

**ANALISIS PEMBANGUNAN WILAYAH PEDESAAN BERBASIS
PENGEMBANGAN KAMPUNG BUDAYA (STUDI KASUS : NAGARI JAWI-
JAWI KECAMATAN GUNUNG TALANG, KABUPATEN SOLOK)**

***ANALYSIS OF RURAL AREA DEVELOPMENT BASED ON THE DEVELOPMENT
OF CULTURE VILLAGES (CASE STUDY: NAGARI JAWI-JAWI, GUNUNG
TALANG DISTRICT, SOLOK REGENCY)***

Nolly Eka Mardianto^{1)*}, Helmi²⁾, Ira wahyuni Syarfi³⁾

^{1)*} Pascasarjana Universitas Andalas

²⁾ Pascasarjana Universitas Andalas

³⁾ Pascasarjana Universitas Andalas

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa yang menjadikan Kampung Budaya Jawi-Jawi sebagai salah satu destinasi wisata di Kabupaten Solok dan menyusun model bisnis kanvas pada Kampung Budaya Jawi-Jawi untuk peningkatan perekonomian masyarakat lokal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif untuk menjawab tujuan penelitian tersebut. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di dapatkan bahwa Kampung Budaya Jawi-Jawi berpotensi dikembangkan sebagai daerah wisata dengan daya tarik wisata terdiri dari panorama alam, seni budaya tradisional, kuliner khas, tradisi dan kearifan lokal masyarakat yang dipadu padankan dalam paket wisata yang disusun dan ditawarkan kepada wisatawan baik secara langsung atau melalui pihak lain sebagai perantara. Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan bentuk Model Bisnis Kanvas Kampung Budaya Jawi-Jawi yang terdiri dari 9 (sembilan) elemen yaitu *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, cost structure* yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola Kampung Budaya Jawi-Jawi, dimana yang merupakan *brand image* dan merupakan nilai tambah yang akan ditawarkan kepada pelanggan adalah pengalaman (*experiences*) untuk menikmati keindahan panorama alam di desa yang dikolaborasikan dengan seni budaya, tradisi dan kearifan lokal masyarakat yang masih terjaga dan digunakan dalam keseharian masyarakatnya. Penyusunan model bisnis ini menggunakan hasil identifikasi yang diperoleh terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan keberadaan Kampung Budaya Jawi-Jawi sebagai sebuah destinasi wisata. Strategi yang dapat dilakukan berdasarkan analisis SWOT adalah dengan menambah jumlah atraksi dan pengalaman yang ditawarkan dalam paket wisata sehingga lebih bervariasi dan berbeda dengan desa wisata sejenis lainnya.

Kata Kunci: Pembangunan Wilayah, Kampung Budaya, Wisata Desa

ABSTRACT: This study aims to identify the factors that make the Jawi-Jawi Cultural Village one of the tourist destinations in Solok Regency and develop a canvas business model for the Jawi-Jawi Cultural Village to improve the local community's economy. This research uses descriptive qualitative research method to answer the research objectives. From the results of the research that has been done, it is found that the Jawi-Jawi Cultural Village has the potential to be developed as a tourist area with tourist attractions consisting of natural panoramas, traditional cultural arts, culinary specialties, traditions and local wisdom of the community which are combined and matched in tour packages that are prepared and offered. to tourists either directly or through other parties as intermediaries. Based on the analysis conducted in the form of the Jawi-Jawi Cultural Village Canvas Business Model, which consists of 9 (nine) elements, namely *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, cost structure* that can be used by the manager of the Jawi-Jawi Cultural Village, which is a brand image and an added value that will be offered to customers are experiences to enjoy the beauty of the natural panorama in the village in collaboration with cultural arts, traditions and local wisdom of the community that are still maintained and used in the daily life of the people. The preparation of this business model uses the

identification results obtained for the factors related to the existence of the Jawi-Jawi Cultural Village as a tourist destination. The strategy that can be done based on a SWOT analysis is to increase the number of attractions and experiences offered in tour packages so that they are more varied and different from other similar tourist villages.

Keywords: Regional Development, Cultural Village, Village Tourism

A. PENDAHULUAN

Pembangunan merupakan rangkaian usaha mewujudkan pertumbuhan dan perubahan secara terencana dan sadar yang ditempuh oleh suatu negara atau bangsa dalam menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa (*nation bulding*) (Siagian, 1994). Sedangkan secara sederhana menurut Ginanjar Kartasasmita (1994), bahwa definisi pembangunan adalah sebagai suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik melalui upaya yang dilakukan secara terencana.

