

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1.1 Desa Wisata Sugihmukti

Sumber: <https://www.google.com/maps/place/Desa+wisata+Sugihmukti/>

Objek penelitian dari skripsi ini adalah sebuah desa wisata yang berlokasi pada Desa Sugihmukti, Kecamatan Pasirjambu, Kabupaten Bandung yang dinamakan Desa Wisata Sugihmukti. Desa ini terletak di kaki Gunung Patuha, Sugihmukti berada di ketinggian 1300 – 2200 mdpl, membuatnya menjadi sebuah desa dengan pegunungan yang sejuk. Awal pembentukan desa wisata ini yaitu pada tahun 2022 pemerintah menetapkan Sugihmukti sebagai Desa Wisata kategori Rintisan. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) desa yang dibentuk pada pertengahan bulan Oktober 2022 sedang mempersiapkan Desa Sugihmukti dalam pembangunannya menjadi sebuah desa wisata.

Sampai sekarang, sudah mulai ada beberapa atraksi wisata yang dapat diberikan kepada pengunjung atau turis yang mengunjungi Desa Wisata Sugihmukti. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukannya adalah melihat usaha pengrajin pandai besi, pandai besi yaitu membuat berbagai alat dari lempengan besi secara tradisional untuk digunakan sebagai alat pengrajin seperti mata kapak dan cangkul. Selain itu, ada juga kegiatan yang dinamakan *birdwatching*, tetapi *birdwatching* ini sedikit sulit dijangkau oleh mobil dan hanya bisa dijangkau dengan berjalan kaki yang lokasinya sedikit jauh dari pusat Desa Sugihmukti.

Tidak hanya pengrajin pandai besi dan *birdwatching* saja, Desa Wisata ini juga memiliki destinasi proses mengamati pengelolaan kopi Pyconon dan juga proses pengelolaan sampah organik yang tidak kalah menariknya. Kedepannya desa wisata sangat bisa sekali dikembangkan karena masih memiliki banyak potensi destinasi wisata yang lainnya seperti pertunjukan seni budaya pencak silat, sisingaan, domba uget dan seni leluhur Seni Bedug. Serta dengan keindahan alamnya yaitu perkebunan teh dan kebun-kebun bercocok tanam lainnya seperti *strawberry*, wortel, kubis, sawi, bawang seledri yang diselingi oleh pohon-pohon kopi diantaranya. Serta ada keanekaragaman hayati burung dan bukit jamur yang dimana adalah taman dengan pohon-pohon cemara yang dibentuk mirip seperti tanaman jamur. Bukit jamur ini diharapkan dapat digunakan sebagai lokasi *outbound* oleh pihak pengelola.

Tabel 1.1 Statistik Jumlah Penduduk Desa Sugihmukti (April 2023)

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	9631
Perempuan	8888
Total	18519

Sumber: <https://sugihmukti.desa.id/>

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat jumlah penduduk dari Desa Sugihmukti yang tercantum pada website resmi Desa Sugihmukti pada bulan April 2023. Dapat dilihat bahwa banyak sekali sumber daya manusia yang dapat digunakan sebagai alat bantu dalam mengembangkan desa tersebut dengan seluruh sumber daya alam yang ada maka desa tersebut jika dikelola dengan baik dapat menjadi salah satu tujuan wisata yang akan diminati oleh banyak pengunjung. Dengan jumlah sebanyak itu dapat bantu mengelola tempat wisata yang diatas sudah disebutkan dan juga membantu mengelola UMKM yang sedang dijalankan oleh Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (TP-PKK) seperti keripik ubi, keripik singkong, dan bronis kopi khas Desa Sugihmukti.

Desa Sugihmukti sendiri dulunya adalah bentukan Pemerintah Hindia Belanda yang pada awalnya dibangun sebagai lahan penanaman kopi. Seiring berjalannya waktu dan bertambahnya penduduk di wilayah ini, maka wilayah ini dulu dinamakan Desa Ciranjang oleh warga setempat. Desa ini dinamakan Desa Ciranjang karena letak wilayahnya yang dekat dengan sungai Ciranjang.

Namun, pada saat kekacauan Darul Islam/Tentara Islam Indonesia (DI/TII) di tahun 1965, Desa Ciranjang disatukan dengan Desa Cihanjawa yang kemudian berganti nama menjadi Desa Sukamulya. Kemudian tidak lama setelah itu, terjadi pemekaran atau perluasan desa sehingga dipecah dua menjadi Desa Margamulya dan Desa Sugihmukti. Kepala Desa Sugihmukti saat awal berdiri bernama Eben Kosasih dan kantor desa didirikan di Kp. Kacakaca hingga saat ini.

