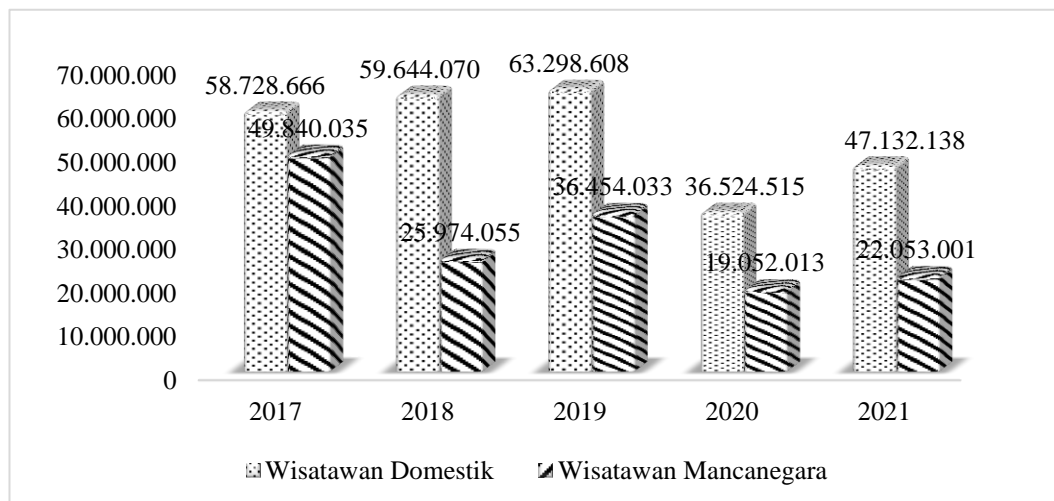


BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dihitung sebagai PDB (Produk Domestik Bruto). Sektor pariwisata di beberapa negara baik negara maju ataupun negara berkembang berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi masyarakat (Wibowo et al., 2017). Tolak ukur tumbuhnya ekonomi masyarakat yaitu meningkatnya pendapatan masyarakat melalui keuntungan secara ekonomi. Namun demikian, sejak tahun 2020 karena diberlakukan pembatasan mobilitas dan kerumunan oleh pemerintah akibat situasi pandemi Covid-19 berimbas pada penurunan jumlah pengunjung di sektor pariwisata. Semakin menurunnya kunjungan wisatawan berarti semakin berkurangnya pendapatan pada sektor pariwisata. Kondisi tersebut tentu juga mengakibatkan rendahnya kontribusi sektor pariwisata terhadap pendapatan negara.

Provinsi di Indonesia yang memiliki penawaran menarik sebagai lokasi tujuan wisatawan yaitu Jawa Barat (Gunawan et al., 2018). Menurut open data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, kunjungan wisatawan di provinsi tersebut, mengalami fluktuasi dari tahun 2017-2021. Berikut adalah data kunjungan wisatawan ke Provinsi Jawa Barat yang disajikan dalam bentuk grafik:



Gambar 1. Grafik Jumlah Wisatawan Provinsi Jawa Barat Berdasarkan Kategori Negara Asal Tahun 2017-2021

Sumber: Open Data Jabar (2022)

Grafik 1 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata yang berada di Jawa Barat mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Jumlah wisatawan Provinsi Jawa Barat dikategorikan berdasarkan negara asal yaitu

wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Jumlah wisatawan domestik cenderung naik pada tahun 2017-2019 dan terjadi penurunan pada tahun 2020 diduga karena adanya penerapan kebijakan PPKM untuk memutus rantai dan menekan angka penyebaran Covid-19. Tahun 2021 jumlah kunjungan wisatawan domestik kembali naik seiring dengan kebijakan pemerataan vaksinasi massal dan tren kematian akibat Covid-19 yang semakin menurun. Sementara itu untuk jumlah wisatawan mancanegara cenderung naik di tahun 2017 dan 2019, namun sempat terjadi penurunan jumlah wisatawan di tahun 2018 dan 2020. Sementara itu tahun 2021 sempat terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara seiring dengan kembali dibukanya penerbangan dari luar negeri.