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJMN) tahun 2015-2019 sektor pariwisata merupakan salah satu sektor prioritas dalam pembangunan Indonesia dalam lima tahun kedepan sehingga menjadi sumber dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan.

Desa wisata berupa kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus yang layak untuk menjadi daerah tujuan wisata. Hal ini sesuai dengan penerapan berbagai terminologi dalam pengembangan sektor pariwisata seperti *sustainable tourism development*, *village tourism*, *ecotourism*, *slow tourism* dsb. Konsep desa wisata juga merupakan pemikiran yang mengaitkan pariwisata dengan pembangunan ekonomi desa yang berakar pada kritik terhadap pembangunan berorientasi pertumbuhan yang cenderung memeras dan meninggalkan desa kering kerontang. Desa Wisata ini dikelola oleh sekelompok masyarakat lokal yang bergerak dibidang pariwisata atau disebut *community based-tourism*. Didalam *community based-tourism* ini masyarakat lokal berperan utama dalam mengembangkan desa wisata dengan kemampuan masyarakat lokal sendiri, pemberdayaan, keberlanjutan, konservasi dan peningkatan budaya untuk meningkatkan mata pencaharian penduduk (Andrea dan Janet, 2012).

Kuatnya dominasi ekonomi pasar bebas dan melemahnya ekonomi berbasis pertanian di desa merupakan kendala penting penerapan Pembangunan Desa Endogen (PDE). Ini kemudian memicu munculnya konsep Pembangunan Desa Neo-Endogen (PDNE). Dalam PDNE, gagasan PDE mengenai perlunya pemerangkap uang di desa tetap dipertahankan. Tetapi, desa dilihat lebih dari sekedar penghasil produk pertanian. Lebih dari itu, dunia luar tidak lagi dilihat sebagai ancaman: luar desa adalah konsumen potensial. Jadi, tangkap uang dari luar desa dan kondisikan supaya uang tersebut tetap di dalam untuk menggerakkan perekonomian desa. Pariwisata adalah salah satu jurus penangkap uang tersebut (Osmet, 2014).

Kabupaten Solok sebagai salah satu daerah di Provinsi Sumatera Barat yang mempunyai potensi untuk pengembangan pariwisata, bertekad menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor prioritas pembangunan, yang lebih lanjut tertuang dalam misi ketiga Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Solok Tahun 2016-2021, yaitu “Meningkatnya peluang dan akses ekonomi masyarakat yang lebih luas, didukung oleh sarana dan prasarana infrastruktur yg lebih baik” dengan tujuan untuk mewujudkan pembangunan kepariwisataan dan sasarannya yaitu untuk meningkatkan daya saing pariwisata daerah. Tetapi belum terlihat keberhasilan secara signifikan berdasarkan indikator pembangunan kepariwisataan.

Berdasarkan indikator pembangunan kepariwisataan Kabupaten Solok yang tertuang dalam dokumen Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (Ripparda) Kabupaten Solok Tahun 2013-2025 yaitu jumlah kunjungan wisatawan dan indeks lama tinggal wisatawan dimana dari data

yang ada tidak kunjung mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Untuk jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2011 berjumlah 453.613 orang dengan rincian 453.380 orang wisatawan nusantara dan 233 orang wisatawan mancanegara menjadi 465.126 di tahun 2016 dengan rincian 464.374 orang wisatawan nusantara dan 752 orang wisatawan mancanegara. Sedangkan untuk indeks lama tinggal masih dibawah 1 hari yaitu dari 0,78 di tahun 2011 menjadi 0,85 pada tahun 2016 (Bappeda Kab. Solok, 2016).

Untuk itu, Pemerintah Kabupaten Solok membuat arah kebijakan pembangunan sektor pariwisata yang diprioritaskan pada pengembangan desa wisata yang merupakan salah satu bentuk wisata minat khusus dengan mensinergikan antara potensi destinasi wisata alam dengan potensi budaya, adat istiadat, kesenian dan kebiasaan sehari-hari masyarakat. Program desa wisata di Kabupaten Solok diimplementasikan dalam bentuk program Kampung Budaya yang merupakan konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat atau *Community Based Tourism* (CBT), yang bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat di nagari.

