

Relevansi Model Bisnis dan Analisis SWOT Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Pulisan

Christine P.E. Porajow¹, Martinus Sony Erstiawan^{2*}, Machiko Nugraha Indriyanto³

^{1,3}Universitas Katolik De La Salle Manado

²Universitas Dinamika

*martinus@dinamika.ac.id

Informasi Artikel

Received: 16 Januari 2023

Accepted: 11 Juli 2023

Published: 25 Juli 2023

Keywords:

Business Model Canvas, Analisis SWOT, Tourist Villages

Abstract

This study aims to determine a business strategy by looking at the extent to which the community is prepared and involved in building a community-based tourism village with the integration of related parties in unraveling the potential for developing tourism objects with the Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis. Qualitative methods are used as a basis for developing real conditions based on informants, observations and documentation with the principle of triangulation as a basis for validity. The results achieved by the SWOT analysis refer to the rules/policies for the development of a sustainable phase where this strategy requires special attention and commitment from the community and local government. Availability of facilities and infrastructure, local community creativity (Human Resources) are needed in managing natural resources into tourism products in order to improve the regional economy. Knowledge, skills, organizational management, and utilization of information technology including websites and social media are identified as lacking values in the Pulisan community. Regarding the results, Canva's Business Model acts as a tool to decipher business strategies in preparing tourism village development plans based on village potential and SWOT identification to determine the focus of development patterns.

Kata Kunci:

Bisnis Model Canvas, Analisis SWOT, Desa Wisata

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menentukan strategi bisnis dengan melihat sejauh mana ketersiapan dan keterlibatan masyarakat membangun desa wisata berbasis masyarakat dengan integrasi pihak terkait dalam mengurai potensi pengembangan obyek wisata dengan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Metode kualitatif digunakan sebagai dasar mengembangkan kondisi real berdasarkan informan, observasi dan dokumentasi dengan prinsip triangulasi sebagai dasar validitas. Hasil yang dicapai analisis SWOT mengacu pada aturan/kebijakan pengembangan tahap berkelanjutan dimana strategi ini butuh perhatian khusus dan komitmen masyarakat serta pemerintah setempat. Ketersediaan sarana dan prasarana, kreativitas masyarakat lokal (Sumber Daya Manusia) dibutuhkan dalam mengelola sumber daya alam menjadi produk wisata guna meningkatkan perekonomian daerah. Knowledge, skills, pengelolaan organisasi, serta pemanfaatan teknologi informasi termasuk website dan media sosial teridentifikasi sebagai nilai kurang masyarakat Pulisan. Terkait hasil, Bisnis Model Canvas berperan sebagai alat untuk mengurai strategi bisnis dalam menyusun perencanaan pengembangan desa wisata berdasarkan potensi desa dan identifikasi SWOT menentukan fokus pola pengembangan.

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi sumber pemasukan bagi negara, melalui destinasi dan atraksi wisata di berbagai pelosok Indonesia. Peluang pengembangan wisata di daerah yang memiliki potensi sumber devisa, juga menjadikan daerah lokal sebagai pemilik destinasi serta, memiliki kesempatan untuk mandiri secara ekonomi. Potensi kondisi geografis dan sumber daya alam dan sumber daya manusia (SDM) merupakan indikator yang wajib ditingkatkan kualitasnya terkait dengan interaksi langsung masyarakat lokal dengan wisatawan di obyek wisata. Sebagai pelaku usaha wisata di industri pariwisata, masyarakat lokal perlu dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang dapat menunjang operasional kegiatan pariwisata sebagai industri jasa dimana pelayanan kepada wisatawan adalah prioritas (Fianto et al, 2021). Dengan kualitas pelayanan (*service*) yang diberikan kepada wisatawan lokal maupun internasional secara tidak langsung dapat meningkatkan jumlah kunjungan (wisatawan) sehingga pelaku usaha wisata dapat meningkatkan ekonomi keluarga dan usaha (Erstiawan, 2020).

Seperti halnya provinsi-provinsi lain di Indonesia, sebagai bagian dari negara yang memiliki keberagaman sumber daya alam dan budaya memiliki identitas menyatu dalam kearifan lokal, termasuk Sulawesi Utara (SULUT) dengan potensi industri pariwisata yaitu desa wisata. Konsep desa wisata distrik Minahasa Utara khususnya wilayah Likupang sedang gencarnya membangun desa menjadi desa wisata. Konsep desa wisata menjadi salah satu indikator yang kuat untuk peningkatan ekonomi di daerah sekitar dan merupakan bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung. Konsep desa wisata menyatu antara tata cara dan tradisi dalam struktur kehidupan bermasyarakat. Dan ruang gerak masyarakat lokal sebagai pemilik, pengelola dan sekaligus pelaku usaha

dapat menciptakan perputaran roda perekonomian secara mandiri dan bertanggungjawab. Desa Pulisan salah satu desa wisata terintegrasi dengan wisata pantai Pulisan yang menyuguhkan pemandangan pasir putih dan air laut yang berwarna biru, tebing batu dan goa, serta pemandangan padang savana. Di dukung dengan adanya 73 unit *homestay* dengan konsep rumah adat Minahasa yang kental dengan budaya dan adat istiadat nusa utara. Rangkaian potensi wisata di Minahasa Utara dipandang pemerintah sebagai prospek dalam menggerakkan ekonomi sehingga menetapkan Likupang menjadi salah satu Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) (Indonesia, 2019), dengan harapan, pemerintah setempat dapat meningkatkan perekonomian daerah, meningkatkan produktivitas masyarakat dengan pengelolaan sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM), pemerataan fasilitas (pembangunan) yang juga perlu seimbang.

Dari kondisi tersebut tentunya tidak semudah untuk membalikkan telapak tangan. Ketersediaan sumber daya masyarakat dalam mengembangkan potensi desa wisata, ketersediaan fasilitas sebagai penunjang aktivitas wisata dan kesiapan model pengelolaan desa wisata dapat menentukan terciptanya kondisi ideal suatu pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Tradisi, kebiasaan sehari-hari, pola pikir dan budaya masyarakat desa Pulisan masih kuat pengaruhnya dalam sikap/ tindakan dalam penyelenggaraan aktivitas pariwisata sehingga perlu upaya lebih agar sinergitas kerjasama dan *level of understanding* antara masyarakat dan pemerintah daerah maupun desa dilakukan secara bertahap dan konsisten, tepat sasaran serta sesuai dengan potensi kearifan lokal yang dimiliki oleh desa wisata Pulisan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa kendala yang dihadapi dilapangan terkait dengan kelayakan sarana prasarana penunjang termasuk fasilitas umum masih dalam tahap proses pembangunan