Meningkatnya jumlah wisatawan di Jawa Barat tentu tidak lepas dari adanya inovasi pengembangan, salah satunya dalam sektor agrowisata. Jika dilihat dari sudut pandang potensi komoditas dan lingkungannya, agrowisata dapat dibagi menjadi agrowisata hortikultura, agrowisata tanaman pangan, agrowisata perkebunan, agrowisata perikanan, dan agrowisata peternakan (Tompodung et al., 2017). Jawa Barat merupakan salah satu provinsi yang menyimpan beragam potensi keindahan wisata alam, salah satu wilayah di dalamnya yaitu Kota Tasikmalaya (Ridwana et al., 2018).

Tabel 1. Data Jumlah Kunjungan Objek Wisata di Jawa Barat Berdasarkan Kota/Kabupaten Tahun 2017-2021

Kabupaten/Kota	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata		Rata-Rata
	Mancanegara	Domestik	
	2017-2021	2017-2021	
Karawang	1.132	17.960.530	8.980.831
Bogor	706.731	13.256.416	6.981.574
Kota Bogor	222.282	10.935.138	5.578.710
Kota Bandung	432.271	10.131.484	5.281.878
Cianjur	459.374	9.875.333	5.167.354
Bandung Barat	580.870	9.069.673	4.825.272
Pangandaran	20.937	9.351.027	4.685.982
Purwakarta	436.104	8.559.969	4.498.037
Bandung	582.927	7.869.190	4.226.059
Subang	4.621	6.916.579	3.460.600
Garut	6.209	4.926.738	2.466.474
Sukabumi	24.785	4.380.771	2.202.778
Bekasi	3	3.835.070	1.917.537
Kota Cirebon	2.650	3.384.831	1.693.741
Kuningan	819	3.111.057	1.555.938
Tasikmalaya	3.780	2.398.442	1.201.111
Indramayu	42	2.191.819	1.095.931
Ciamis	39	1.712.412	856.226
Kota Depok	826	1.701.094	850.960
Kota Tasikmalaya	47	1.479.102	739.575

Sumber: Badan Pusat Statistik Jabar (2022)

Berdasarkan Tabel 1 Kota Tasikmalaya sebagai kota dengan jumlah kunjungan wisata terbanyak peringkat ke-20. Data kunjungan wisatawan Kota Tasikmalaya pada 2017-2021 yaitu sebanyak 47 wisatawan mancanegara dan 1.479.102 wisatawan domestik dengan jumlah kunjungan rata-rata dari tahun 2017-2021 sebanyak 739.575 orang. Kota Tasikmalaya adalah kota yang terletak di wilayah Priangan Timur yang menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Jawa Barat (Abdullah & Nugraha, 2020). Destinasi wisata di Kota Tasikmalaya memiliki potensi beragam mulai dari peninggalan sejarah, keindahan alam, keanekaragaman budaya, kuliner, dan berbagai potensi wisata lainnya. Berikut adalah data jumlah kunjungan wisatawan di agrowisata Tasikmalaya pada tahun 2020.

Tabel 2. Data Objek Agrowisata di Tasikmalaya Tahun 2020

Nama Objek Agrowisata	Jumlah Kunjungan (orang)
Situ Gede	105.867
Batu Bangkong	58.264
Taman Wisata Karangresik	38.825
Bukit Lestari	18.374
Pasir Pataya	13.282

Sumber: Open Data Kota Tasikmalaya (2021)

