

# ANALISIS PENTAHHELIX DAN DIVERSIFIKASI PRODUK WISATA DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA NGILNGOF MENUJU PARIWISATA BERKELANJUTAN

Novi Irawati<sup>\*1</sup>, Hendi Prasetyo<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

<sup>\*</sup>Email Corresponding Author: [noviirawati@stipram.ac.id](mailto:noviirawati@stipram.ac.id)

## ABSTRAK

Desa wisata menjadi strategi pariwisata berbasis masyarakat yang penting untuk mendukung perekonomian lokal dan keberlanjutan destinasi di wilayah kepulauan. Desa Wisata Ngilngof di Kabupaten Maluku Tenggara memiliki potensi bahari, budaya, religi, dan ekonomi kreatif sebagai daya tarik unggulan Kepulauan Kei. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pentahelix dan diversifikasi produk wisata dalam pengembangan desa wisata berkelanjutan berbasis masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur terhadap pengelola, masyarakat, serta pemangku kepentingan. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan desa wisata berbasis pentahelix. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pantai Ngurbloat merupakan kekuatan utama destinasi. Diversifikasi produk wisata melalui budaya, ekowisata, kuliner, dan ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing. Kolaborasi pentahelix berperan dalam memperkuat promosi digital, amenities, dan kapasitas masyarakat. Namun, pengembangan masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan infrastruktur digital, kualitas SDM, dan pengelolaan lingkungan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan berbasis Community-Based Tourism (CBT) dan kolaborasi pentahelix mendukung pariwisata berkelanjutan di wilayah kepulauan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji implementasi smart tourism untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya saing destinasi.

**Kata kunci:** Desa Wisata, Pentahelix, Diversifikasi Produk Wisata, Community Based Tourism, Pariwisata Berkelanjutan

## ABSTRACT

Tourism villages serve as an important community-based tourism strategy in supporting the local economy and destination sustainability in island regions. Ngilngof Tourism Village in Southeast Maluku Regency possesses marine, cultural, religious, and creative economy potential as a flagship attraction in the Kei Islands. This study aims to analyze the role of the pentahelix model and tourism product diversification in developing sustainable community-based tourism villages. The research employs a qualitative descriptive method with a case study approach. Data were collected through observation, interviews, documentation, and literature review involving managers, the local community, and relevant stakeholders. A SWOT analysis was used to identify internal and external factors in pentahelix-based tourism village development. The results indicate that Ngurbloat Beach serves as the destination's primary strength. Product diversification through culture, ecotourism, gastronomy, and the creative economy enhances destination competitiveness. Pentahelix collaboration plays a key role in strengthening digital promotion, amenities, and community capacity building. However, development still faces challenges such as limited digital infrastructure, human resource quality, and environmental management. The study concludes that development based on Community-Based Tourism (CBT) and pentahelix collaboration supports sustainable tourism in island regions. Future research is suggested to examine smart tourism implementation to enhance service quality and destination competitiveness.

**Keywords:** Tourism Village, Pentahelix, Tourism Product Diversification, Community-Based Tourism, Sustainable

### History Article

Submitted 17 July 2026 | Revised 09 August 2026 | Accepted 26 August 2026

### License and Copyright

Attribution-NonCommercial-ShareAlike  
International CC BY-NC-SA 4.0

4.0



### Website

<https://journal.bukitpengharapan.ac.id/index.php/JUPARITA/index>

### Email

[juparita@bukitpengharapan.ac.id](mailto:juparita@bukitpengharapan.ac.id)

## 1. PENDAHULUAN

Pascapandemi COVID-19, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor prioritas dalam mendukung pemulihan ekonomi nasional. Pengembangan desa wisata dipandang sebagai strategi pariwisata berbasis masyarakat yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memperkuat ekonomi kreatif, melestarikan budaya lokal, serta menjaga keberlanjutan lingkungan. Pengembangan desa wisata dilakukan melalui penguatan komunitas lokal dan pemanfaatan potensi daerah sebagai bagian dari pembangunan pariwisata berkelanjutan (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). Pemerintah Indonesia menilai sektor pariwisata, khususnya desa wisata, sebagai salah satu penggerak utama pemulihan ekonomi nasional pascapandemi melalui penciptaan lapangan kerja, penguatan UMKM, dan peningkatan pendapatan masyarakat desa (Lazuardina & Suhirman, 2023).

Desa wisata tidak hanya berfungsi sebagai destinasi wisata, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat dalam mengelola potensi lokal berbasis *Community-Based Tourism* (CBT). Pengembangan desa wisata perlu didukung oleh optimalisasi produk wisata, penguatan kelembagaan, partisipasi masyarakat, kolaborasi *pentahelix*, serta penguatan *branding* destinasi agar mampu meningkatkan daya saing wisata secara berkelanjutan. Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, memperkuat ekonomi kreatif, serta menjaga keberlanjutan lingkungan melalui keterlibatan aktif komunitas dalam pengelolaan potensi wisata (Irwan & Agustang, 2021).

Desa Wisata Ngilngof yang terletak di Kecamatan Manyeuw, Kabupaten Maluku Tenggara, merupakan salah satu desa wisata unggulan di Kepulauan Kei. Desa ini dikenal melalui Pantai Ngurbloat yang memiliki karakteristik pasir putih sangat halus dan menjadi ikon wisata bahari di Kepulauan Kei. Ngilngof berada dalam klaster desa wisata maju dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi berkelanjutan, dengan fokus pada konservasi lingkungan, pengelolaan spot wisata, serta pemberdayaan masyarakat desa (Abdullah & Prihastuti, 2023). Selain itu, Desa Wisata Ngilngof juga memiliki potensi wisata alam, budaya, religi, dan ekonomi kreatif seperti kawasan konservasi *mangrove*, spot *snorkeling* dan *diving*, wisata budaya, kuliner khas, serta atraksi seni tradisional. Potensi tersebut menunjukkan bahwa Desa Wisata Ngilngof memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata berkelanjutan berbasis masyarakat. Desa Wisata Ngilngof di Kepulauan Kei, dengan Pantai Ngurbloat sebagai ikon, diakui sebagai salah satu destinasi wisata bahari unggulan di Maluku Tenggara karena keunikan pasir putih yang sangat halus serta daya tarik alam yang menyebar di berbagai spot, seperti pantai, danau, bukit, dan pulau-pulau kecil (Abdullah & Prihastuti, 2023; Renjaan *et al.*, 2023).

Meskipun telah masuk dalam kategori Desa Wisata maju, pengembangan Desa Wisata Ngilngof masih menghadapi berbagai tantangan seperti penguatan kapasitas sumber daya manusia, infrastruktur digital, pengelolaan lingkungan, dan diversifikasi produk wisata. Penelitian mengenai desa wisata berkelanjutan umumnya masih berfokus pada destinasi di Pulau Jawa dan Bali, sementara kajian mengenai desa wisata berbasis masyarakat di wilayah Kepulauan Timur Indonesia masih relatif terbatas. Penelitian mengenai penguatan peran *pentahelix* dalam pengembangan desa wisata berkelanjutan menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, komunitas, akademisi, dan media sangat penting untuk mengatasi berbagai tantangan dalam pengelolaan serta peningkatan kapasitas (Maharani *et al.*, 2024). Kajian yang mengintegrasikan analisis *pentahelix* dan diversifikasi produk wisata dalam pengembangan desa wisata berkelanjutan masih relatif terbatas, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut yang menggabungkan keduanya untuk mendukung desa-desa seperti Ngilngof (Kuswandi *et al.*, 2025). Selain itu, penelitian yang mengintegrasikan analisis *pentahelix* dan diversifikasi produk wisata dalam pengembangan desa wisata berkelanjutan juga belum banyak dilakukan.

