

# BAB I. PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara berkembang membutuhkan pembangunan untuk memperbaiki kondisi masyarakat. Menurut Undang-Undang Dasar 1945 alinea keempat, tujuan negara adalah memajukan kesejahteraan umum, yang dapat dicapai melalui pembangunan untuk mengurangi kemiskinan dan menciptakan pemerataan kesejahteraan masyarakat (Prayitno, 1986). Setiap daerah sering menghadapi masalah ekonomi akibat ketidakmampuan dalam menanggapi perubahan yang terjadi. Peran pemerintah daerah sangat penting dalam menggali dan mengembangkan potensi lokal demi kesejahteraan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan pembangunan ekonomi (Rahma, 2012). Salah satu potensi yang dapat dikembangkan pemerintah daerah yaitu sektor pariwisata.

Sektor pariwisata telah berkontribusi bagi penggerak perekonomian Indonesia. Menurut Sandiaga Salahuddin Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, menjelaskan bahwa sektor pariwisata menjadi penyumbang devisa kedua terbesar setelah minyak bumi dan gas bagi negara. Pengembangan sektor pariwisata pada era saat ini menjadi lebih penting bagi suatu daerah, karena setiap daerah diharapkan untuk dapat menggali sumber-sumber pendapatan daerah yang dapat memberikan kontribusi bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan peningkatan ekonomi lokal (Arison, 2006).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pariwisata tidak hanya berkontribusi pada devisa negara melainkan juga memberikan dampak terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Pada tahun 2017 sektor pariwisata menyumbangkan PDB sebesar 4,11% meningkat menjadi 5,25% di tahun 2018. Pada tahun 2019 PDB meningkat mencapai 5,5%. Namun, pada tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 4,4% akibat Pandemi Covid-19. Kemudian pada tahun 2021 PDB pariwisata mulai membaik kembali menjadi 4,2% dan pada tahun 2022 mencapai 4,3% (Lampiran 1).

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki efek berganda (*multiplier effects*). Sektor ini berkontribusi pada pembangunan ekonomi melalui akomodasi,

layanan transportasi, industri kecil, dan jasa lainnya. Sehingga dapat menciptakan lapangan kerja yang pada akhirnya membantu mengurangi tingkat pengangguran dan kemiskinan (Lestari, 2019). Industri pariwisata di Indonesia merupakan salah satu pendorong utama pembangunan nasional yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, baik saat ini maupun di masa depan.

Pengembangan pariwisata di Indonesia dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip yang tercantum dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Prinsip tersebut mencakup pemberdayaan masyarakat setempat, di mana masyarakat memiliki hak untuk berpartisipasi dalam pembangunan pariwisata dan berkewajiban untuk menjaga serta melestarikan daya tarik wisata. Selain itu, masyarakat juga diharapkan menciptakan suasana yang aman, tertib, bersih, sopan, dan menjaga kelestarian lingkungan destinasi pariwisata. Prinsip ini sering disebut sebagai pariwisata berkelanjutan.

Salah satu model pengembangan pariwisata yang semakin terkenal adalah pengembangan desa wisata (Saepudin, 2022). Desa wisata menjadi pilihan menarik bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman autentik dan mendalam dalam menjelajahi kehidupan, budaya, dan tradisi masyarakat pedesaan (Agustine *et al.*, 2021). Pengembangan desa wisata tidak hanya bertujuan untuk menarik minat wisatawan, tetapi juga harus memperhatikan keberlanjutan lingkungan, keberagaman budaya, kesejahteraan masyarakat lokal, serta potensi ekonomi yang dapat dikembangkan. Oleh karena itu, perencanaan strategis menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa pengembangan desa wisata tidak hanya memberikan keuntungan jangka pendek, tetapi juga memiliki dampak positif yang berkelanjutan bagi semua pemangku kepentingan di mana hal ini dapat dikembangkan dengan strategi pengembangan desa wisata yang terencana dan berkelanjutan (Muhammad *et al.*, 2022).

Salah satu pendekatan dalam pengembangan desa wisata adalah pendekatan *bottom up*. Pendekatan *bottom up* ini menggunakan prinsip pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism/CBT*) yang dipimpin oleh Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis). Dengan model pembangunan ini, desa wisata dapat berkembang dengan cepat berkat partisipasi aktif dari masyarakat. (Husna, 2023).

