

ANALISIS PERENCANAAN PENGEMBANGAN DESA WISATA SELO, BOYOLALI DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)

Diva Afrilian Putri Wulantari; Nur Andriyani
Program Studi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Pengembangan desa wisata di Selo, Boyolali, menawarkan potensi besar dalam menarik wisatawan yang mencari pengalaman budaya dan alam yang autentik. Analisis ini bertujuan untuk merencanakan pengembangan desa wisata di Selo. Dengan menggunakan pendekatan analisis kinerja *Business Model Canvas* (BMC). Pengambilan data dilakukan melalui observasi (langsung) dan internet *searching*. Berdasarkan hasil analisis, Desa Selo Boyolali menawarkan keindahan alam yang menakjubkan, pengalaman budaya yang autentik, dan aktivitas outdoor menarik. Dengan segmen pelanggan yang luas dari wisatawan lokal dan internasional, penting untuk membangun hubungan yang baik melalui pelayanan interaktif dan program loyalitas. Melalui saluran distribusi seperti media sosial dan kerja sama dengan pelaku lokal, Desa Selo dapat dikenal lebih luas. Sumber pendapatan berasal dari berbagai aspek, termasuk penjualan tiket, *workshop* budaya, hingga produk lokal. Namun, perlu dipertimbangkan struktur biaya untuk pemeliharaan dan promosi agar destinasi ini terus berkembang. Dengan menggabungkan keunikan alam, budaya, dan layanan berkualitas, Desa Selo memiliki potensi menjadi destinasi wisata yang unggul.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, Selo, desa wisata, alam, wisatawan, lokal

Abstract

The development of tourism villages in Selo, Boyolali, offers great potential in attracting tourists seeking authentic cultural and natural experiences. This analysis aims to plan the development of a tourist village in Selo. By using the Business Model Canvas (BMC) performance analysis approach. Data collection is done through observation (direct) and internet searching. Based on the results of the analysis, Selo Boyolali Village offers stunning natural beauty, authentic cultural experiences, and exciting outdoor activities. With a wide customer segment of local and international tourists, it is important to build good relationships through interactive services and loyalty programs. Through distribution channels such as social media and cooperation with local actors, Selo Village can be more widely recognized. Revenue sources come from various aspects, including ticket sales, cultural workshops, and local products. However, it is necessary to consider the cost structure for maintenance and promotion so that this destination continues to grow. By combining the uniqueness of nature, culture and quality services, Selo Village has the potential to become an excellent tourist destination.

Keywords: Business Model Canvas, Selo, tourism village, nature, tourists, local.

