

MODEL EDUWISATA AGROINDUSTRI BERAS TAMBELANG MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Ferianto¹, Ekaterina Setyawati²

^{1,2}Fakultas Teknik, Universitas Sahid Jakarta
Jl.Prof. Dr. Supomo, SH No.84, Jakarta, Indonesia
Email Korespondensi: feriyanto1408@gmail.com

ABSTRAK

Kecamatan Tambelang, Kabupaten Bekasi sebagai kecamatan dengan komoditas terbesar adalah penghasil beras membuat banyak Penggilingan Padi Kecil (PPK). Proses penggilingan gabah dan pengolahan limbah memiliki potensi yang cukup besar untuk bisa dikembangkan menjadi suatu aset yang berguna bagi peningkatan perekonomian masyarakat setempat dengan menjadikan suatu tempat eduwisata agroindustri beras Tambelang untuk menambah wawasan edukasi, terlebih lagi untuk wilayah perkotaan yang sangat minim dengan wisata berbentuk seperti ini. Lokasi yang tidak jauh dari Jakarta mempunyai peluang bagi perjalanan wisata alternatif dengan berfokus pengembangan model bisnis yang sesuai untuk dijalankan nantinya. Tujuan penelitian ini untuk merancang model bisnis pengembangan eduwisata agroindustri beras Tambelang. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara dari pihak terkait. Data diolah menggunakan cara kualitatif dengan pendekatan *Business Model Canvas* dengan menentukan elemen kunci untuk eduwisata agroindustri beras Tambelang yaitu *Customer Segments, Channels, Customer Relationship, Revenue Stream, Value Propositions, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, Cost Structure*. Hasil dari penelitian ini adalah usulan model bisnis untuk di terapkan eduwisata agroindustri beras Tambelang dari *Business Model Canvas*

Kata Kunci: Eduwisata; *Business Model Canvas*; Model Bisnis

ABSTRACT

Tambelang Subdistrict, Bekasi Regency, as the subdistrict with the largest commodity, namely rice producers, has built many small rice mills (PPK). The process of milling grain and processing waste has considerable potential to be developed into an asset that is useful for improving the economy of the local community by making it a place for Tambelang rice agro-industry education to increase educational insight, especially for urban areas where there is very little tourism in this form. . Locations not far from Jakarta have opportunities for alternative tourism trips by focusing on developing a suitable business model to run later. The aim of this research is to design a business model for developing Tambelang rice agro-industry education and tourism. Data collection was carried out by observation and interviews from related parties. The data was processed using a qualitative method using the Business Model Canvas approach by determining the key elements for Tambelang rice agro-industry education, namely Customer Segments, Channels, Customer Relationship, Revenue Stream, Value Propositions, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, Cost Structure. The results of this research are a proposed business model to be implemented in Tambelang rice agro-industry education from the Business Model Canvas

Keywords: *Edutourism; Business Model Canvas; Business Model*

PENDAHULUAN

Kabupaten Bekasi dikenal sebagai produsen padi terbesar dengan hasil 587.586 ton menurut data BPS 2021 yang dapat memenuhi pasokan pangan di Jawa Barat (Faradina & Sukayat, 2021). Khususnya Kecamatan Tambelang merupakan salah satu wilayah penghasil beras tertinggi penyumbang padi nasional dengan rata-rata produksi sebesar 26.047ton (BPS, 2021). Sebagai kecamatan dengan komoditas terbesarnya adalah penghasil beras membuat masyarakat bergantung kepada sumber daya alam yang ada sebagai letak mata pencaharian dengan pekerjaan yang variatif dan saling terintegrasi seperti petani, produsen pengolah beras (penggilingan padi), tukang bubur dan lain sebagainya.

