

I. PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Setiap daerah memiliki kepentingan untuk meningkatkan produktivitas dan kapasitas ekonominya dengan memaksimalkan potensi wilayah yang dimiliki sebagai sektor unggulan yang mampu menstimulasi percepatan ekonomi salah satunya adalah melalui pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu kegiatan industri pelayanan dan jasa yang menjadi andalan Indonesia sebagai salah satu bisnis yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi negara di sektor non migas. Mengembangkan obyek wisata dapat memberikan dampak positif untuk perekonomian masyarakat sekitar dengan menciptakan peluang kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam sektor pertanian, salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan secara optimal adalah agrowisata (*agro tourism*) (Alim Irhamna, 2018). Agrowisata merupakan suatu kegiatan yang memanfaatkan sektor pertanian sebagai salah satu objek wisata. Wisata berbasis pertanian dan perkebunan atau biasa disebut agrowisata merupakan salah satu jenis wisata edukasi yang mulai banyak berkembang di Indonesia. Hal ini menjadi sebuah peluang karena Indonesia juga memiliki sumberdaya pertanian yang sangat luas. Menurut (Handayani, 2016) Agrowisata berbasis usaha pertanian menjadi salah satu media edukasi dan banyak diminati oleh generasi muda, hal tersebut juga dapat meningkatkan nilai ekonomi di sektor pertanian.

Daerah Istimewa Yogyakarta selama ini dikenal sebagai daerah yang kegiatan ekonomi masyarakatnya ditopang oleh kegiatan sektor pariwisata

dan sektor pertanian. Hal ini dilihat dari Laporan Ekonomi DIY per Agustus 2022 yang mengalami pertumbuhan sebab meningkatnya kinerja sektor pariwisata (Bank Indonesia, 1386). Hal tersebut merupakan peluang untuk mengoptimalkan produktivas ekonomi Daerah Istimewa Yogyakarta melalui konsep agrowisata sebagai sektor unggulan yang mampu menstimulasi percepatan ekonomi berbasis pariwisata dengan memanfaatkan potensi wilayah.

Peluang ekonomi dengan memanfaatkan potensi wilayah itu dapat tercermin dengan kemunculan agrowisata di Yogyakarta salah satunya adalah Agoedukasi Caping Merapi yang pertama kali berdiri pada 7 Oktober 2017, berlokasi di Jl. Raya Tajem KM 2.5, Wedomartani, Ngemplak, Sleman, D.I.Yogyakarta. Selain dapat dilihat sebagai respon atas peluang ekonomi di D.I.Yogyakarta, keberadaan Agroedukasi Caping Merapi juga merupakan respon atas perkembangan pembangunan yang semakin pesat dan berakibat pada berkurangnya lahan terbuka hijau dan lahan pertanian. CV. Agroedukasi Caping Merapi bisa dikatakan sebagai *sociopreneur*, karena sebagai suatu bisnis, agroedukasi tidak hanya menjalankan bisnis untuk mendapatkan keuntungan semata tetapi terdapat unsur sosial. Salah satu cara yang digunakan yaitu melalui jasa pelatihan pertanian organik dan *urban farming*, memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pemanfaatan dan pengembangan pertanian organik baik melalui kegiatan wisata petik sayur yang dibudidayakan secara organik di lahan agroedukasi.

Namun dengan adanya wabah pandemi covid-19 yang melanda seluruh dunia, termasuk Indonesia, memaksa setiap negara membatasi mobilitas

warganya. Sejak pemerintah Indonesia mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2020). Kebijakan tersebut secara praktis sangat berdampak pada sektor bisnis salah satunya sektor pariwisata. Hal ini tentu berdampak secara langsung pada CV. Agroedukasi Caping Merapi sebagai salah satu objek bisnis wisata di D.I. Yogyakarta yang selama masa pandemi *outbreak* tahun 2020-2022 terpaksa membatasi kegiatan bisnisnya seperti kunjungan wisata maupun kegiatan pelatihan pertanian organik dan *urban farming*.

Memasuki masa pasca pandemi saat ini CV. Agroedukasi Caping Merapi memiliki potensi untuk kembali mengoptimalkan kegiatan bisnisnya beriringan dengan kebijakan pemerintah yang mulai melonggarkan mobilitas warga dan kembali membuka keran pariwisata domestik maupun mancanegara. Namun dengan adanya persaingan bisnis pariwisata di D.I.Yogyakarta serta efek yang timbul selama masa pandemi, CV. Agroedukasi Caping Merapi perlu melakukan penyesuaian untuk mengoptimalkan kembali kegiatan bisnisnya dan dapat menjangkau peluang pasar yang tersedia. Bagaimana rumusan strategi yang bisa dikembangkan oleh CV. Agroedukasi akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan CV. Agroedukasi Caping Merapi adalah merumuskan strategi pengembangan model bisnis saat ini berdasarkan kondisi internal dan eksternal perusahaan pasca pandemi. Menurut Cavalcante dalam penelitian (Sukarno & Ahsan, 2021)

Model bisnis adalah sebuah gambaran bisnis secara konseptual, yang memuat gambaran pemikiran dalam merumuskan dan menciptakan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui model bisnis yang dijalankan oleh CV. Agroedukasi Caping Merapi dengan pendekatan bisnis model canvas.
2. Merumuskan strategi pengembangan model bisnis baru dengan metode bisnis model canvas untuk diterapkan oleh CV. Agroedukasi Caping Merapi.

C. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini sebagai media pembelajaran dalam merancang bisnis model canvas pada suatu bisnis di bidang pertanian.
2. Bagi pihak CV. Agroedukasi Caping Merapi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam perumusan strategi pengembangan model bisnis yang dijalankan perusahaan.