1. PENDAHULUAN

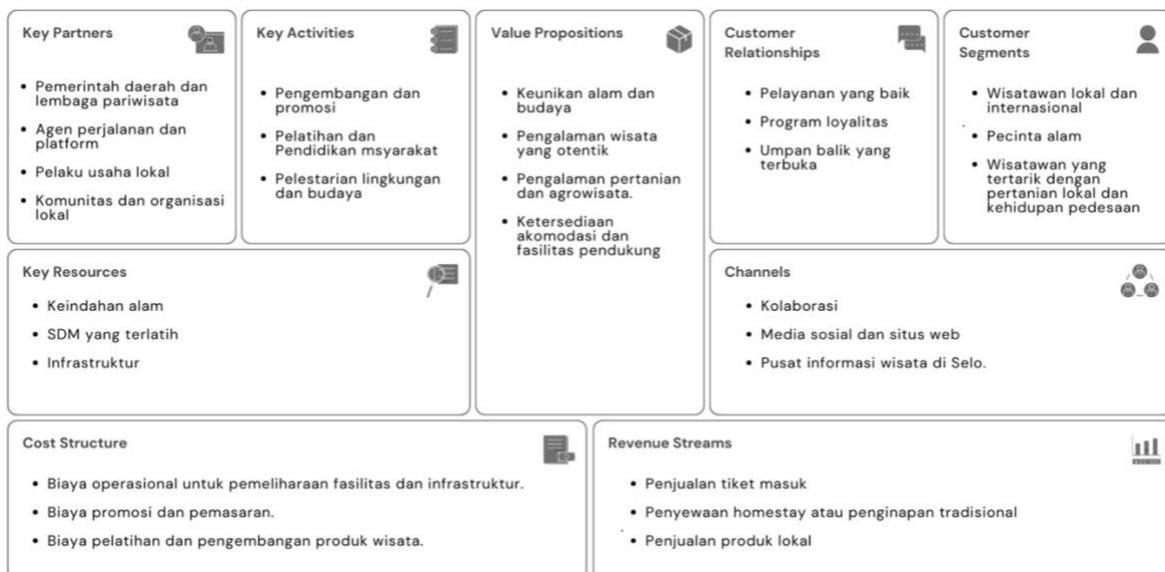
Boyolali adalah sebuah kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Kabupaten ini memiliki keindahan alam yang memukau dengan pemandangan perbukitan, sawah yang hijau, dan udara yang sejuk. Boyolali memiliki banyak potensi wisata yang dapat dikembangkan, terutama untuk menarik wisatawan yang mencari pengalaman budaya, alam, dan petualangan yang autentik. Beberapa potensi wisata di Boyolali meliputi: 1). Kebudayaan lokal yaitu desa-desa di Boyolali memiliki warisan budaya yang kaya, seperti seni tari, musik, kerajinan tangan, dan festival tradisional.; 2). Pemandangan Alam yang Menakutkan seperti perbukitan hijau, persawahan yang luas, dan aliran sungai yang menarik.; 3). Kuliner Tradisional yaitu kuliner lokal adalah daya tarik utama di banyak destinasi wisata. Boyolali memiliki hidangan khas Jawa yang lezat, seperti gudeg, sate, dan makanan tradisional Jawa lainnya.; 4). Homestay dan Pengalaman Bertani dengan menginap di homestay dan berpartisipasi dalam kegiatan pertanian lokal dapat memberikan pengalaman yang mendalam tentang kehidupan pedesaan.; 5). Agrowisata, pengunjung dapat mengunjungi kebun buah, kebun teh, atau kebun tanaman obat untuk belajar tentang proses pertanian dan memetik langsung hasilnya; 6). Desa Wisata, dengan mengembangkan desa wisata yang menawarkan paket pengalaman lengkap, mulai dari menginap, kegiatan pertanian, sampai kebudayaan lokal, dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang mencari pengalaman autentik di desa.

Di Boyolali terdapat desa Selo yang memiliki banyak potensi wisata alam menarik, terletak di antara Gunung Merapi dan Gunung Merbabu. Beberapa objek wisata yang terdapat di Selo Boyolali antara lain Embung Manajar, Bukit Sanjaya, Merapi Garden Boyolali, DeSeloKaton, Omah Kita, Simpang Pakubuwono VI, dan Bukit Gancik. Selain itu, terdapat juga potensi wisata kuliner dengan makanan khas dan festival kuliner. Desa Wisata Selo Boyolali memiliki fasilitas homestay yang memadai dan beberapa sudah berstandar wisatawan asing. Potensi wisata Selo dapat dikembangkan melalui strategi pengembangan amenitas, aksesibilitas, dan kelembagaan. Potensi wisata Selo Boyolali juga terletak pada lokasinya yang berada di atas ketinggian, akses jalan yang mulus, panorama indah sepanjang perjalanan, base camp Merbabu, kampung, dan banyak lokasi wisata yang menarik untuk dikunjungi. Potensi wisata Selo Boyolali dapat dikembangkan melalui strategi pengembangan amenitas, aksesibilitas, dan kelembagaan. Namun, pengembangan pariwisata memerlukan perencanaan yang matang, termasuk dalam hal model bisnis yang akan digunakan. Oleh karena itu, analisis dengan pendekatan *Business Model Canvas* dianggap relevan untuk dilakukan.