Desa wisata sebagai salah satu bentuk usaha jasa pariwisata di bidang destinasi memerlukan rencana bisnis. Keberhasilan dalam mengembangkan bisnis di sektor pariwisata salah satunya dipengaruhi oleh pendekatan model bisnis. Model bisnis memiliki peranan yang sangat penting dalam proses bisnis. Salah satu model bisnis yang sering digunakan yaitu *Business Model Canvas*. Metode ini digunakan untuk menganalisis kondisi suatu usaha dan memberikan pandangan tentang rencana bisnis ke depan. Pengelola bisnis dapat memantau perkembangan usaha mereka hanya melalui pemetaan di kanvas. Pendekatan ini dapat diterapkan di desa wisata untuk mengevaluasi perkembangan bisnis pariwisata (Novitaningtyas *et al.*, 2020).

Kota Padang Panjang merupakan kota dengan luas terkecil di Provinsi Sumatera Barat dengan luas wilayah 2.300 Ha yang terletak antara 100°20' dan 100°30' Busur Timur dan 0°27' dan 0°3' Lintang Selatan. Kota Padang Panjang berada di dataran tinggi dengan ketinggian 650-850 m di atas permukaan laut. Kota Padang Panjang berada pada posisi strategis di Sumatera Barat, karena terletak di lintasan regional antar Kota Bukittinggi dengan Kota Padang atau dengan Kota Solok (Badan Pusat Statistik, 2025). Letak strategis ini menjadikan Padang Panjang ramai dilalui karena berada pada jalur utama yang menghubungkan kota-kota di Sumatera Barat.

Terkait uraian di atas, maka Padang Panjang berpotensi untuk dikembangkan menjadi kota tujuan wisata. Potensi ini dapat berupa keindahan alam yang belum tergarap dengan baik, iklim yang sejuk, seni budaya dan kearifan lokal yang dimiliki, serta berbagai kuliner yang beragam. Selain itu, Padang Panjang memiliki julukan Serambi Mekah yang menjadi salah satu potensi penting.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat 6.016 desa wisata yang ada di seluruh Indonesia pada tahun 2024. Provinsi Sumatera Barat menyumbangkan sebanyak 561 desa wisata yang tersebar di 19 kabupaten dan kota, termasuk Kota Padang Panjang sebanyak 11 desa wisata. Adapun desa wisata yang ada di Kota Padang Panjang dengan berbagai kategori sebagai berikut:

Tabel 1. Desa wisata di Kota Padang Panjang

No.	Nama Desa Wisata	Kategori
1.	Desa Wisata Balai-balai	Rintisan
2.	Desa Wisata Gantiang	Rintisan
3.	Desa Wisata Kampung Budaya dan Religi Sigando	Berkembang
4.	Desa Wisata Kampung Jamur	Rintisan
5.	Desa Wisata Kayu Kolek Sikabu-kabu	Rintisan
6.	Desa Wisata Kubu Gadang	Maju
7.	Desa Wisata Lembah Batu Limo	Rintisan
8.	Desa Wisata Ngalau	Rintisan
9.	Desa Wisata Puncak Pagaduanan	Rintisan
10.	Desa Wisata Sang Alang	Rintisan
11.	Desa Wisata Silaing Atas	Rintisan

*Sumber:* Olahan Data Peneliti, 2025 (Kemenparekraf, 2024)

Berdasarkan tabel di atas, Kota Padang Panjang memiliki 11 desa wisata di mana terdapat 9 desa wisata kategori rintisan, 1 desa wisata masuk kategori berkembang, dan 1 desa wisata yang masuk dalam kategori maju. Desa wisata yang masuk kategori rintisan ialah desa wisata yang baru mulai beroperasi dan masih dalam lingkup yang terbatas. Desa wisata yang masuk kategori berkembang ialah desa wisata yang telah menunjukkan kemajuan dalam pengelolaan dan pengembangan potensi desa serta telah memiliki kepengurusan yang jelas. Desa wisata kategori maju ialah desa wisata yang memiliki peran aktif dalam perkembangan ekonomi masyarakat sekitar. Desa wisata kategori mandiri ialah desa wisata yang telah mencapai tingkat kemandirian yang tinggi dan memiliki pengunjung dari lingkup yang lebih luas. Secara keseluruhan desa wisata yang ada di Kota Padang Panjang belum berjalan dengan maksimal sehingga diperlukannya pengembangan dengan menentukan strategi yang tepat.