Sebagai penyumbang produksi padi terbesar membuat banyaknya Penggilingan Padi Kecil (PPK) yang menjamur di daerah tersebut hal ini bertujuan untuk menyokong pengolahan padi hingga menjadi beras. Menurut data BPS 2021 ada sekitar 161.401 atau 95,06 persen dari total penggilingan. Besarnya eksistensi PPK di Indonesia membuat persaingan menjadi lebih tinggi (Syahkhaafi et al., 2022). Masyarakat serta pemerintah harus berusaha kreatif dalam manajemen dari banyak PPK yang memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut seperti proses pengolahan padi menjadi beras dan pengolahan limbah mempunyai potensi yang cukup besar untuk dikembangkan menjadi salah satu bentuk eduwisata agroindustri beras Tambelang. (edu wisata) adalah wisata terkhusus untuk pengunjung anak-anak dalam perjalanan menikmati pengalaman belajar langsung terkait kawasan wisata yang dikunjungi (Priyanto et al., 2018). Terlebih lagi untuk wilayah perkotaan yang sangat minim dengan wisata berbentuk seperti ini. Lokasi yang tidak jauh dari Jakarta mempunyai peluang bagi perjalanan wisata alternatif dengan mengembangkan satu kearifan lokal dari pengolahan gabah menjadi beras di penggilingan.

Eduwisata atau *EduTourism* merupakan suatu bentuk perjalanan wisata dengan konsep pariwisata dan pendidikan yang disajikan dalam paket *tour* untuk mendapatkan *feel* pendidikan yang menyenangkan di perjalanan wisata yang memberikan informasi pengetahuan pada ilmu kealaman, sosial dan budaya serta pengembangan imajinasi dan kreativitas kegiatan pertanian dan perkebunan (Mahendra et al., 2021). Pengolahan padi yang masih tradisional sebagai atraksi dalam pemanfaatan kegiatan pariwisata merupakan salah satu bentuk daya tarik yang sangat potensial untuk menggaet para wisatawan untuk berkunjung, salah satu desa dengan potensi pertanian sebagai andalannya dapat dijadikan suatu objek eduwisata berbasis agroindustri beras. Agroindustri adalah segala aktivitas yang dilakukan dalam menjalankan suatu industri meliputi produksi, pengolahan, pengangkutan, penyimpanan, pendanaan, pemasaran dan distribusi di sekmen pertanian (Gultom & Sulistyowati, 2018).

Eduwisata agroindustri beras Tambelang tak terlepas dari konsep perjalanan agrowisata sendiri. Agrowisata adalah bagian dari tujuan wisata yang menggunakan usaha yang berhubungan dengan pertanian untuk meningkatkan pengetahuan rekreasi pertanian, budaya dan teknologi lokal yang sebagian besar sejalan dengan kondisi lingkungan yang alami (Putra et al., 2018). Sedangkan definisi agrowisata dalam Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor 204/Kpts/HK/050/4/1989 dan KM.47/PW.DOW/MPPT/89 tentang Koordinasi Pengembangan Wisata Agro yakni sebagai suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata dan bertujuan untuk memperluas pengetahuan, perjalanan, rekreasi, dan hubungan usaha dibidang pertanian.

Potensi yang dimiliki tersebut diperlukanlah perancangan model yang tepat untuk mengelola eduwisata dengan baik melalui model bisnis yang tepat. Salah satu model bisnis yang dinilai efektif yaitu *Business Model Canvas* (BMC) ini yang dikembangkan oleh *Alexander Osterwalder*, yaitu mengubah model bisnis yang kompleks menjadi lebih sederhana. Oleh karena itu, dengan kesederhanaan BMC merupakan alat yang tepat untuk merumuskan pemetaan pada eduwisata agroindustri beras Tambelang untuk mengetahui bagaimana setiap aspek dalam bisnisnya berhubungan (Wijayanti & Hidayat, 2020). Pada *Business Model Canvas* terdapat sembilan blok yang menjelaskan tentang elemen kunci pada bisnis. Kesembilan blok tersebut adalah *Customer Segments*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *Value Propositions*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, *Cost Structure*. Dari kesembilan blok tersebut akan menghasilkan model bisnis yang diharapkan menciptakan nilai yang lebih baik dan bisnis yang dimiliki agar lebih terarah.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di LPM (Lumbung Pangan Masyarakat) Cahaya Tani sebagai *sample* salah satu penggilingan yang beralamat di Desa Sukarahayu, Kecamatan Tambelang, Kabupaten Bekasi dengan rentang waktu penelitian Februari hingga Mei 2023. Pengambilan data dilakukan dengan observasi dan wawancara untuk membantu peneliti untuk mengetahui sejarah objek penelitian serta mengendalikan secara penuh terkait pertanyaan apa saja yang perlu diketahui (Creswell & Creswell, 2018). Data yang telah didapatkan akan diolah secara kualitatif konsep dasar penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menggali dan memahami makna yang diberikan oleh sejumlah individu atau kelompok orang terhadap masalah sosial atau kemanusiaan. Hasil dari penelitian akan dijelaskan berdasarkan pemecahan masalah dengan cara menggambarkan keadaan objek yang diteliti melalui fakta-fakta yang ditemukan selama penelitian (Creswell & Creswell, 2018).