Penelitian ini memiliki kebaruan pada integrasi analisis *pentahelix*, diversifikasi produk wisata, dan *digital tourism* dalam pengembangan desa wisata bahari berbasis masyarakat di wilayah kepulauan kecil Maluku Tenggara. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada desa wisata di wilayah Jawa dan Bali, penelitian ini menekankan model pengembangan *sustainable marine tourism* berbasis *Community-Based Tourism* (CBT) melalui

kolaborasi multipihak pada destinasi kepulauan yang memiliki karakteristik geografis, sosial, dan aksesibilitas yang berbeda-beda. Selain itu, penelitian ini juga menawarkan strategi pengembangan desa wisata berbasis *local uniqueness* dan *smart tourism village* sebagai pendekatan adaptif menuju pariwisata berkelanjutan.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pemberdayaan komunitas lokal dalam pengembangan pariwisata merupakan pendekatan yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam proses perencanaan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan destinasi wisata. Pendekatan ini menekankan pentingnya partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal agar manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat setempat. Pemberdayaan komunitas lokal dalam pariwisata menekankan peran masyarakat sebagai aktor utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan destinasi, sehingga manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dapat diterima secara langsung oleh komunitas setempat (Irwan & Agustang, 2021).

Pemberdayaan masyarakat lokal juga berkaitan dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kelembagaan lokal, serta pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas. Dalam konteks desa wisata, keterlibatan masyarakat sejak tahap perencanaan hingga evaluasi pengembangan destinasi dapat meningkatkan rasa memiliki (*sense of belonging*) serta mendukung keberlanjutan program pariwisata dalam jangka panjang. Pemberdayaan masyarakat lokal dalam desa wisata berbanding lurus dengan peningkatan kapasitas SDM dan penguatan kelembagaan lokal, sehingga masyarakat mampu mengelola potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan (Rahmah & Raharjo, 2024). Keterlibatan masyarakat desa sejak tahap awal perencanaan hingga evaluasi pengembangan destinasi wisata terbukti mendorong rasa memiliki dan meningkatkan keberlanjutan program pariwisata secara sosial-budaya dan ekonomi (Astuti, 2025). Oleh karena itu, pemberdayaan komunitas lokal menjadi fondasi penting dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menuju pariwisata yang berkelanjutan.

Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki potensi daya tarik wisata berbasis alam, budaya, maupun aktivitas masyarakat yang dikembangkan secara terpadu dengan fasilitas pendukung wisata dan partisipasi masyarakat lokal. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2021) mendefinisikan desa wisata sebagai wilayah yang memiliki keunikan dan daya tarik wisata yang didukung oleh kearifan lokal, atraksi wisata, akomodasi, serta fasilitas penunjang yang dikelola secara partisipatif oleh masyarakat.

Pengembangan desa wisata tidak hanya berorientasi pada peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga diarahkan untuk mendukung pelestarian budaya lokal, pemberdayaan ekonomi masyarakat, serta konservasi lingkungan. Dalam perkembangannya, desa wisata menjadi salah satu strategi pembangunan pariwisata berbasis masyarakat yang mampu menciptakan pemerataan ekonomi serta memperkuat identitas lokal. Keberhasilan pengembangan desa wisata dipengaruhi oleh kualitas atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas, partisipasi masyarakat, serta kemampuan adaptasi terhadap *digital tourism* dan tren wisata berkelanjutan (Fauziah & Nasdian, 2021).

*Community-Based Tourism* (CBT) merupakan konsep pengembangan pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam pengelolaan destinasi wisata. Konsep ini menekankan partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan, pengelolaan, pengambilan keputusan, serta distribusi manfaat ekonomi pariwisata secara adil dan berkelanjutan. Menurut Iqbal *et al.* (2022), partisipasi masyarakat merupakan elemen utama dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan karena keterlibatan komunitas lokal dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat, keberlanjutan destinasi, serta distribusi manfaat pariwisata yang lebih merata.

Pendekatan CBT juga mendorong terciptanya hubungan yang harmonis antara wisatawan, masyarakat lokal, dan lingkungan destinasi. Dalam implementasinya, CBT dapat diwujudkan melalui pengembangan wisata budaya, ekowisata, wisata bahari, serta ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Selain meningkatkan kesejahteraan masyarakat, konsep CBT juga dinilai mampu memperkuat identitas budaya lokal serta menjaga keberlanjutan sumber daya wisata. Menurut

OECD (2024), pengembangan pariwisata berbasis komunitas menjadi strategi penting untuk meningkatkan ketahanan destinasi wisata di era pariwisata berkelanjutan dan *pariwisata digital*.

*Sustainable tourism development* atau pembangunan pariwisata berkelanjutan merupakan konsep pengembangan pariwisata yang memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan dalam jangka panjang. Konsep ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat lokal saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Baloch *et al.* (2023) menjelaskan bahwa pembangunan pariwisata berkelanjutan harus mampu memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal, menjaga kelestarian lingkungan, serta melestarikan budaya dan identitas lokal di destinasi wisata. Konsep tersebut juga menekankan pentingnya pengelolaan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang untuk menjamin keberlanjutan destinasi wisata di masa depan (Mondejar-Jimenez & Ferrari, 2022).

Dalam konteks desa wisata, penerapan pariwisata berkelanjutan diwujudkan melalui konservasi lingkungan, pengelolaan sampah, pelestarian budaya lokal, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat. Selain itu, pengembangan pariwisata berkelanjutan juga harus memperhatikan *carrying capacity* destinasi agar aktivitas wisata tidak menimbulkan kerusakan lingkungan maupun degradasi sosial budaya masyarakat lokal. Konsep *carrying capacity* menjadi penting untuk menjaga keseimbangan antara aktivitas wisata dan daya dukung lingkungan destinasi (Roberts *et al.*, 2022). Pengembangan pariwisata pascapandemi semakin menekankan pentingnya *resilience tourism* dan *sustainability* sebagai strategi utama untuk menjaga keberlanjutan destinasi wisata (Hall *et al.*, 2021).

Konsep *pentahelix* merupakan model kolaborasi multipihak yang melibatkan pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media untuk mendukung pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Pendekatan ini dinilai efektif untuk memperkuat tata kelola destinasi, meningkatkan inovasi, serta memperluas jejaring pengembangan pariwisata melalui sinergi lintas sektor. Kolaborasi *pentahelix* menjadi strategi penting dalam pengembangan desa wisata karena mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, memperkuat promosi digital, dan mendorong pengembangan ekonomi kreatif berbasis lokal (Chamidah *et al.*, 2021; Hidayatullah *et al.*, 2023). Peran pemerintah dalam pengembangan desa wisata yakni memberikan regulasi dan dukungan kebijakan; akademisi berkontribusi dalam riset dan pengembangan kapasitas SDM; pelaku usaha mendukung investasi dan pemasaran; komunitas berperan sebagai pelaku utama dalam pengelolaan wisata, sedangkan media berfungsi dalam promosi dan *branding* destinasi. Kolaborasi antaraktor tersebut menjadi faktor penting dalam pengembangan destinasi wisata yang inovatif, kompetitif, dan berkelanjutan.