Berdasarkan hal diatas maka Pemkab Solok menyusun sebuah konsep Kampung Budaya yang merupakan sebuah kawasan pedesaan yang memiliki keunikan dan karakteristik khusus untuk menjadi destinasi wisata, antara lain: lingkungan bernuansa alami, tradisi dan budaya masih dipegang masyarakat, makanan khas, sistem pertanian dan sistem kekerabatan. Dalam Kampung Budaya juga dimanfaatkan keberadaan rumah gadang sebagai ikon dan juga sekaligus dapat dijadikan Home Stay bagi para wisatawan yang akan berkunjung ke Kampung Budaya secara khusus dan Kabupaten Solok pada umumnya. Dan yang paling penting prosesnya bersifat *bottom up* dan mengkedepankan partisipasi masyarakat lokal.

Di kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, sumberdaya alam alam dan lingkungan alam yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor penting dari sebuah kawasan desa wisata. Berdasarkan SK Bupati Solok Nomor 556-245-2018 tanggal 24 April 2018 tentang Penetapan Kawasan Kampung Budaya di Kabupaten Solok terdapat 4 (empat) nagari pilot project yang ditetapkan sebagai Kampung Budaya Kabupaten Solok, yaitu Nagari Jawi-Jawi, Nagari Selayo, Nagari Paninggahan dan Nagari Koto Gadang Koto Anau.

Kabupaten Solok sebagai salah satu daerah di Provinsi Sumatera Barat yang mempunyai potensi dalam pengembangan sektor pariwisata terus berbenah untuk meningkatkan daya tarik wisata baik wisata alam, budaya maupun buatan. Selama ini pengembangan sektor pariwisata masih berkuat pada pemanfaatan panorama alam yang menonjolkan danau, gunung, bukit, kebun teh, dsb. Tetapi seiring dengan bergesernya selera masyarakat dalam hal ini para wisatawan ke hal-hal yang bersifat "*back to nature*" dengan konsep desa wisata, maka Pemerintah Kabupaten Solok juga menangkap peluang ini dengan konsep Kampung Budaya.

Sejak diluncurkannya Program Kampung Budaya di Kabupaten Solok pada tahun 2017 yang lalu khususnya di Nagari Jawi-Jawi sebagai salah satu nagari piloting telah banyak kegiatan, even, paket dan kunjungan wisatawan yang dilaksanakan di nagari ini, namun belum terlihat secara signifikan dampaknya baik secara sosial dan ekonomi terhadap masyarakat setempat khususnya

Berdasarkan Latar belakang diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi faktor-faktor apa yang menjadikan Kampung Budaya Jawi-Jawi sebagai salah satu destinasi wisata di Kabupaten Solok.
2. Menyusun model bisnis kanvas pada Kampung Budaya Jawi-Jawi untuk peningkatan perekonomian masyarakat lokal.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena peneliti ingin mengetahui dan mendeskripsikan mengenai model pengembangan

desa wisata dengan konsep Kampung Budaya yang ada di Nagari Jawi-Jawi. Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya maka analisis data yang dipergunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Untuk tujuan pertama mempergunakan analisis SWOT, tabel IFAS dan EFAS, matriks SWOT dan matriks Internal Eksternal.
2. Sedangkan untuk tujuan kedua mempergunakan 9 (sembilan) elemen Model Bisnis Kanvas berdasarkan hasil analisa yang diperoleh dari tujuan pertama.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Faktor Internal dan Eksternal di Kampung Budaya Jawi-Jawi

Analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor yang ada secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan dengan menganalisis keseluruhan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*). Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci dan hasil *Focus Group Discussion* (FGD) yang dilaksanakan maka diperoleh hasil analisis SWOT sebagai berikut :

1. Kekuatan
 - a. Bentangan alam dan geografis daerah (SDA) :Keindahan alam dan Lokasi yang strategis
 - b. Tradisi dan kearifan local : Kebiasaan seorang perempuan di kampung jawi-jawi mengenakan baju kuruang dan tingkuluak serta sifat saling gotong royong dalam kebaikan maupun ada musibah pada warga setempat
 - c. Seni budaya : seperti tari *indang*, *tari piriang diateh kaco* dan *debus*. Dan wisata kuliner diantaranya adalah *samba lado masiak patai cino*, *randang pangicuah* dan *galamai karucuk*.
 - d. Paket wisata
Paket wisata ini ada yang ditawarkan langsung kepada calon wisatawan maupun melalui pihak lainnya seperti operator wisata dan lembaga terkait.
 - e. Sarana dan prasarana pendukung : Keberadaan Rumah gadang yang dipertahankan untuk menjadi *homestay* (sarana akomodasi) bagi para wisatawan
2. Kelemahan
 - a. Sumber Daya Manusia (SDM) : kurangnya jumlah SDM yang memahami standarisasi pengelolaan sebuah desa wisata sebagai sebuah destinasi wisata serta kurangnya administrasi dan manajemen yang tersusun secara rapi dan terstandarisasi
 - b. Kurangnya sinergitas dan sosialisasi
 - c. Minimnya promosi dan penguasaan teknologi informasi
 - d. Manajemen belum profesional
 - e. Inovasi rendah