termasuk transportasi dan akomodasi serta atraksi wisata dimana semua aktivitas pariwisata dan ekonomi terpusat di pantai, tebing dan goa serta padang savana yang berlokasi diluar desa. Masalah lainnya adalah pengelolaan tempat atau lokasi khusus untuk penjualan makanan dan minuman selama wisatawan menikmati suasana desa wisata yang belum tersedia. Selanjutnya belum maksimalnya pola *partnership* (kemitraan) seluruh komponen termasuk pemerintah daerah (pemda), pemerintah desa, hingga masyarakat itu sendiri mulai dari anak-anak, sampai orang tua serta *stakeholder* (Cerveny et al, 2022);(Porajow et al, 2021). Kendala lain muncul adalah terkait dengan promosi dan belum adanya program pemasaran yang efektif sebagai dasar strategi *marketing* (Erstiawan et al, 2021), mulai dari pendekatan secara profesional maupun jaringan pihak kelembagaan yang menaungi promosi desa wisata dan yang berhubungan dengan anggaran biaya yang nantinya memenuhi segala aktivitas pembangunan (Santoso et al, 2020). Dan kendala paling utama muncul ketika ketersediaan masyarakat desa, mulai dari faktor kebiasaan, karakter, pelayanan kepada pelanggan dan keramahan sehingga menjadi *concern* bagi semua pihak (Nugroho, 2017). Dampak dari itu semua berdasarkan kondisi dilapangan, belumlah mengarah kepada ketersediaan masyarakat dengan membangun desa wisata, dimana peran termasuk perangkat, masyarakat sekitar perlu bersama-sama bergotong royong untuk meningkatkan kualitas dalam melayani wisatawan (Utomo & Satriawan, 2017). Selain itu masyarakat dapat mencari dan mengetahui serta meningkatkan potensi desa yang bisa dikembangkan, mengatur, memelihara dan merencanakan obyek wisata secara lebih baik (Porajow et al, 2022), sehingga masyarakat memiliki potensi pendapatan dengan adanya obyek desa wisata (Nurohman et al, 2019).

Tidak hanya itu saja, aturan hukum (regulasi) yang berlaku terkait dengan pengembangan desa tentunya dapat diatur agar kelak tidak ada yang saling dirugikan. Selain itu strategi pengembangan desa wisata sebagai destinasi daerah pantai Pulisan membutuhkan masukan dari pemerhati wisata dan pengembangan desa wisata, pengelolaan obyek yang menjadi desa wisata, keterlibatan seluruh unsur masyarakat (karang taruna, ibu-ibu PKK, kelompok sadar wisata/pokdarwis, BUMDES). Termasuk kebutuhan modal kerja untuk meningkatkan usaha (Erstiawan & Alifianto, 2021) dan pengelolaan keuangan yang baik sehingga memperoleh keuntungan untuk dapat menaikkan kesejahteraan dalam memanfaatkan potensi wisata secara berkelanjutan (Erstiawan & Soebijono, 2018). Dari kondisi tersebut dibutuhkan model pengembangan desa wisata Pulisan dalam memaksimalkan masyarakat Termasuk diantaranya mengurai dengan perspektif business model canvas (BMC) dengan *Customer Segment, Value Propositions, Channel, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Cost Structure* (Ely et al, 2020). Strategi dalam mengembangkan sebuah obyek desa wisata dimulai dari penentuan visi dan misi, tujuan serta strategi termasuk kebijakan untuk menggambarkan situasi serta kondisi yang dapat memberikan solusi dari masalah yang dihadapi.

Artikel ini ditulis dengan tujuan untuk menentukan relevansi dan melakukan kajian secara mendalam keterkaitan, kesiapan dan keterlibatan masyarakat dalam membangun desa wisata berbasis masyarakat dengan mengurai potensi serta menentukan strategi dalam pengembangan obyek wisata di Desa wisata Pulisan dengan model bisnis dan penentuan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi.

TINJAUAN PUSTAKA

BMC, dibutuhkan kepada semua jenis bisnis yang dapat membantu, memberikan nilai dan menguraikan secara visual kepada pelaku bisnis yang sedang mengembangkan bisnisnya sebagai dasar panduan atas usaha yang dirancang saat usaha berlangsung atau sedang memulai usaha (Simanjuntak, 2021). Elemen pada BMC erat hubungannya dengan 9 (sembilan) elemen sebagai dasar pondasi dalam menerapkan dalam usaha (Wingit et al, 2017). Ke-9 blok dalam BMC antara lain *Value Proposition, Customer Segment, Channels, Customer Relationship, Key Activities, Key Resources, Key Partnership, Revenue Stream, dan Cost Structure* (Joyce & Paquin, 2016).

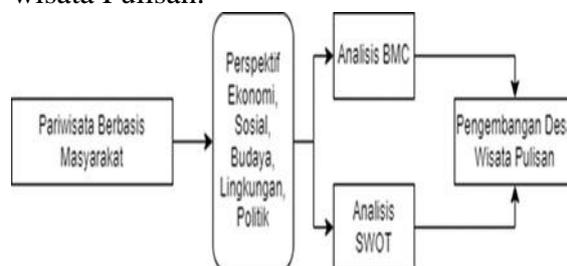
Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT), salah satu aktivitas untuk melakukan analisis terhadap kondisi dalam pengelolaan organisasi disegala sektor industri (Benzaghta et al, 2021). SWOT salah satu alat analisis yang mengurai 4 (empat) sektor sisi dimana dapat mengurai melalui instrumen internal dan eksternal, yang masing-masing dapat menentukan kekuatan yang dimiliki salah satunya menentukan keuntungan dari peluang yang muncul dan meningkatkan kekuatan yang dimiliki, pada sisi kelemahan dapat memperkirakan terlebih dahulu kekurangan yang tidak tercapai atau belum dapat ditangani. Pada sisi kelemahan ini dapat dilakukan analisa dan dapat mengurangi dampak negatif. Pada sisi ancaman mengurai secara komprehensif sumber ancaman yang nantinya terjadi. Sedangkan pada peluang atau potensi dapat direncanakan dengan dasar konsep bagaimana mencapai (Cheng et al, 2021).

Pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism/CBT*), penerapan CBT pada masyarakat sebagai alat untuk membangun berdasarkan kapasitas kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya alam dan

didukung dengan peran masyarakat sekitar obyek wisata (Lee & Jan, 2019; Akbar et al, 2021). Pariwisata berbasis masyarakat diperkuat dengan aturan dan kebijakan pemerintah dimana terdapat program, kebijakan, aturan dan keterlibatan pemerintah serta perangkat desa (Yanes et al, 2019).