Produk wisata merupakan keseluruhan pengalaman yang diperoleh wisatawan selama melakukan perjalanan wisata, mulai dari atraksi wisata, amenitas, aksesibilitas, hingga pelayanan yang diterima wisatawan di destinasi. Menurut (Buhalis & Sinarta, 2019), produk wisata modern tidak hanya berorientasi pada daya tarik fisik destinasi, tetapi juga mencakup pengalaman wisata, kualitas pelayanan, dan digital *experience* wisatawan. Dalam pengembangan desa wisata, produk wisata dapat berupa wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, ekowisata, wisata religi, maupun ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Diversifikasi produk wisata menjadi strategi penting untuk meningkatkan daya saing destinasi dan memperpanjang lama tinggal wisatawan. Selain itu, pengembangan produk wisata berbasis *local uniqueness* dinilai mampu memperkuat identitas destinasi dan menciptakan pengalaman wisata yang autentik. Menurut Sigala, inovasi dan diversifikasi produk wisata menjadi faktor penting dalam meningkatkan resiliensi destinasi wisata pada era pariwisata berkelanjutan dan pariwisata digital.

**Tabel 1.** Sintesis Literatur

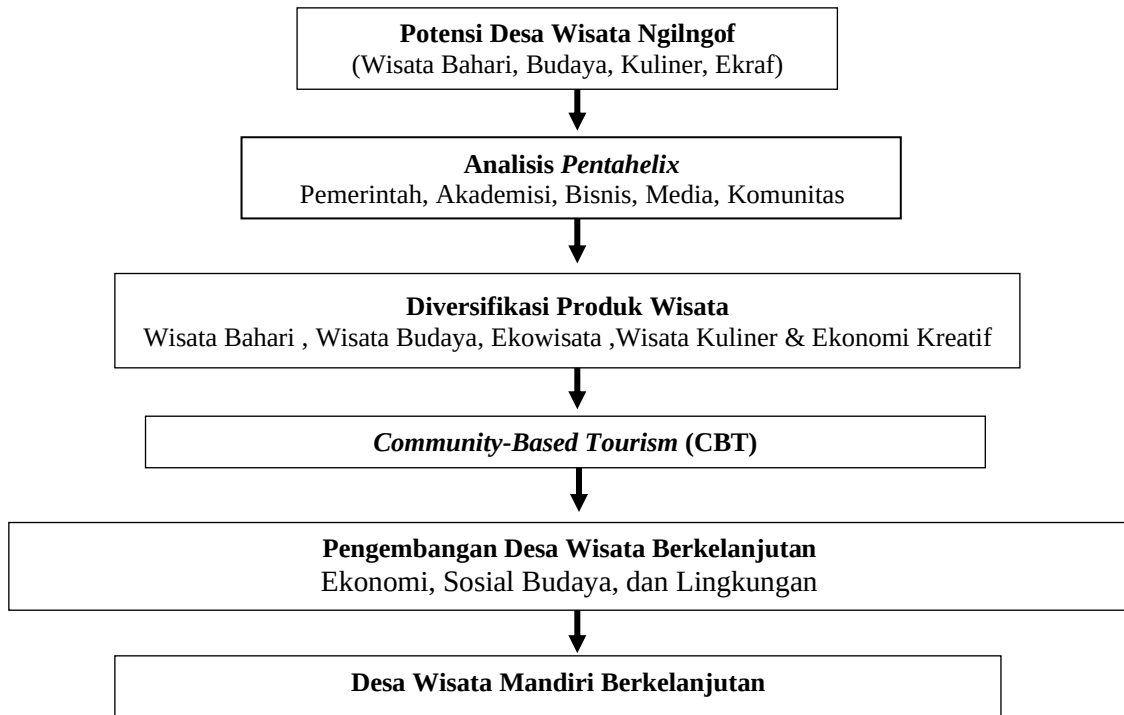
| Variabel          | Konsep Sintesis                                                                                                                                                                    | Indikator                                       | Referensi Valid                                      |
|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <i>Pentahelix</i> | Model <i>collaborative governance</i> dalam pengembangan pariwisata melibatkan sinergi pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, dan media untuk meningkatkan inovasi, tata kelola | Pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, media | (Chamidah <i>et al.</i> , 2021; Ansell & Gash, 2008) |

|                                      |                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                      |                                                           |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
|                                      | destinasi, promosi, serta keberlanjutan pembangunan wisata.                                                                                                                                                                              |                                                                                      |                                                           |
| <b>Diversifikasi Produk Wisata</b>   | Strategi pengembangan destinasi melalui penciptaan dan pengelompokan berbagai jenis produk wisata berbasis pengalaman, budaya lokal, teknologi digital, dan keunikan destinasi untuk meningkatkan daya saing dan lama tinggal wisatawan. | Wisata budaya, kuliner, bahari, ekowisata, wisata kreatif                            | (Buhalis & Sinarta 2019; Kastenholz <i>et al.</i> , 2012) |
| <b>Community-Based Tourism (CBT)</b> | Pendekatan pengembangan pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam perencanaan, pengelolaan, pengambilan keputusan, dan distribusi manfaat ekonomi pariwisata secara berkelanjutan.                          | Partisipasi masyarakat, pemberdayaan lokal, kontrol komunitas, manfaat ekonomi lokal | (Giampiccoli & Mtapuri, 2021)                             |
| <b>Sustainable Tourism</b>           | Konsep pembangunan pariwisata yang menekankan keseimbangan antara keberlanjutan ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat saat ini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang.         | Ekonomi, sosial budaya, lingkungan                                                   | (Saarinen, 2021; Sharpley, 2020)                          |
| <b>Digital Tourism</b>               | Pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan, pemasaran, komunikasi, dan pengalaman wisata melalui platform <i>digital</i> yang mendukung interaksi wisatawan secara <i>real-time</i> dan memperluas akses pasar destinasi.           | Media sosial, <i>website</i> , <i>digital marketing</i> , <i>smart tourism</i>       | (Kalia <i>et al.</i> , 2022; Werthner, 2022)              |

Sumber: Data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan desa wisata berkelanjutan memerlukan pendekatan terpadu yang mengintegrasikan kolaborasi multipihak, diversifikasi produk wisata, pemberdayaan masyarakat, keberlanjutan lingkungan, serta pemanfaatan teknologi digital. Konsep *pentahelix* menunjukkan bahwa sinergi antara pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media menjadi faktor penting dalam memperkuat tata kelola destinasi, inovasi, serta promosi wisata. Di sisi lain, diversifikasi produk wisata berbasis potensi dan keunikan lokal mampu meningkatkan daya saing destinasi serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih autentik bagi wisatawan.

Pendekatan *Community-Based Tourism (CBT)* menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengembangan wisata berkelanjutan yang didukung oleh konsep *sustainable tourism* dan *digital tourism* melalui pemanfaatan media sosial, situs web, serta *pemasaran digital*. Pengembangan Desa Wisata Ngilngof dipengaruhi oleh kolaborasi *pentahelix* antara pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media dalam mendukung diversifikasi produk wisata berbasis potensi lokal untuk meningkatkan daya tarik destinasi, perekonomian masyarakat, serta keberlanjutan lingkungan dan budaya. Berikut merupakan kerangka berpikir penelitian.



Gambar 1. Kerangka berpikir penelitian.  
Sumber: Penulis (2025).

Kerangka berpikir di atas menjelaskan bahwa pengembangan Desa Wisata Ngilngof diawali dengan identifikasi potensi desa yang meliputi wisata bahari, budaya, kuliner, dan ekonomi kreatif sebagai daya tarik utama destinasi. Potensi tersebut kemudian dianalisis melalui pendekatan *pentahelix* yang melibatkan pemerintah, akademisi, bisnis, media, dan komunitas untuk menciptakan sinergi dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata. Hasil analisis tersebut diarahkan pada diversifikasi produk wisata berupa wisata bahari, wisata budaya, ekowisata, wisata kuliner, dan ekonomi kreatif guna meningkatkan daya saing destinasi serta manfaat ekonomi bagi masyarakat. Selanjutnya, pengembangan dilakukan dengan pendekatan *Community Based Tourism (CBT)* yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam pengelolaan pariwisata sehingga tercipta partisipasi, pemberdayaan, serta pelestarian budaya dan lingkungan. Melalui pendekatan tersebut, diharapkan terwujud pengembangan desa wisata berkelanjutan yang mencakup aspek ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan, sehingga pada akhirnya Desa Wisata Ngilngof dapat berkembang menjadi desa wisata mandiri yang berkelanjutan.

