



Strategi Pengembangan Borobudur Highland melalui Model Bisnis Kanvas dan Inovasi Wisata untuk Menarik Minat Berkunjung Wisatawan

Satria Agus Setiawan Budi Bhakti ^{1*}, Amelda Pramezwarly ¹

¹ Universitas Pelita Harapan Jakarta, Indonesia

 satriaagussagala@gmail.com*

Abstract

Borobudur has become a flagship destination in Indonesia's tourism equality program and designated as a National Strategic Tourism Area (KSPN). To address overtourism, the government is developing Borobudur Highland as an alternative destination, despite facing infrastructure challenges and struggling to attract visitors or investors. This research aims to identify the challenges in managing Borobudur Highland's authoritative land and recommend strategies to increase visitor interest through the canvas business model. The qualitative research methodology focuses on the Borobudur Highland canvas business model to attract visitors, involving in-depth interviews with various stakeholders, observation, and documentation analysis to gain a deep understanding of the case. The findings indicate that overcoming challenges in managing Borobudur Highland's authoritative land requires strategies focused on improved accessibility through robust transportation infrastructure, hosting large-scale events to enhance attraction, developing village tourism to engage local communities, and enhancing amenities such as homestays and Balkondes. These strategies are expected to boost tourist interest and ensure sustainability and economic prosperity in the Borobudur Highland area.

Keywords: Borobudur Highland, Tourism Development Strategy, Inovation Tourism

ARTICLE INFO

Article history:

Received

June 03, 2024

Revised

June 26, 2024

Accepted

July 11, 2024

Published by

ISSN

Website

This is an open access article under the CC BY SA license

CV. Creative Tugu Pena

2774-7077

<https://www.attractivejournal.com/index.php/bce/>

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Borobudur adalah destinasi unggulan dalam program pemerintah untuk meningkatkan pemerataan pariwisata Indonesia dan ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) melalui Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011. Pemerintah menargetkan peningkatan jumlah wisatawan dengan proyeksi 1.404.900 wisatawan pada tahun 2021 dan 1.475.145 pada tahun 2022. Namun, hal ini dapat menyebabkan overtourism dengan jumlah kunjungan yang mencapai 3,8 juta per tahun. Oleh karena itu, pemerintah berencana menyebarkan wisatawan ke Borobudur Highland, yang terletak di perbukitan Menoreh, sebagai bagian dari upaya dekonsentrasi. Pembangunan Borobudur Highland diharapkan mendorong investasi pariwisata, memperluas kesempatan kerja, serta sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) ke-10, meskipun masih menghadapi tantangan infrastruktur dan anggaran.

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 42 Tahun 2023 yang baru saja mengatur tarif tiket masuk ke Borobudur Highland pada tanggal 26 April 2023 yaitu Rp 4000 hingga Rp

15000 per orang untuk wisatawan domestik dan bagi wisatawan mancanegara dikenakan tarif maksimal 200 persen sesuai dengan pertimbangan peraturan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, namun sampai saat ini belum diterapkan pada destinasi Borobudur Highland (Kompas, 2023). Jumlah kunjungan wisatawan domestik melalui Kabupaten Purworejo yang merupakan pintu masuk utama ke destinasi Borobudur Highland hingga tahun 2022 adalah 334.793 wisatawan, sementara tidak ada wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Purwokerto dan jumlah ini menjadi catatan penting bagi Dinas Pariwisata Magelang dan Badan Otorita Borobudur (BOB) yang tidak memenuhi target dimana ditargetkan 237,4 juta orang untuk kunjungan ke Borobudur dan kawasan wisata Borobudur Highland (BOB, 2022).

Wisatawan merupakan parameter utama dalam keberhasilan pariwisata dan kegiatan pariwisata terlaksana dengan adanya interaksi dengan objek wisata, didukung oleh sarana dan prasarana pariwisata yang memadai (Kusuma, 2020). Daeli & Saragih (2024) menjelaskan salah satu hal yang meningkatkan calon wisatawan untuk berkunjung adalah adanya ketersediaan sarana dan prasarana pada destinasi wisata, yaitu kemudahan dalam akses jalan maupun ketersediaan penginapan yang sesuai budget yang dimiliki.

