
Analisis Model Bisnis Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas Pada Barokah Park Situbondo

Maulana Ahmad Dhany¹ , Edy Wahyudi² , Wheny Kristianto³ 
Taharuddin⁴ 

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

⁴ Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Lambung Mangkurat

Abstract

This research aims to describe the business model using the Business Model Canvas carried out by one of the tourism companies in Situbondo, namely Barokah Park. This type of research is descriptive with a qualitative paradigm and uses a purposive sampling method to determine informants. The informants in this research were managers and secretaries as key informants in relation to the company's business model. The data analysis used is domain analysis and taxonomic analysis. The results of this research describe the Barokah Park business model which has been formed in 9 blocks, namely, value propositions, customer segments, channels, customer relationships, key activities, key partners, key resources, revenue streams, cost structure. The business model implemented makes it easier for Barokah Park to attract tourists to visit Barokah Park. There are some weaknesses in key activities in terms of promotion.

Keywords: *Tourist; Business Models; Business Models Canvas*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan model bisnis dengan menggunakan Business Model Canvas yang dilakukan oleh salah satu perusahaan pariwisata di Situbondo yaitu Barokah Park. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan paradigma kualitatif dan menggunakan metode purposive sampling untuk menentukan informan. Informan dipenelitian ini adalah manajer dan sekretaris sebagai informan kunci dalam kaitannya dengan model bisnis perusahaan. Analisis data yang digunakan adalah analisis domain dan analisis taksonomi. Hasil penelitian ini mendeskripsikan Barokah Park model bisnis yang telah terbentuk dalam 9 blok yaitu value propositions, segmen pelanggan, saluran, hubungan pelanggan, aktivitas utama, mitra utama, sumber daya utama, aliran pendapatan, struktur biaya. Model bisnis yang diterapkan memudahkan Barokah Park dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke Barokah Park. Terdapat beberapa kelemahan pada key activities dalam hal promosi.

Kata kunci: *Pariwisata; Model Bisnis; Model Bisnis Canvas*

[©] 200910202073@mail.unej.ac.id

1. PENDAHULUAN

Barokah Park merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Situbondo yang berlokasi di Jl. Raya Asembagus, Krajan, Wringinanom, Asembagus, Kabupaten Situbondo Jawa Timur. Barokah park didirikan pada tanggal 13 Juni tahun 2018. Barokah Park menyediakan berbagai macam tempat hiburan dan tempat peristirahatan seperti homestay, kolam renang, GYM, aula, Coffe & Resto, mini market dan lapangan futsal. Barokah park juga memiliki beberapa kompetitor yang berdekatan seperti Tirta Pandawa, Kampung kerapu, dan WBS Situbondo. Namun hingga saat ini dapat dikatakan Barokah Park cukup ramai dan diminati oleh wisatawan dari pada kompetitor lainnya dapat dilihat dari tabel berikut.

No	Nama Wisata	Rating	Ulasan
1	Kampung Kerapu	4,2	218
2	WBS Situbondo	3,7	135
3	Tirta Pandawa	4,3	243
4	Barokah Park	4,4	415

Barokah Park dipilih sebagai objek penelitian karena dilihat table 1.1 Barokah park memiliki rating dan ulasan tertinggi dari pada kompetitor lainnya. Tidak hanya itu berdasarkan artikel yang diterbitkan oleh jatimnetwork.com 2023, Barokah Park menjadi rekomendasi nomer satu tempat wisata dan penginapan yang wajib dikunjungi di Situbondo. Hal lain juga Barokah Park memiliki keunggulan fasilitas yang lengkap dan harga tiket murah dibanding kompetitor lainnya.

Situbondo merupakan salah satu kota yang berada di ujung timur provinsi Jawa timur. Situbondo memiliki jumlah penduduk 685,9 ribu jiwa pada tahun 2020 (BPS Situbondo). Situbondo juga memiliki cukup banyak objek wisata baik itu wisata alam, wisata budaya dan juga wisata buatan. Banyaknya objek wisata yang ada membuat persaingan bisnis juga semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan bisnis pengelola tempat usaha tentu saja perlu mengelola usahanya dengan sebaik mungkin. Dalam mengelola suatu tempat wisata kita perlu membuat model bisnisnya terlebih dahulu. Hal ini bertujuan agar sistem pengolahan bisnis tersebut berjalan dengan rapi, lancar, menguntungkan, dan terus berkembang.