## **B. Rumusan Masalah**

Desa Wisata Kubu Gadang dipelopori oleh tiga orang pemuda Kubu Gadang yang awal mulanya mengikuti pelatihan penyadaran wisata yang diadakan Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kota Padang Panjang dan ikut serta dalam tinjauan lapangan dalam bentuk studi tiru di Desa Wisata Rantih Sawahlunto bersama Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. Hasil kegiatan tersebut diperoleh ilmu dan pengetahuan sehingga mampu melahirkan ide dari pemuda untuk mengembangkan desanya menjadi desa wisata. Dari ide tersebut

maka dilakukan musyawarah dengan tokoh masyarakat, pemuda, dan pemerintah. Dengan adanya musyawarah dan potensi lokal yang dimiliki maka terciptalah kelompok sadar wisata (pokdarwis) pada tahun 2014 dan Kubu Gadang dinobatkan menjadi desa wisata di tahun 2015.

Desa Wisata Kubu Gadang meraih penghargaan sebagai desa wisata kategori maju dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) pada tahun 2023. Hal ini didasarkan pada masyarakat lokal yang sepenuhnya sadar akan potensi wisatanya yang didukung dengan peran kelompok sadar wisata. Masyarakat lokal secara konsisten mengembangkan daya tarik wisata serta selalu mencari peluang untuk memajukan desa wisata. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Padang Panjang (2024), jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Padang Panjang menunjukkan Desa Wisata Kubu Gadang berada di nomor urut 5 sebagai destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan mancanegara dan lokal dengan jumlah sebanyak 8.463 pengunjung (Lampiran 2).

Berdasarkan data pada (Lampiran 3), jumlah pengunjung di Desa Wisata Kubu Gadang dari tahun 2015 hingga 2019 menunjukkan peningkatan sejak desa tersebut ditetapkan sebagai destinasi wisata. Kenaikan terbesar terjadi pada tahun 2018, yang dipicu oleh munculnya pasar digital di desa wisata tersebut. Pada tahun 2015, saat Desa Wisata Kubu Gadang dibuka pada tahun 2015 dengan jumlah pengunjung domestik 375. Kemudian, pada tahun 2016, jumlah pengunjung meningkat, dengan 600 wisatawan domestik dan 85 wisatawan mancanegara, sehingga totalnya mencapai 685. Namun, pada tahun 2017, terjadi penurunan jumlah pengunjung domestik menjadi 330 dan mancanegara menjadi 75, dengan total 405 pengunjung. Sebaliknya, tahun 2018 menunjukkan lonjakan signifikan setelah peluncuran pasar digital, dengan 8.325 wisatawan domestik dan 200 wisatawan mancanegara, menjadikan total pengunjung 8.525. Pada tahun 2019, jumlah pengunjung meningkat sedikit, dengan 8.470 wisatawan domestik dan 554 wisatawan mancanegara, sehingga totalnya menjadi 9.024.

Namun, pada tahun 2020, terjadi penurunan signifikan dalam jumlah pengunjung dibandingkan tahun 2019 akibat pandemi Covid-19 yang mengakibatkan pembatasan kunjungan. Jumlah wisatawan domestik turun menjadi 1.873, dan wisatawan mancanegara menjadi 168, dengan total 2.041

pengunjung. Pada tahun 2021, jumlah pengunjung mulai meningkat kembali dengan 5.833 wisatawan domestik, tetapi wisatawan mancanegara hanya mencapai 8, sehingga totalnya menjadi 5.841. Selanjutnya, pada tahun 2022, jumlah pengunjung domestik meningkat menjadi 8.004, sementara wisatawan mancanegara mulai meningkat menjadi 59, dengan total pengunjung mencapai 8.063. Kemudian pada tahun 2023 jumlah pengunjung domestik meningkat menjadi 8.404 sedangkan pengunjung mancanegara tetap sebanyak 59.