METODE PENELITIAN

Menggunakan metode kualitatif deskriptif saat melakukan penelitian dimana kajian mendalam terkait dengan keterlibatan masyarakat dalam mengelola pariwisata berbasis masyarakat, atas dasar potensi wisata yang dimiliki. Metode yang digunakan dalam sumber daya menggunakan prinsip triangulasi dengan menggunakan dokumen, wawancara secara mendalam dan observasi lapangan sebagai dasar validasi data (Rukajat, 2018). Penelitian ini mengungkap perspektif ekonomi, sosial, budaya, lingkungan dan politik dilingkungan desa wisata Pulisan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Sumber: Peneliti (2022)

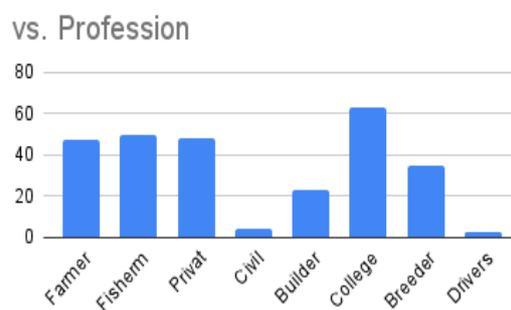
Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC) dengan elemen yang menyertai (*Customer Segment, Value Propositions, Channel, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Activities, Key Resources, Key Partners, Cost Structure*), serta dianalisis dengan metode SWOT. Yang menjadi salah satu pertimbangan yang dapat mengurai dan mengevaluasi keunggulan (kekuatan), kelemahan termasuk penghambat, peluang (kesempatan) untuk pengembangan kegiatan serta adanya ancaman nyata yang

nantinya dapat mempengaruhi keberlanjutan tujuan yang telah ditentukan (Mustika & Aditya, 2018). Potensi di lingkungan regional menjadi sumber kekuatan pada desa Pulisan termasuk diantaranya keberadaan rumah ibadah di sekitar lokasi wisata, Pemerintah Desa, adanya tradisi adat istiadat yang telah dilakukan secara turun menurun, Desa Wisata, fasilitas umum termasuk infrastruktur, fasilitas pendukung, makanan khas daerah setempat, pengelola desa wisata, *brand Image*.

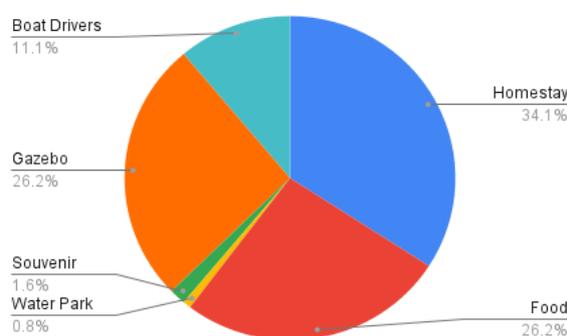
Hasil analisis yang dihasilkan sebagai dasar pengembangan desa wisata Pulisan. Informan dalam penelitian ini yaitu perangkat desa, tetua desa, pelaku usaha, dan wisatawan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei – Juli 2022 berlokasi di desa wisata Pulisan Likupang Timur, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Pulisan yang terletak di wilayah Likupang Timur, Kabupaten Minahasa Utara, Provinsi Sulawesi Utara menjadi salah satu yang sedang tumbuh berkembang. Hasil dari karakteristik pekerjaan lingkungan desa Pulisan, bahwa mahasiswa dan pelajar berada dalam lingkungan desa Pulisan dengan jumlah 23.1%, ditempat kedua nelayan sebanyak 18.3% orang, pegawai swasta ditempat posisi ke-3 dengan prosentase 17.6%, sedangkan pada posisi 4 adalah petani dengan jumlah prosentase 17.2%. sedangkan peternak memperoleh persentase sebesar 12.8%. di lingkungan desa Pulisan juga terdapat pekerja selain yang tersebut diatas termasuk diantaranya supir, tukang dan pegawai negeri sipil. Dari kondisi pekerjaan di desa Pulisan tersebut tentunya telah dapat menunjang tingkat perekonomian masing-masing keluarga termasuk mendukung potensi wisata.



Gambar 2. Profesi
Sumber: Olah Data (2022)



Gambar 3. Bisnis Yang Dikelola
Sumber : Olah Data (2022)

Hasil analisis Desa Pulisan yang menjadi potensi wisata desa untuk meningkatkan pendapatan penduduk sekitar dengan adanya *homestay* 24.1%, wisata gazebo 26.2%, kuliner daerah wisata 26.2%, perahu termasuk supir 11.1%, souvenir 1.6%, wahana air 0.8%. Dari kondisi tersebut analisis SWOT dan BMC dilakukan untuk dapat mengurai potensi – potensi wisata lain dalam meningkatkan jumlah wisatawan, dari segi pemasaran termasuk segmentasi, aktivitas seni sebagai penunjang, investor, tenaga ahli, serta terbukanya supplier sebagai pemasok rantai bahan baku dan barang jadi di lokasi desa Pulisan.

Pemanfaatan SWOT dalam melakukan analisis, identifikasi kekuatan dan atau kelemahan pada bisnis tertentu disajikan dengan menggunakan diagram analisis SWOT. Identifikasi yang dilakukan digunakan untuk menetapkan

strategi dalam pengembangan kawasan wisata desa Pulisan. Adanya peluang yang terbuka lebar untuk meningkatkan desa wisata memanfaatkan masyarakat sekitar dengan meningkatkan kompetensi dan keterampilan dalam melayani para wisatawan, tidak hanya itu saja peluang mendatangkan investor sangat terbuka lebar sehingga iklim investasi dalam pengembangan desa wisata lebih terkoordinasi dan selaras antar satu misi dan satu pelayanan yang sama dengan yang lain dengan memanfaatkan masyarakat sekitar yang dipercaya mengelola *homestay* dari pemerintah. Peluang menambah pake-paket wisata yang tidak hanya pada objek pantai sekitar, namun dapat menambah jumlah pengunjung dengan pilihan paket yang bervariasi.

Tabel 1. Faktor *Strengths*

No	<i>Strengths</i>
1	Adanya partisipasi dalam mengelola dan mengembangkan pariwisata
2	Warisan budaya dalam kearifan lokal menjadi satu kesatuan dengan masyarakat (seni dan budaya)
3	Sarana dan prasarana sebagai penunjang dalam akomodasi
4	Adanya sumber daya alam yang berpotensi menjadi daya tarik wisata termasuk perbukitan
5	Kerajinan tangan bersumber dari UMKM
6	Adanya Bank Sampah yang dikelola desa
7	Keramahan dan sikap terbuka masyarakat bagi wisatawan
8	<i>Homestay</i> dekat dengan lokasi wisata dengan biaya yang relatif terjangkau, bersih, rapih, aman serta nyaman

Sumber: Olah Data (2022)

Tabel 2. *Rating* dan *Score* Pada Faktor *Strengths*

Faktor Strategis	Bobot	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
S1	0,03	4	0,13
S2	0,07	5	0,33
S3	0,05	4	0,20

Faktor Strategis	Bobot	<i>Rating</i>	<i>Score</i>
S4	0,08	5	0,41
S5	0,04	2	0,08
S6	0,02	2	0,03
S7	0,05	4	0,20
S8	0,04	3	0,12

Sumber: Olah Data (2022)

Dari hasil yang dicapai pada faktor *Strengths* nilai tertinggi diperoleh dengan score 0,41 dengan faktor adanya sumber daya alam yang berpotensi menjadi daya tarik wisata termasuk perbukitan dan pantai sedangkan pada nilai terendah dicapai score 0,03 adanya Bank Sampah yang dikelola desa.

