduduk sebagai pengelola *homestay* sangat antusias dan menginginkan selalu ada pembinaan dan pengarahan bagaimana untuk dapat mengelola *homestay* dan melakukan perencanaan yang luas terkait predikat sebagai Desa Wisata. Berbasis bisnis kanvas mengarahkan pada sistem manajemen bisnis yang professional, Penentuan harga dan pengelolaan keuangan sederhana yang disiplin pada pencatatan keuangan dilakukan secara sistematis, penentuan strategi harga sewa berbasis analisis pasar dan memberi strategi rencana pengembangan jangka panjang untuk berkembang dan menghadapi risiko kehilangan tamu tetap.

Harapan ke depan dapat dilanjutkan dengan pengarahan dan pendampingan bisnis lebih konkrit demi dapat mengendalikan *homestay* secara efisien dan melaksanakan secara jangka Panjang dan berkelanjutan predikat sebagai Desa wisata serta pengembangan layanan air bersih di dua RW lagi. Rekomendasi yang implikatif dari temuan pengabdian adalah dalam pengendalian pengelolaan *homestay* yang efisien perlu memperhatikan empat factor utama yang meliputi; 1). Pada faktor memiliki strategi mitra kerjasama yang bersinergi sehingga dalam upaya pengembangannya lebih memiliki relasi yang luas dan menekankan pada kualitas layanan. 2). Faktor mengembangkan aktivitas dan sumber daya *Homestay* yang dikelola, Aktivitas utama adalah penginapan dan dapat diperluas dengan memperhatikan potensi yang dimiliki oleh pengelola *homestay* yang antara lain; kebun hasil pertanian dan lading yang berupa tanaman tomat, cabai, singkong, kopi, labu, dan lain sebagainya sebagai atraksi kegiatan para tamu *homestay*. Aktivitas melihat peternakan sapi, aktivitas trak berjalan mengelilingi desa, danau dan permukiman yang sejuk serta indah yang dapat dijuluki dengan "Swiss van Java". Selanjutnya, pengembangan sumberdaya bisa meliputi *soft skill* dan fasilitas *homestay* yang nyaman bagi tamu. 3). Faktor pengelola *homestay* dapat menentukan segmen tamu dan bisa dikembangkan dari tamu dalam negeri ke tamu luar negeri pula, dengan meningkatkan premise dan jaringan terhadap pasar tourist di kota Bandung. 4). Factor pengelola *homestay* mampu untuk menyusun struktur biaya & harga sewa *homestay* serta pembukuan sederhana. Fakto harga menjadi salah satu strategi bisnis yang mumpuni dan pengelolaan keuangan yang transparan akan mendukung pengendalian bisnis *homestay* yang efisien. Bagi peneliti berikutnya, dapat

mengembangkan sumberdaya air yang menjadi kebutuhan primer dengan mengembangkan pada dua RW disekitarnya dan membuat sumur bor disamping sumur bor01 yang sudah ada pengelolaannya secara sederhana.

### **Ucapan Terima Kasih**

Kepada Tim PKM dan LPPM UPI YAI 1972, mengucapkan terimakasih atas hibah PKM 2025, seluruh tim pendukung PKM di desa Margaluyu, Pengalengan, Bandung, Jawa Barat. Terimakasih pada Bapak RW, Tim POKDARWIS dan ketua Bapak Dadi, Seluruh pengelola *homestay* di desa Margaluyu, Bapak Eep pengelolaan sumberdaya air desa dan para masyarakat desa yang mengikuti program penyuluhan.

### **Referensi**

- Abdul-Halim, H., Ee, E., Ramayah, T., & Ahmad, N. H. (2014). Human resource outsourcing success: Leveraging on partnership and service quality. *SAGE Open*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/2158244014545475>
- Allender, W. J., & Richards, T. J. (2012). Brand Loyalty and Price Promotion Strategies: An Empirical Analysis. *Journal of Retailing*, 88(3), 323–342. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2012.01.001>
- Andrés, P. de, Fuente, G. de, & San Martín, P. (2015). Capital budgeting practices in Spain. *BRQ Business Research Quarterly*, 18(1), 37–56. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2014.08.002>
- Arnold, M. C., & Artz, M. (2015). Target difficulty, target flexibility, and firm performance: Evidence from business units' targets. *Accounting, Organizations and Society*, 40, 61–77. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2014.12.002>
- Bagheri, J. (2016). Overlaps between Human Resources' Strategic Planning and Strategic Management Tools in Public Organizations. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 230, 430–438. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.09.054>
- Balsiger, P., Jammet, T., Cianferoni, N., & Surdez, M. (2023). Coping with digital market re-organization: How the hotel industry strategically responds to digital platform power. *Competition and Change*, 27(1), 163–183. <https://doi.org/10.1177/10245294211055612>