Tabel 1. IFAS pada Kampung Budaya Jawi-Jawi

Faktor-faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1.	Bentangan alam dan geografis daerah (SDA)	0,101	3	0,303
2.	Tradisi dan kearifan lokal	0,102	4	0,408
3.	Seni budaya	0,108	4	0,432
4.	Paket wisata	0,097	3	0,291
5.	Sarana dan prasarana pendukung	0,098	3	0,294
Kelemahan				
1.	Sumber Daya Manusia (SDM)	0,102	3	0,306
2.	Kurangnya sinergitas dan sosialisasi	0,097	1	0,097

	5. Sarana dan prasarana pendukung	5. Inovasi rendah
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Adanya dukungan pemerintah Potensi daerah Perkembangan IT Potensi pasar Adanya dukungan dari pihak terkait lainnya 	<p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> Menawarkan paket wisata yang menarik dan memiliki ciri khas Menjaga kelestarian seni budaya, tradisi lokal dan sapra pendukung Meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak terkait Memelihara mutu daya tarik wisata yang ada 	<p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kualitas SDM dengan berbagai bentuk kegiatan Mengadakan pelatihan dan pembinaan terhadap manajemen pengelola Memanfaatkan informasi teknologi sebagai media promosi Meningkatkan inovasi pengelola
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> Modernisasi Keberadaan desa wisata sejenis Bencana alam Minat generasi muda Tuntutan wisatawan 	<p>Strategi (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> Menawarkan paket wisata yg bekerjasama dengan desa wisata sejenis Menyusun pola mitigasi bencana yang tepat sasaran Mengadakan pelatihan dan pembinaan terhadap generasi muda Mengakomodir tuntutan wisatawan secara umum sesuai dengan potensi yg ada 	<p>Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan keunggulan kualitas destinasi wisata Meningkatkan partisipasi seluruh unsur masyarakat Memaksimalkan peran dari seluruh potensi lokal yang ada Menciptakan usaha baru akibat perkembangan Kampung Budaya

Sumber Data : Hasil Olahan Peneliti 2019

Hasil dari matriks SWOT yang didapat dari perumusan strategi SO yang merupakan perpaduan dari faktor kekuatan dan peluang dengan alternatif strategi yaitu menawarkan paket wisata yang menarik dan memiliki ciri khas, menjaga kelestarian seni budaya, tradisi lokal dan sapra pendukung, meningkatkan kerjasama dengan pihak terkait, memelihara mutu daya tarik wisata yang ada.

Berikutnya strategi WO yang merupakan perpaduan dari faktor kelemahan dan peluang memberikan alternatif strategi yaitu dengan meningkatkan kualitas SDM dengan berbagai bentuk kegiatan, mengadakan pelatihan dan pembinaan terhadap manajemen pengelola, memanfaatkan informasi teknologi sebagai media promosi, meningkatkan inovasi pengelola.

Strategi ST yang merupakan perpaduan faktor kekuatan dan ancaman memberikan alternatif strategi dengan cara menawarkan paket wisata yang bekerjasama dengan desa wisata sejenis, menyusun pola mitigasi bencana yang tepat sasaran, mengadakan pelatihan dan pembinaan terhadap generasi muda, mengakomodir tuntutan wisatawan secara umum sesuai dengan potensi yg ada.

Strategi WT yang merupakan strategi pertimbangan faktor kelemahan dan ancaman dengan cara meningkatkan keunggulan kualitas destinasi wisata, meningkatkan partisipasi seluruh unsur masyarakat, memaksimalkan peran dari seluruh potensi lokal yang ada, menciptakan usaha baru akibat perkembangan Kampung Budaya.