Dari hasil rata-rata *strengths score* angka 0,19, tentunya masih menjadi perhatian untuk memberdayakan masyarakat sebagai upaya pengembangan desa Pulisan, selain itu paket wisata masih kurang dapat diupayakan berkolaborasi dengan komunitas-komunitas pecinta alam, diving, motor dan lain sebagainya untuk dapat berkunjung di desa wisata Pulisan.

Tabel 3. Faktor *Weaknesses*

No	<i>Weaknesses</i>
1	Paket wisata masih kurang
2	Kurangnya koordinasi antar pelaku wisata desa dengan komponen yang terlibat
3	Belum optimalnya <i>branding</i> desa wisata
4	Promosi kepada pihak luar belum optimal misalkan belum adanya <i>website</i> khusus desa wisata termasuk paket, fasilitas, akomodasi
5	Sumber daya manusia masih belum siap untuk menghadapi perubahan
6	Adanya konflik kepentingan dalam mengelola kawasan wisata
7	Keterbatasan dana untuk pengembangan desa
8	Kurangnya area parkir
9	Tingkat kebersihan daerah sekitar desa wisata tidak dapat dikelola dengan baik

Sumber: Olah Data (2022)

Tabel. 4. Rating dan Score Pada Faktor Weaknesses

Faktor Strategis	Bobot	Rating	Score
W1	0,07	4	0,26
W2	0,06	3,6	0,21
W3	0,07	4,5	0,33
W4	0,08	5	0,41
W5	0,05	3	0,15
W6	0,07	4	0,26
W7	0,08	5	0,41
W8	0,07	4	0,26
W9	0,07	4,5	0,33

Sumber: Olah Data (2022)

Pada *Weaknesses*, score tertinggi dicapai 0,41 kurangnya promosi kepada pihak luar belum optimal misalkan belum adanya website khusus desa wisata termasuk paket, fasilitas, akomodasi dan keterbatasannya dana untuk pengembangan desa Pulisan. Sedangkan pada score terendah dimana belum siapnya sumber daya manusia yang berada di desa Pulisan untuk perubahan.

Dari hasil rata-rata *Weaknesses* berjumlah 0,29 artinya bahwa masih menjadi perhatian untuk memberdayakan masyarakat sebagai upaya pengembangan desa Pulisan, selain itu paket wisata masih kurang dapat diupayakan berkolaborasi dengan komunitas-komunitas pecinta alam, diving, motor dan lain sebagainya untuk dapat berkunjung di desa wisata Pulisan. Kurangnya koordinasi antar pelaku wisata desa dengan komponen yang terlibat, belum optimalnya branding desa wisata dan promosi kepada pihak luar belum optimal misalkan belum adanya website khusus desa wisata termasuk paket, fasilitas, akomodasi. Selanjutnya sumber daya manusia masih belum siap untuk menghadapi perubahan. Dan adanya konflik kepentingan dalam mengelola kawasan wisata yang menjadi polemik hingga saat ini bagi masyarakat sekitar. Serta keterbatasan dana untuk pengembangan desa. kurangnya area parkir dan tingkat kebersihan daerah

sekitar desa wisata tidak dapat dikelola dengan baik.

Tabel 5. Faktor Threats

No	Threats
1	Dekatnya lokasi desa wisata yang sama dengan beda lokasi
2	Adanya pengaruh budaya wisatawan
3	Tumbuhnya pembangunan hotel sekitar desa
4	Jarak yang ditempuh cukup jauh
5	Perlunya dikaji terkait dengan analisis dampak lingkungan
6	Mengurai konseptual desa wisata masih kurang mengena
7	Kurangnya branding

Sumber: Olah Data (2022)

Tabel. 6. Rating dan Score Pada Faktor Threats

Faktor Strategis	Bobot	Rating	Score
T1	0,07	4	0,27
T2	0,07	1	0,07
T3	0,09	5	0,44
T4	0,09	4	0,36
T5	0,07	3	0,20
T6	0,04	3	0,13
T7	0,07	4,5	0,30

Sumber : Data Olah (2022)

Pada faktor *threats* (ancaman) hasil score yang diperoleh tertinggi tumbuhnya pembangunan hotel di sekitar desa dengan capaian 0,44. Artinya bahwa investor telah mendirikan beberapa hotel didaerah sekitar desa Pulisan yang dapat menjadi ancaman bagi penginapan yang dimiliki oleh masyarakat desa. Hotel dibangun dengan fasilitas yang lebih dari rumah adat dimana terdapat parkir yang cukup, *air conditioner* (AC) yang mencukupi, harga hotel yang relative terjangkau dan sama dengan penginapan yang disediakan desa Pulisan.

Sedangkan hasil yang terendahnya mencapai 0,13 dimana konsep desa wisata yang masih kurang mengena dimana terdapatnya kurangnya pemahaman yang berarti oleh pemilik rumah adat

(penginapan). Sedangkan rata-rata nilai terendah hingga tertinggi mencapai hasil 0,25, dimana ancaman ini mencakup keseluruhan yang menjadi dasar dekatnya lokasi desa wisata yang sama dengan beda lokasi, adanya pengaruh budaya wisatawan, tumbuhnya pembangunan hotel sekitar desa, jarak yang ditempuh cukup jauh, perlunya dikaji terkait dengan analisis dampak lingkungan, mengurai konseptual desa wisata masih kurang mengena dan kurangnya branding.

Tabel 7. Faktor *Opportunities*

No	Threats
1	Adanya kesempatan kerja dilingkungan sekitar desa wisata
2	Keterlibatan pemerintah dalam pengembangan desa wisata sangat berperan penting
3	Menambah atraksi budaya
4	Menambah strategi <i>marketing</i>
5	Menambah paket edukasi desa wisata dengan potensi alam bawah laut
6	Menambah mitra dengan agen travel, hotel, serta <i>guide</i> untuk memberikan informasi dan arahan serta saran bagi wisatawan
7	Desa Pulisan <i>instagrammable</i>
8	Melimpahnya sumber daya alam sekitar

Sumber: Olah Data (2022)