Desa Sugihmukti terletak di paling selatan Kecamatan Pasirjambu, dimana desa tersebut terdiri dari empat dusun yaitu; Dusun 1 (RW 1 Pangragajian, RW 09 Pemekaran, RW 11 Cintaasih), Dusun II (RW 2 Kacakaca, RW 04 Lengkong, RW 10 Muara), Dusun III (RW 03 Sukajadi, RW 05 Babakan Tanjung, RW 12 Pamandian), dan Dusun IV (RW 06 Rancabolang, RW 07 Patuhawatte, RW 08 Paranggong, RW 13 Pemekaran Rancabolang, RW 14 Pamekaran Patuha). Adapun sejarah nama-nama yang menjabat sebagai Kepala Desa Sugihmukti dari pertama dibangun sampai sekarang adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Sejarah Kepala Desa Sugihmukti

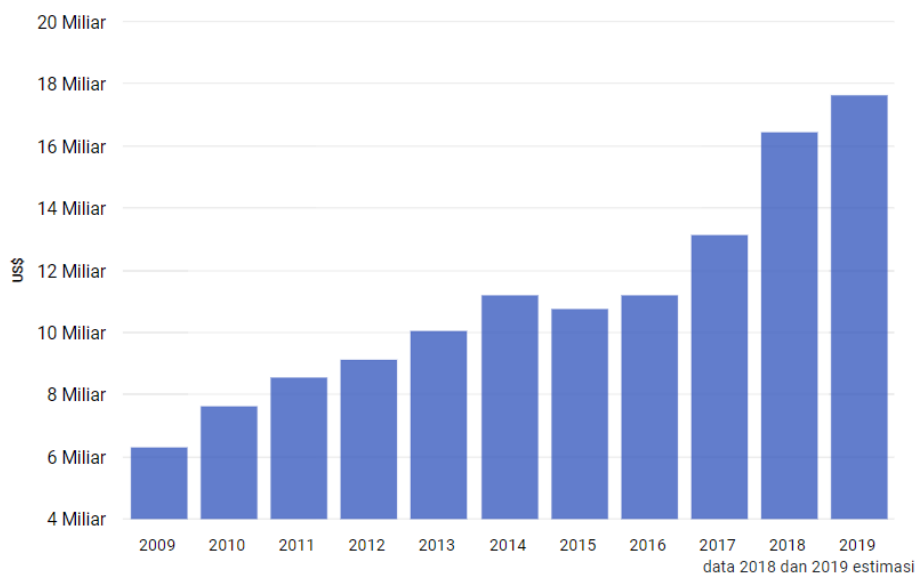
NO	Periode Jabatan	Nama Kepala Desa	Nama Desa
1	Periode 1908 – 1918	Rd. Kertareja	Desa Ciranjang
2	Periode 1918 – 1922	Rd. Tisna	Desa Ciranjang
3	Periode 1922 – 1925	H. Pardi	Desa Ciranjang
4	Periode 1925 – 1937	Jayamerta	Desa Ciranjang
5	Periode 1938 – 1949	Atamadisastra	Desa Ciranjang
6	Periode 1949 – 1956	Sukandi Senjaya	Desa Ciranjang
7	Periode 1956 - 1983	Eben Kosasih	Desa Sugihmukti
8	Periode 1983 – 1986	Enduh (Pjs)	Desa Sugihmukti
9	Periode 1986 – 2002	H. Mahmud Suryana	Desa Sugihmukti
10	Periode 2002 – 2013	Aep Rucipta, S.E.	Desa Sugihmukti
11	Periode 2013 – 2019	Rini Anggraeni, S.Pdi.	Desa Sugihmukti

12	Periode 2019 - Sekarang	H. Ruswan Bukhori	Desa Sugihmukti
----	-------------------------	-------------------	-----------------