2. METODE

Analisis menggunakan metode kerangka kerja *Business Model Canvas* (BMC) yang terdiri dari sembilan komponen kunci, yaitu *Customer Segments* (Segmentasi Pasar), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Channels* (Saluran Distribusi), *Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan), *Revenue Stream* (Sumber Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Kunci), *Key Activities* (Kegiatan Kunci), *Key Partners* (Mitra Kunci), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya). Pengumpulan data secara observasi (langsung) dan internet *searching*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. *Business Model Canvas*

3.1 *Value Propositions*

Value propositions atau Penawaran Nilai merupakan kelebihan yang dimiliki oleh Desa Selo Boyolali yang bisa ditawarkan kepada pengunjung atau wisatawan. Desa Selo menawarkan beragam keunikan alam yang memukau dengan adanya pemandangan gunung, udara yang sejuk, dan suasana alam yang asri. Keindahan tersebut mendorong adanya aktivitas alam seperti pendakian Gunung Merapi, *trekking*, dan kegiatan *outdoor* lainnya. Selain itu, di Selo bisa mendapatkan pengalaman pertanian dan agrowisata serta pengalaman budaya lokal yang meliputi pertunjukan seni, kuliner tradisional, dan *workshop* kerajinan. Ketersediaan akomodasi dan fasilitas pendukung juga dapat mempermudah wisatawan mengunjungi Desa Selo.

3.2 Customer Segments

Customer Segments atau Segmen Pelanggan merupakan target pelanggan atau wisatawan yang akan mengunjungi Selo. Wisatawan Selo bisa dari wisatawan lokal maupun internasional yang mencari pengalaman budaya dan alam yang autentik, pecinta alam yang ingin menjelajahi Gunung Merapi dan sekitarnya, serta wisatawan yang tertarik dengan pertanian lokal dan kehidupan pedesaan. Keindahan Selo bisa dinikmati oleh semua kalangan mulai dari yang anak-anak, remaja, hingga orang tua.

3.3 Customer Relationship

Customer Relationship atau hubungan dengan pelanggan atau wisatawan. Menjaga hubungan baik sangat penting agar wisatawan kembali berkunjung ke Selo. Diperlukan pelayanan yang ramah, informatif, dan interaktif dengan membangun keakraban wisatawan dan lingkungan sekitar agar merasa nyaman dan betah. Membuat program loyalitas untuk wisatawan yang sering datang agar wisatawan merasa dihargai dan tetap kembali. Terakhir, memberikan umpan balik atau evaluasi yang terbuka untuk meningkatkan pengalaman wisatawan. Hal tersebut harus dilakukan secara rutin dan berkala agar tetap terjaga hubungan baik dengan pelanggan atau wisatawan.

3.4 Channels

Channels atau Saluran Distribusi merupakan saluran yang digunakan untuk mengenalkan Selo kepada pelanggan atau wisatawan. Wisatawan dapat mengenal Selo melalui media sosial dan situs web, melalui pusat informasi wisata, melalui kolaborasi dengan agen perjalanan lokal maupun internasional, serta melalui kerja sama dengan hotel, restoran, dan toko oleh-oleh.

3.5 Key Activities

Key Activities atau Kegiatan Kunci merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan dan mencapai *Value Propositions*. Kegiatan yang dilakukan bisa dalam bentuk pengembangan atraksi wisata baru, promosi dan pemasaran secara aktif terkait aktivitas wisata yang menarik, pemeliharaan lingkungan dan pelestarian budaya, serta pelatihan dan pendidikan untuk masyarakat lokal terkait kegiatan pariwisata.

3.6 Key Partners

Key Partners atau Mitra Kunci merupakan pihak-pihak yang bisa diajak kerja sama. Diperlukan dukungan Pemerintah Daerah Boyolali untuk dukungan dan regulasi, Lembaga Pariwisata, agen perjalanan dan platform pemasaran untuk mengembangkan jaringan, pelaku usaha lokal seperti *homestay* dan warung makan untuk kolaborasi dalam penjualan produk lokal, serta komunitas dan organisasi sosial.

3.7 Key Resources atau Sumber Daya Kunci

Key Resources atau Sumber Daya Kunci meliputi keindahan alam dan kearifan lokal, Sumber Daya Manusia (SDM) terlatih dalam pelayanan wisata dimana terdapat keahlian lokal dalam seni, budaya, dan pengelolaan alam. Selain itu, diperlukan sumber daya dari segi infrastruktur pariwisata yang memadai seperti homestay, pusat informasi, dan fasilitas umum.