### 3. METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus di Desa Wisata Ngilngof, Kabupaten Maluku Tenggara. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial dan pengembangan pariwisata secara mendalam berdasarkan perspektif informan dan kondisi di lapangan (Creswell & Poth, 2016). Penelitian dilakukan pada Januari–Maret 2025. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Informan penelitian berjumlah 12 orang, terdiri atas pengelola Pokdarwis, pengurus BUMDes, pelaku usaha wisata, pengelola homestay, komunitas lokal, pemerintah desa, dan wisatawan. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive* berdasarkan keterlibatan dan pemahaman terhadap pengembangan Desa Wisata Ngilngof, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap memahami objek penelitian (Campbell *et al.*, 2020). Proses analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles *et al.*, 2014). Hasil wawancara, observasi, dan

dokumentasi kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan desa wisata yang selanjutnya disusun dalam matriks SWOT dan strategi pengembangan berbasis *pentahelix*. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam pengembangan desa wisata (Benzaghta *et al.*, 2021). Validitas data dilakukan melalui triangulasi sumber dan dokumentasi untuk meningkatkan keabsahan dan konsistensi data penelitian (Noble & Heale, 2019).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Daya Tarik Wisata

Keberadaan Pantai Ngurbloat sebagai pantai dengan karakteristik pasir putih terhalus menunjukkan adanya *unique selling point* yang dapat meningkatkan *daya saing destinasi* Desa Wisata Ngilngof dalam pengembangan wisata bahari yang berkelanjutan (Crouch, 2011). Selain itu, potensi *diving* dan ekowisata pesisir mencerminkan peluang pengembangan *marine ecotourism* berbasis konservasi lingkungan yang mampu menciptakan keseimbangan antara pelestarian lingkungan dan peningkatan ekonomi masyarakat lokal (Cusack *et al.*, 2021). Diversifikasi produk wisata berbasis *local uniqueness* juga menjadi strategi penting untuk menciptakan pengalaman wisata autentik dan meningkatkan daya saing destinasi wisata berkelanjutan (Kastenholz *et al.*, 2012; Sigala, 2020).

**Tabel 2.** Analisis Potensi Pengembangan Desa Wisata Ngilngof

| Aspek Potensi             | Temuan Analisis                                                                                                                              | Nilai Pengembangan Pariwisata                                                                                     | Penguat Teori                                                                                                                                                                   |
|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Wisata Budaya</b>      | Tradisi budaya lokal masyarakat Kei masih kuat dan didukung <i>event</i> budaya seperti Festival Pesona Meti Kei dan <i>Tour de Mollucas</i> | Memperkuat identitas budaya lokal, meningkatkan kunjungan wisatawan, serta menciptakan pengalaman wisata autentik | <i>Cultural tourism</i> dan CBT menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam pelestarian budaya dan pengembangan wisata berbasis komunitas (Giampiccoli & Mtapuri, 2021) |
| <b>Event Tourism</b>      | Festival tari, musik, layang-layang, dan lampion melibatkan komunitas lokal                                                                  | Menjadi media promosi destinasi, pelestarian budaya, dan pemberdayaan masyarakat                                  | <i>Event tourism</i> mampu meningkatkan destination branding dan social capital masyarakat lokal (Dolezal & Novelli, 2022)                                                      |
| <b>Ekonomi Kreatif</b>    | Produk lokal seperti embal pisang, kerajinan limbah kerang, baju adat Beniang, dan anyaman tas                                               | Meningkatkan nilai ekonomi masyarakat serta memperkuat identitas lokal                                            | <i>Creative tourism</i> berbasis budaya mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata (Duxbury <i>et al.</i> , 2020)                                                           |
| <b>Sustainability</b>     | Pemanfaatan limbah kerang menjadi produk kreatif ramah lingkungan                                                                            | Mendukung konsep ekonomi kreatif berkelanjutan dan <i>circular economy</i>                                        | Pengolahan limbah menjadi produk bernilai tambah mendukung sustainable tourism dan ekonomi sirkular (Duxbury <i>et al.</i> , 2020)                                              |
| <b>Pentahelix Tourism</b> | Keterlibatan masyarakat, komunitas, pelaku usaha, dan pemerintah dalam aktivitas wisata                                                      | Memperkuat tata kelola destinasi dan pengembangan wisata berkelanjutan                                            | Kolaborasi multipihak meningkatkan daya saing dan keberlanjutan destinasi wisata                                                                                                |

Sumber: Analisis Penulis (2025)

Berdasarkan hasil analisis, Desa Wisata Ngilngof memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata berkelanjutan melalui integrasi wisata budaya, *event tourism*, dan ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Keberadaan budaya lokal masyarakat Kei yang masih terjaga menjadi kekuatan utama dalam menciptakan *pengalaman wisata autentik* sekaligus memperkuat identitas destinasi wisata. Selain itu, pengembangan produk ekonomi kreatif berbasis sumber daya lokal dan pemanfaatan limbah menunjukkan implementasi prinsip *keberlanjutan dan ekonomi sirkular* dalam aktivitas pariwisata masyarakat. Secara keseluruhan, sinergi antara budaya lokal, kreativitas masyarakat, dan kolaborasi multipihak menunjukkan bahwa Desa

Wisata Ngilngof memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata berbasis *pentahelix* yang kompetitif, partisipatif, dan berkelanjutan.

## 4.2 Pengembangan Desa Wisata Ngilngof

Pengembangan Desa Wisata Ngilngof merupakan upaya strategis dalam memanfaatkan potensi wisata bahari, budaya, kuliner, dan ekonomi kreatif secara terpadu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Pengembangan tersebut tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga diarahkan pada terciptanya pariwisata yang berkelanjutan melalui keterlibatan berbagai pihak, pelestarian budaya lokal, serta pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab. Dalam prosesnya, diperlukan analisis yang komprehensif untuk melihat potensi, tantangan, serta strategi pengembangan yang dapat diterapkan agar Desa Wisata Ngilngof mampu berkembang menjadi destinasi wisata yang mandiri dan berdaya saing. Analisis pengembangan Desa Wisata Ngilngof disajikan dalam tabel berikut.