Berdasarkan topografinya kondisi tanah dari Borobudur Highland memiliki kontur tanah yang berbukit (naik dan turun) dan di beberapa bagian terdapat pula kontur yang terjal. Borobudur Highland merupakan kawasan rawan bencana longsor dengan tingkat kerawanan sedang yang terdiri dari luas lahan 50 hektare yang akan bersertifikat Hak Pengelolaan Lahan. Perhutani (2021) menambahkan Borobudur Highland sangat potensial berkembang menjadi destinasi baru wisata masa depan berbasis ramah alam, petualangan, atraksi, yang dapat mengembangkan daerah sekitar menjadi sektor unggulan dalam bisnis pariwisata. Sejak diresmikan Badan Otorita Borobudur pada tahun 2018 hingga saat ini telah berhasil melakukan beberapa tugasnya, mengingat kembali bahwa tugas Badan Otorita Borobudur (BOB) memiliki dua tugas, yakni otoritatif dan koordinatif. Penugasan otoritatif, mencakup pengelolaan lahan seluas 309 hektar di perbukitan Menoreh, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah, sedangkan tugas koordinatif, wilayah yang diemban Badan Otorita Borobudur (BOB) lebih luas, yakni meliputi tiga kawasan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN), antara lain Kawasan Borobudur-Yogyakarta dan sekitarnya, Solo-Sangiran dan sekitarnya, Semarang- Karimun Jawa dan sekitarnya, agar pembangunan pariwisata di kawasan tersebut tidak timpang tindih maka perlu adanya koordinasi yang tepat dan memberikan kontribusi bagi kesejahteraan warga sekitar. Namun, fungsi otoritatif BOB, yang meliputi pengelolaan lahan Borobudur Highland, belum berjalan dengan optimal. Lahan otoritatif ini belum berkembang sebagaimana yang diharapkan. Sampai saat ini, Borobudur Highland belum menarik pengunjung maupun investor, yang mengakibatkan belum adanya pemasukan yang signifikan bagi BOB dari kawasan ini.

Bisnis pariwisata merupakan keseluruhan semua usaha yang menyediakan barang atau jasa secara langsung untuk memfasilitasi kegiatan wisata. Bisnis pariwisata berkaitan erat dengan bisnis perjalanan untuk memaksimalkan jumlah wisatawan dengan mempertimbangkan preferensi wisatawan dalam memilih destinasi wisata, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara, dengan tujuan rekreasi, sosial, bisnis bahkan kesehatan (Walton, 2023). Tauscher & Laudien (2018) menjelaskan bahwa bisnis pariwisata mencakup model bisnis yang menggambarkan bagaimana perusahaan menciptakan, memberikan nilai kepada pelanggan dan mekanisme yang digunakan untuk mendapatkan bagian dari nilai tersebut. Secara umum, model bisnis dapat dianggap sebagai alat konseptual yang mengidentifikasi komponen-komponen utama dalam bisnis (Ammirato et al., 2021). Simanjuntak & Banjarnahor (2021) menambahkan model bisnis adalah konfigurasi atau aktivitas system tentang bisnis (aktivitas) dan apa yang diinvestasikannya (sumber daya) berdasarkan logika yang mendorong keuntungan untuk bisnis tertentu dalam sebuah organisasi yang mengelola sebuah destinasi wisata.