Tabel 8. *Rating* dan *Score* Pada Faktor *Opportunities*

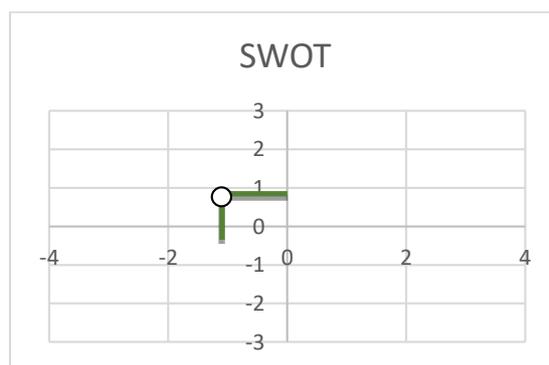
Faktor Strategis	Bobot	Rating	Score
O1	0,07	4	0,27
O2	0,07	5	0,33
O3	0,07	5	0,33
O4	0,07	5	0,33
O5	0,04	4	0,18
O6	0,04	4,5	0,20
O7	0,07	4	0,27
O8	0,09	5	0,44

Sumber: Olah Data (2022)

Faktor *opportunities* memperoleh score tertinggi berjumlah 0,44 dimana melimpahnya sumber daya alam sekitar sedangkan pada score terendah mencapai

0,18 dimana perlunya menambah paket edukasi wisata dengan potensi alam bawah laut. Dari kondisi tersebut tentunya menjadi daya tarik wisata apabila sumber daya manusia yang ada di desa Pulisan memiliki kompetensi terkait dengan pemanfaatan alam sekitar sekaligus menjadi penambahan pendapatan dengan memanfaatkan edukasi alam bawah laut.

Rata-rata jumlah terendah hingga tertinggi mencapai 0,29 yang berarti bahwa peluang untuk mengembangkan desa wisata Pulisan sangat memungkinkan dengan melibatkan berbagai macam hobby dan kemampuan serta yang memiliki kompetensi terkait dengan sumber daya manusia yang dapat mengurai edukasi wisata tentang sumber daya alam dan pemanfaatan alam bawah laut.



Gambar 4. Grafik Analisis SWOT
Sumber: Olah Data (2022)

Dari dasar gambar tersebut masuk kedalam kuadran III (tiga), dimana pada kuadran tersebut secara internal perlu difokuskan untuk mencari peluang dari eksternal maupun internal. Peluang usaha artinya perlunya kekuatan untuk dapat dioptimalkan dan dapat mengurai dan menangani masalah yang terjadi di Internal atau desa Pulisan.

Selain itu kelemahan eksternal dan kekuatannya menjadi fokus utama yang perlu di selesaikan serta dioptimalkan. Apabila masalah internal dapat di atasi dapat memiliki pengaruh memperoleh peluang terbuka atas pasar yang jangkauannya lebih luas.

Tabel 9. Strategi S-O

No	Strategi S-O
1	Melakukan tata kelola lahan desa wisata efektif dan tepat sasaran
2	Menerapkan program paket wisata termasuk desa wisata
3	Menciptakan usaha berbasis kearifan lokal dari sumber daya alam yang dimiliki desa Pulisan
4	Menampilkan atraksi seni dan budaya ciri khas Minahasa khususnya desa Pulisan
5	Mengajak masyarakat mengelola sampah sebagai wisata edukasi
6	Menentukan paket wisata dengan mengurai potensi desa wisata menyesuaikan dengan topografi dan tata letak desa

Sumber: Olah Data (2022)

Tabel 10. Strategi S-T

No	Strategi S-T
1	Lebih intensif dalam pengembangan desa wisata yang dikelola masyarakat dalam upaya optimalisasi sumber daya keindahan alam
2	Melakukan evaluasi diri guna pengembangan desa wisata kedepan
3	Meningkatkan komunikasi berkelanjutan dengan pengunjung (wisatawan) yang sudah berkunjung
4	Perlu menyuguhkan budaya lokal dengan tarian, atraksi budaya berdasarkan keberagaman yang dimiliki untuk mengangkat brand desa
5	Membangun pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan tujuan desa wisata
6	Mengurai produk unggulan desa wisata yang menjadi ciri khas desa dengan memanfaatkan kekayaan alam

Sumber: Olah Data (2022)

Tabel 11. Strategi W-O

No	Strategi W-O
1	Meningkatkan potensi wisata dan pengelolaannya kepada desa mulai dari Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata)
2	Membentuk konsep kegiatan kepada pemerintah Provinsi dan atau Daerah sebagai penunjang desa wisata

Tabel 12. Strategi W-T

No	Strategi W-T
3	Penyediaan fasilitas parkir dari pihak pemerintah maupun dari pihak swasta untuk meningkatkan jumlah pengunjung
4	Peningkatan kompetensi dengan masyarakat setempat dengan workshop sesuai kebutuhan desa wisata
5	Menciptakan kelompok masyarakat sadar seni dan budaya
6	Meningkatkan informasi secara masif menggunakan berbagai macam media
7	Promosi dan sosial dengan basis teknologi
8	Peningkatan daya saing dengan menciptakan peluang sebagai investor dengan profit sharing untuk pembangunan infrastruktur

Sumber: Olah Data (2022)

Tabel 12. Strategi W-T

No	Strategi W-T
1	Pentingnya mengelola desa wisata dari unsur masyarakat, desa dan kabupaten serta provinsi dalam pengembangan desa wisata
2	Peran pemerintah dalam melakukan penyuluhan dan peran masyarakat pentingnya kebersihan lingkungan dan penerapan sanksi jika terjadi pelanggaran
3	Meningkatkan pembinaan dalam mengelola usaha kecil menengah dengan memanfaatkan sumber daya alam
4	Melestarikan budaya sekitar dengan menciptakan sanggar seni dan budaya setempat

Sumber: Olah Data (2022)