Sumber: <https://sugihmukti.desa.id/artikel/2020/1/1/sejarah-des>

1.2 Latar Belakang

Neraca perdagangan dan transaksi yang berjalan di Indonesia yang mengalami defisit membuat pemerintah melakukan kebijakan untuk meningkatkan pendapatan devisa dari sektor pariwisata. Destinasi wisata domestik yang sudah dikenal oleh wisatawan mancanegara seperti Pulau Bali, Bunaken, dan Raja Ampat menjadi salah satu keunggulan obyek wisata nasional. Tetapi, bagi sektor wilayah pariwisata lain seperti pada pulau Jawa juga dapat meningkatkan pengenalan sektor pariwisatanya dengan meningkatkan kualitas dan akses menuju destinasi, penguatan data, dan informasi serta peningkatan atraksi bisa menjadi alternatif untuk meningkatkan devisa pariwisata nasional. Berikut merupakan gambar diagram yang menunjukkan pendapatan devisa Indonesia dari sektor pariwisata pada tahun 2009 sampai tahun 2019:



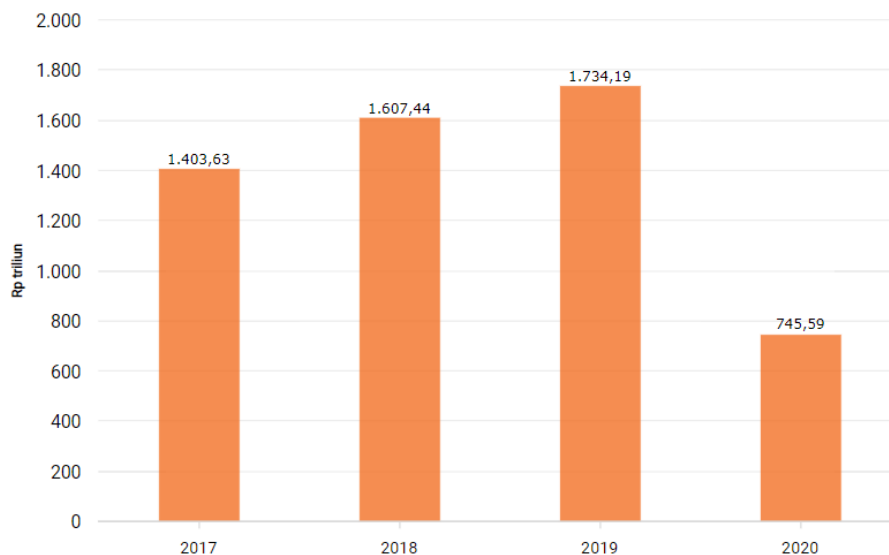
Gambar 1.2 Pendapatan Devisa Indonesia dari Sektor Pariwisata (2009-2019)

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan data Kementerian Pariwisata, pendapatan devisa dari sektor pariwisata pada tahun 2015 mencapai US\$ 12,23 miliar atau setara dengan Rp. 169 triliun. Jumlah tersebut berada di urutan keempat dalam penyumbang devisa terbesar pada 2015 di bawah migas, batu bara, dan kelapa sawit. Kemudian pada tahun 2019, pendapatan devisa dari sektor pariwisata

ditargetkan sebesar US\$ 20 miliar dan menjadi yang terbesar mengalahkan sawit ataupun migas. Maka untuk mencapai target tersebut pemerintah mulai mendorong sektor pariwisata agar menaikkan kualitas dari destinasiya agar menjadi pilihan nomor satu pengunjung mancanegara maupun domestik.

Berdasarkan publikasi yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), nilai konsumsi pariwisata internal Indonesia pada tahun 2020 mencapai Rp. 745,59 triliun. Angka tersebut anjlok sebesar 57,01% dibandingkan tahun 2019, angka tersebut tentu dipengaruhi oleh pandemi Covid-19. BPS mendefinisikan konsumsi pariwisata internal sebagai jumlah total pengeluaran wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik, serta pengeluaran dari konsumsi pariwisata lainnya. Berikut merupakan diagram nilai konsumsi pariwisata di Indonesia pada tahun 2017 sampai tahun 2020:



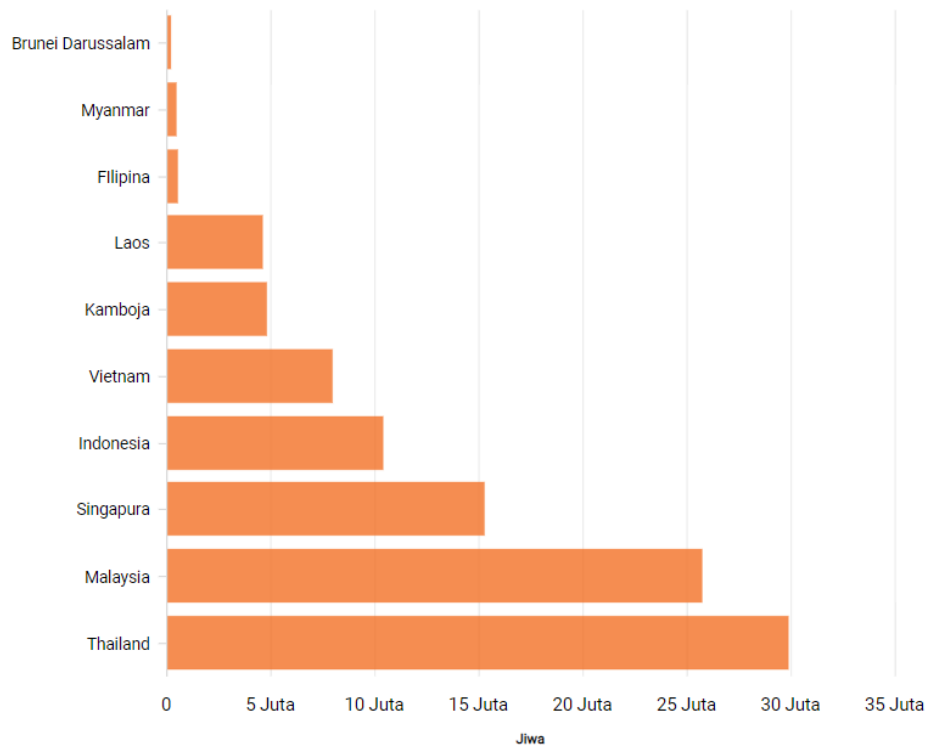
Gambar 1.3 Nilai Konsumsi Pariwisata Internal Indonesia (2017-2020)

Sumber: databoks.katadata.co.id

Secara umum, konsumsi pariwisata di Indonesia meningkat sejak tahun 2017-2019, akan tetapi pada tahun 2020 terjadi kontraksi dalam akibat pandemi Covid-19. Penurunan nilai konsumsi tahun 2020 terjadi pada seluruh produk pariwisata. Produk jasa angkutan rel untuk penumpang mengalami penurunan terdalam, yaitu melemah sebesar 72,65% pada tahun 2020 dibanding tahun sebelumnya.

Sedangkan jika kita pergi ke negara tetangga kita Thailand, mereka merupakan negara dengan kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) tertinggi diantara anggota negara

ASEAN yang lainnya. Sepanjang tahun 2015, hampir 30 juta orang mengunjungi negara ini. Disusul dengan Malaysia dan Singapura yang masing-masing pengunjungnya memiliki 20 juta dan 15 juta wisatawan yang mengunjungi dalam kurun waktu satu tahun. Sementara Indonesia berada pada posisi keempat dengan 10 juta wisatawan mancanegara.



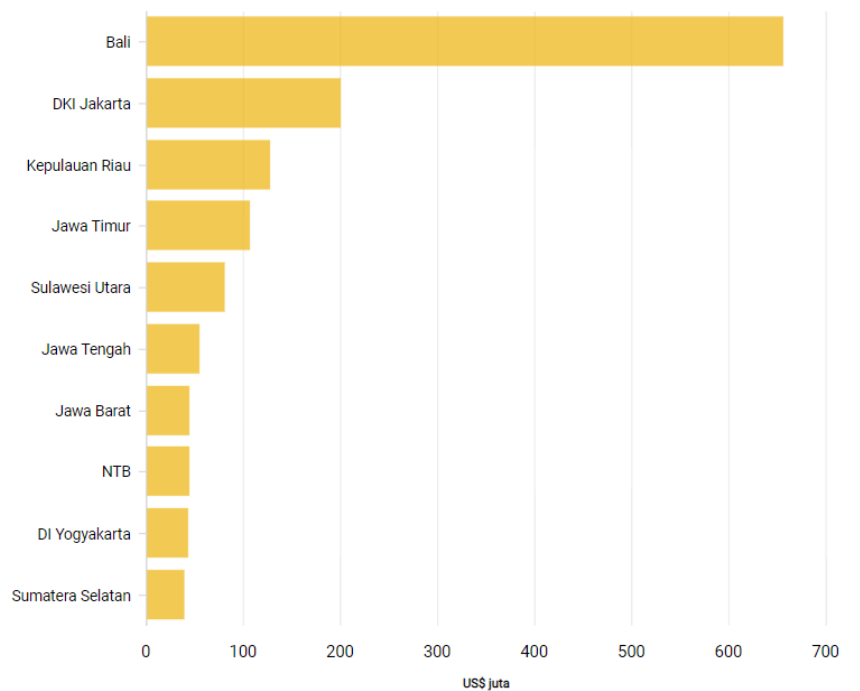
Gambar 1.4 Jumlah Wisatawan Mancanegara di Negara-negara Anggota ASEAN

