

ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA PENGELOLAAN WISATA KEBUN RAYA PURWODADI

Analysis Of The Business Model Canvas In The Management Of The Pur- wodadi Botanical Garden

TRIELTA SAVANA PUTRI^{1*)}

*Program Studi Pariwisata, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa
Timur, Surabaya, Indonesia, 60294*

*email korespondensi: 22045010011@student.upnjatim.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the business model of the Purwodadi Botanical Garden using the Business Model Canvas (BMC) framework. The Purwodadi Botanical Garden is an 85-hectare ex-situ conservation area managed by BRIN in collaboration with PT Mitra Natura Raya (MNR), serving as a center for plant conservation, botanical research, environmental education, and ecotourism. The study employs a descriptive qualitative approach through in-depth interviews, field observations, and document analysis, focusing on the nine elements of the BMC. The results indicate that Purwodadi Botanical Garden possesses a strong value proposition characterized by unique ecotourism experiences, high educational value, and a collection of rare plants. The primary customer segments include students, family tourists, researchers, and plant enthusiast communities. The strategic partnership between BRIN and PT MNR forms the operational foundation, while revenue diversification through admission tickets, educational programs, research services, and facility rentals is recommended to enhance financial stability. This study is expected to contribute to the development of conservation-based tourism destination management in Indonesia.

Keywords: *Business Model Canvas, Ecotourism Purwodadi Botanical Garden, Tourism attraction management, Sustainable tourism.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis model bisnis Kebun Raya Purwodadi menggunakan kerangka kerja Business Model Canvas (BMC). Kebun Raya Purwodadi merupakan kawasan konservasi ex-situ seluas 85 hektar yang dikelola oleh BRIN bekerja sama dengan PT Mitra Natura Raya (MNR), berfungsi sebagai pusat konservasi tumbuhan, penelitian botani, pendidikan lingkungan, dan ekowisata. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi, dengan analisis terhadap sembilan elemen BMC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kebun Raya Purwodadi memiliki proposisi nilai yang kuat berupa pengalaman ekowisata unik, nilai edukasi

tinggi, dan koleksi tumbuhan langka. Segmen pelanggan utama mencakup pelajar, wisatawan keluarga, peneliti, dan komunitas pecinta tanaman. Kemitraan strategis BRIN dan PT MNR menjadi fondasi operasional, sementara diversifikasi pendapatan melalui tiket masuk, program edukasi, jasa penelitian, dan sewa fasilitas direkomendasikan untuk meningkatkan stabilitas finansial. Penelitian ini diharapkan berkontribusi bagi pengembangan pengelolaan destinasi wisata berbasis konservasi di Indonesia.

Kata Kunci: Business Model Canvas, Kebun Raya Purwodadi, ekowisata, pengelolaan daya tarik wisata, pariwisata berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang bernilai tinggi bagi sektor ekowisata. Ekowisata menekankan pelestarian lingkungan, pendidikan, kesejahteraan masyarakat, dan penghormatan budaya lokal (Wijaya, 2024). destinasi wisata Pasuruan terkenal dengan lanskap alamnya yang menakjubkan. Tidak mengherankan jika daerah ini telah melahirkan sejumlah objek wisata menarik, seperti Kebun Raya Purwodadi Pasuruan, mengingat lokasinya di dataran rendah yang dikelilingi pegunungan. Keanekaragaman tumbuhan dapat diajarkan melalui penggunaan koleksi kebun botani. (Defara Millenia Romadhona, 2023). Kedua peran ini sangat penting karena memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran dan kepedulian wisatawan terhadap lingkungan dan keanekaragaman hayati (Irawanto, 2024).

Kebun Raya Purwodadi adalah Kawasan Konservasi Ilmiah (KKI) yang dikelola BRIN, didirikan pada 30 Januari 1941 oleh L.G.M. Baas Becking, mencakup 85 hektar yang didedikasikan untuk konservasi ex-situ tumbuhan dataran rendah kering. Untuk menjamin keberlanjutan operasional, destinasi wisata memerlukan model bisnis terstruktur. Business Model Canvas (BMC) dengan sembilan komponen Segmen Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Sumber Pendapatan, Aktivitas Utama, Sumber Daya Utama, Kemitraan

Utama, dan Struktur Biaya menjadi kerangka strategis yang relevan (Sirait, 2024; Jovana, 2021).