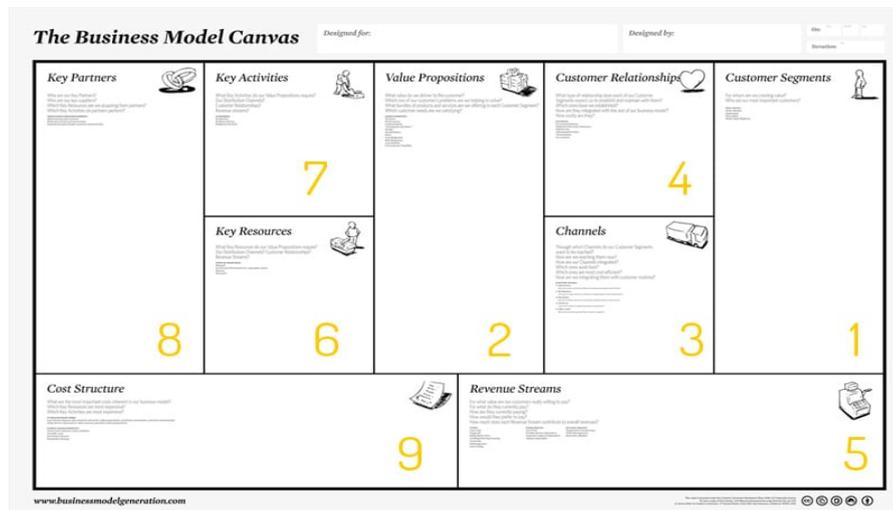
Wawancara berfokus kepada kesembilan segmen atau blok pada *Business Model Canvas*. Wawancara terbuka dilakukan kepada pihak yang bersangkutan pertama adalah perwakilan guru dan siswa/i yang berada di sekitar lokasi dan tujuan mengetahui kebutuhan serta keinginan seperti apa saja yang untuk eduwisata nanti, setelah itu mewawancarai pihak pemilik selaku penyelenggara dan pengelola tempat terkait keinginan *customer* hingga terbentuknya model bisnis yang sesuai, dan setelah itu ialah pemangku kebijakan daerah setempat yaitu pihak desa dan Kecamatan Tambelang sebagai *stakeholder*, dan terakhir pakar yaitu praktisi pariwisata yang tertuju kepada dosen pariwisata di Universitas Sahid Jakarta sebagai bahan pertimbangan setelah desain bisnis telah terbentuk untuk menyesuaikan model bisnis yang lebih sesuai untuk tempat eduwisata agroindustri beras Tambelang, dan kemungkinan peneliti mendapatkan jawaban yang bervariasi sangatlah mungkin (Shalsabilla et al., 2023).

***Business Model Canvas* (BMC)**

Business Model Canvas adalah model bisnis tentang mengapa organisasi membuat, memberikan, dan menambah nilai *Business Model Canvas* ini membagi menjadi sembilan komponen dan kemudian memisahkannya menjadi komponen kanan dan kiri kedua komponen ini dianalogikan dengan pemetaan manusia, yaitu komponen yang tepat berpikir logis, dan analitis untuk memulai ide dan komponen tempat ide diperoleh secara acak, *holistik intuitif* (Suryanto et al., 2021). BMC adalah salah satu strategi yang

digunakan untuk menggambarkan model bisnis dan menjelaskan alasan bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai (Novia et al., 2021).