Berdasarkan potensi serta kekayaan alam yang ada, pokdarwis bersama masyarakat telah mampu mengembangkan lima kategori unggulan yang memfokuskan pada edukasi budaya dan keasrian desa dalam menjalankan pariwisata. Adapun kategori dan paket wisatanya, yaitu:

Tabel 2. Kategori dan paket wisata di Desa Wisata Kubu Gadang

No.	Kategori	Paket Wisata
1.	Edukasi	Menanam padi, belajar <i>Silek Lanyah</i> , belajar alat musik tradisional, belajar randai, menangkap ikan di sawah, <i>pacu upiah</i> , memasak makanan tradisional, membuat <i>pupuik</i> batang padi, belajar petatah-petitih, dan belajar membuat.
2.	Kuliner	Prosesi makan <i>bajamba</i> , makan <i>baradaik</i> , makan nasi <i>baka</i> , dan <i>bagadang samba lado</i>
3.	Atraksi	Pertunjukan <i>Silek Lanyah</i> , tari tradisional (tari <i>galombang</i> , tari <i>pasambahan</i> , tari panen, dan tari <i>bagurau</i> ), musik tradisional, dan <i>pacu upiah</i> .
4.	Pasar Digital	Baju <i>saisuak</i> , makanan tradisional, dan atraksi <i>Silek Lanyah</i>
5.	Tour Desa	<i>Tour</i> desa bekerjasama dengan beberapa kampung yang berada di sekitar Desa Kubu Gadang diantaranya Kampung Budaya Religi Sigando, Serambi Milk, Pemandian Lubuak Soda, dan <i>Payo Rapuih</i>

Sumber: Husna (2023)

Desa Wisata Kubu Gadang memiliki beberapa permasalahan yang harus dihadapi. Fasilitas toilet umum yang ada di Desa Wisata Kubu Gadang masih terbatas dan lahan parkirnya yang masih minim yang tidak cukup menampung kendaraan besar seperti bus. Hal ini dikarenakan Desa Wisata Kubu Gadang yang memiliki keterbatasan dana untuk meningkatkan fasilitas yang ada seperti melakukan perbaikan dan pembangunan fasilitas yang lebih memadai.

Permodalan dari Desa Wisata Kubu Gadang juga tergolong lemah karena sumber pendapatan sebagian besar dari penjualan paket wisata. Hal ini juga terjadi karena masih kurangnya kerjasama yang dilakukan dengan beberapa pihak seperti agen perjalanan dan swasta serta dukungan pemerintah yang terbatas pada kebijakan, pelatihan, dan bantuan beberapa infrastruktur. Pemerintah tidak memberikan bantuan dalam bentuk dana berupa uang. Dengan adanya kendala modal, maka Desa Wisata Kubu Gadang juga terkendala dalam menjalankan operasional dan pemeliharaan fasilitas.

Dengan kondisi desa wisata saat ini, Desa Wisata Kubu Gadang memerlukan strategi untuk menghadapi permasalahan yang terjadi. Perencanaan strategi ini akan menjadi suatu keunggulan bagi desa wisata untuk bersaing dengan lingkungan yang semakin kompetitif. Maka dari itu perlu perancangan pada strategi pengembangan Desa Wisata Kubu Gadang. Salah satu perumusan strategi dapat dilakukan dengan menggunakan *Business Model Canvas* yang menjelaskan model bisnis pada suatu desa wisata.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana model bisnis pada Desa Wisata Kubu Gadang dengan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana strategi yang tepat dalam mengembangkan Desa Wisata Kubu Gadang?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi model bisnis pada Desa Wisata Kubu Gadang dengan pendekatan *Business Model Canvas*
2. Merumuskan strategi yang tepat dalam mengembangkan Desa Wisata Kubu Gadang

#### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi serta manfaat bagi beberapa pihak, termasuk:

1. Bagi pengelola Desa Wisata Kubu Gadang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi sebagai pertimbangan mengenai strategi pengembangan Desa Wisata Kubu Gadang untuk keberlanjutan Desa Wisata Kubu Gadang.

2. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi referensi mengenai penelitian yang berkaitan dengan strategi pengembangan desa wisata

3. Bagi pembaca

Sebagai penambah wawasan dan ilmu pengetahuan terkait strategi pengembangan desa wisata