Penelitian tentang BMC di sektor pariwisata telah berkembang, namun kajian spesifik mengenai model bisnis Kebun Raya Purwodadi dengan kompleksitas kemitraan BRIN dan PT MNR masih sangat terbatas. Kebun Raya Purwodadi memiliki karakteristik unik: kawasan konservasi ex-situ bertaraf internasional, entitas multifungsi dengan lima pilar pelayanan publik, dan destinasi wisata edukasi yang terus berkembang dengan segmen pengunjung beragam. Penelitian ini bertujuan menggunakan kerangka BMC untuk menganalisis model bisnis Kebun Raya Purwodadi, mengidentifikasi peluang inovasi, dan menyusun rekomendasi strategis pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Selain berfungsi sebagai sumber daya yang bermanfaat bagi BRIN, PT Mitra Natura Raya, dan pemangku kepentingan terkait lainnya dalam upaya mereka mengoptimalkan pengelolaan Kebun Raya Purwodadi agar menjadi destinasi wisata edukasi kelas atas, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi pengelolaan destinasi wisata berbasis konservasi di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kerangka kerja Business Model Canvas (BMC) untuk membedah sembilan elemen kunci dalam pengelolaan Kebun Raya Purwodadi (Aulia et al., 2022). Data penelitian bersumber dari data primer melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen dan observasi lapangan, serta data sekunder berupa dokumen internal dan studi literatur terkait (Pradana & Kurniawati, 2021). Teknik analisis data

dilakukan secara interaktif melalui tahap reduksi data, penyajian data ke dalam matriks BMC, serta penarikan kesimpulan untuk merumuskan rekomendasi strategi (Fitriana et al., 2023). Untuk menjamin keabsahan temuan, dilakukan uji kredibilitas melalui triangulasi sumber dan teknik guna memastikan konsistensi dan akurasi interpretasi data (Sugiyono, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Kebun Raya Purwodadi Kebun Raya Purwodadi

Merupakan salah satu dari empat Kebun Raya di Indonesia, selain Kebun Raya Bogor, Kebun Raya Cibodas, dan Kebun Raya Eka Karya Bali. Pengelolaan Kebun Raya ini dilakukan oleh dua badan utama, yaitu Badan Riset dan 4 Inovasi Nasional (BRIN) yang bertanggung jawab atas aspek konservasi dan penelitian, serta PT Mitra Natura Raya yang mengelola sisi pariwisata. Fokus utama BRIN adalah pada konservasi tanaman koleksi dan penelitian terkait flora, sementara PT Mitra Natura Raya berfokus pada pengelolaan aktivitas wisata dan pengembangan fasilitas yang menunjang sektor pariwisata, termasuk pendidikan melalui program edukasi. Kebun Raya Purwodadi memiliki luas 85 hektar dengan berbagai zona yang didedikasikan untuk konservasi, edukasi, serta rekreasi. Selain menawarkan pemandangan alam yang sejuk dan hijau, Kebun Raya ini juga menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dinikmati pengunjung, seperti area piknik, penyewaan sepeda, serta kegiatan edukasi untuk sekolah dan universitas.

2. Analisis Business Model Canvas Kebun Raya Purwodadi



Gambar 1. Business Model Canvas Kebun Raya Purwodadi

Sumber: Penulis 2026

a. Customer Segments (Segmen Pelanggan) Terdapat empat segmen utama:

(1) wisatawan keluarga untuk rekreasi alam (piknik dan bersepeda), (2) pelajar dan mahasiswa yang mengikuti program kelas edukasi 5 (propagasi vegetatif, kompos, terrarium) (3) peneliti dan akademisi yang menggunakan koleksi tumbuhan untuk riset ilmiah dan (4) korporasi dan komunitas yang menyewa venue untuk outbound dan gathering. Segmentasi ini mencerminkan karakter multi-sided platform dimana nilai diciptakan bagi masing-masing segmen secara simultan.

b. Value Proposition (Proposisi Nilai)

Proposisi nilai bertumpu pada tiga dimensi: nilai pengalaman (suasana kawasan sejuk dan asri seluas 85 hektar sebagai alternatif rekreasi berbeda dari destinasi perkotaan), nilai edukasi (program kelas interaktif: propagasi vegetatif, tanaman obat, kompos, terrarium), dan nilai konservasi (koleksi 11.848 spesimen dari 2.049 spesies termasuk jenis langka dan endemik).