**Tabel 3.** Analisis Pengembangan Desa Wisata Ngilngof

| Aspek Analisis                     | Potensi/Kondisi                                                                                             | Nilai Pengembangan                                                      | Implikasi Pariwisata                                                         |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Daya Tarik Wisata</b>           | Pantai Ngurbloat, Pantai Yonroa, wisata religi, Teluk Howat Hawet, Tebing Nen Te Idar, Pulau Ohoi Ew        | Diversifikasi produk wisata alam, budaya, religi, dan petualangan       | Meningkatkan daya saing destinasi, <i>length of stay</i> , dan ekonomi lokal |
| <b>Ekowisata</b>                   | Kawasan <i>mangrove</i> dan wisata pesisir                                                                  | Wisata konservasi dan edukasi lingkungan                                | Mendukung <i>sustainable tourism</i>                                         |
| <b>Fasilitas</b>                   | <i>Homestay</i> , <i>cottage</i> , <i>cafeteria</i> , transportasi, Wi-Fi, spot foto, <i>tracking</i> hutan | Amenitas cukup lengkap dan mendukung <i>digital tourism</i>             | Meningkatkan kenyamanan wisatawan dan diversifikasi wisata                   |
| <b>Akomodasi</b>                   | <i>Homestay</i> , <i>cottage</i> , <i>villa</i> dengan fasilitas AC, WiFi, sarapan, <i>private pool</i>     | Mendukung <i>Community Based Tourism</i> (CBT) dan segmentasi wisatawan | Meningkatkan <i>length of stay</i> dan pendapatan masyarakat                 |
| <b>Aksesibilitas</b>               | Jalan dua jalur, jarak $\pm 24$ km dari Langgur, transportasi laut                                          | Mobilitas wisatawan cukup baik                                          | Mendukung pengembangan <i>marine tourism</i>                                 |
| <b>Kelembagaan</b>                 | BUMDes “Te Idar” dan POKDARWIS “Rahan Tethol”                                                               | Pengelolaan wisata berbasis masyarakat                                  | Memperkuat tata kelola destinasi dan ekonomi lokal                           |
| <b>Diversifikasi Produk Wisata</b> | Wisata bahari, budaya, religi, <i>mangrove</i> , kuliner, ekonomi kreatif                                   | Mengurangi ketergantungan pada satu atraksi wisata                      | Meningkatkan ketahanan ekonomi destinasi                                     |
| <b>Branding</b>                    | Pantai Ngurbloat sebagai ikon wisata                                                                        | Memperkuat <i>positioning</i> destinasi                                 | Meningkatkan citra wisata bahari Kei                                         |
| <b>Advertising</b>                 | <i>Website</i> , Instagram, Facebook                                                                        | Promosi digital destinasi                                               | Memperluas jangkauan pasar wisata                                            |
| <b>Selling</b>                     | <i>Snorkeling</i> , <i>diving</i> , kuliner khas, wisata budaya                                             | Pengembangan <i>experiential tourism</i>                                | Meningkatkan pengalaman wisatawan                                            |
| <b>Pentahelix</b>                  | Kolaborasi pemerintah, akademisi, media, komunitas, dan pelaku usaha                                        | Pengembangan wisata berbasis kolaborasi                                 | Mendukung pariwisata berkelanjutan                                           |
| <b>Tantangan Pengembangan</b>      | Keterbatasan digitalisasi, kualitas layanan, dan <i>sustainability</i>                                      | Perlu penguatan SDM dan infrastruktur                                   | Mendukung <i>smart tourism</i> dan keberlanjutan destinasi                   |

Sumber: Analisis Penulis (2025)

Secara keseluruhan, Desa Wisata Ngilngof memiliki potensi kuat dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat melalui dukungan daya tarik wisata yang beragam, amenitas yang cukup memadai, aksesibilitas yang baik, serta penguatan kelembagaan dan kolaborasi *pentahelix*. Diversifikasi produk wisata alam, budaya, religi, dan ekonomi kreatif menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan daya saing destinasi, memperluas manfaat ekonomi bagi masyarakat, serta mendukung *sustainable tourism*. Namun demikian, penguatan kualitas layanan, promosi digital, pengelolaan lingkungan, dan pengembangan *smart tourism* masih diperlukan agar pengembangan destinasi dapat berlangsung secara optimal dan berkelanjutan.

#### a) Penerapan unsur *pentahelix*

Penerapan unsur *pentahelix* dalam pengembangan desa wisata menjadi salah satu pendekatan strategis yang mampu mendorong kolaborasi antarpemangku kepentingan secara berkelanjutan. Konsep *pentahelix* menekankan sinergi antara pemerintah, akademisi, media, komunitas, dan pelaku usaha dalam mendukung pembangunan destinasi wisata melalui peran dan kontribusi masing-masing. Kolaborasi tersebut tidak hanya berfokus pada pengembangan infrastruktur dan promosi, tetapi juga mencakup penguatan kapasitas masyarakat, branding destinasi, peningkatan amenitas, serta pemberdayaan ekonomi lokal. Adapun penerapan unsur *pentahelix* dalam pengembangan desa wisata dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.** Peran *Pentahelix*

| Aktor        | Peran                      | Kontribusi                          |
|--------------|----------------------------|-------------------------------------|
| Pemerintah   | Infrastruktur & promosi    | Mendukung pengembangan destinasi    |
| Akademisi    | KKN & pendampingan         | Penguatan kapasitas masyarakat      |
| Media        | Website & media sosial     | <i>Branding</i> dan promosi digital |
| Komunitas    | Promosi spot wisata        | <i>Experience-based promotion</i>   |
| Pelaku usaha | Pembangunan <i>cottage</i> | Peningkatan amenitas & ekonomi      |

(Sumber : Analisis Penulis, 2025)

Penerapan konsep *pentahelix* di Desa Wisata Ngilngof menunjukkan adanya kolaborasi antara pemerintah, akademisi, media, komunitas, dan pelaku usaha dalam mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Berdasarkan wawancara dengan pengelola Pokdarwis, dukungan pemerintah telah dirasakan terutama dalam penyediaan fasilitas dasar dan promosi destinasi, meskipun implementasinya masih memerlukan kesinambungan. Menurut informan, dukungan pemerintah sudah ada melalui beberapa program pengembangan desa wisata, tetapi kami masih membutuhkan pendampingan yang lebih rutin, terutama untuk promosi digital dan peningkatan kualitas layanan wisata. Hal tersebut menunjukkan bahwa intervensi pemerintah telah berkontribusi pada pengembangan destinasi yang berorientasi pada keberlanjutan. Pemerintah berperan dalam pengembangan infrastruktur dan promosi destinasi, sementara akademisi, melalui kerja sama dengan Politeknik Perikanan Negeri Tual, memberikan pendampingan, inovasi, dan penguatan kapasitas masyarakat melalui program KKN. Pendampingan akademisi dinilai memberikan manfaat dalam peningkatan kapasitas masyarakat, terutama melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan bagi mahasiswa. Salah satu pengelola desa wisata menjelaskan bahwa mahasiswa dan dosen sangat membantu dalam memberikan pemahaman tentang tata cara mengelola wisata dengan lebih baik, mulai dari pelayanan wisatawan hingga pengemasan produk lokal. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat kontribusi akademisi dalam aspek *transfer* pengetahuan dan *capacity building*.

Pada aspek media, pemanfaatan *website*, Instagram, dan Facebook menunjukkan transformasi menuju *digital tourism* yang mendukung *branding* dan promosi destinasi secara lebih luas. Meskipun media digital mulai dimanfaatkan untuk mempromosikan destinasi, hasil wawancara menunjukkan bahwa pengelola masih menghadapi berbagai kendala teknis. Seorang pengelola media promosi desa wisata menyampaikan bahwa pihak pengelola sudah menggunakan Instagram dan Facebook untuk promosi, tetapi jaringan internet sering tidak stabil sehingga pembaruan informasi belum dapat dilakukan secara konsisten. Kondisi tersebut menjelaskan mengapa transformasi menuju *digital tourism* masih berlangsung secara bertahap. Keterlibatan komunitas “Kaki Bajalang” juga menunjukkan partisipasi aktif masyarakat dalam mempromosikan atraksi wisata melalui media sosial serta pengembangan spot wisata. Keterlibatan komunitas lokal tidak hanya terlihat dalam pengelolaan atraksi wisata, tetapi juga dalam aktivitas promosi secara sukarela. Salah satu anggota komunitas “Kaki Bajalang” menjelaskan bahwa mereka sering membagikan foto dan video destinasi melalui media sosial pribadi agar lebih banyak orang mengenal Ngilngof. Promosi seperti ini dilakukan agar desanya