Sumber: databoks.katadata.co.id

Kawasan Asia Tenggara memang merupakan salah satu tujuan wisata yang paling diminati oleh wisman. Indonesia sebagai negara yang kaya budaya dan destinasi pariwisatanya sudah sepatutnya memanfaatkan sebuah peluang tersebut dengan mengadakan alokasi wisata di seluruh wilayah yang memiliki potensi keindahan yang dapat dijadikan salah satu destinasi wisata. Dengan memperbaiki infrastuktur akses ke lokasi wisata dan juga meningkatkan layanan bagi wisatawan mancanegara selama di Indonesia sangatlah penting demi meningkatkan jumlah kunjungan terhadap lokasi wisata yang ada di Indonesia salah satunya memperbaiki dan meningkatkan kualitas desa wisata yang tersebar banyak sekali di seluruh provinsi di Indonesia.

Selain dari minat masyarakat terhadap wisata Indonesia, dari sektor bisnis juga tidak kalah menarik bagi para pengusaha dan investor yang melakukan investasi terhadap sektor-

sektor pariwisata yang berada di Indonesia. Investasi di sektor pariwisata di tahun 2018 mencapai Rp. 20,91 triliun. Provinsi Bali dengan tingkat realisasi investasi tertinggi yang mencapai US\$ 655,7 juta atau sekitar Rp. 9,18 triliun. Provinsi DKI Jakarta berada pada urutan kedua dengan nilai realisasi investasi sektor pariwisata US\$ 200,26 juta atau Rp. 2,8 triliun. Daftar sepuluh provinsi dengan tingkat realisasi investasi tertinggi di sektor pariwisata dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 1.5 Provinsi dengan Realisasi Investasi Tertinggi Sektor Pariwisata

Sumber: Databoks.katadata.co.id

Dapat dilihat bahwa provinsi Jawa Barat menduduki peringkat ketujuh dari seluruh provinsi yang ada di Indonesia dalam hal realisasi investasi tertinggi dengan nilai US\$ 442 juta atau setara dengan Rp. 600 juta. Hal ini membuktikan bahwa provinsi Jawa Barat sangat dilirik oleh para investor dalam negeri maupun investor asing yang siap menanam modal untuk pengembangan pariwisata yang ada di Jawa Barat. Maka dari itu penulis berharap untuk melihat potensi dari sebuah desa wisata yang ada di Kabupaten Bandung sebagai studi kasus untuk melihat bagaimana potensi yang dapat dikembangkan pada sebuah desa wisata dengan menggunakan *business model canvas* dan *business survival growth model* dalam pengembangan dan mempertahankan eksistensi sebuah wisata.

Tabel 1.3 Jenis Paket Wisata Desa Wisata Alamendah

No	Jenis Paket Wisata	Keterangan
1	Alamendah Trip	165.000/PAX Min. 50 PAX
2	Coffee Trip	205.000/PAX Min 10 PAX
3	Nagoes Ulin Kalembur	250.000/PAX Min 10 PAX
4	Bird Watching	200 USD/PAX Min 10 PAX
5	Paket Menginap	100.000/PAX 1 Malam
6	Virtual Tour	50.000/PAX
7	Paintball/Archery Battle	125.000/PAX
8	Jelajah Curuh	125.000/PAX
9	Camping	250.000/PAX
10	Out Bound	75.000/PAX
11	Rancabali Trip	195.000/PAX
12	Off Road Land Rover History Tour	350.000/PAX

Sumber: <https://www.ciwidayoutbound.com/desa-wisata-alamendah.html>

Berdasarkan pada tabel di atas yang penulis ambil dari sebuah website informasi pariwisata, dapat dilihat bahwa sumber daya yang dimiliki oleh pengelola Desa Wisata Alamendah sudah siap dan mampu menjalankan dan memfasilitasi seluruh kegiatan yang ada pada desa wisata tersebut dengan output yang baik bagi pengunjung. Dengan memiliki sebuah paket wisata yang sudah jelas maka hal tersebut menjadi daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Alamendah. Sehingga pada semester kedua tahun 2019, Desa Wisata Alamendah mampu menarik lebih dari 30 kelompok kunjungan yang terdiri dari institusi pemerintahan, keluarga, sekolah, dan juga umum yang memiliki total wisatawan lebih dari 2500 orang. Serta banyak sekali fasilitas yang dapat diberikan dan ditawarkan oleh Desa Wisata Alamendah seperti penginapan, restoran, rumah makan, hotel, villa, homestay, pemandian air panas, tukang pijat, perkemahan, kamar mandi umum, dll. untuk mengakomodasi pengunjung yang sedang berkunjung kesana.