Business Model Canvas (BMC) adalah pendekatan yang digunakan untuk memvisualisasikan, mengevaluasi, dan mempersonalisasi model bisnis dan meringkas bagaimana perusahaan berencana untuk membeli kembali proposisi nilainya untuk melayani pelanggannya dengan cara yang menguntungkan menggunakan sumber dayanya sendiri dan sumber daya mitra (Manalu et al., 2022). Pada dasarnya penggunaan *Business Model Canvas* adalah untuk membantu memetakan bisnis terkait yang ingin dijalankan atau sudah berjalan dengan tujuan agar bisnis atau bisnis yang dijalankan lebih konseptual dan terarah, yang merupakan konsep model bisnis yang dikembangkan oleh *Osterwalder* dan *Pigneur* yang berhasil mengubah konsep model bisnis yang kompleks menjadi sederhana yang dapat digunakan sebagai alternatif strategi perusahaan yang mengarah pada kelayakan bisnis (Singgalen et al., 2021). Bisnis model juga dapat digunakan untuk menyusun formulasi strategi bisnis.



Gambar 1. Blok Bangun *Business Model Canvas*

Sumber: *Osterwalder* dan *Pigneur* (2012)

Business Model Canvas terdapat sembilan blok yang menjelaskan tentang elemen kunci pada bisnis yaitu; *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proporsi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Stream* (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnership* (Kemitraan Utama), *Cost Structure* (Struktur Biaya). Salah satu alat bantu pendekatan yang dapat digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC) yang dikembangkan oleh *Osterwalder* dan *Pigneur* (2012) yang memungkinkan deskripsi sederhana dan perubahan model bisnis, yang kemudian akan mengarah pada pendekatan yang lebih kompetitif (Manalu et al., 2022). *Business Model Canvas* (BMC) memiliki nilai unggul mempermudah dan membantu menggambarkan keadaan perusahaan secara komprehensif (Hilda et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Tempat *Sample* Penelitian

Lumbung Pangan Masyarakat (LPM) Cahaya Tani merupakan penggilingan padi berskala kecil (PPK) yang berlokasi di Kp. Pakuning RT 01/01 Desa Sukarahayu, Kecamatan Tambelang, Kabupaten Bekasi. Dimana aktivitas produksi yang dilakukan sehari-hari adalah mengolah hasil panen padi menjadi beras. Bahan baku produksi yakni gabah biasanya dikumpulkan oleh seorang pengepul dari para petani dengan kapasitas produksi sebesar 8 ton gabah kering giling (GKG) yang menghasilkan limbah produksi yaitu sekam sebesar 4 ton dalam sekali proses giling yang belum dimanfaatkan secara maksimal. Dimana disana terjadi proses produksi pengolahan hasil pertanian yakni gabah menjadi beras yang siap untuk didistribusikan. Proses penggilingan serta bagaimana pengolahan limbah menjadi konsentrasi utama penelitian karena hal ini memiliki potensi yang cukup besar untuk bisa dikembangkan menjadi suatu aset yang berguna bagi peningkatan perekonomian masyarakat setempat dengan menjadikannya suatu tempat untuk menambah wawasan edukasi terkait bagaimana seluruh alur proses produksi hingga sampai pengolahan limbah produksi yang terintegrasi kebermanfaatannya, dengan upaya menjadikannya tempat eduwisata agroindustri beras Tambelang diperlukannya perancangan model bisnis yang sesuai untuk menambah nilai serta menjadikannya bisnis yang lebih terarah.

Hasil Dan Pembahasan BMC Eduwisata Tambelang

Osterwalder dan Pigneur yang juga merupakan penulis buku *Business Model Generation* (Osterwalder et al., 2012), mengembangkan sebuah model bisnis yang saat ini dikenal sebagai *Business Model Canvas* (BMC). Mereka percaya bahwa BMC bermanfaat untuk menggambarkan aktivitas bisnis suatu bisnis, hal ini memungkinkan kita untuk melihat keseluruhan konsep aktivitas bisnis yang melibatkan atau telah berpartisipasi di dalamnya *Business Model Canvas* juga dapat digunakan untuk merencanakan strategi pemasaran. Berikut adalah *Business Model Canvas* dari eduwisata agroindustri beras Tambelang beserta penjelasannya:

Customer Segment

Hasil wawancara serta diskusi kepada calon segmentasi *customer* nantinya dan pihak terkait seperti guru-guru serta pemilik dan pemangku kebijakan lainnya fokus *customer* dari tempat eduwisata agroindustri beras Tambelang nantinya adalah siswa/i kelas tiga Sekolah Dasar (SD) hingga dengan Sekolah Menengah Pertama (SMP) yang di rasa sudah cukup dewasa dan bertanggung jawab saat nanti melakukan perjalanan wisata edukasi dengan target khusus pada siswa/i sekolah di sekitar Kabupaten Bekasi, Bekasi Kota, dan Jakarta dengan mempertimbangkan pengetahuan terkait agro harus dipahami oleh siswa/i sejak dini, dan untuk siswa/i tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) hingga mahasiswa tetap di persilahkan untuk menambah wawasan terkait pertanian hingga mengolah hasil dan limbahnya.