Destinasi wisata di beberapa kawasan Indonesia masih melakukan penerapan metodologi yang konvensional dan belum menerapkan model bisnis dalam pengukuran nilai pengalaman, kepuasan, dan perilaku pasca konsumsi yang berkelanjutan (Sulastria et al, 2021). Salah satu destinasi yang belum menerapkan model bisnis adalah "Borobudur Highland" dimana Borobudur Highland merupakan salah satu destinasi wisata yang mendukung Candi Borobudur sebagai destinasi wisata superprioritas (BOB, 2021). Skema dan daya dukung untuk mencapai target kunjungan wisatawan dengan tujuan dekonstruksi kawasan wisata supaya tidak hanya terfokus di Borobudur, kondisi Borobudur Highland yang masih sulit diakses, tarif masuk yang masih dikembangkan oleh stakeholder Borobudur Highland, dan model bisnis yang masih belum ditentukan untuk pengembangan Borobudur Highland dan segala kendala yang dihadapi oleh stakeholder Borobudur Highland saat ini sehingga penulis tertarik untuk menulis Model Bisnis Kanvas untuk Menarik Minat Berkunjung Wisatawan ke Borobudur Highland untuk diteliti.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi dalam pengelolaan lahan otoritatif Borobudur Highland dan merekomendasikan strategi yang dilakukan untuk meningkatkan minat berkunjung melalui model bisnis kanvas. Dengan memahami kendala dan tantangan yang ada, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang konkret dan aplikatif untuk mengoptimalkan potensi Borobudur Highland, sekaligus mendukung fungsi otoritatif BOB dalam mengembangkan kawasan wisata yang berdaya saing tinggi.

METODE

Dalam penelitian yang menggunakan metode kualitatif ini, diperlukan adanya informan untuk memperoleh jawaban atas persoalan penelitian yang telah dirumuskan ke dalam rumusan masalah. Penelitian ini juga didukung dengan beberapa metode seperti wawancara terstruktur dan semi terstruktur. Untuk mendapatkan hasil yang dapat dipertanggungjawabkan, penelitian ini pun turut melibatkan beragam informan yang turut mewakili dari berbagai lapisan pemangku kepentingan di Borobudur Highland. Objek pada penelitian ini adalah model bisnis kanvas borobudur highland untuk menarik minat berkunjung. Lokasi penelitian berlangsung di kawasan wisata Borobudur Highland. Penelitian akan dilakukan pada bulan Maret - Agustus 2024 dengan menggabungkan beberapa metode wawancara dan observasi dengan pendekatan eksploratif.

Penelitian ini akan menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder yang didapatkan dengan metode eksploratif melalui wawancara dan observasi (Abdussamad, 2021). Data primer merupakan data utama yang akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer meliputi data wawancara secara mendalam yang dilakukan secara formal dan informal. Formal dengan melakukan wawancara mendalam dengan berbagai stakeholder sedangkan informal dilakukan secara terpisah dengan wawancara semi terstruktur. Wawancara dilakukan beberapa kali sesuai dengan kebutuhan data. Data sekunder adalah data tambahan yang akan mempertajam analisis yang berasal dari literature laporan penelitian terdahulu, media rilis, diskusi diskusi komunitas dan data dari triangulator yang akan menjadi validasi data penelitian (Snyder, 2022). Data sekunder atau penelitian pustaka, menggunakan data yang sudah dikumpulkan. Untuk meningkatkan efektivitas keseluruhan penelitian, data yang ada dikumpulkan dan diringkas. Penelitian yang sudah dipublikasikan dalam laporan penelitian dan sejenisnya dokumen dianggap sekunder riset. Dokumen-dokumen ini dapat dibuat tersedia melalui sumber daya online, perpustakaan, survei yang telah dilakukan selesai (Eze et al, 2023). Berikut merupakan deskripsi dari para informan tersebut:

1. Yusuf Indrajaya, Kepala Satuan Pengawas Internal, BPOB
2. Edi, Warga Setempat sekitar Borobudur Highland sekaligus Pegawai Borobudur Highland

3. Anton Nugroho, Ketua Desa Wisata Nglinggo / Anggota Local Champion Akamsi Kulon Progo/ Warga sekitar Borobudur Highland
4. Shoim, Koordinator Local Champion Akamsi wilayah Magelang/Warga sekitar Borobudur Highland