C. Matriks Internal-Eksternal di Kampung Budaya Jawi-Jawi

Analisis internal-eksternal dilakukan untuk mempertajam hasil evaluasi dan analisis yang telah dilakukan sebelumnya. Analisis ini akan menghasilkan matriks internal-eksternal yang berguna untuk mengetahui posisi Kampung Budaya Jawi-Jawi saat ini sehingga dapat

memberikan pilihan alternatif strategi. Pemetaan posisi sangat penting bagi pemilihan alternatif strategi dalam pengembangan desa wisata. Berdasarkan skor rata-rata dari matriks IFAS dan EFAS maka dapat disusun matriks I-E (Internal Eksternal). Skor IFAS sebesar 2,722 menggambarkan bahwa Kampung Budaya Jawi-Jawi berada dalam kondisi internal rata-rata. Nilai EFAS sebesar 2,225 menggambarkan bahwa Kampung Budaya Jawi-Jawi memiliki kemampuan yang sedang dalam memanfaatkan peluang maupun menghindari ancaman lingkungan eksternal. Penyusunan matriks internal-eksternal dapat dilihat pada gambar berikut ini.

		Total Skor Bobot IFAS			
		Kuat	Rata-Rata	Lemah	
			(2,722)		
		4,00	3,00	2,00	1,00
Total Skor Bobot EFAS	Tinggi	I	II	III	
	3,00				
	Sedang	IV	V	VI	
	(2,225)				
	2,00				
	Rendah	VII	VIII	IX	
1,00					

Gambar 1. Matriks Internal-Eksternal di Kampung Budaya Jawi-Jawi

Pemetaan terhadap masing-masing total skor dari faktor-faktor internal dan eksternal menggambarkan posisi Kampung Budaya Jawi-Jawi dimana saat ini berada pada sel V dalam matriks IE. Oleh karena itu, strategi terbaik yang sebaiknya dilakukan adalah menjaga dan mempertahankan posisi yang selama ini sudah diraih walaupun baru berjalan kurang dari 5 Tahun. Kebijakan umum dari strategi ini adalah dengan terus melakukan penetrasi pasar dan mengembangkan jenis produk yang sudah ada. Artinya Kampung Budaya Jawi-Jawi harus mempertahankan posisinya dengan terus mengembangkan produknya dan melakukan penetrasi ke pasar yang potensial dan selama ini belum tergarap, selain dengan tetap menjaga konsistensi dan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

D. Model Bisnis Menggunakan Model Bisnis Kanvas di Kampung Budaya Jawi-Jawi

Menurut Osterwalder dan Pigneur (dalam setijawibawa, 2015), mengatakan cara efektif untuk menilai integritas keseluruhan model bisnis adalah dengan mengkombinasikan analisis klasik tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) melalui *Business Model Canvas* (BMC). Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tujuan dan strategi diterapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Model bisnis kanvas digambarkan melalui sembilan blok bangunan dasar yang menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan atau organisasi bermaksud untuk menghasilkan uang. Sembilan blok bangunan (elemen) tersebut antara lain *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue stream, key resources, key activities, key partnership, dan cost structure*.

Berdasarkan sembilan blok bangunan (elemen) *Business Model Canvas* (BMC) secara eksisting yang telah diteliti, maka dapat dirangkum sebagaimana gambar berikut :