Barokah Park terindikasi menerapkan model bisnis yang mengarah kepada bisnis model canvas (BMC). Hal tersebut dibuktikan dengan adanya unsur-unsur bisnis model canvas dalam model bisnis yang diterapkan oleh Barokah Park. Unsur- unsur tersebut salah satunya Barokah Park menerapkan pelayanan keramah-tamahan agar para wisatawan merasa nyaman, sering mengadakan event dan juga pemberian discount tentu untuk menarik para wisatawan untuk berkunjung ke barokah park. Kegiatan yang dilakukan Barokah Park tersebut masuk ke dalam unsur bisnis model canvas yaitu customer relationship.

Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [Zulfadli dan Wahjuadi \(2015\)](#) yang berjudul “Analysis of Business Development Strategy Kampoeng Wisata Cinangneng in The District of Bogor With Business Canvas Approach”, penelitian ini membahas salah satu potensi dalam sektor agrowisata di provinsi Jawa Barat, tepatnya di Kampoeng Wisata Cinangneng. Dalam penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi untuk mengatasi berbagai masalah yang ada. Setelah dilaksanakan penelitian

dengan menggunakan model bisnis kanvas diperoleh gambaran tentang Kampong Wisata Cinangneng. Tidak hanya model bisnis kanvas tapi juga analisis SWOT digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari kampong wisata tersebut. Penelitian yang dilakukan [Ammirato, Felicetti dan Linzalone \(2021\)](#) dengan judul “Digital business models in cultural tourism”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana dampak penerapan digitalisasi model bisnis pada pariwisata budaya. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Müller yang berjudul “Business model innovation in small- and medium-sized enterprises Strategies for industry 4.0 providers and users”, penelitian ini Makalah ini berupaya memberikan wawasan bagi UKM manufaktur dan bagaimana Industri 4.0 memengaruhi model bisnis mereka, sehingga mengarah pada strategi integrasi yang spesifik. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengetahuan terkini mengenai model bisnis dan Industri 4.0.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “Analisis Model Bisnis Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas pada Barokah Park Situbondo”. Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan evaluasi dan mengembangkan kembali Barokah Park Situbondo.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, adalah metode kualitatif dengan metode pendekatan deskriptif. Pada penelitian ini menguraikan analisis metode bisnis menggunakan pendekatan bisnis model canvas pada Barokah Park Situbondo. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November Tahun 2023 dengan melakukan wawancara mendalam. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Barokah Park Situbondo, yang beralamat di Jl. Raya Asembagus, Krajan, Wringinanom, Asembagus,

Kabupaten Situbondo, Jawa Timur. Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penentuan informan pada penelitian ini peneliti menentukan informan kunci (key informan) penelitian berdasarkan pada pertimbangan kemampuan informan dalam memberikan informasi secara detail, akurat, dan terpercaya baik berupa pertanyaan, keterangan, maupun data-data yang dapat membantu memahami permasalahan yang ada. Teknik analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas. Penelitian ini menggunakan analisis domain dan analisis taksonomi. Pada penelitian ini penarikan kesimpulan menggunakan metode induktif yakni metode penarikan kesimpulan dengan penjelasan secara khusus menuju ke hal-hal menuju umum.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Barokah Park merupakan salah satu objek wisata yang dimana di dalamnya tersedia berbagai macam tempat hiburan dan penginapan yang berlokasi di di Jl. Raya Asembagus, Krajan, Wringinanom, Asembagus, Kabupaten Situbondo Jawa Timur. Barokah Park didirikan oleh Bapak Budi Santoso yang bertempat tinggal di Surabaya. Terbentuknya Barokah Park tidak seperti rencana awal dari owner. Terbentuknya Barokah Park berawal dari sering disewanya mess karyawan sebagai penginapan santri Pondok Sukorejo. Oleh sebab itu, owner dari Barokah Park yaitu Bapak Budi memiliki ide untuk mengubah bisnisnya menjadi tempat wisata penginapan dan kelom renang. Ide dari Pak Budi ini sangat didukung oleh Pondok Sukorejo, bahkan pemberian nama dan juga peresmian tempat wisata ini dilakukan oleh Pondok Sukorejo. Perubahan yang dilakukan oleh owner Barokah Park yang awalnya memiliki bisnis bengkel mobil dan

apotek menjadi objek wisata ternyata membuahkan hasil yang positif. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya minat konsumen untuk berkunjung ke Barokah Park, dibuktikan juga dengan rating dan ulasan berdasarkan Google Maps mendapat 4,4 dengan ulasan 415.