semakin maju. Hal tersebut menunjukkan adanya *social capital* yang cukup kuat dalam mendukung pengembangan destinasi. Selain itu, pelaku usaha berkontribusi dalam pembangunan amenitas seperti *cottage* yang mendukung kenyamanan wisatawan sekaligus membuka peluang ekonomi bagi masyarakat lokal. Dari sisi pelaku usaha, investasi amenitas dipandang mampu memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar. Seorang pemilik *homestay* menyampaikan bahwa semakin banyak wisatawan yang menginap, semakin besar pula peluang masyarakat untuk memperoleh pendapatan dari kuliner, transportasi lokal, maupun penjualan kerajinan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengembangan amenitas memiliki efek pengganda (*multiplier effect*) terhadap perekonomian lokal. Secara keseluruhan, sinergi antaraktor tersebut menjadi faktor penting dalam memperkuat daya saing destinasi, meningkatkan partisipasi masyarakat, serta mendukung pengembangan Desa Wisata Ngilngof menuju pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktor komunitas dan pemerintah menjadi pihak yang paling dominan dalam pengembangan Desa Wisata Ngilngof, terutama dalam pengelolaan atraksi wisata dan penguatan promosi destinasi. Namun demikian, keterlibatan akademisi dan media digital masih cenderung bersifat pendampingan jangka pendek dan belum terintegrasi dalam sistem pengembangan *smart tourism* secara berkelanjutan. Kondisi ini menunjukkan bahwa implementasi model *pentahelix* di Desa Wisata Ngilngof masih berada pada tahap *collaborative participation* dan belum mencapai *collaborative innovation* secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan penguatan sinergi antaraktor melalui program pengembangan *digital tourism, capacity building* masyarakat, serta tata kelola destinasi berbasis data digital.

#### b) Analisa SWOT Desa Wisata Ngilngof

Berbagai kondisi internal dan eksternal yang akan berpengaruh terhadap pengembangan Desa Wisata Ngilngof perlu dianalisis untuk menemukan strategi pengembangan ke depan dalam mewujudkan Desa Wisata Ngilngof yang mandiri dan berkelanjutan. Pengembangan desa wisata berkelanjutan harus memperhatikan keseimbangan antara keberlanjutan ekonomi, konservasi lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat lokal. Pendekatan ini menjadi penting dalam pengembangan destinasi wisata berbasis masyarakat di wilayah kepulauan (Baloch *et al.*, 2023). Dalam lingkup internal, analisis diarahkan untuk menjabarkan secara rinci aspek-aspek yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) dari kondisi serta perkembangan sumber daya desa. Hasil analisis SWOT dalam hal ini akan digunakan sebagai acuan untuk merumuskan konsep strategi dan kebijakan pengembangan.

**Tabel 5.** Analisis SWOT Desa Wisata Ngilngof Berbasis *Pentahelix*

| <b><i>Strengths</i> (Kekuatan)</b>                                                            | <b><i>Weaknesses</i> (Kelemahan)</b>                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Memiliki daya tarik wisata beragam (bahari, budaya, religi, ekowisata, ekonomi kreatif)       | Infrastruktur <i>digital</i> dan jaringan internet masih terbatas               |
| Pantai Ngurbloat sebagai ikon wisata dengan pasir putih terhalus                              | Standar pelayanan dan pengelolaan amenitas belum optimal                        |
| Amenitas cukup lengkap ( <i>homestay, cottage, kuliner, Wi-Fi, transportasi</i> )             | Kapasitas SDM pariwisata dan <i>digital marketing</i> masyarakat masih terbatas |
| Dukungan kelembagaan melalui BUMDes dan POKDARWIS                                             | Pengelolaan <i>sustainability</i> dan konservasi lingkungan belum maksimal      |
| Kolaborasi <i>pentahelix</i> antara pemerintah, akademisi, media, komunitas, dan pelaku usaha | Ketergantungan pada dukungan eksternal dalam pengembangan wisata                |
| Pemanfaatan media sosial dan <i>website</i> untuk promosi digital                             | Belum adanya integrasi <i>smart tourism</i> secara optimal                      |
| Keterlibatan komunitas lokal dalam promosi dan pengembangan atraksi wisata                    | Pengelolaan promosi digital masih belum konsisten                               |
| <b><i>Opportunities</i> (Peluang)</b>                                                         | <b><i>Threats</i> (Ancaman)</b>                                                 |

|                                                                         |                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Tren <i>sustainable tourism</i> dan <i>ecotourism</i> semakin meningkat | Persaingan dengan desa wisata dan destinasi bahari lain      |
| Perkembangan <i>digital tourism</i> dan media sosial                    | Risiko kerusakan lingkungan pesisir dan <i>mangrove</i>      |
| Dukungan pemerintah terhadap pengembangan desa wisata                   | Perubahan tren dan preferensi wisatawan                      |
| Potensi pengembangan <i>event tourism</i> budaya Kei                    | Penurunan kualitas budaya lokal akibat komersialisasi wisata |
| Peluang investasi amenitas wisata dan ekonomi kreatif                   | Keterbatasan akses dan biaya transportasi kepulauan          |
| Kerja sama akademisi dalam pendampingan masyarakat                      | Ketidakstabilan ekonomi dan sektor pariwisata global         |

Sumber : Analisis Penulis (2025)

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada tabel di atas, Desa Wisata Ngilngof memiliki potensi yang kuat untuk berkembang sebagai destinasi wisata berbasis *pentahelix* melalui kekayaan daya tarik wisata, dukungan kelembagaan, serta kolaborasi antaraktor yang mendukung pengembangan destinasi secara berkelanjutan. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan, terutama terkait keterbatasan infrastruktur digital, kapasitas sumber daya manusia, serta optimalisasi pengelolaan smart tourism dan konservasi lingkungan. Di sisi lain, peluang pengembangan wisata semakin terbuka melalui tren *sustainable tourism*, dukungan pemerintah, dan perkembangan promosi *digital*, meskipun tetap dihadapkan pada berbagai ancaman seperti persaingan destinasi, risiko kerusakan lingkungan, dan perubahan tren wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang terintegrasi dan kolaboratif agar kekuatan dan peluang yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung keberlanjutan Desa Wisata Ngilngof di masa mendatang.

Dalam upaya merumuskan arah pengembangan Desa Wisata Ngilngof yang lebih terstruktur dan berkelanjutan, diperlukan strategi yang mampu mengintegrasikan potensi internal dan faktor eksternal destinasi wisata. Salah satu pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT berbasis *pentahelix* yang memadukan unsur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dengan kolaborasi antaraktor pembangunan pariwisata. Pendekatan ini menjadi penting karena pengembangan desa wisata tidak hanya bergantung pada potensi destinasi, tetapi juga pada sinergi antara pemerintah, akademisi, media, komunitas, dan pelaku usaha dalam menciptakan tata kelola wisata yang berkelanjutan. Adapun hasil perumusan strategi pengembangan Desa Wisata Ngilngof berbasis *pentahelix* dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 6.** Matriks Strategi SWOT Berbasis *Pentahelix*

| Strategi                            | Analisis Strategi                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>SO (Strengths-Opportunities)</b> | Memanfaatkan kolaborasi <i>pentahelix</i> untuk memperkuat <i>branding</i> Pantai Ngurbloat dan wisata budaya Kei melalui promosi digital, <i>event tourism</i> , dan pengembangan ekonomi kreatif berbasis masyarakat guna meningkatkan daya saing destinasi wisata berkelanjutan. |
| <b>WO (Weakness-Opportunities)</b>  | Meningkatkan kapasitas SDM pariwisata melalui pelatihan <i>digital marketing</i> , pelayanan wisata, dan pengelolaan <i>sustainable tourism</i> dengan dukungan akademisi, pemerintah, dan media digital.                                                                           |
| <b>ST (Strengths-Threats)</b>       | Memperkuat pengelolaan wisata berbasis masyarakat dan konservasi lingkungan melalui peran BUMDes, POKDARWIS, komunitas, dan pelaku usaha agar mampu menjaga keunikan budaya serta kelestarian lingkungan dari ancaman persaingan dan degradasi destinasi.                           |
| <b>WT (Weakness-Threats)</b>        | Mengembangkan <i>smart tourism village</i> dan sistem pengelolaan wisata berkelanjutan untuk mengatasi keterbatasan infrastruktur digital,                                                                                                                                          |

meningkatkan kualitas layanan wisata, dan meminimalkan risiko kerusakan lingkungan serta penurunan kualitas destinasi wisata.