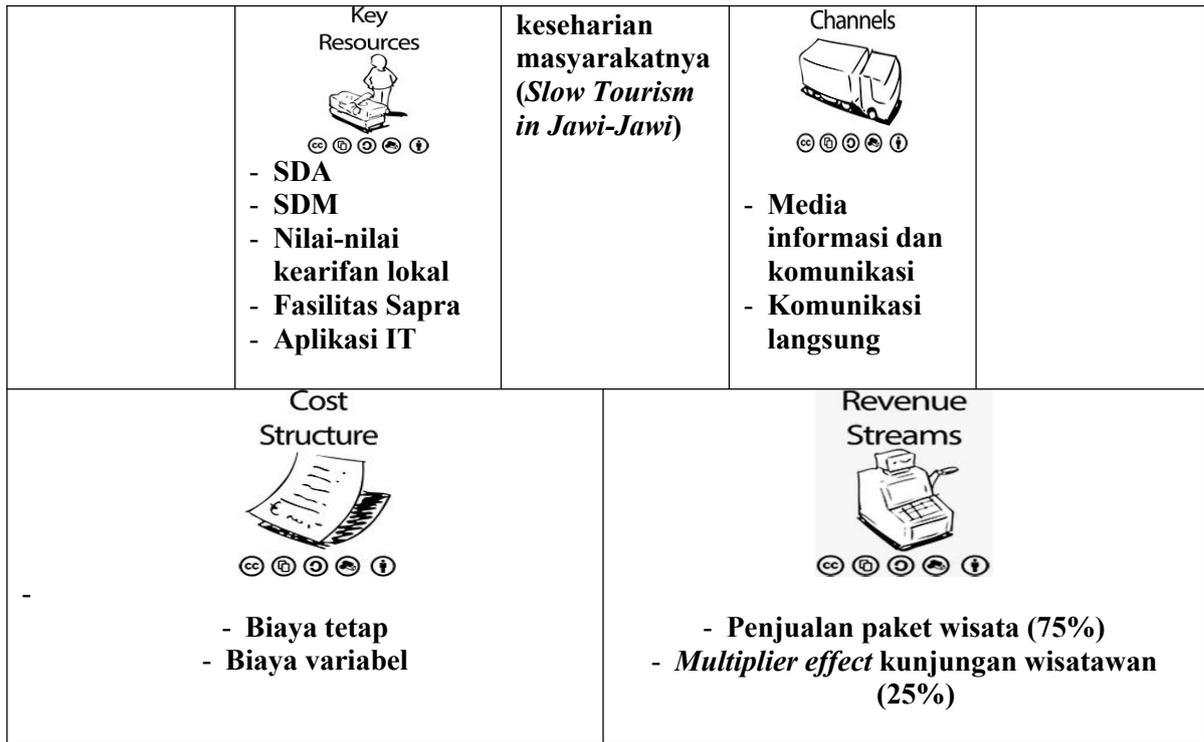
Key Partneship - Pemerintah - Perguruan tinggi	Key Activities - Paket wisata yg ditawarkan dg aktivitas	Value Proposition - Seni dan budaya	Customer Relationship - Komunikasi langsung	Customer Segment - Wisman - Wisnus
---	--	---	---	---

<ul style="list-style-type: none"> - Operator wisata - BUMN/ BUMD - Perusahaan swasta - Penggiat wisata 	kunci : a. Agrowisata b. Gastro wisata c. Kesenian tradisional d. Kuliner khas e. <i>Village tour</i> f. <i>Village tracking</i> g. Wahana <i>tubbing</i>	tradisional - Panorama alam - Keseharian masyarakat setempat - Karakter masyarakat lokal	- Co-creation (melibatkan pihak lain)
	Key Resources - SDA - SDM - Nilai-nilai kearifan lokal - Fasilitas		Channels - Media informasi dan komunikasi - Komunikasi langsung
Cost Structure - Biaya tetap - Biaya variabel		Revenue Streams - Penjualan paket wisata (75%) - Multiplier effect kunjungan wisatawan (25%)	

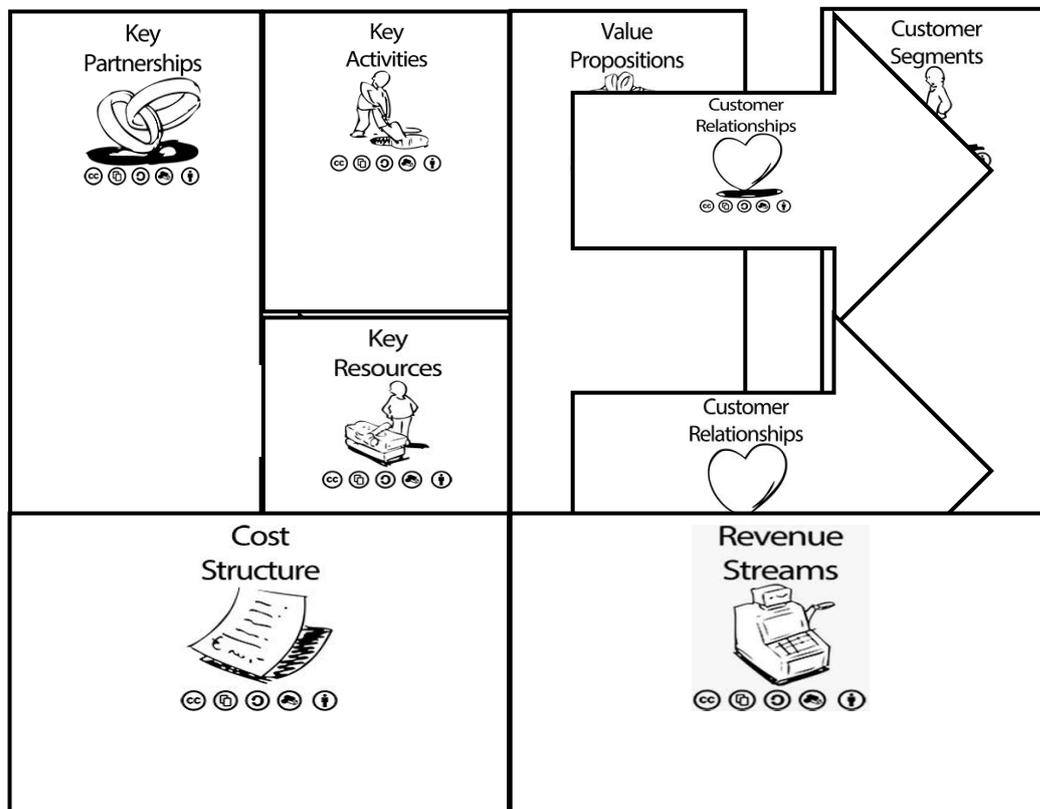
Gambar 2. Sembilan elemen BMC eksisting di Kampung Budaya Jawi-Jawi