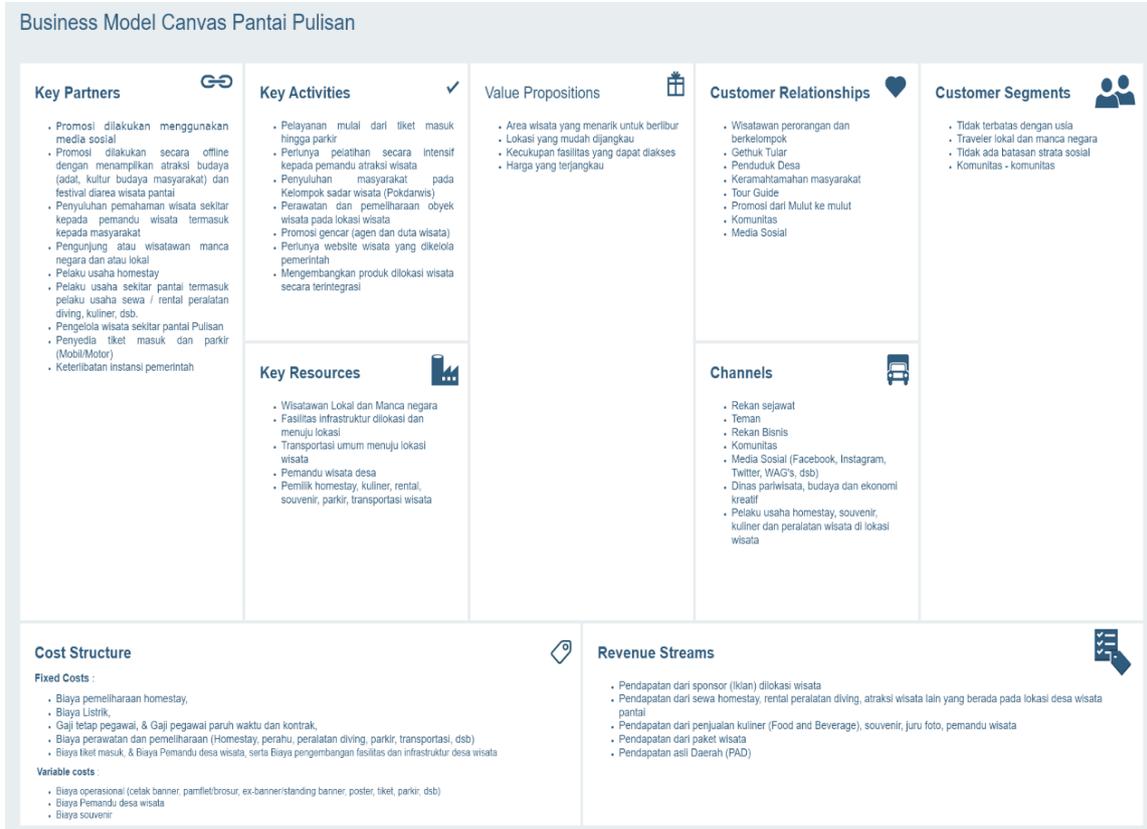
Dari SWOT tersebut terurai kelebihan dan kekurangan termasuk peluang yang dapat dikembangkan dikemudian hari sehingga dapat menindak lanjuti berbagai peluang aktivitas masyarakat untuk menambah penghasilan secara keseluruhan pada desa Pulisan. Termasuk ancaman yang ada diupayakan untuk dapat menjadi bagian dalam mengurangi resiko yang ada.

Setelah dilakukannya analisis SWOT tentunya tahap selanjutnya

mengurai aktivitas desa berdasarkan Business Model Canvas (BMC). BMC yang terurai berdasarkan keterlibatan masyarakat desa dalam mengelola desa wisata menghasilkan model bisnis.

Perspektif Business Model Canvas pada desa Wisata

Desa wisata pantai Pulisan dalam perspektif Business Model Canvas (BMC)



Gambar 5. BMC desa wisata pantai Pulisan
Sumber: Olah Data (2022)

Customer Segment

Desa wisata tidak melihat kalangan sosial (strata status sosial), segala umur dapat menjadi pengunjung mulai usia anak muda hingga dewasa, selain itu traveler lokal dan manca negara dan komunitas-komunitas.

Value Propositions

Keramahmataman masyarakat telah menjadi bagian dalam mengelola desa wisata dengan lokasi yang mudah dan termasuk *rate* harga *homestay* masih relatif terjangkau dengan fasilitas yang minim.



Gambar 6. Kondisi alam sekitar Desa
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Bank sampah dikelola oleh Desa dengan memilah sampah kertas/koran, kaleng dan gelas aluminium, botol kemasan limbah rumah tangga, plastik (kresek & bentuk ember).

Desa wisata memiliki konsep ekonomi pariwisata berbasis masyarakat yang menjadi alternatif edukasi tentang sumber daya alam nabati dan hayati, flora dan fauna sosial budaya masyarakat lokal, serta sejarah dan warisan budaya.

Channels

Uraian saluran penjualan pada desa wisata ini lebih kepada kolega termasuk teman atau sejawat, rekan bisnis dan komunitas. Dan juga memiliki kerjasama dengan berbagai komunitas yang memiliki *impact* kepada peningkatan pendapatan. Saluran penjualan untuk mendistribusikan ke masyarakat luas saat ini menggunakan media sosial. Tidak luput peran dari Dinas pariwisata, budaya dan ekonomi kreatif serta pelaku usaha homestay, souvenir, kuliner dan peralatan wisata yang masuk didalam lingkup desa wisata desa Pulisan.

Customer Relationship

Berdasarkan pengalaman yang telah pernah berkunjung di desa wisata baik yang dilakukan wisatawan perorangan maupun berkelompok. Keramahtamahan pengelolaan desa wisata dapat mempertahankan wisatawan yang pernah berkunjung dan “gethuk tular” kepada yang lain, artinya memberikan informasi yang terkait dengan desa wisata berbasis masyarakat. Selain itu promosi dilakukan secara intensif dengan melalui mulut ke mulut kepada rekan, komunitas baik perorangan maupun berkelompok. Serta tidak lepas dari peran media social termasuk WAG’s (*whatsapp group*). Peran penduduk desa juga dapat menambah *customer relationship* dengan pendekatan kepada *customer* atau wisatawan.

Customer relationship tidak mengarah kepada hanya satu sisi pengelola *home stay*, namun dapat berkolaborasi dengan antar penduduk desa guna meningkatkan pendapatan masing-masing masyarakat dimana dengan keramahan warga sekitar dapat menjadi bagian pada mengelola desa wisata.



Gambar 7. Homestay Area Desa Pulisan
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Revenue Stream

Pada pengelolaan *revenue stream* pendapatan yang diperoleh berdasarkan peran pemerintah khususnya desa, kabupaten, maupun provinsi. Pendapatan yang diperoleh digunakan untuk memutar kembali dana masyarakat sehingga masyarakat dapat memperoleh pendapatan dan dapat meningkatkan pendapatan negara.



Gambar 8. Kerajinan tangan (Souvenir)
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Namun secara spesifik pendapatan yang diperoleh berdasarkan *tarif/rate* pada masing-masing usaha yang dimiliki termasuk diantaranya *homestay*, warung makan dan minum, toko souvenir, *dsb* yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung. Selain itu iklan dari produk local termasuk hydro coco/ telekomunikasi *dsb* yang dapat berperan penting bagi usaha kecil dalam menambah pendapatannya. Selanjutnya paket wisata juga berperan penting menjadi sumber pendapatan serta peran pemerintah yang secara tidak langsung menambah sumber pendapatan dengan pengadaan sejumlah infrastruktur disekitar desa Pulisan.

Key Resources

Sumber daya yang menjadi atraksi wisata adalah alam dengan nuansa pantai, tebing batu dan goa serta bukit savana yang dapat dinikmati di lokasi pantai Pulisan, *homestay* didesa wisata Pulisan dengan pelayanan makan minum, budaya masyarakat desa Pulisan yang identik dengan budaya nusantara. Fasilitas penunjang termasuk diantaranya transportasi, air bersih, jalan utama menuju ke desa wisata. Desa wisata berbasis kearifan lokal yang disajikan dalam budaya sekitar dapat menjadi dasar aktivitas wisatawan. Tidak hanya itu saja pengelola desa wisata dapat meningkatkan jumlah wisatawan dengan memanfaatkan teknologi sebagai saluran promosi melalui website dan media sosial (*twitter*, *facebook*, *instagram*, WAG's dan media lain).