Value Proposition

Hasil wawancara dan diskusi *value* yang akan ditingkatkan adalah dari segi kenyamanan tempat eduwisata agroindustri beras Tambelang itu sendiri seperti fasilitas dan paling utama adalah interaksi yang sangat melibatkan siswa/i pengunjung nantinya akan ke lapangan tidak hanya sekedar teori namun mempraktikkan langsung kegiatan seperti awal penanaman padi, pengolahan padi menjadi gabah, setelah itu dilanjutkan

pengolahan gabah hingga menjadi beras, tak hanya mempelajari bagian pengelolaan tapi juga ditambahkan dengan bagaimana pemanfaatan limbah dari pertanian itu sendiri dimana limbah akan dijadikan bahan daur ulang seperti *paving blok*, kerajinan tangan seperti boneka dari jerami, hingga pembuatan *shampoo* merang yang bisa dibawa pulang untuk kenang-kenangan, sebagai tempat wisata akan tersedia tempat beristirahat yang nyaman dimana tempat beristirahat di tepian persawahan tersebut akan memiliki *stand* untuk berjualan kuliner khas Tambelang tersendiri dan aneka jajanan lainnya, di tempat eduwisata nantinya juga akan memberikan diskon sesuai ketentuan jumlah wisatawan yang datang dengan minimal sepuluh pengunjung siswa/i akan mendapatkan satu tiket masuk gratis untuk satu orang menikmati perjalanan eduwisata yang disajikan.

Channels

Hasil wawancara dan diskusi tentang *Channels* untuk menggapai konsumen melalui beberapa kegiatan yaitu salah satunya adalah *door to door* ke sekolah-sekolah di sekitar Kabupaten Bekasi, Kota Bekasi, dan sekitar sekolah di Jakarta yang dekat dengan lokasi tempat Eduwisata Desa Sukarahayu, tak hanya itu untuk menggaet konsumen akan diadakannya promosi melalui media sosial seperti *tik-tok*, *youtube*, *Instagram* dengan menyebarkan video terkait eduwisata agroindustri beras Tambelang untuk memberikan informasi keberadaan lebih luas lagi, selanjutnya dari diskusi dengan pemangku kebijakan juga akan membantu untuk menggaet konsumen dengan mengikutsertakan eduwisata agroindustri beras Tambelang sebagai *iconstand* Tambelang di pameran PRB (Pekan Raya Bekasi).

Customer Relationship

Hasil wawancara dan diskusi tentang *Customer Relationship* dari pihak pengelola akan membangun hubungan dengan salah satu cara yaitu memberikan pelayanan dan fasilitas yang terbaik yang dimiliki eduwisata agroindustri beras Tambelang dengan keasrian dan kearifan lokal untuk memanjakan pengunjung yang akan datang, tak hanya segi pelayanan dan fasilitas, di tempat eduwisata agroindustri beras Tambelang nantinya akan memberikan diskon untuk sepuluh pengunjung yang datang akan menggratiskan satu tiket untuk pengunjung di rombongan itu sendiri, dan untuk memperkuat hubungan tempat eduwisata agroindustri beras Tambelang dan pihak sekolah nantinya akan menjalin kemitraan untuk kunjungan berbasis Pendidikan untuk siswa/i nya yang dimasukkan dalam program kesiswaan.

Revenue Streams

Hasil wawancara dan diskusi terkait *Revenue Streams* dari pihak pemilik dalam berbisnis akan mengutamakan menjual jasa berbagai paket perjalanan eduwisata agroindustri beras Tambelang yang telah tersedia dengan pilihan paket A yaitu perjalanan menanam padi hingga menjadi gabah, paket B perjalanan dari awal menanam padi hingga pengolahan gabah menjadi beras, dan paket C paket perjalanan lengkap dari awal penanaman padi hingga dengan pengolahan bahan limbah dari padi dan gabah nantinya, disisi lain dari hasil-hasil pengolahan limbah dari agroindustri seperti sekam yang langsung dapat dijual kembali dan pembuatan *shampoo* merang serta kerajinan tangan yang dapat dijual kembali akan menambah pemasukan, tak hanya menjual jasa perjalanan eduwisata dan produk pihak pemilik akan menyewakan stand tempat usaha di dalam area eduwisata agroindustri beras Tambelang, serta jalanya jasa penggilingan akan tetap berjalan sesuai ketentuan pemilik agar tidak mengganggu wisatawan nantinya.