Maka dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Desa Wisata Alamendah merupakan desa wisata yang sudah sangat siap menerima pengunjung yang begitu banyak

jumlahnya dan sudah layak dikategorikan sebagai desa wisata maju. Sementara untuk Desa Wisata Sugihmukti masih belum memiliki fasilitas sebanyak Desa Wisata Alamendah, mereka masih kalah dalam segi pengunjung, fasilitas, tata kelola, dan juga perawatan dan kelayakan untuk dikategorikan sebagai desa wisata maju, contohnya bahkan Desa Wisata Sugihmukti sendiri masih belum memiliki website desa wisata untuk menampung informasi yang dibutuhkan oleh calon konsumen. Maka dari itu sangat penting sekali untuk Desa Wisata Sugihmukti memikirkan tentang pengembangan BMC dan pengembangan rencana kelangsungan hidup bisnis mereka, karena jika tidak dipikirkan secara matang maka mereka akan kalah saing dengan desa wisata yang tidak hanya di Jawa Barat saja, melainkan di Kabupaten Bandung saja sudah banyak desa wisata yang menjadi saingan berat untuk Desa Wisata Sugihmukti. Sehingga, penulis ingin mengangkat Desa Wisata Sugihmukti sebagai objek dalam penelitian pengembangan model bisnis dan kelangsungan hidup bisnis Desa Wisata Sugihmukti sendiri.

Berdasarkan buku pedoman desa wisata yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata di tahun 2021, disebutkan bahwa terdapat empat tingkatan desa wisata yaitu ada desa wisata rintisan, desa wisata berkembang, desa wisata maju, dan desa wisata mandiri. Untuk menilai sebuah desa wisata masuk kedalam empat kategori tersebut ada beberapa indikator yang telah dicantumkan dalam buku tersebut, yaitu:

Tabel 1.4 Klasifikasi Desa Wisata Indonesia

No	Jenis Tingkatan	Klasifikasi
1	Desa Wisata Rintisan	<ul style="list-style-type: none"> a. Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata b. Pengembangan sarana prasarana wisata masih terbatas c. Belum ada/masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung dan berasal dari masyarakat sekitar d. Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh e. Sangat diperlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta) f. Memanfaatkan Dana Desa untuk pengembangan Desa Wisata

		g. Pengelolaan desa wisata masih bersifat lokal desa
2	Desa Wisata Berkembang	<p>a. Sudah mulai dikenal dan dikunjungi masyarakat sekitar dan pengunjung dari luar daerah</p> <p>b. Sudah terdapat pengembangan sarana prasarana dan fasilitas pariwisata</p> <p>c. Sudah mulai tercipta lapangan pekerjaan dan aktivitas ekonomi bagi masyarakat</p>
3	Desa Wisata Maju	<p>a. Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya</p> <p>b. Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan, termasuk wisatawan mancanegara</p> <p>c. Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai</p> <p>d. Masyarakat sudah berkemampuan untuk mengelola usaha pariwisata melalui pokdarwis</p> <p>e. Masyarakat sudah berkemampuan memanfaatkan dana desa untuk pengembangan desa wisata</p> <p>f. Sistem pengelolaan desa wisata yang berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat di desa dan pendapatan asli desa</p>
4	Desa Wisata Mandiri	<p>a. Masyarakat sudah memberikan inovasi dalam pengembangan potensi desa wisata mejadi unit kewirausahaan yang mandiri</p> <p>b. Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal oleh mancanegara dan sudah menerapkan konsep keberlanjutan yang diakui oleh dunia</p> <p>c. Sarana dan prasarana sudah mengikuti standar internasional minimal ASEAN.</p> <p>d. Pengelolaan desa wisata sudah dilakukan secara kolaboratik antar sektor dan pentahelix sudah berjalan dengan baik</p>