Gamba. 9. Goa Sekitar Desa Pulisan
Sumber: Dokumen Pribadi (2022)

Key Activities

Terdapat beberapa hal yang menjadi perhatian dalam membangun desa wisata diantaranya ketepatan desa dalam mengelola desa wisata dengan konsep CBT yang jelas dan fokus pada potensi wisata yang dimiliki desa Pulisan dengan skala prioritas sesuai atraksi wisata yaitu wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan yang mana ketiganya sudah mulai dikelola tetapi belum maksimal dalam hal penyediaan fasilitas dan pelayanan, pengembangan SDM dan partisipasi masyarakat termasuk diantaranya memberikan pelatihan kepada pelaku usaha dalam mengelola desa wisata. Pada kegiatan ini dalam hal pelayanan mulai dari tiket masuk dan parkir menjadi

perhatian penting sebagai dasar pelayanan kepada wisatawan. Pendampingan intensif dilakukan kepada pemilik usaha dan masyarakat sekitar desa (pokdarwis) dan kepada pemandu wisata sebagai upaya menambah pengetahuan dan saat pendampingan kepada wisatawan sehingga cara dalam melayani wisatawan lebih antusias dan dapat mengurai berdasarkan tahapan dalam melayani customer.



Gambar 10. Tarian Masamper
Sumber: Berital (2022)

Selanjutnya dengan perawatan dan pemeliharaan beberapa obyek wisata dapat dilakukan agar dapat menjaga kelestarian alam serta mengurangi sampah disekitar daerah wisata. Dan aktivitas selanjutnya promosi yang gencar dilakukan sebagai upaya peningkatan jumlah wisatawan dengan bekerja sama dengan agen dan duta wisata serta pemanfaatan teknologi informasi dengan basis website sehingga calon wisatawan dari berbagai penjuru nusantara.

Peran pengelolaan pemasaran di berbagai media dengan membuat konten menarik guna menarik wisatawan khususnya wisatawan lokal maupun wisatawan manca negara.

Key Partnerships

Desa wisata ini dapat bermitra dengan organisasi yang bergerak di bidang wisata termasuk yang melayani pariwisata dan atau wisatawan, akademisi (Universitas), pegawai negeri, investor, sponsorship dari berbagai produk makanan dan minuman, para tokoh masyarakat, serta pihak lain yang dapat

berperan serta dalam pengembangan desa wisata termasuk pengembangan sarana dan prasarana fasilitas yang memadai mulai dari jalan, toilet, tempat ibadah, listrik, dan lain sebagainya untuk kenyamanan wisatawan.

Pada bagian ini menjadi penting dikelola antara lain konsumsi pengunjung, upah kepada pemandu wisata. Selain itu beban karyawan, beban pemasaran, beban promosi, beban perawatan *homestay*, beban listrik, serta beban operasional lain.

Cost Structure

Tabel 13. Business Model Canvas and SWOT Analisis

Aspek	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
<i>Customer Segment</i>	Beragam Segmentasi menjadi pengunjung	Hanya wisatawan tertentu saja yang menikmati desa wisata	Secara tidak langsung market pengunjung yang datang tersegmentasi	Wisatawan lokal (daerah sekitar) yang dapat berkunjung
<i>Value Proporsitions</i>	Pengelolaan Bank sampah desa	Masyarakat dan usaha rendah mengurangi sampah	Daur ulang sampah plastik dan pemisahan sampah organik dan anorganik	Pengunjung tidak sadar sampah dapat beresiko terbawa ke laut dan merusak ekosistem laut
<i>Channels</i>	Kerjasama dengan asosiasi dan agen travel	Terbatasnya channel untuk melakukan promosi	Dapat mengembangkan promosi dengan menghasilkan kerjasama antar instansi	Kurangnya channel dapat menghambat laju pertumbuhan desa wisata
<i>Customer Relationship</i>	Keramahan masyarakat desa dalam melayani wisatawan lokal maupun mancanegara	Belum adanya program dalam meningkatkan customer engagement	Dapat mengembangkan komunitas dengan berelasi dengan dunia pendidikan, perusahaan, komunitas wisatawan yang senang dengan penjelajahan desa wisata	Wisatawan tidak puas atas pelayanan maka konsumen tidak datang kembali
<i>Revenue Stream</i>	Aktivitas perputaran uang dan pendapatan di desa pulisan bervariasi	Aturan birokrasi dengan pihak pengelola	Sumber pendapatan dapat diperoleh dari atraksi wisata dan lingkungan sekitar termasuk kios makanan dan minuman, souvenir	Minat wisatawan ke desa wisata
<i>Key Resources</i>	Desa wisata berbasis kearifan lokal dalam memanfaatkan sumber daya alam (SDA)	SDM yang belum mandiri dalam memanfaatkan SDA dan kurangnya memanfaatkan basis teknologi	Potensi meningkatkan jumlah wisatawan dari website, media sosial yang disesuaikan dengan kondisi didesa pulisan	Investasi yang tidak sedikit bila setiap pengelola / pelaku usaha mengelola sendiri

Aspek	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
<i>Key Activities</i>	Atraksi wisata	Terbatasnya keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam melayani dan mengelola atraksi wisata area sekitar desa	Melatih masyarakat mengelola desa wisata dengan program pelatihan untuk mengelola atraksi wisata dan meningkatkan wisatawan	Kurangnya bekal pengetahuan masyarakat dalam mengelola atraksi wisata dan kurangnya fasilitas pendukung
<i>Key Partnerships</i>	Kerjasama dengan stakeholder, pemangku kebijakan pemerintah, investor, berperan meningkatkan sarana dan prasarana	Ketersiapan pengelola wisata dengan adanya modal kerja dari pihak lembaga keuangan	Dapat meningkatkan kerja sama dengan pihak lembaga perbankan serta EO (Event Organizer)	Banyaknya pihak yang berkepentingan turut serta didalamnya
<i>Cost Structure</i>	Tidak ada harga yang tinggi	Mengeluarkan biaya yang tidak perlu	Tidak ada	Jika harga meningkat pengeluaran pun semakin meningkat

Sumber: Data Olah (2022)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil diskusi dan pembahasan terkait dengan model bisnis dan analisis SWOT peneliti mengambil kesimpulan bahwa Desa wisata Pulisan masih menjadi bagian dari pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) yang berpotensi dikembangkan dengan strategi yang tepat mulai dari pengambil kebijakan terutama dalam hal ini adalah perangkat desa dibawah naungan pemerintah kota / kabupaten setempat. Berdasarkan SWOT yang dihasilkan dapat menentukan hilirisasi arah kebijakan dan alur dalam meningkatkan diri masyarakat setempat dalam mengembangkan desa nya sendiri di kawasan wisata Pulisan.