Sumber: Analisis Penulis (2025)

Berdasarkan Matriks Strategi SWOT berbasis *pentahelix* pada tabel di atas, pengembangan Desa Wisata Ngilngof diarahkan pada upaya memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki sekaligus meminimalkan kelemahan serta ancaman yang dapat memengaruhi keberlanjutan destinasi wisata. Strategi yang dirumuskan menekankan pentingnya sinergi antarpemangku kepentingan melalui pendekatan *pentahelix* untuk mendukung promosi digital, penguatan kapasitas masyarakat, pengembangan ekonomi kreatif, serta penerapan konsep *sustainable tourism* dan *smart tourism village*. Selain itu, strategi tersebut juga berorientasi pada pelestarian budaya lokal dan lingkungan sebagai bagian dari upaya menjaga daya saing serta kualitas destinasi wisata secara berkelanjutan. Dengan demikian, implementasi strategi SWOT berbasis *pentahelix* diharapkan dapat mendorong Desa Wisata Ngilngof menjadi destinasi wisata yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan di tengah dinamika perkembangan pariwisata modern.

Penerapan pendekatan *pentahelix* dalam analisis SWOT menjadi bagian penting untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Ngilngof secara berkelanjutan. Melalui kolaborasi antaraktor yang melibatkan pemerintah, akademisi, media, komunitas, dan pelaku usaha, setiap unsur memiliki peran strategis dalam memperkuat potensi destinasi sekaligus mengatasi berbagai tantangan dalam pengembangan wisata. Sinergi tersebut diwujudkan melalui dukungan infrastruktur, penguatan kapasitas masyarakat, promosi digital, pengembangan amenities, hingga peningkatan partisipasi komunitas lokal dalam aktivitas pariwisata. Dengan adanya keterlibatan berbagai aktor *pentahelix*, pengembangan desa wisata diharapkan dapat berjalan lebih adaptif, inovatif, dan berorientasi pada keberlanjutan destinasi. Analisis penerapan *pentahelix* dalam SWOT dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 7.** Analisis Penerapan *Pentahelix* dalam SWOT

| <b>Aktor<br/><i>Pentahelix</i></b> | <b>Peran</b>                      | <b>Kontribusi dalam SWOT</b>                            |
|------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Pemerintah                         | Infrastruktur dan promosi         | Memperkuat aksesibilitas dan branding destinasi         |
| Akademisi                          | KKN dan pendampingan              | Penguatan kapasitas SDM dan inovasi wisata              |
| Media                              | Website dan media sosial          | Mendukung digital tourism dan promosi destinasi         |
| Komunitas                          | Promosi spot wisata               | Meningkatkan engagement dan promosi berbasis pengalaman |
| Pelaku usaha                       | Pembangunan cottage dan amenities | Mendukung kenyamanan wisatawan dan ekonomi lokal        |

Sumber: Analisis Penulis (2025).

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, penerapan konsep *pentahelix* di Desa Wisata Ngilngof menunjukkan adanya sinergi multipihak yang menjadi kekuatan utama dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat. Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, media, komunitas, dan pelaku usaha tidak hanya mendukung pengembangan infrastruktur dan promosi destinasi, tetapi juga memperkuat kapasitas masyarakat, mengembangkan ekonomi lokal, serta mendorong transformasi menuju *digital tourism*. Kondisi tersebut menjadi modal strategis untuk meningkatkan daya saing Desa Wisata Ngilngof di tengah perkembangan industri pariwisata modern. Meskipun demikian, penguatan kualitas sumber daya manusia, infrastruktur digital, dan pengelolaan *keberlanjutan* masih perlu ditingkatkan agar pengembangan wisata dapat berlangsung secara optimal, adaptif, dan berkelanjutan. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi pengembangan Desa Wisata Ngilngof tidak hanya berorientasi pada

peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga diarahkan pada penguatan kualitas destinasi, pelestarian budaya lokal, serta keberlanjutan lingkungan. Pengembangan wisata berbasis konservasi, *digital tourism*, dan pemberdayaan masyarakat menjadi strategi prioritas untuk menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi lokal dan pelestarian sumber daya wisata. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan desa wisata kepulauan sangat dipengaruhi oleh kemampuan masyarakat dalam beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, perubahan tren wisatawan, serta tantangan *keberlanjutan* destinasi di masa mendatang.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Desa Wisata Ngilngof memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat melalui keberagaman daya tarik wisata alam, budaya, religi, ekowisata, dan ekonomi kreatif. Pantai Ngurbloat, sebagai ikon wisata bahari dengan karakteristik pasir putih yang terhalus, menjadi kekuatan utama yang mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata di Maluku Tenggara. Selain itu, keberadaan wisata budaya, *event tourism*, wisata *mangrove*, serta produk ekonomi kreatif masyarakat menunjukkan adanya peluang diversifikasi produk wisata yang dapat memperluas manfaat ekonomi masyarakat lokal sekaligus memperkuat identitas budaya masyarakat Kei. Pengembangan Desa Wisata Ngilngof juga menunjukkan penerapan konsep *Community Based Tourism* (CBT) melalui keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata yang didukung oleh kelembagaan BUMDes dan POKDARWIS. Implementasi konsep *pentahelix* yang melibatkan pemerintah, akademisi, media, komunitas, dan pelaku usaha menjadi faktor strategis dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui penguatan promosi digital, pengembangan amenitas wisata, peningkatan kapasitas masyarakat, dan penguatan branding destinasi.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Desa Wisata Ngilngof memiliki kekuatan pada keberagaman atraksi wisata, potensi wisata bahari, dukungan kelembagaan, serta kolaborasi lintas pihak. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan seperti keterbatasan infrastruktur digital, kualitas SDM pariwisata, pengelolaan *sustainability*, dan promosi digital yang belum optimal. Di sisi lain, peluang pengembangan *sustainable tourism*, *digital tourism*, *event tourism*, dan ekonomi kreatif berbasis masyarakat dapat menjadi modal penting untuk meningkatkan daya saing destinasi. Oleh karena itu, strategi pengembangan desa wisata perlu diarahkan pada penguatan kualitas SDM, pengembangan *smart tourism village*, konservasi lingkungan, serta optimalisasi promosi digital berbasis *local uniqueness* agar pengembangan pariwisata dapat berlangsung secara berkelanjutan, adaptif, dan kompetitif. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep pengembangan desa wisata berbasis *Community-Based Tourism* melalui integrasi kolaborasi *pentahelix*, diversifikasi produk wisata, dan *digital tourism* dalam konteks wilayah kepulauan. Sementara itu, secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi model pengembangan desa wisata berbasis *local uniqueness* dan *smart tourism village* yang dapat diterapkan pada desa wisata bahari lainnya di Indonesia Timur.