Key Resources

Hasil wawancara dan diskusi terkait *Key Resources* eduwisata agroindustri beras Tambelang akan membutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang telaten dan pekerja keras dimana pengelola bekerja sama dengan pihak desa untuk memberdayakan masyarakat di Desa Sukarahayu untuk menjadi *stakeholder* keberhasilan eduwisata agroindustri beras Tambelang dengan menggaet remaja karang taruna desa untuk mengelola serta teknisi-teknisi terkait masalah peralatan yang akan dibebankan kepada POSYANTEK yaitu pusat pelayanan masyarakat terkait teknologi, hal ini disebabkan peran anak muda dan masyarakat setempat begitu penting untuk jalannya eduwisata agroindustri beras Tambelang nantinya.

Key Partner

Hasil wawancara dan diskusi terkait *Key Partner*, tempat eduwisata agroindustri beras Tambelang akan menjalin kerjasama dengan beberapa pihak penunjang keberlangsungan dan sebagai sponsor pendanaan yaitu pihak pemerintah Desa Sekarahayu dan Sukarapah karena area tempat eduwisata berada di perbatasan antara kedua desa, setelah itu pihak Kecamatan Tambelang, sebagai pintu masuk ke pihak pemerintahan yang lebih tinggi yaitu Kabupaten Bekasi, dengan harapan akan menembus hingga pihak Dinas Pertanian dan Pariwisata. Tempat eduwisata agroindustri beras Tambelang nantinya juga harus memiliki fasilitas internet untuk para pengunjung karena tempat eduwisata nantinya akan menjadi area umum untuk menyediakan layanan seperti itu pihak pengelola akan menjalin kerja sama dengan Diskominfosantik Kabupaten Bekasi. Warga di sekitar lokasi eduwisata agroindustri beras Tambelang turut terlibat dan dapat merasakan kebermanfaatannya dengan adanya eduwisata agroindustri beras Tambelang ini salah satunya warga di sekitar tempat eduwisata yang memiliki lahan yang cukup luas dapat menyewakan lahan sebagai tempat parkir nantinya dan menjalin kerja sama.

Key Activities

Hasil wawancara dan diskusi terkait *Key Activities* dari eduwisata agroindustri beras Tambelang ini akan melakukan kegiatan promosi yang gencar untuk menjual jasa paket perjalanan eduwisatanya dan disisi lain melakukan kegiatan menjual jasa penggilingan padi dan produk-produk yang dihasilkan dari pengolahan limbah pada perjalanan eduwisata sesuai ketentuan dan waktu yang telah di atur untuk mendapatkan nilai tambah serta mempromosikan produk dan tempat eduwisata tersebut.