B. Deskripsi Informan

Informan utama dalam penelitian ini adalah Bapak Rusdy yang berstatus sebagai manager Barokah Park. Beliau bertanggungjawab dalam segala proses monitoring dan operasional perusahaan. Selama menjabat sebagai manager beliau selalu aktif dalam beberapa komunitas bisnis, beliau juga merupakan orang kepercayaan Bapak Budi selaku owner Barokah Park. Bapak Rusdy merupakan tim yang sudah bergabung mulai dari awal perusahaan berdiri hingga saat ini. Informan lainnya ialah Ibu Indayati yang merupakan sekretaris sekaligus kabag kolam renang di Barokah Park. Ibu Indayati juga telah bergabung dari awal perusahaan ini berdiri. Jadi kedua informan cukup memahami mulai dari historis, kondisi objektif dan rencana strategis ke depan dari Barokah Park. Informan lainnya peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pengunjung Barokah Park, tujuannya untuk mengetahui model bisnis yang diterapkan Barokah Park berjalan dengan baik atau tidak.

C. Analisis Bisnis Model Canvas Barokah Park

Setelah mendapat data melalui wawancara dan telah melewati pengolahan data, untuk mengetahui model bisnis yang diterapkan oleh Barokah Park selanjutnya dibuat Model Bisnis Kanvas yang terdiri dari 9 blok.



a. Value Propostions

Value propostions pada Barokah Park berawal dari gagasan visi perusahaan yaitu membangun perusahaan pariwisata yang lengkap, nyaman ramah lingkungan, dan pilihan utama para wisatawan. Untuk mendukung visi tersebut Barokah Park telah menyediakan fasilitas yang cukup lengkap dibanding kompetitor lainnya. Fasilitas yang diberikan meliputi homestay, kolam renang, GYM, cafe & resto, futsal, mini market, dan aula. Selain itu *value propostions* lain yang ada di Barokah Park yaitu harga tiket yang cukup murah yaitu Rp. 10.000 – Rp. 15.000. Dengan *value propostions* yang diberikan sangat berkemungkinan akan tercapainya visi dari perusahaan.

b. Customer Segments

Customer segments proses pilihan segmen pasar pada Barokah Park berfokus kepada semua orang dan semua kalangan, baik itu orang tua, remaja, dan anak kecil. Hal ini dikarenakan fasilitas yang disediakan Barokah Park dirasa cocok untuk semua kalangan. Kolam renang, cafe, resto dan homestay bisa dinikmati oleh anak – anak, remaja, bapak – bapak, dan ibu- ibu. GYM dan futsal mungkin bisa dinikmati oleh kaum remaja baik pria maupun wanita.

c. Customer Relationship

Customer relationship pada Barokah Park dilakukan dengan memberikan pelayanan yang ramah dan berusaha menuruti semua yang konsumen inginkan. Hal ini bertujuan untuk membuat para wisatawan yang datang merasa nyaman dan senang berkunjung ke Barokah Park. Selain itu, Barokah Park sering mengadakan event–event tertentu dengan tujuan menarik pelanggan baru atau lama agar berkunjung ke Barokah Park.

d. Channels

Channels atau saluran yang digunakan Barokah Park tidak hanya aplikasi dan komunitas, Barokah Park memiliki saluran media promosi dan branding seperti instagram dan facebook. Tim Barokah Park memanfaatkan peluang tersebut untuk memperkenalkan bisnis wistanya kepada masyarakat luas. Promosi melalui media sosial sangat mempermudah Barokah Park untuk dikenal oleh semua kalangan.

e. Key Activities

Key Activities atau aktivitas utama Barokah Park menjadi kunci untuk memastikan terciptanya proposisi nilai, mempertahankan pelanggan, menjaga hubungan dengan pelangga, memperluas jangkauan pasar dan mendapatkan pendapatan. Barokah Park memiliki dua prioritas aktivitas yaitu perawatan rutin terhadap fasilitas yang ada baik itu pembersihan ataupun pembaruan, dan melakukan promosi pada media sosial. Dua aktivitas tersebut didukung dengan sumber daya yang dimiliki, membuat Barokah Park yakin mampu bersaing dengan kompetitor.

f. Key Patnership

Key Patnership atau patner utama pada Barokah Park merupakan salah satu bagian terpenting, hal ini dikarenakan dengan membangun jaringan mitra yang kuat dapat mempercepat pertumbuhan perusahaan. Saat ini Barokah Park telah melakukan kerjasama dengan berbagai macam mitra seperti, POSLATPUR, DIKLATPUR, Pondok Sukorejo, dan DJARUM.

