

BAB I

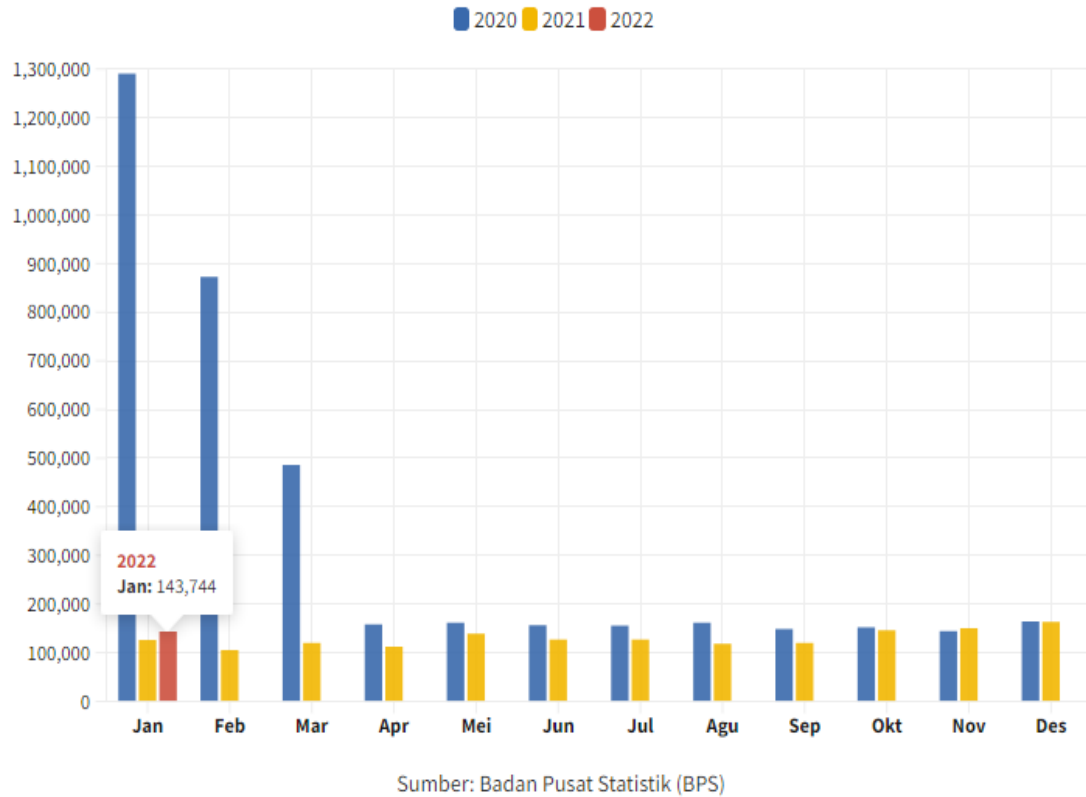
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu industri penunjang dan penggerak roda perekonomian dunia. Saat ini, industri pariwisata telah mengalami ekspansi dan diversifikasi yang berkelanjutan dan telah menjadi salah satu industri terbesar, dan Pariwisata juga merupakan salah satu sektor industri yang berpotensi memberikan kontribusi yang sangat besar bagi pembangunan ekonomi suatu daerah. Perkembangan pariwisata di suatu daerah akan menarik berkembangnya sektor-sektor lain karena produknya diperlukan untuk menunjang pariwisata, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain-lain (Irma dan Indah, 2004).

Sektor pariwisata dapat membawa manfaat bagi daerah yang memiliki aset berupa objek wisata yang diminati masyarakat. Objek wisata membawa manfaat dan keuntungan bagi daerah yang menerima wisatawan. Dalam aspek ekonomi pengembangan pariwisata sangat berperan, terutama yang berjualan di sekitar tempat wisata dapat memperoleh keuntungan yang cukup besar, apalagi pada saat liburan, wisatawan juga dapat mengetahui lebih jauh tentang kota-kota yang dikunjunginya. Pendapatan atau kas daerah secara otomatis akan meningkat seiring dengan berkembangnya berbagai obyek wisata di daerah tersebut.

Berkembangnya obyek wisata di suatu daerah akan mendorong permintaan pariwisata. Kebutuhan pariwisata adalah peluang pariwisata yang dibutuhkan suatu komunitas atau Masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata secara umum dengan adanya fasilitas yang memadai untuk memenuhi keinginan masyarakat (Douglass dalam Sihombing, 2011). Dampak positif perkembangan pariwisata di Indonesia terhadap meningkatnya laju ekonomi secara perlahan mulai terasa, pada tahun 2022 ini pertumbuhan PDB pariwisata Indonesia diprediksi melebihi dari angka 4,2 % tahun 2021 lalu, yang secara ekonomi menunjukkan pariwisata di Indonesia telah mampu memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap posisi pariwisata sebagai industri kedua penyumbang terbesar devisa negara.