Berdasarkan hasil penelitian, pemerintah daerah perlu meningkatkan dukungan terhadap pengembangan infrastruktur digital, aksesibilitas, serta fasilitas pendukung wisata guna memperkuat daya saing Desa Wisata Ngilngof sebagai destinasi wisata berkelanjutan berbasis kepulauan. Selain itu, pengelola desa wisata dan masyarakat perlu meningkatkan kualitas pelayanan wisata, kapasitas sumber daya manusia, serta kemampuan digital marketing melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan agar mampu mendukung transformasi menuju *smart tourism village*. Pengembangan pariwisata juga perlu diarahkan pada prinsip *sustainability* melalui penguatan konservasi lingkungan pesisir, pengelolaan sampah, perlindungan budaya lokal, serta pengendalian *carrying capacity* destinasi untuk menjaga keberlanjutan sumber daya wisata. Di sisi lain, kolaborasi *pentahelix* antara pemerintah, akademisi, media, komunitas, dan pelaku usaha perlu terus diperkuat untuk mendukung inovasi produk wisata, promosi digital, pengembangan ekonomi kreatif, dan pemberdayaan masyarakat lokal. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji model implementasi *smart tourism*, analisis *carrying capacity* wisata

bahari, serta strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital dalam mendukung keberlanjutan desa wisata di wilayah kepulauan.

## 6. REFERENSI

- Abdullah, R., & Prihastuti, Y. (2023). Pengembangan Pola Perjalanan Wisata di Desa Wisata Ngilngof, Kabupaten Maluku Tenggara. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(2), 159–170. <https://doi.org/10.17509/jithor.v6i%202.56941>
- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571. <https://doi.org/10.1093/jopart/mum032>
- Astiti, A. A. E. P. D. (2025). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bayan di Kabupaten Lombok Utara. *Journal Of Responsible Tourism*, 5(1), 513–526. <https://doi.org/10.47492/jrt.v5i1.3902>
- Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research International*, 30(3), 5917–5930. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w>
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and newness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563–582. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059>
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: Complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652–661. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Chamidah, N., Putra, A. H. P. K., Mansur, D. M., & Guntoro, B. (2021). Penta helix element synergy as an effort to develop villages tourism in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 01–22. <https://doi.org/10.33096/jmb.v8i1.196>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Crouch, G. I. (2011). Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1), 27–45. <https://doi.org/10.1177/0047287510362776>
- Cusack, C., Sethi, S. A., Rice, A. N., Warren, J. D., Fujita, R., Ingles, J., Flores, J., Garchitorena, E., & Mesa, S. V. (2021). Marine ecotourism for small pelagics as a source of alternative income generating activities to fisheries in a tropical community. *Biological Conservation*, 261, 109242. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2021.109242>
- Dolezal, C., & Novelli, M. (2022). Power in community-based tourism: Empowerment and partnership in Bali. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(10), 2352–2370. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1838527>
- Duxbury, N., Bakas, F. E., Vinagre de Castro, T., & Silva, S. (2020). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability*, 13(1), 2. <https://doi.org/10.3390/su13010002>
- Fauziah, N. R., & Nasdian, F. T. (2021). Hubungan Antara Partisipasi Masyarakat dengan Pemanfaatan Digital Pada Desawisata (Kasus: Desa Wisata Jelok, Desa Beji, Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunungkidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 05(01), 189–201. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v5i1.806>
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2021). From conventional to alternative tourism: Rebalancing tourism towards a community-based tourism approach in Hanoi, Vietnam. *Social Sciences*, 10(5), 176. <https://doi.org/10.3390/socsci10050176>

- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2021). Pandemics, transformations and tourism: Be Careful what you wish for. In *Global tourism and COVID-19* (pp. 123–144). Routledge. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Hidayatullah, A., Ali, M., & Pahrudin, P. (2023). Kolaborasi *Pentahelix* Dalam Membangun Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 304–314. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.15085>
- Iqbal, A., Ramachandran, S., Siow, M. L., Subramaniam, T., & Mohammad Afandi, S. H. (2022). Meaningful community participation for effective development of sustainable tourism: Bibliometric analysis towards a quintuple helix model. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 39, 100523. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100523>
- Irwan, & Agustang, A. (2021). Strategi Keberdayaan Masyarakat Menuju Desa Wisata Berbasis Masyarakat Yang Berkelanjutan. *Penguatan Riset, Inovasi, Dan Kreativitas Peneliti Di Era Pandemi Covid-19*, 316–325.
- Kalia, P., Mladenović, D., & Acevedo-Duque, Á. (2022). Decoding the trends and the emerging research directions of digital tourism in the last three decades: A bibliometric analysis. *Sage Open*, 12(4), 21582440221128179. <https://doi.org/10.1177/215824402211281>
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience—The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4, 207–214. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.009>
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021). *Membangun Ekosistem Desa Wisata Bersama Komunitas*. <https://kemenpar.go.id/ragam-pariwisata/Membangun-Ekosistem-Desa-Wisata-Bersama-Komunitas>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Desa Wisata Berkelanjutan*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Kuswandi, A., Al Rasyid, M. H., Nuraini, S., & Sa'diyyah, Z. N. (2025). Pendekatan *Pentahelix* dalam Tata Kelola Desa Wisata Berkelanjutan di Desa Bantaragung Kabupaten Majalengka. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 10(2), 324–343. <https://doi.org/10.36982/jpp.v10i2.5290>
- Lazuardina, A., & Suhirman. (2023). Analisis Stakeholder dalam Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Panundaan Ciwidey Kabupaten Bandung. *Media Bina Ilmiah*, 18(5), 1211–1220. <https://doi.org/10.33758/mbi.v18i5.664>
- Maharani, Marcelina, V., Firyal, R., Yehezkael, R., Fadli, M. S., Fakhruddin, H., & Weishaguna. (2024). Penguatan Peran *Pentahelix* Dalam Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus: Desa Wisata Pakualam). *Jurnal Wilayah dan Kota*, 10(02), 97–108. <https://doi.org/10.34010/jwk.v11i02.14483>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Mondejar-Jimenez, J., & Ferrari, G. (2022). Sustainable tourism destinations. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(7), 1239–1240. <https://doi.org/10.1177/109634802211171>
- Noble, H., & Heale, R. (2019). Triangulation in research, with examples. *Evidence-Based Nursing*, 22(3), 67–68. <https://doi.org/10.1136/ebnurs-2019-103145>
- OECD. (2024). *Tourism Trends and Policies 2024*. OECD Publishing.
- Rahmah, R., & Raharjo, T. J. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Kampung. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(3), 581–594. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i3.22194>
- Renjaan, M. J., Abdullah, R., Putnarubun, M., & Madilis, F. (2023). Kajian Pengembangan Desa Wisata Ngilngof Terintegrasi. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(2), 28–40. <https://doi.org/10.37253/altasia.v5i2.7345>
- Roberts, C., Reynolds, J., & Dolasinski, M. J. (2022). Meta-analysis of tourism sustainability research: 2019–2021. *Sustainability*, 14(6), 3303. <https://doi.org/10.3390/su14063303>
- Saarinen, J. (2021). Is Being Responsible Sustainable in Tourism? Connections and Critical Differences. *Sustainability*, 13(12), 6599. <https://doi.org/10.3390/su13126599>

- Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1932–1946. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1779732>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Werthner, H. (2022). A digital humanism view on e-tourism. *Information Technology & Tourism*, 24(3), 347–360. <https://doi.org/10.1007/s40558-022-00237-6>