Sejak tahun 2020 Barokah Park semakin menunjukan keseriusannya dengan melakukan kerja sama dengan OYO. Kerja sama tersebut bertujuan agar Barokah Park lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas.

g. Key Resource

Key Resource atau sumber daya utama yang dimiliki Barokah Park. *Key Resource* juga merupakan salah satu kunci agar *key activities* dan *value propositions* dapat berjalan. Barokah Park memiliki 32 karyawan yang dimana dibagi menjadi 7 bagian dan setiap bagian memiliki tugas yang berbeda-beda. Selain sumber daya manusia, *key resource* yang dimiliki Barokah Park ialah akun media sosial untuk melakukan promosi dan juga lengkapnya wahana sebagai salah satu yang diunggulkan oleh Barokah Park.

h. Revenue Streams

Revenue streams adalah bagaimana cara Barokah Park untuk mendapat pendapatan dari usaha tersebut. Hal yang dilakukan oleh Barokah Park untuk mendapat pendapatan melalui hasil tiket masuk, penjualan cafe, resto, dan mini market. Selain itu, pendapatan yang diperoleh Barokah Park juga didapat dari sewa hotel, GYM, futsal, dan aula.

i. Cost Structure

Cost structure yaitu komponen – komponen biaya yang digunakan untuk kepentingan dan kebutuhan usaha agar dapat berjalan dengan lancar. Biaya yang dikeluarkan oleh Barokah Park antara lain biaya listrik, biaya gaji karyawan, biaya perawatan, biaya promosi, dan pajak.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti model bisnis Barokah Park telah terbentuk dalam 9 blok yaitu:

- a) *Value propositions*, nilai yang dapat diberikan Barokah Park ialah fasilitas yang lengkap dan tiket yang murah.
- b) *Customer segments*, Barokah Park yaitu semua orang dan semua kalangan.
- c) *Channel*, Barokah Park memiliki saluran yaitu media sosial, komunitas dan e commers.
- d) *Customer relationship*, cara yang dilakukan oleh Barokah Park untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan yaitu dengan menerapkan pelayanan keramahan-tamahan, pengadaan event, dan pemberian discount.
- e) *Key activities*, aktivitas kunci dari Barokah Park adalah perawatan & pemeliharaan tempat dan iklan media sosial.
- f) *Key partners*, patner kunci dari Barokah Park yaitu investor, komunitas, dan suplayer.
- g) *Key resource*, sumber daya yang paling penting dari Barokah Park yaitu karyawan, masyarakat, akun media sosial, dan wahana.
- h) *Revenue streans*, pendapatan Barokah Park berasal dari tiket masuk, penjualan cafe & resto dan minimarket, sewa (hotel, GYM, futsal dan aula).
- i) *Cost Structure*, biaya yang dikeluarkan oleh Barokah Park yaitu biaya listrik, biaya gaji karyawan, biaya perawatan, biaya promosi, dan pajak.

Saran

Saran yang dapat peneliti berikan mengenai model bisnis yang diterapkan Barokah Park, sebagai berikut :

- a) Sebaiknya perlu ada inovasi terhadap model bisnis Barokah Park agar dapat menarik lebih banyak lagi para wisatawan untuk berkunjung ke Barokah Park.
- b) Pada key activities yaitu dalam iklan media sosial sebaiknya lebih gencar lagi dilakukan melalui IG Feeds atau IG Story, jangan hanya upload IG Feeds ketika akan ada event saja.
- c) Cara lain untuk menarik wisatawan lebih banyak lagi bisa dengan memasang iklan di baleho dan pemberian discount yang lebih banyak lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel Jurnal

- Ammirato, S., Felicetti, A. M., Linzalone, R., & Carlucci, D. (2022). Digital business models in cultural tourism. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(8), 1940-1961.
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. *Journal of Cleaner Production*, 198, 401–416. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers* (Vol. 1). John Wiley & Sons.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Zulfadli, Z., & Wahjuadi, D. (2015). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Kampong Wisata Cinangneng Di Kabupaten Bogor Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *eProceedings of Management*, 2(3).

Buku

- Landry, L. (2020). *Business Model Innovation: What It Is And Why It's Important*. Northeastern University
- Sugiyono. (2018). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung

Artikel Dari Internet

- Kopp, C. M. (2020). What Is a Business Model? Investopedia.Com. <https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asp>