Event tahunan Sunset di Kebun memperkuat proposisi sebagai destinasi yang memadukan hiburan berkualitas dengan pengalaman alam autentik.

c. Channels (Saluran Distribusi)

Saluran distribusi bersifat hybrid: digital melalui TikTok, Instagram, dan kolaborasi dengan selebgram/kreator konten; konvensional melalui sales call langsung ke sekolah di Malang, Surabaya, Sidoarjo dan Pasuruan, serta website resmi kebunraya.id. Integrasi kedua jalur ini terbukti memperluas jangkauan dan meningkatkan konversi kunjungan.

d. Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)

Hubungan pelanggan mencakup layanan personal (akses khusus lansia, ibu hamil, pengunjung berkebutuhan khusus, serta promo diskon akhir pekan) dan community engagement (event Sunset di Kebun yang membangun komunitas wisatawan loyal, program edukasi interaktif yang menciptakan kenangan fisik sebagai kenang-kenangan). Pendekatan ini terbukti meningkatkan kepuasan dan loyalitas.

e. Revenue Streams (Aliran Pendapatan) Aliran pendapatan bersifat multisumber:

Tiket masuk pengunjung reguler (utama); penyewaan Temativ Rental Venue dengan empat pilihan (Taman Buah Lokal Putih 6 Rp750.000/8 jam, Taman Buah Lokal Merah Rp1.000.000/8 jam, Lawn Sengon Rp1.500.000/8 jam, Lawn Majapahit Rp3.000.000/8 jam), serta pendapatan tersier dari prnyewaan sepeda, motor listrik, skuter, kafe/restoran, program kelas edukasi, dan penjualan bibit tanaman/souvenir).

f. Key Resources (Sumber Daya Kunci)

Sumber daya kunci mencakup: (a) fisik kawasan 85 hektar dengan vegetasi terjaga, infrastruktur fasilitas umum, armada wahana, dan empat zona sewa, (b) intelektual database 11.848 spesimen dari 2.049 spesies, kurikulum edukasi, rekognisi KKI BRIN, (c) manusia peneliti/konservator botani, fasilitator edukasi, staf operasional PT MNR, (d) finansial pendapatan operasional, hibah pemerintah, dan dukungan kemitraan swasta. Keaslian ekosistem merupakan sumber daya yang tidak dapat direplikasi kompetitor.

g. Key Activities (Aktivitas Kunci)

Aktivitas kunci dikelompokkan dalam tiga kluster, (1) konservasi dan penelitian botani (pemeliharaan koleksi, monitoring ekosistem, pengelolaan drainase), (2) penyelenggaraan program edukasi dan wisata (kelas propagasi, tanaman obat, kompos, terrarium, tur terpandu, pengelolaan zona rekreasi) dan (3) pemasaran dan pengembangan bisnis (pengelolaan konten medsos, sales call ke institusi pendidikan, event Sunset di Kebun, manajemen reservasi venue).

f. Key Partnerships (Kemitraan Kunci)

Ekosistem kemitraan melibatkan BRIN dan PT MNR (joint venture fungsional konservasi-pariwisata), institusi pendidikan di Surabaya, Malang, dan Pasuruan (paket edukasi dan kunjungan terstruktur), kreator konten digital/selebgram (influencer marketing), pemerintah daerah (hibah dan program konservasi), serta sektor swasta (sponsorship event dan pengelolaan fasilitas). Kemitraan lintas sektor ini berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan bisnis ekowisata. 7

g. Cost Structure (Struktur Biaya)

Struktur biaya bersifat value-driven, mengingat kualitas ekosistem adalah inti proposisi nilai. Biaya tetap mencakup gaji SDM (peneliti, konservator, fasilitator, staf operasional) dan pemeliharaan infrastruktur. Biaya variabel meliputi penyelenggaraan event (Sunset di Kebun), produksi konten digital, bahan program edukasi, dan penanganan pohon tua. Tantangan struktural utama adalah besarnya biaya perawatan pohon berumur tua yang merupakan daya tarik utama sekaligus potensi risiko keselamatan pengunjung.

SIMPULAN

Berdasarkan telaah literatur di atas, dapat disimpulkan bahwa Business Model Canvas merupakan kerangka analisis yang relevan, aplikatif, dan telah terbukti secara empiris efektif dalam menganalisis dan mengembangkan model bisnis daya tarik wisata, termasuk kawasan wisata berbasis alam dan konservasi seperti Kebun Raya Purwodadi.

Kesembilan elemen BMC yaitu Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure secara bersama-sama membentuk kerangka analisis yang mampu mengakomodasi kompleksitas bisnis pengelolaan kebun raya, yang menggabungkan fungsi konservasi, riset ilmiah, pendidikan publik, dan pariwisata dalam satu entitas organisasi.