		<p>e. Dana desa menjadi bagian penting dalam pengembangan inovasi diversifikasi produk wisata di desa wisata</p> <p>f. Desa sudah mampu memanfaatkan digitalisasi sebagai bentuk promosi mandiri</p>
--	--	--

Sumber: Buku pedoman Desa Wisata (2021)

Dapat dilihat dari tabel 1.3 bahwa ada empat jenis tingkatan desa wisata, jika melihat dari data yang berada di internet, desa wisata sugihmukti masuk kedalam kriteria desa wisata berkembang. Sehingga, harapan dari pengelola bahwa dijalankannya peningkatan kualitas terhadap desa wisata sugihmukti agar setidaknya dapat bertahan serta menjadi desa wisata berkategori maju. Dengan begitu beberapa manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat yaitu dapat meningkatkan tingkat hidup masyarakat dan budaya serta tradisi, memberikan manfaat perekonomian bagi masyarakat pedesaan, meningkatkan keberadaan industri kecil dan menengah, serta mempromosikan produk lokal untuk keuntungan desa dan masyarakat setempat. Penulis menggunakan topik metode *survival* karena sebagai sebuah desa wisata mereka perlu mempertahankan eksistensinya di mata pengunjung atau wisatawan sehingga sangat penting bagi Desa Wisata Sugihmukti untuk bertahan hidup pada industri pariwisata ini. Sehingga, dengan menggunakan *business survival growth model canvas* sangatlah mempengaruhi dan diharapkan dapat membantu Desa Wisata Sugihmukti dalam mencari cara agar dapat bertahan hidup dan memastikan kelangsungan bisnisnya tetap berjalan dengan baik kedepannya.

Dapat dilihat juga dari permasalahan lainnya seperti pada *business model canvas* yang masih memiliki kekurangan dalam model bisnisnya dimana *business model canvas* tidak memiliki blok atau kriteria dalam mempertahankan eksistensinya sebagai sebuah bisnis. Sedangkan, dengan penulis meneruskan penelitian ini dengan menggunakan *business survival model canvas*, penulis dapat memberikan strategi perkembangan yang dapat dilakukan oleh Desa Wisata Sugihmukti agar dapat bersaing di industri pariwisata karena BSGM menganalisis hal-hal yang berhubungan dengan perkembangan dan kelangsungan hidup sebuah bisnis seperti mengembangkan kedua sisi internal dan eksternal perusahaan yang dimana kedua hal tersebut sangat berpengaruh dalam memberikan sebuah keunggulan dalam bersaing dengan bisnis lain yang berada pada industri dan pasar yang sama.

Berdasarkan hasil wawancara kepada kepala Desa Wisata sugihmukti, Kepala Desa Wisata Cibodas, serta Kepala Desa Wisata Alamendah, terbukti bahwa Desa Wisata Sugihmukti masih ketinggalan dalam sisi pengembangan strategi bisnisnya terutama jika dibandingkan dengan Desa Wisata Alamendah yang sudah berkategori desa wisata maju. Desa Wisata Sugihmukti juga ada beberapa aspek yang masih kurang setelah diteliti seperti belum memiliki *homestay* dan juga belum mengadakan pelatihan karyawan sehingga jika dibandingkan dengan kompetitornya, mereka cenderung tertinggal dalam strategi pengembangan dan juga kelangsungan hidup bisnisnya. Menurut DISKOMINFO Bandung, Desa Wisata Sugihmukti siap dikembangkan terutama dengan mengedepankan keindahan pemandangan alamnya yang dapat menjadi daya tarik wisatawan. Serta jika Desa Wisata Sugihmukti dikembangkan, tidak hanya ada manfaat dari segi finansial desa saja tetapi juga membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat desa serta meningkatkan perekonomian di desa (Alya, 2022).