Berdasarkan Tabel 2 jumlah kunjungan wisatawan di Taman Wisata Karangresik menduduki peringkat 3 terbanyak di Kota Tasikmalaya pada tahun 2020 setelah Situ Gede dan Batu Bangkong. Taman Wisata Karangresik (TWK) adalah objek wisata yang mengembangkan konsep agrowisata di Kota Tasikmalaya (Rachman & Ramdani, 2021). Objek wisata ini memiliki fasilitas dan wahana yang beragam dan sangat berpotensi untuk dikembangkan, diantaranya *farmhouse*. *Farmhouse* merupakan wahana edukasi yang ada di Taman Wisata Karangresik. Di dalamnya terdapat beberapa fasilitas untuk pengunjung seperti labirin, mini *zoo*, dan *children playground*. Pada area *farmhouse* pengunjung dapat berinteraksi secara langsung dengan hewan-hewan peliharaan seperti kelinci, domba merino, burung merak, kuda dan koleksi hewan reptil lainnya. Selain itu, pengunjung juga berkesempatan untuk membeli dan memberikan pakan kepada hewan-hewan dari jarak dekat.

Meskipun *farmhouse* merupakan wahana wisata di Taman Wisata Karangresik yang menjadi daya tarik bagi wisatawan daerah ataupun luar daerah, namun masih memiliki beberapa kekurangan. Variasi hewan yang terbatas dan tidak dicantumkannya informasi tambahan seperti identitas hewan menunjukkan

salah satu bentuk kelemahan manajemen bisnis bidang *farmhouse* yang dapat mengakibatkan berkurangnya pengunjung. Sehingga hal tersebut perlu diperhatikan agar dapat bersaing dengan kompetitor yang ada. Banyaknya kompetitor juga menjadi penyebab utama dari berkurangnya pengunjung (Sulistiyana et al., 2015).

Perlu adanya sebuah strategi pengembangan bisnis agrowisata Taman Wisata Karangresik untuk menjamin keberlanjutan usaha kedepannya. Adapun salah satu bentuk pengelolaan agrowisata yang dapat dilakukan yaitu dengan pengembangan usaha melalui pendekatan model bisnis canvas yang tepat. *Business Model Canvas* adalah suatu alat yang berfokus pada aspek-aspek yang memiliki dampak signifikan terhadap bisnis dan dapat memberikan gambaran tentang apa yang diperlukan perusahaan (Amanullah et al., 2015). Sifatnya yang visual, sederhana, fleksibel, dan dinamis *Business Model Canvas* digunakan karena mudah dipahami dan diimplementasikan dalam organisasi bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2019). Analisis diawali dengan pengelompokan *Business Model Canvas* untuk mengetahui kondisi di masa sekarang kemudian dilanjutkan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis terbaik di Taman Wisata Karangresik. Penelitian ini perlu untuk segera dilakukan mengingat Taman Wisata Karangresik menjadi salah satu ikon utama Kota Tasikmalaya dan juga mendapat campur tangan pengelolaan dari pemerintah kota. Keberlanjutan dan kemajuan agrowisata tersebut tentu akan berdampak pada perekonomian masyarakat dan daerah Kota Tasikmalaya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian antara lain :

1. Bagaimanakah kondisi bisnis wahana *farmhouse* di Taman Wisata Karangresik?
2. Bagaimanakah evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari setiap elemen *Business Model Canvas* pada wahana *farmhouse* di Taman Wisata Karangresik?
3. Bagaimanakah alternatif strategi yang dapat diterapkan pada wahana *farmhouse* di Taman Wisata Karangresik berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk :

1. Menganalisis kondisi bisnis pada wahana *farmhouse* di Taman Wisata Karangresik dengan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari setiap elemen *Business Model Canvas* pada wahana *farmhouse* di Taman Wisata Karangresik.
3. Merancang alternatif strategi dari setiap elemen *Business Model Canvas* pada wahana *farmhouse* di Taman Wisata Karangresik.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai media untuk menambah dan memperluas wawasan mengenai pendekatan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT.

2. Bagi Manajemen Taman Wisata Karangresik

Sebagai bahan informasi sekaligus pedoman dalam pengambilan keputusan dan strategi bisnis agrowisata guna perbaikan dari aspek internal.

3. Bagi Pemerintah

Diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan dalam pengembangan agrowisata khususnya di Kota Tasikmalaya.

4. Bagi Pembaca

Dapat dijadikan informasi dan rujukan bagi penelitian selanjutnya.