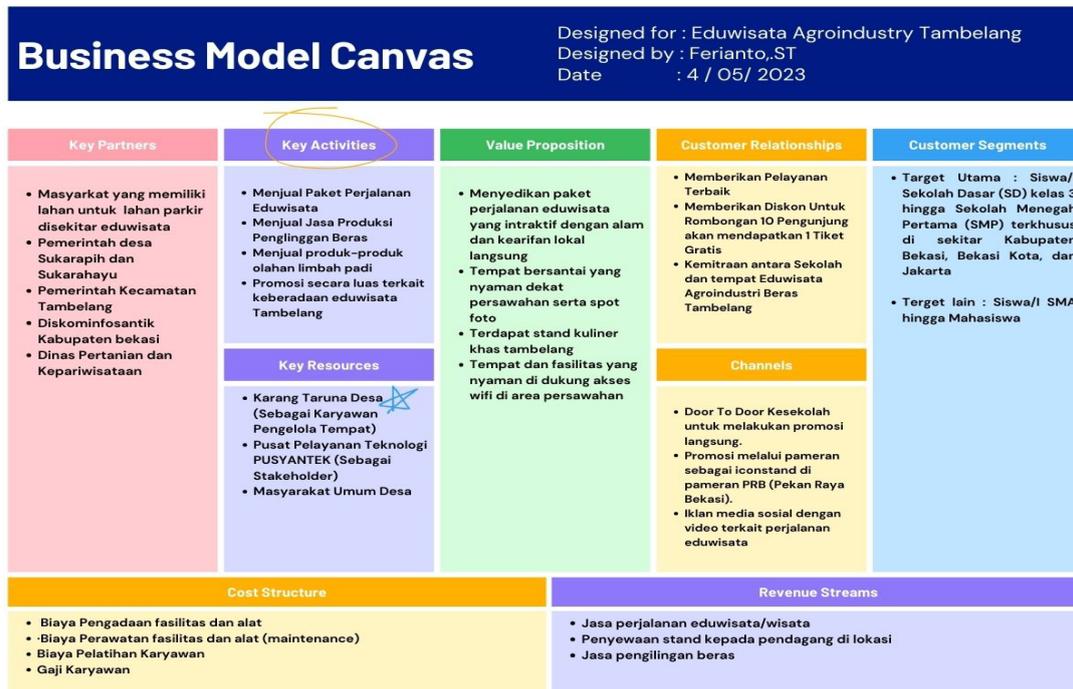
Cost Structure

Hasil wawancara dan diskusi terkait *Cost Structure* pengeluaran terbesar dari eduwisata agroindustri beras Tambelang ada tiga ialah biaya pengadaan fasilitas dan alat dimana hal ini adalah modal awal dalam pembentukan eduwisata, dilanjutkan dengan biaya perawatan fasilitas dan alat (*maintenance*) seperti perawatan mesin penggilingan, perawatan lingkungan di eduwisata dll, dan dilanjutkan dengan biaya pelatihan untuk memberdayakan masyarakat sebagai karyawan dan gajinya.

Hasil Kesembilan Blok BMC Eduwisata Tambelang

Gambar 2 merupakan hasil dari ke sembilan blok kunci *Business Model Canvas* dari eduwisata agroindustri beras Tambelang yang dirancang oleh peneliti untuk

membantu menjalankan bisnis eduwisata agroindustri beras Tambelang dengan baik dan lebih terarah.



Gambar 2. Blok Bangun *Business Model Canvas* Eduwisata Agroindustri Beras Tambelang

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian (2023)

KESIMPULAN

Hasil wawancara dan analisis tentang eduwisata agroindustri beras Tambelang menggunakan *Business Model Canvas* didapatkan model bisnis untuk awal penerapan dengan tujuan terarahnya bisnis yang akan berjalan sebagai eduwisata agroindustri beras Tambelang dan dapat bermanfaat untuk keberlangsungan bisnis sehingga dapat meningkatkan dan memberikan profit yang lebih besar dengan mengetahui kesembilan segmen sebagai pemetaan bisnis yang dijalankan dari elemen kunci pada bisnis nantinya yaitu dari *customer Segments* eduwisata agroindustri beras Tambelang berfokus kepada siswa/i kelas tiga Sekolah Dasar (SD) hingga Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebagai target utama, dan target lainnya dan yang tidak difokuskan adalah siswa/i Sekolah Menengah Atas (SMA) dan mahasiswa/i. *Channels* yang dimiliki eduwisata agroindustri beras Tambelang yaitu komunikasi dengan *door to door* kepada calon konsumen, mengadakan promosi melalui pameran serta media sosial.

Customer Relationship yang akan diberikan eduwisata agroindustri beras Tambelang melalui pelayanan dan fasilitas yang baik, dengan menggaet kemitraan sekolah dan memberikan diskon kunjungan. *Value Propositions* yang dimiliki eduwisata agroindustri beras Tambelang adalah menyuguhkan perjalanan eduwisata dengan nilai kearifan lokal, dengan tempat dan fasilitas yang nyaman di area persawahan dengan ditunjang oleh koneksi internet *outdoor*, dan tersedianya *stand* untuk kuliner khas Tambelang. *Revenue Stream* yang dimiliki eduwisata agroindustri beras Tambelang adalah ditawarkannya perjalanan paket wisata edukasi, jasa penggilingan, dan penyewaan

stand untuk berjualan. *Key Resources* yang dimiliki eduwisata agroindustri beras Tambelang adalah karyawan dari remaja desa serta masyarakat, dan *stakeholder* adalah unit pelayanan masyarakat terkait teknologi.