Dalam sebuah acara diskusi yang dilakukan oleh Universitas Telkom dan Universitas Islam Bandung terhadap enam potensi pengembangan desa wisata yang ada di kecamatan pasir jambu dilakukan dengan cara diskusi dengan Sekretaris Kecamatan Pasirjambu Bapak Yoharman Syamsu, calon strategi yang akan dikembangkan yang masih ternilai kurang adalah dari sisi keterampilan pemandu wisata/*tour guide*, kurangnya promosi pada sosial media, serta pemahaman ketua desa wisata terhadap CHSE atau sertifikasi kebersihan, kesehatan, serta keamanan sebuah destinasi pariwisata (Rahman, 2023). Maka dari itu, dari latar belakang tersebut peneliti akan melakukan penelitian sebagai salah satu kontribusi untuk mengembangkan Desa Wisata Sugihmukti yang terletak di Pasir Jambu yang berjudul “Strategi Pengembangan Desa Wisata Sugihmukti Menggunakan *Business Model Canvas* dan *Business Survival Growth Model Canvas*”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan dan juga berdasarkan potensi dan perputaran ekonomi yang sangat pesat pada sektor pariwisata di Indonesia, Desa Wisata Sugihmukti harus dapat berkembang dan juga bertahan dalam persaingan pariwisata yang sangat ketat ini. Dimana sebuah Desa Wisata harus memiliki keunggulan kompetitif dan ciri khas dibandingkan sektor pariwisata lainnya yang dimana pada akhirnya wisatawan lebih memilih untuk berkunjung ke Desa Wisata Sugihmukti dibandingkan tempat wisata lainnya.

Sebuah desa wisata memiliki empat tingkatan yaitu desa wisata rintisan, desa wisata berkembang, desa wisata maju, dan desa wisata mandiri. Dari keempat tingkatan tersebut, Desa Wisata Sugihmukti masih termasuk kedalam kategori desa wisata berkembang dan juga dapat dinilai belum memiliki keunggulan dibandingkan desa wisata lainnya di Indonesia yang sudah masuk kedalam kategori desa wisata maju dan mandiri. Serta Desa Wisata Sugihmukti pun belum memiliki strategi untuk bertahan di dalam persaingan wisata ini dimana setiap bisnis yang berjalan harus memiliki kapabilitas dalam mempertahankan usahanya untuk terus dapat beroperasi dan bersaing. Sehingga sangat penting untuk mengidentifikasi *Business Survival Growth Model Canvas* sebuah desa wisata tidak hanya untuk keberlangsungan bisnisnya saja, tetapi juga mengidentifikasi keunggulan serta kelemahan dari bisnis yang sedang dijalani sekarang. Maka dari itu, berikut adalah beberapa rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Bagaimana *Business Model Canvas* dan *Business Survival Growth Model Canvas* yang digunakan oleh Desa Wisata Sugihmukti?
2. Bagaimana kondisi internal dan eksternal Desa Wisata Sugihmukti?
3. Bagaimana analisis SWOT berdasarkan 9 blok *Business Model Canvas* Desa Wisata Sugihmukti?
4. Bagaimana rekomendasi pengembangan model bisnis untuk Desa Wisata Sugihmukti menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan *Business Survival Growth Model Canvas*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *Business Model Canvas* dan *Business Survival Growth Model Canvas* yang digunakan oleh Desa Wisata Sugihmukti.
2. Untuk mengetahui bagaimana kondisi internal dan eksternal Desa Wisata Sugihmukti.
3. Untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT berdasarkan 9 blok *Business Model Canvas* Desa Wisata Sugihmukti.
4. Untuk mengetahui bagaimana rekomendasi pengembangan model bisnis untuk Desa Wisata Sugihmukti menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan *Business Survival Growth Model Canvas*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan acuan untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan studi kasus sebuah desa wisata ataupun penelitian yang meneliti tentang pengembangan bisnis menggunakan *Business Survival Growth Model Canvas*. Penelitian ini juga dapat dijadikan wawasan baru dan informasi ataupun referensi bagi pembaca.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rekomendasi dan masukan terhadap pengelola Desa Wisata Sugihmukti dan juga masyarakat Desa Sugihmukti untuk dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi dalam melakukan pengembangan bisnis desa wisata kedepannya untuk menghadapi persaingan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini memiliki lima bab, sistematika ini disusun untuk memberikan gambaran sebuah penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang gambaran objek umum penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang landasan teori penelitian. Pada dalam bab ini juga berisikan penelitian terhadulu, kerangka penelitian, serta ruang lingkup penelitian. Tujuan dari bab ini adalah memberikan pengetahuan tentang teori-teori relevan yang digunakan dalam melakukan penelitian ini

c. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data. Tujuan dari bab ini adalah memberikan langkah-langkah dalam melakukan penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang hasil penelitian yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan yang diurai secara sistematis.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan dan memberikan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan atau sebuah rekomendasi dari penelitian yang telah dilaksanakan. Bab ini sebagai hasil akhir dari penulisan penelitian yang telah dilakukan.