Gambar 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan mancanegara ke Indonesia

Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia pada Januari 2022 mencapai 143.744 orang. Jika dibandingkan secara bulanan atau *month-to-month* dengan Desember 2021 yang jumlahnya 163.619 orang atau menurun 12,15%. Tetapi bila dibandingkan secara tahunan atau *year-on-year* dengan Januari 2021, maka angka itu naik 13,62%. Selain itu, angka kunjungan wisman pada Januari tahun ini pun lebih tinggi dari rata-rata kunjungan sepanjang tahun lalu sebesar 129.794 orang per bulan.

Namun kenaikan tahunan itu masih berada di bawah capaian dua tahun lalu. Di Januari 2020, jumlah wisatawan asing masuk ke Indonesia mencapai 1,29 juta orang. Sehingga capaian pada Januari tahun ini hanya 11% dari jumlah kunjungan wisman pada Januari 2020. Tren kunjungan wisman di atas juga sejalan dengan kecenderungan pada jumlah pengguna moda transportasi di bulan yang sama. BPS mencatat bahwa penumpang pesawat domestik dan internasional, serta angkutan laut menurun secara

bulanan tetapi naik secara tahunan. Hanya angkutan kereta penumpang yang memperoleh tren positif pada bulanan dan tahunan.

Berdasarkan kebangsaan, wisatawan asal Timor Leste mendominasi jumlah kunjungan wisman pada Januari 2022, yakni sekitar 76.506 orang. Jumlah itu setara dengan 53,2 persen dari total seluruh wisatawan asing yang masuk ke Indonesia pada bulan itu. Kemudian jumlah kunjungan terbanyak kedua dihasilkan wisman asal Malaysia, yakni sekitar 41.986 orang atau 29,2 persen dari total wisatawan asing yang masuk.

Jawa Barat sebagai provinsi yang memiliki potensi dan daya tarik wisata tersendiri untuk menarik wisatawan, lingkungan alamnya yang indah serta keunikan budaya dan kuliner yang tidak terdapat di provinsi lain. Keunikan ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke Jawa Barat. Bogor merupakan salah satu kabupaten/kota terbesar di Provinsi Jawa Barat yang memiliki potensi sumber daya dan keindahan alam untuk dikelola sebagai kawasan agrowisata. Hal ini karena Bogor memiliki pemandangan alam, pegunungan yang sejuk, keindahan alam, potensi seni dan budaya, atraksi buatan dan oleh-oleh yang menarik.

Kota Bogor merupakan salah satu Kota di Provinsi Jawa Barat yang memiliki daya tarik wisata yang bervariasi. Salah satu destinasi wisatanya adalah wisata D'Oyan yang berada di Kampung Pabuaran RT 01 RW 11 Kecamatan Bogor Selatan Kota Bogor. yang turut menjadi sumber pendapatan warga sekitar. Dari segi panorama, D'Oyan berada di Perbatasan Kota dan Kabupaten Bogor, dan berada di kaki Gunung Salak pada ketinggian sekitar 640 m di atas permukaan laut (dpl), dengan suhu udara 18°- 25°C. Kawasan wisata D'Oyan memiliki beberapa destinasi wisata, seperti *coffe shop* diatas bukit, Markaz domba, pertanian yang sangat luas dan spot foto yang *instagramable*.

Lokawisata D'Oyan merupakan salah satu destinasi wisata yang dikelola oleh masyarakat sekitar dengan didampingi oleh Ellan Jaelani selaku Fasilitator Desa Berdaya. Proses terbentuknya desa wisata di Kelurahan Pamoyanan merupakan peran CSR Bank Syariah Indonesia yang memberikan dana 1,2 Milyar dengan tujuan untuk memberdayakan warga sekitar, khususnya kelurahan Pamoyanan, sehingga perlu adanya pendampingan supaya dana yang digelontorkan tepat sasaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pengelola Wisata D'Oyan diketahui bahwa dalam rentang tahun 2021 sampai tahun 2022 selalu terjadi peningkatan jumlah pengunjung dari komunitas-komunitas sepeda karena area D'Oyan sangat cocok untuk trek sepeda. Terkait dengan jumlah pengunjung yang tidak bisa diprediksi, jumlah kunjungan tertinggi terjadi pada awal tahun yang meningkat secara drastis dari sebelumnya. Namun, jumlah pengunjung menunjukkan perkembangan yang tidak selalu meningkat. Terjadi penurunan jumlah kunjungan yang terjadi pada awal bulan Februari, terlebih terdapat beberapa pesaing yang konsepnya sama bertemakan kampung wisata dan menurut Ellan Jaelani selaku *General Manager*, Kampoeng Wisata D'Oyan sangat memerlukan perencanaan strategi dan masukan dari beberapa pihak untuk mengatasi berbagai masalah tersebut (Sumber: Wawancara dengan Narasumber, 13 Maret 2022).

Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan wisata D'Oyan belum menghasilkan kinerja yang optimal dan strategi yang tepat untuk mempromosikan wisata ini masih perlu ditinjau kembali dalam pengembangan pasar. Selain itu, potensi sumber daya pariwisata yang ada belum mencapai kondisi optimal, yang membuat D'Oyan perlu merumuskan model bisnis yang memenuhi kondisi yang ada dan menjadikannya sebagai andalan pariwisata di Kota Bogor. Salah satu konsep bisnis yang digunakan untuk mengembangkan strategi pengembangan bisnis adalah *Business Model Canvas* (BMC). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang ide-ide perencanaan model bisnis pariwisata D'Oyan di Kota Bogor ke depan dengan melihat situasi saat ini di BMC Pariwisata D'Oyan di Kota Bogor

Dengan demikian, untuk mengatasi kendala-kendala tersebut terkait dengan pengembangan bisnis desa wisata D'Oyan, program pemasaran hingga antisipasi para pesaing diperlukan suatu strategi yang matang agar mampu bersaing di industri pariwisata Indonesia, khususnya di Kota Bogor. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian yang akan dilakukan ini berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Wisata D'Oyan di Kota Bogor Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)” yang terletak di Kelurahan Pamoyanan Kecamatan Bogor Selatan Kota Bogor.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan adalah setiap bisnis yang beroperasi memiliki permasalahan internal dan eksternal yang dapat diatasi dengan mengembangkan bisnis dari berbagai model bisnis untuk mewujudkan strategi pemasaran. Hal ini menimbulkan pertanyaan besar, bagaimana Wisata D'Oyan Kelurahan Pamoyanan mengembangkan bisnisnya dengan Strategi Bisnis Model Canvas.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Wisata D'Oyan di Kota Bogor menunjukkan ada permasalahan. Guna mencegah mengembangkannya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas dengan harapan pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini dan hanya memfokuskan membahas pada Strategi Pengembangan Bisnis Wisata D'Oyan Kota Bogor dengan Pendekatan *Business Model Canvas* menggunakan Sembilan Elemen dan Analisis SWOT.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis Agrowisata D'Oyan saat ini menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) ?
2. Bagaimanakah evaluasi model bisnis wisata D'Oyan menggunakan analisis SWOT ?
3. Bagaimana rancangan strategi pengembangan wisata D'Oyan dengan menggunakan *Business Model Canvas* yang akan datang sebagai bahan rekomendasi bagi pihak Pengelola wisata D'Oyan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini dengan melihat latar belakang dan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

1. Melakukan analisis dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* pada Wisata D'Oyan di Kota Bogor.
2. Menentukan alternatif strategi yang bisa dilakukan oleh Wisata D'Oyan di Kota Bogor
3. Menganalisis strategi pengembangan wisata D'Oyan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Manfaat Teoritis
 - a. Untuk menambah ilmu pengetahuan tentang bagaimana pengembangan bisnis khususnya teori dan implementasi *Business Model Canvas* pada perspektif ilmu Ekonomi pada Wisata D'Oyan di Kota Bogor.
 - b. Sebagai penambah referensi bahan bacaan bagi pembaca untuk perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
- 2 Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini dapat menambah pemahaman terhadap masalah yang diteliti, dan menjadi wujud nyata dari ilmu ekonomi terapan yang diperoleh di Bangku Perkuliahan, dan kemampuan untuk membandingkan teori dan praktek yang terjadi di lapangan.
 - b. Penelitian ini dapat dijadikan salah satu opsi untuk menambah ilmu pengetahuan bagi kalangan mahasiswa dan sebagai bahan acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan studi kasus untuk masalah yang hampir sama, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi yang berkaitan dengan Analisis Strategi *Business Model Canvas* yang tujuannya melengkapi ataupun melanjutkan Penelitian.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penelitian dan pemahaman dalam skripsi ini, peneliti membuat sistematika yang terdiri dari beberapa bagian akhir. Dengan sistematika tersebut diharapkan penelitian ini dapat tersusun secara sistematis dan sesuai dengan

prosedur penelitian. Adapun sistematika yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, Objek Penelitian, Metode Penelitian, jenis dan sumber data penelitian, serta metode penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini Merupakan inti dari penulisan skripsi, yaitu berisi tentang pemaparan mengenai pembahasan dan hasil penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan digunakan dalam menyusun penelitian ini.