3.8 Revenue Stream atau Sumber Pendapatan

Revenue Stream atau Sumber Pendapatan merupakan sumber pendapatan yang akan diperoleh dan dari mana pendapatan bisa dihasilkan. Pendapatan bisa diperoleh dari penjualan tiket masuk ke lokasi wisata, workshop, dan pertunjukan budaya, pendapatan dari penyewaan homestay atau penginapan tradisional, dan pendapatan dari penjualan produk lokal atau kerajinan tangan.

3.9 Cost Structure atau Struktur Biaya

Cost Structure atau Struktur Biaya merupakan biaya yang akan dikeluarkan untuk menunjang seluruh operasional dalam mengembangkan Desa Wisata Boyolali ini. Adapun biaya yang akan dikeluarkan meliputi biaya operasional untuk pemeliharaan fasilitas dan infrastruktur agar destinasi wisata berkembang, biaya promosi dan pemasaran, biaya pelatihan dan pengembangan produk wisata, serta gaji dan honor petugas kebersihan dan keamanan.

4. PENUTUP

Desa Selo Boyolali memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata yang menawarkan keindahan alam yang memukau, pengalaman budaya lokal yang autentik, dan aktivitas outdoor yang menarik. Segmentasi pelanggan yang luas dari wisatawan lokal maupun internasional, dari berbagai kalangan usia, memberikan peluang besar bagi pengembangan destinasi ini. Pentingnya menjaga hubungan baik dengan pengunjung melalui pelayanan yang ramah dan interaktif, serta membangun program loyalitas, menjadi kunci untuk mempertahankan kunjungan ulang. Saluran distribusi melalui media sosial, kolaborasi dengan agen perjalanan, serta kerjasama dengan pelaku usaha lokal menjadi strategi penting dalam memperkenalkan Desa Selo kepada pengunjung. Melalui kegiatan kunci seperti pengembangan atraksi wisata, pemeliharaan lingkungan, dan kerjasama dengan mitra strategis, Desa Selo dapat memperoleh pendapatan dari berbagai sumber, seperti penjualan tiket, *workshop* budaya, penyewaan akomodasi tradisional, dan penjualan produk lokal. Namun, perlu juga dipertimbangkan struktur biaya yang mencakup operasional, promosi,

pelatihan, dan pemeliharaan infrastruktur agar destinasi ini dapat terus berkembang secara berkelanjutan. Dengan menggabungkan keunikan alam, budaya lokal, dan pelayanan yang berkualitas, Desa Selo Boyolali memiliki potensi besar untuk mengembangkan menjadi desa wisata unggulan yang memberikan manfaat ekonomi serta melestarikan kekayaan alam dan budaya lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitriani, S., & Ma'ruf, F. (2019). *Analisis Model Bisnis Wisata Punthuk Sidengkeng*. Yogyakarta: EprintsUAD.
- Satyanegara, D., & Widikusyanto, M. J. (2023). The Development of Tourism Village Business Model (Case in Tourism Village of Kampung Bambu Banyuresmi). *International Journal of Business Studies*, 7, 38-47.
- Wulandari, N. D., Fauziah, L., & Ikhsan, F. (2023). Strategi Pemasaran Menuju Desa Wisata Mandiri. *Jurnal Cafeteria*, 4, 113-119.
- Saputro, Z. F. (2021). *Strategi Pengembangan Wisata Alam Prioritas Di Kecamatan Selo, Kabupaten Boyolali*. Semarang: EprintsUNDIP.
- Tsani, I. (2021, April 06). *Business Model Canvas Desa Wisata* . Diambil kembali dari SCRIBD: <https://www.scribd.com/presentation/501709213/Business-Model-Canvas-Desa-Wisata>
- Faizah, N., & Sushmita, C. I. (2023, Juni 18). *Menikmati Wisata Ketinggian di Selo Boyolali* . Diambil kembali dari SOLOPOS SOLORAYA: <https://soloraya.solopos.com/menikmati-wisata-ketinggian-di-selo-boyolali-1661646>
- Itsaini, F. M., & Tashandra, N. (2022, Juni 8). *6 Rekomendasi Wisata di Selo Boyolali, Nikmati Panorama Gunung Merapi* . Diambil kembali dari KOMPAS.com: https://travel.kompas.com/read/2021/12/18/171712527/6-rekomendasi-wisata-di-selo-boyolali-nikmati-panorama-gunung-merapi?page=all#google_vignette