Teknik analisis data pada penelitian ini akan menggunakan Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain. Metode analisis data pada penelitian kualitatif berbeda dengan metode yang digunakan pada pendekatan kuantitatif. Pada pendekatan kualitatif, metode analisis data merupakan proses yang kompleks dan melibatkan penalaran induktif dan deduktif, serta deskripsi dan interpretasi sehingga tidak dapat diuji secara statistic (Snyder, 2022). Dalam proses analisis data dilakukan beberapa tahapan yaitu: Pengumpulan data, mengumpulkan data sesuai dengan hasil observasi dan wawancara di lapangan, baik data primer maupun data sekunder. Reduksi data, Dengan memilih, memilah, menggolongkan, mengarahkan dan mengorganisasikan data-data agar mempermudah peneliti. Penyajian Data, yaitu sekumpulan informasi yang telah tersusun dan memungkinkan untuk menarik kesimpulan atau pengambilan langkah selanjutnya. Hasil penyajian data bisa dalam bentuk tabel, gambar atau grafis dan Verifikasi yang akan dilakukan berdasarkan reduksi data, dan penyajian data yang mencari pola, model, persamaan, hal-hal yang sering muncul atau hubungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kendala Fungsi Otoritatif Pada Borobudur Highland

Setiap kegiatan atau program pasti mengalami hambatan atau kendala, baik secara internal maupun eksternal. Tidak terkecuali Badan Otorita Borobudur dalam melaksanakan Pengembangan Kawasan Pariwisata Borobudur, yang tentunya juga mengalami berbagai kendala dalam melaksanakan tugasnya. Adapun kendala internal yang dialami oleh Badan Otorita Borobudur adalah sebagai berikut:

a. Kendala Internal

Kendala internal yaitu kendala yang diakibatkan faktor-faktor dari dalam Badan Otorita Borobudur itu sendiri. Adapun kendala internal yang dialami Badan Otorita Borobudur antara lain :

1) Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM)

Badan Otorita Borobudur memang dihadapkan pada tantangan serius terkait kurangnya sumber daya manusia (SDM), hal ini dapat dipahami sebagai kendala internal yang signifikan. Edi, seorang warga setempat sekaligus pegawai Borobudur Highland, menyatakan bahwa situasi ini mempengaruhi kemampuan badan tersebut dalam menjalankan tugasnya dengan optimal. Menurutnya, dengan hanya 43 staf, badan ini terbatas dalam mengelola dan mengembangkan potensi pariwisata kawasan Borobudur secara menyeluruh. "Kami sangat memerlukan tambahan tenaga yang berkualitas untuk dapat mengelola pekerjaan dengan lebih baik," ujar Edi.

Edi menambahkan bahwa kebutuhan akan SDM yang handal bukan hanya sekadar penambahan jumlah, tetapi juga memastikan bahwa staf yang bergabung memiliki kemampuan dan dedikasi yang sesuai. "Dengan SDM yang memadai, kami yakin program-program pengembangan pariwisata Borobudur dapat berjalan lebih lancar dan efektif," ungkapnya optimis. Hal ini sejalan dengan visi untuk memajukan Borobudur sebagai destinasi pariwisata utama yang mampu memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi pengunjung dari dalam dan luar negeri.

Dukungan dari Edi mencerminkan harapan bahwa investasi dalam peningkatan SDM tidak hanya akan memperbaiki kinerja Badan Otorita Borobudur saat ini, tetapi juga mempersiapkan fondasi yang kokoh untuk masa depan kawasan pariwisata Borobudur. "Kami percaya dengan langkah-langkah strategis ini, Borobudur dapat tetap menjadi salah

satu mercusuar budaya dan pariwisata terdepan di Indonesia," tutup Edi dengan penuh keyakinan. Mengingat tugas dan fungsi dari Badan Otorita Borobudur yang besar, jumlah staf yang hanya 43 orang tentu masih sangat kurang. Penambahan SDM yang handal sangat diperlukan agar dapat mengelola pekerjaan dengan baik serta memajukan Badan Otorita Borobudur ke depannya. Dengan SDM yang memadai, diharapkan kinerja program dalam mengembangkan kawasan pariwisata Borobudur dapat berjalan lebih lancar dan efektif.