Kajian-kajian terdahulu menegaskan bahwa keberhasilan penerapan BMC dalam sektor pariwisata sangat ditentukan oleh kualitas identifikasi proposisi nilai

yang unik dan terdiferensiasi, efektivitas pengelolaan saluran distribusi digital, kekuatan ekosistem kemitraan strategis, serta kemampuan diversifikasi aliran pendapatan yang berkelanjutan. Temuan-temuan ini memberikan landasan teoritis yang kuat bagi analisis pengelolaan wisata Kebun Raya Purwodadi menggunakan pendekatan Business Model Canvas, 8 sekaligus membuka arah pengembangan model bisnis yang lebih inovatif dan berkelanjutan bagi kawasan tersebut di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto R, Setyawati D. 2024. Analisis model bisnis eduwisata agroindustri berbasis Business Model Canvas: Diversifikasi pendapatan sebagai strategi keberlanjutan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 12(1):45–62.
- Hambali I, Andarini S. 2021. Adaptasi model bisnis dalam lingkungan kompetitif: Tinjauan teoritis dan implikasi strategis bagi pengelola destinasi wisata. *Jurnal Pariwisata dan Hospitalitas*. 8(2):112–130.
- Irawanto R. 2024. Peran strategis kebun raya dalam konservasi, riset, dan edukasi lingkungan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*. 4(3):211–225.
- Jovana S. 2021. Understanding value in a healthcare setting: An application of the business model canvas. *Journals Sagepub*. 1–12.
- Maradita A, Aprirachman R. 2024. Proposisi nilai unik dalam pengembangan ekowisata bahari: Studi kasus wisata hiu paus di Sumbawa. *Jurnal Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*. 6(1):78–97.
- Muhammad Diaudin, Nasikh. 2022a. Analisis Business Model Canvas pada pengelolaan agrowisata: Segmentasi pelanggan dan kemitraan sebagai kunci keberlanjutan bisnis. *Jurnal Agribisnis dan Pariwisata*. 9(2):155–174.

- Muhammad Diaudin, Nasikh. 2022b. Business Model Canvas: Perencanaan strategi pengembangan agrowisata Belimbing Karang Sari Kota Blitar di masa pandemi COVID-19. *Media Wisata*. 20(1):88–101.
- Muhammad RF. 2026. SWOT-based Business Model Canvas analysis as a tourism industry development strategy for Situ Rawa Gede in Bekasi. *Journal of Islamic Economic and Business*. 553–562.
- Osterwalder A, Pigneur Y. 2010. *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Hoboken (NJ): John Wiley & Sons.
- Pinaria V, Kalpikawati R. 2023. Optimalisasi saluran distribusi digital pada destinasi desa wisata: Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pariwisata*. 5(1):33–50.
- Porajow CPE, Erstiawan MS, Indriyanto MN. 2023. Relevansi model bisnis dan analisis SWOT pariwisata berbasis masyarakat di Desa Pulisan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*. 28(2):177–192.
- Porajow R, Erstiawan M, Indriyanto B. 2023. Business Model Canvas sebagai instrumen analisis dan inovasi model bisnis berbasis masyarakat di sektor pariwisata. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Terapan*. 10(3):201–218.
- Sakuntalawati D, Ibad M. 2024. Kualitas hubungan pelanggan sebagai determinan loyalitas wisatawan pada destinasi wisata alam berbasis BMC. *Jurnal Hospitalitas dan Pariwisata Indonesia*. 11(2):88–107.
- Setiawan WA, Auliyah FF, Putri SS, Hidayat R. 2024. Implementasi model bisnis pada ekowisata Hutan Mangrove Gunung Anyar Surabaya dengan menggunakan Business Model Canvas. *Jurnal Media Akademik (JMA)*. 1–12. 9
- Singgale Y, Sedyono E, Sembiring M. 2021. Aktivitas kunci dalam bisnis jasa wisata: Pengelolaan layanan, inovasi paket, dan pemasaran digital sebagai faktor determinan keberhasilan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*. 15(1):44–63.

- Sirait E. 2024. Analisis model bisnis dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan penetapan strategi pada UMKM di industri pariwisata. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. 4374–4384.
- Sukarnoto T. 2020. Pengembangan ekowisata berbasis ekonomi peluang bisnis di era revolusi industri 4.0 Desa Patuanan Kecamatan Leuwimunding Kabupaten Majalengka. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(2):120–138.
- Sunarti S. 2026. Participatory business model: Strategi pengembangan desa wisata rintisan Montongsari, Kabupaten Kendal. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*.
- Suryanto B, Suroso A, Hasbullah R. 2021. Keaslian ekosistem sebagai sumber daya kunci keunggulan kompetitif berkelanjutan pada kawasan ekowisata berbasis konservasi. *Jurnal Pengelolaan Sumber Daya Alam dan Lingkungan*. 11(3):340–358.
- Susanto F, Soleh A, Sachanovrissa S. 2025. Business canvas model in business planning. *Journal of Law, Social Science, and Management Review*. 1(3):117–126.
- Yunaz H, Andriyanty R, Kausar DRK. 2022. Pengembangan strategi bisnis ekowisata yang berkelanjutan: Adaptasi terhadap tekanan eksternal dan komitmen konservasi. *Journal of Environmental Engineering and Waste Management*. 7(1):23–40. 10