Key Activities yang dimiliki eduwisata agroindustri beras Tambelang yaitu menjual paket perjalanan eduwisata, serta menjual jasa penggilingan gabah, menjual produk-produk yang dihasilkan dalam perjalanan eduwisata, dan melakukan promosi dengan gencar. *Key Partnership* yang dimiliki eduwisata agroindustri beras Tambelang yaitu masyarakat, pemerintah daerah setempat, diskominfosantik, dinas pertanian dan kepariwisataan. *Cost Structure* yang dimiliki eduwisata agroindustri beras Tambelang yaitu biaya pengadaan barang, fasilitas, perawatan, pelatihan karyawan, dan gaji karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2018). Jawa Barat Dalam Angka tahun 2018. BPS.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Mixed Methods Procedures. In H. Salmon (Ed.), *Research Defign: Qualitative, Quantitative, and Mixed M ethods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Faradina, Y., & Sukayat, Y. (2021). Adaptasi Perilaku Petani Padi Daerah Pinggiran Kota di Era Covid-19 Serta Pengaruhnya Terhadap Usaha Tani (Studi Kasus: Desa Sukabakti, Kecamatan Tambelang, Kabupaten Bekasi). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 7(2), 1111. <https://doi.org/10.25157/ma.v7i2.5062>
- Gultom, J. Y. T., & Lies Sulistyowati. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Manisan Mangga (Studi Kasus pada UMKM Satria di Kecamatan Kedawung, Kabupaten Cirebon). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH, Volume 5 N*, 961–972.
- Hilda, A., Nathania, C., Damayanti, D., Marchel, J., Kartini, L., & Suwarno, H. L. (2022). Analisis Business Model Canvas Pada Pd Prodiassa Ahass 12743 Motor Karawang. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), 1*, 211–219. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.41>
- Mahendra, I. P. M., Pitana, I. G., & Sarjana, I. M. (2021). *Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Pertanian di Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung*. 10(1), 354–363.
- Manalu, D. S. T., Tiofani, Y. A., & Sari, A. G. (2022). *Publikasi penelitian terapan dan kebijakan*. 5(2).
- Novia, C., Pasaribu, R. D., Sutjipto, M. R., & Bustomi, D. (2021). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 494–512.
- Priyanto, R., Syarifuddin, D., & Martina, S. (2018). Perancangan Model Wisata Edukasi di Objek Wisata Kampung Tulip. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 15. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas/article/view/2863>
- Putra, A. P., Amalia, F. R., & Utami, S. W. (2018). Community Based Tourism di Desa Sumber Arum Kecamatan Songgon Banyuwangi. *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember. Jember*, 2, 478–491.
- Shalsabilla, M. R., Alam, S., Candella, Y. H., & Andari, R. (2023). Analisis Implementasi Ecological Green Marketing Di Work Coffee Indonesia. *Jurnal Industri*

- Pariwisata*, 5(2), 219–227. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1427>
- Singgalen, Y. A., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2021). Analisis Bisnis Cenderamata Dan Jasa Perjalanan Wisata Menggunakan Business Model Canvas (Bmc) Dan Metode Pieces. *AdBispreneur*, 6(2), 173. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i2.33663>
- Suryanto, E., Suroso, A. I., & Hasbullah, R. (2021). Rancang Bangun Model Bisnis Ekowisata Grasberg Pasca Tambang. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7(3), 743–751. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.3.743>
- Syahkhaafi, M. F. Al, Gustina, D., Ferianto, F., & Setyawati, E. (2022). Analisis Penerapan Ghp (Good Handling Practice) Dan Gmp (Good Milling Practice) Pada Usaha Penggilingan Padi Kecil Di Tambelang, Bekasi. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 391–400. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.62>
- Wijayanti, N., & Hidayat, H. H. (2020). Business Model Canvas (BMC) sebagai Strategi Penguatan Kompetensi UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. *Jurnal Agroindustri Halal*, 6(2), 114–121. <https://doi.org/10.30997/jah.v6i2.2631>