Dengan menggunakan hasil analisis SWOT terhadap Kampung Budaya Jawi-Jawi dan berdasarkan kepada sembilan elemen BMC secara eksisting di Kampung Budaya Jawi-Jawi maka dapat disusun suatu bentuk penambahan terhadap tiap elemen BMC sebagai penyempurnaan model bisnis yang ada dan dapat dijadikan rekomendasi bagi pengembangan Kampung Budaya Jawi-Jawi. Bentuk penyempurnaan model bisnis ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan pada setiap elemen BMC. Hal tersebut dapat terlihat pada gambar berikut ini :

Key Partnerships 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
<ul style="list-style-type: none"> - Pemerintah - Perguruan tinggi - Operator wisata - BUMN/ BUMD - Perusahaan swasta - Penggiat dan pemerhati wisata 	Paket wisata yg ditawarkan kepada wisatawan dg kegiatan : a. Agrowisata b. Gastro wisata c. Kesenian tradisional d. Kuliner khas e. <i>Village tour</i> f. <i>Village tracking</i> g. Wahana <i>tubbing</i>	Mengkolaborasi keindahan panorama alam desa dengan seni budaya, tradisi dan kearifan lokal masyarakat yang masih terjaga dan digunakan dalam	Komunikasi langsung dan co-creation (melibatkan pihak lain) baik secara konvensional maupun melalui media IT	Wisman dan wisnus sesuai paket yg ditawarkan



Gambar 3. Sembilan elemen modifikasi BMC di Kampung Budaya Jawi-Jawi



Berdasarkan gambar diatas maka pertanyaan-pertanyaan pada setiap elemen untuk model BMC yang disusun akan dimulai pada elemen *value proposition* yaitu apa yang dihasilkan oleh Kampung Budaya Jawi-Jawi dan mengapa wisatawan memilihnya? Dengan mengkolaborasikan beberapa unsur kekuatan yang dimiliki sebagai potensi yang dimiliki yaitu keindahan panorama

alam desa dengan seni budaya, tradisi dan kearifan lokal masyarakat yang masih terjaga dan digunakan dalam keseharian masyarakatnya akan menciptakan *brand images* yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk datang berkunjung yaitu “*slow tourism in Jawi-Jawi*”.

Selanjutnya ada beberapa unsur aktifitas kunci yang mendukung eksistensi *brand images* tersebut yang dibungkus dalam bentuk paket wisata yang ditawarkan kepada wisatawan baik secara langsung ataupun melalui pihak lain seperti operator wisata, penggiat wisata dan perguruan tinggi. Adapun kegiatan dalam paket wisata (baik menginap di homestay ataupun *full day*) antara lain berupa agrowisata, gastro wisata, kesenian tradisional, kuliner khas, *village tour*, *village tracking*, wahana tubing.

Untuk mendukung *key activities* diatas maka ada sumber daya utama untuk menjawab pertanyaan apa sumber daya yang diperlukan dalam pengembangan Kampung Budaya Jawi-Jawi, diantaranya adalah SDA, SDM, Nilai-nilai kearifan lokal, Fasilitas sapra dan aplikasi IT.