Model bisnis mengungkap dan menjabarkan potensi desa Pulisan sebagai desa wisata dimana terurai didalamnya *customer segment, value propositions, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnership dan cost structure* telah memenuhi

potensi diri yang dapat dikelola dengan menghasilkan strategi bisnis baru.

Relevansi antara SWOT dan BMC masing-masing berperan melakukan upaya meningkatkan ekonomi desa Pulisan dengan mengajak masyarakat (Pokdarwis) dalam mengelola desa wisata. Strategi yang dilakukan dalam analisis SWOT yang dinyatakan sebagai peluang adalah dengan melakukan penataan dan mengelola lahan desa wisata agar efektif dan tepat sasaran, paket program wisata menjadi bagian penting dalam promosi dan menyertakan hal tersebut kedalam berbagai media social termasuk facebook, Instagram, WAG's dsb. Atraksi seni budaya menjadi perhatian penting dalam melakukan promosi juga menjadi daya tarik wisatawan. Rumah adat homestay dikelola oleh pelaku usaha yang termasuk didalamnya sebagai masyarakat (pokdarwis).

Dari hasil grafik analisis SWOT diperlukan upaya yang lebih dari pengelola internal agar mengelola desa wisata di daerah pantai Pulisan lebih

serius dan focus pada kekurangan yang dimiliki agar dikemudian hari dapat menambah jumlah kunjungan wisata. Sedangkan pada BMC menjadi nilai tambah dalam mendukung strategi-strategi yang dimiliki oleh SWOT, terlepas dari itu SWOT melihat dari internal dan eksternal pengelolaan desa wisata pantai Pulisan, sedangkan pada BMC lebih terurai pada 9 (Sembilan) aktivitas yang terdapat didalamnya yang mana kegiatan BMC dan SWOT menjadi strategi pengembangan desa Pulisan.

SARAN

Saran dalam penelitian lanjutan lebih mengutamakan penelitian menggunakan metode yang lebih berbobot termasuk diantaranya menggunakan SEM PLS (Struktural Equation Modeling) dalam menganalisis factor-faktor pendukung dan menilai hubungan korelasi antara variabel pada SWOT dan BMC apakah saling mendukung satu sama lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, S., Novianti, E., & Khadijah, U. (2021). Implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Mangrove Sari, Kabupaten Brebes. *Jurnal Media Bina Ilmiah*, 15(10): 5537–5550.
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1): 55–73.
- Erstiawan, M. S., Candraningrat., Wibowo, J. (2021). Efektivitas Strategi Pemasaran dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Roti. *DIKEMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1): 105-110.
- Cervený, L. K., Derrien, M. M., Miller, A. B., & Meyer, C. (2022). Partnership and Community Engagement Models for Stewarding National Scenic Trails: A Social-Ecological Systems Perspective. *Tourism Planning & Development*, 19(3): 204–226.
- Cheng, L. C., Chen, K., Lee, M-C., & Li, K-M. (2021). User-Defined SWOT analysis – A Change Mining Perspective on User-Generated Content. *Information Processing & Management*, 58(5): 1-15.
- Ely, A. J., Henaulu, A. K., & Umanailo, M. C. B. (2020). Sustainable traditional cultural for tourism fisherier with canvas business model on the Ambon Island', in *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 17th: 2561–2567.
- Erstiawan, M. (2020). Penerapan SAK_EMKM Pada Kesenian Jaranan Turongo Bimo Kertosono Sebagai Simbol Budaya. *BIP;s Jurnal Bisnis Perspektif*, 12(1): 47–54.
- Erstiawan, M. S., & Alifianto, A. Y. (2021). Pemanfaatan Google Spreadsheet Penjualan Pada Warung Majapahit di Mojokerto. *Majalah Ekonomi*, 2(2): 50–57.
- Erstiawan, M., & Soebijono, T. (2018). Analisis Good Corporate Governance Pada Koperasi (Pendekatan Sistem Informasi Studi Kasus Koperasi Setia Bhakti Wanita di Surabaya). *Develop*, 2(1): 1-18.
- Fianto, A. Y. A., Erstiawan, M. S., & Santoso, R. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Paralayang di Kota Batu. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 26(1): 71–78.
- Indonesia (2019). Peraturan Pemerintah No. 84 tentang Kawasan Ekonomi Khusus Likupang'. Jakarta: Kementerian Sekretariat

- Negara Republik Indonesia, p. SK No 017621 A-SK No 011621 A.
- Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The Triple Layered Business Model Canvas: A Tool to Design More Sustainable Business Models. *Journal of cleaner production*, 135: 1474–1486.
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can Community-Based Tourism Contribute to Sustainable Development? Evidence From Residents' Perceptions of The Sustainability. *Tourism Management*, 70: 360–380.
- Mustika, A., & Aditya, M. K. (2018). SWOT Analysis of Rural Tourism Development: Case Study of Kampung Tajur, Purwakarta. *2nd International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination (ICTGTD 2018)*. Atlantis Press: 19-28.
- Nugroho, D. (2017). Desa Wisata Sebagai Community Based Tourism. *Jurnal Upajiwa Dewantara*, 1(2): 68–82.
- Nurohman, Y. A., Qurniawati, R. S., & Hasyim, F. (2019). Dana Desa Dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Pada Desa Wisata Menggoro. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 7(1): 35–43.
- Porajow, C. P. E., Antara, M., & Suardana, I. (2021). Pengaruh Perceived Value Terhadap Invention To Comply Pengunjung Museum Negeri Provinsi Sulawesi Utara. *Jumpa*, 7(2): 505–525.
- Porajow, C. P. E., Indriyanto, M. N., Kawatak, S. Y., & Lossa, S. (2022). Dampak Homestay terhadap Ekonomi Masyarakat di Desa Marinsow Pada Masa Pemulihan Covid. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 4(2): 110–115.
- Rukajat, A. (2018) *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish Publisher.
- Santoso, R., Erstiawan M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2): 133–145.
- Simanjuntak, M. (2021). Designing of Service Dominant Logic and BusinessModel Canvas: Narrative Study of Village Tourism. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2): 73–80.
- Utomo, S. J., & Satriawan, B. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata di Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Jurnal Neo Bis*, 11(2): 142–153.
- Wingit, R., Maulina, E., Rizal, M., & Purnomo. M. (2017). Diving Tourism Business Model Canvas in National Tourism Strategic Area: Study of Tulamben – Amed, Karangasem, Bali, (Indonesia). *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 4(12): 45–64.
- Yanes, A., Zielinski, S., Cano, M. D., & Kim, S-i. (2019). Community-Based Tourism in Developing Countries: A Framework for Policy Evaluation', *Sustainability*, 11(9): 1-23.