- Bettis, R. A., Gambardella, A., Helfat, C., & Mitchell, W. (2014). Theory in strategic management. *Strategic Management Journal*, 35(10), 1411–1413. <https://doi.org/10.1002/smj.2308>
- Chang, S. E., Shen, W. C., & Liu, A. Y. (2016a). Why mobile users trust smartphone social networking services? A PLS-SEM approach. *Journal of Business Research*, 69(11), 4890–4895. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.048>
- Chang, S. E., Shen, W. C., & Liu, A. Y. (2016b). Why mobile users trust smartphone social networking services? A PLS-SEM approach. *Journal of Business Research*, 69(11), 4890–4895. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.048>
- Chatterjee, C., & Dutta, P. (2015). Anomalous Price Behaviour around Open Market Stock Repurchase Announcements in India. *Vikalpa*, 40(4), 435–443. <https://doi.org/10.1177/0256090915611773>
- Chatterjee, S. (2020). Signalling Service Quality through Price and Certifications. *Global Business Review*, 21(1), 279–293. <https://doi.org/10.1177/0972150917749291>
- Chua, B. L., Lee, S., Goh, B., & Han, H. (2015). Impacts of cruise service quality and price on vacationers' cruise experience: Moderating role of price sensitivity. *International Journal of Hospitality Management*, 44, 131–145. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.10.012>
- Doan, T., Aquino, R., & Qi, H. (2023). Homestay businesses' strategies for adapting to and recovering from the COVID-19 pandemic: A study in Vietnam. *Tourism and Hospitality Research*, 23(2), 213–225. <https://doi.org/10.1177/14673584221103185>
- Friess, M., & Kassemeier, R. (2024). Price Increases and Their Financial Consequences in International Business-to-Business Selling. *Journal of International Marketing*, 32(1), 92–111. <https://doi.org/10.1177/1069031X231214160>
- Gulati, R., Nohria, N., & Zaheer, A. (2000). Strategic networks. *Strategic Management Journal*, 21(3), 203–215. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(200003\)21:3<203::AID-SMJ102>3.0.CO;2-K](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(200003)21:3<203::AID-SMJ102>3.0.CO;2-K)
- Hamid, R. A., Albahri, A. S., Alwan, J. K., Al-Qaysi, Z. T., Albahri, O. S., Zaidan, A. A., Alnoor, A., Alamoodi, A. H., & Zaidan, B. B. (2021). How smart is e-tourism? A systematic review of smart tourism recommendation system applying data management. In *Computer Science Review* (Vol. 39). Elsevier Ireland Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.cosrev.2020.100337>
- Hary Susilo, W. (n.d.). *THE ROLE OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE TO ATTEMPT THE EFFECTIVELY STRATEGIC-PLANNING AND ALSO INCREASE*

*THE FINANCIAL PERFORMANCE: INSIGHT THE R-A THEORY IN EMERGING MARKETS POSITIONS.* <https://doi.org/10.24327/ijrsr.2019.1009.3977>

- Hollebeek, L. D., & Macky, K. (2019). Digital Content Marketing's Role in Fostering Consumer Engagement, Trust, and Value: Framework, Fundamental Propositions, and Implications. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 27–41. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.07.003>
- Hornstein, A. S. (2013). Corporate capital budgeting and CEO turnover. *Journal of Corporate Finance*, 20(1), 41–58. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2012.11.003>
- Jiang, Z., & Wu, D. (2022). Targeting Precision in Imperfect Targeted Advertising: Implications for the Regulation of Market Structure and Efficiency. *SAGE Open*, 12(1). <https://doi.org/10.1177/21582440221082132>
- Keyhani, M. (2022). The logic of strategic entrepreneurship. *Strategic Organization*. <https://doi.org/10.1177/14761270211057571>
- Lande, R. H., & Marvel, H. P. (n.d.). *ScholarWorks@University of Baltimore School of Law The Three Types of Collusion: Fixing Prices, Rivals, and Rules.* [http://scholarworks.law.ubalt.edu/all\\_fac](http://scholarworks.law.ubalt.edu/all_fac)
- Li, H., & Dinlersoz, E. (2012). Quality-based Price Discrimination: Evidence from Internet Retailers' Shipping Options. *Journal of Retailing*, 88(2), 276–290. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2011.12.002>
- Lin, Y. C., Tsai, H. Y. M., Liang, A. R. Da, & Chang, H. Y. (2024). Role of destination attachment in accommodation experiences of historical guesthouses. *Tourism and Hospitality Research*, 24(1), 15–33. <https://doi.org/10.1177/14673584221128382>
- Lin, Z., You, K., Lau, C. K., & Demir, E. (2019). Segmenting global tourism markets: A panel club convergence approach. *Annals of Tourism Research*, 75, 165–185. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.01.007>
- Magdalena, F. M., & Susilo, W. H. (n.d.). *THE PURSUE TO HUMAN RESOURCES-COMPARATIVE PERFORMANCE WITHIN SOURCE OF EMPLOYEE VALUE IN NATIONAL CONSTRUCTION FIRMS.* <https://doi.org/10.24327/ijrsr.2019.1010.4112>
- Namin, A., Gauri, D. K., & Kwortnik, R. J. (2020a). Improving revenue performance with third-degree price discrimination in the cruise industry. *International Journal of Hospitality Management*, 89. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102597>

- Namin, A., Gauri, D. K., & Kwortnik, R. J. (2020b). Improving revenue performance with third-degree price discrimination in the cruise industry. *International Journal of Hospitality Management*, 89. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102597>
- Petrick, J. F. (2011). Segmenting cruise passengers with perceived reputation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18(1), 48–53. <https://doi.org/10.1375/jhtm.18.1.48>
- Powell, T. C. (2014). Strategic management and the person. *Strategic Organization*, 12(3), 200–207. <https://doi.org/10.1177/1476127014544093>
- Ray, C., Essman, S., Nyberg, A. J., Ployhart, R. E., & Hale, D. (2023). Human Capital Resources: Reviewing the First Decade and Establishing a Foundation for Future Research. *Journal of Management*, 49(1), 280–324. <https://doi.org/10.1177/01492063221085912>
- 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>
- Suri, N., & Lakhanpal, P. (2024). People Analytics Enabling HR Strategic Partnership: A Review. *South Asian Journal of Human Resources Management*, 11(1), 130–164. <https://doi.org/10.1177/23220937221119599>
- Van Crombrugge, M., Breugelmans, E., Breiner, F., & Scheiner, C. W. (2023). Assessing the Multichannel Impact of Brand Store Entry by a Digital-Native Grocery Brand. *Journal of Marketing*. <https://doi.org/10.1177/00222429231193371>