Agar aktifitas kunci dan sumber daya utama yang ada dapat lebih optimal maka terdapat mitra kerja utama (*key partnership*) dalam pengembangan Kampung Budaya Jawi-Jawi yang mempunyai peran dan fungsi masing-masing sebagai berikut :

1. Pemerintah, memfasilitasi program dan kegiatan yang terkait dengan pengembangan Kampung Budaya Jawi-Jawi baik yang bersifat fisik maupun non fisik
2. Perguruan tinggi, memfasilitasi pembinaan dan manajemen pengelolaan Kampung Budaya Jawi-Jawi berdasarkan MoU yang disepakati antara kedua belah pihak. Selain itu juga dapat sebagai pihak yang menawarkan paket wisata yang sudah ada tsb kepada mahasiswa khususnya untuk tujuan edukasi ataupun pertukaran mahasiswa asing
3. Operator Wisata, bekerjasama dalam menjual paket wisata Kampung Budaya Jawi-Jawi kepada wisatawan baik wisnus maupun wisman. Perlu dibuat MoU secara khusus yang mengatur kesepakatan kedua belah pihak dari bentuk kerjasama sampai kepada pembagian pendapatan yang diperoleh dari penjualan paket wisata tsb
4. BUMN/BUMD dan perusahaan swasta, memfasilitasi program yang dapat dilaksanakan di Kampung Budaya Jawi-Jawi dengan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR)
5. Penggiat dan pemerhati wisata, membantu dalam promosi paket wisata yang ada dan juga sebagai pihak yang mengawasi secara independen pelaksanaan program dan kegiatan di Kampung Budaya Jawi-Jawi

Yang menjadi segmen pelanggan dari paket wisata dengan *brand images* “*slow tourism in Jawi-Jawi village*” adalah wisatawan baik nusantara maupun mancanegara dimana yang ditawarkan adalah pengalaman (*experiences*) selama berada di Kampung Budaya Jawi-Jawi. Sedangkan yang menjadi elemen *customer relationship* kepada para pelanggan dilaksanakan melalui komunikasi langsung dan *co-creation* (melibatkan pihak lain) baik secara konvensional maupun melalui media IT yang dilaksanakan melalui saluran (*channels*) seperti media informasi dan komunikasi langsung.

Sedangkan terkait dengan elemen struktur biaya yang ada yaitu biaya tetap seperti upah, biaya operasional, biaya promosi, dsb serta biaya variabel seperti biaya listrik dan biaya air sehingga diperoleh pendapatan dari penjualan paket wisata (75%) dan *multiplier effect* dari kunjungan wisatawan (25%).

D. PENUTUP

1. Berdasarkan hasil identifikasi terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan keberadaan Kampung Budaya Jawi-Jawi sebagai sebuah destinasi wisata yang merupakan potensi dan daya tarik wisata terdiri dari panorama alam, seni budaya tradisional, kuliner khas, tradisi dan kearifan lokal masyarakat yang dipadu padankan dalam paket wisata yang disusun dan ditawarkan kepada wisatawan baik secara langsung atau melalui pihak lain sebagai perantara.
2. Telah dianalisis dan disusun bentuk Model Bisnis Kanvas Kampung Budaya Jawi-Jawi yang terdiri dari 9 (sembilan) elemen yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, *cost structure* yang dapat dimanfaatkan oleh pengelola Kampung Budaya Jawi-Jawi, dimana yang

merupakan *brand image* dan merupakan nilai tambah yang akan ditawarkan kepada pelanggan adalah pengalaman (*experiences*) untuk menikmati keindahan panorama alam di desa yang dikolaborasikan dengan seni budaya, tradisi dan kearifan lokal masyarakat yang masih terjaga dan digunakan dalam keseharian masyarakatnya. Penyusunan model bisnis ini menggunakan hasil identifikasi yang diperoleh terhadap faktor-faktor yang berhubungan dengan keberadaan Kampung Budaya Jawi-Jawi sebagai sebuah destinasi wisata.

3. Sedangkan untuk strategi yang dapat dilakukan berdasarkan analisis SWOT adalah dengan menambah jumlah atraksi dan pengalaman yang ditawarkan dalam paket wisata sehingga lebih bervariasi dan berbeda dengan desa wisata sejenis lainnya

E. DAFTAR PUSTAKA

Siagian, Sondang P. 1994. Organisasi, Kepemimpinan, Perilaku Administrasi. Jakarta: CV. Haji Mas Agung.

Ginjar, Kartasmita, 1994 : Pembangunan Untuk Rakyat, Memandukan Pertumbuhan Dan Pemerataan, PT. Pustaka CIDES INDO, Jakarta

Janet dan Andrea.2012. "Community – Based Tourism and Lokal Culture : The Case of The amaMpondo." Vol.X, No.1. South Africa : Nort- West University and Walter Sisulu University