2) Kurang Memaksimalkan Era Digitalisasi

Saat ini, di era digitalisasi yang semakin mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri pariwisata, ada tantangan yang dihadapi oleh Badan Otorita Borobudur (BPOB) terkait adopsi teknologi. Yusuf Indrajaya, Kepala Satuan Pengawas Internal BPOB, mengamini bahwa meskipun kemajuan digital memberikan kemudahan akses informasi, masih ada kesenjangan dalam pemahaman masyarakat terhadap peran dan fungsi BPOB. "Pergeseran ke era digitalisasi menuntut kami untuk lebih aktif dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan awareness tentang Borobudur," ungkap Yusuf.

Yusuf menyoroti bahwa BPOB perlu meningkatkan strategi komunikasi digitalnya agar lebih efektif mencapai audiens yang lebih luas. "Kami harus memastikan bahwa informasi tentang peran BPOB dapat tersampaikan dengan jelas dan tepat sasaran melalui platform digital," tambahnya. Dengan demikian, langkah-langkah ini diharapkan dapat memperbaiki pemahaman masyarakat tentang peran penting BPOB dalam pengelolaan dan pengembangan kawasan pariwisata Borobudur.

Dalam upaya meningkatkan kesadaran publik, Yusuf juga menekankan pentingnya untuk terus berinovasi dalam penggunaan teknologi. "Kami berkomitmen untuk terus mengembangkan inisiatif digital yang relevan dan efektif guna mendukung visi kami dalam memajukan Borobudur sebagai destinasi unggulan," paparnya. Dengan demikian, integrasi lebih dalam dengan teknologi dapat menjadi kunci untuk mengatasi tantangan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap peran BPOB dalam konteks digitalisasi saat ini. Oleh karena itu, dengan memberikan kemudahan dalam berbagai hal, memudahkan dalam memberikan dan menerima informasi, tak terkecuali dalam dunia pariwisata yang dituntut harus mengikuti pergeseran budaya ke era digitalisasi. Namun hal ini masih kurang dimaksimalkan oleh Badan Otorita Borobudur, mengingat saat ini masyarakat telah menggunakan dan beralih ke era digitalisasi namun masih banyak yang belum mengetahui apa itu Badan Otorita Borobudur.

3) Aksesibilitas Menuju Destinasi Wisata Zona Otoritatif

Kendala aksesibilitas menuju kawasan Badan Otorita Borobudur memang menjadi isu utama yang dihadapi, terutama dalam konteks geografis yang menantang di perbukitan Menoreh. Anton Nugroho, Ketua Desa Wisata Nglinggo dan anggota Local Champion Akamsi Kulon Progo, menggarisbawahi bahwa infrastruktur jalan yang menanjak, sempit, dan berkelok menjadi penghalang signifikan bagi minat wisatawan untuk mengunjungi kawasan tersebut. "Kami sering menerima keluhan dari pengunjung terkait sulitnya akses menuju Borobudur Highland, yang seharusnya menjadi daya tarik utama," ujarnya.

Edi, yang juga merupakan warga sekitar Borobudur Highland dan pegawai di sana, mengamini bahwa perbaikan aksesibilitas menjadi kunci dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. "Kawasan ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan, tetapi tantangan infrastruktur harus diatasi terlebih dahulu," katanya. Dengan memperbaiki jalan dan mengoptimalkan transportasi menuju kawasan, diharapkan akan meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas Borobudur Highland sebagai destinasi pariwisata yang menarik.

Anton dan Edi sepakat bahwa peningkatan aksesibilitas juga akan memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal dan pengembangan kawasan sekitar. "Kami berharap pemerintah dan pihak terkait dapat lebih fokus untuk memperbaiki infrastruktur jalan ke kawasan ini, sehingga potensi wisata dan ekonomi lokal dapat tumbuh secara

berkelanjutan," tambah Anton. Dengan demikian, penanganan kendala aksesibilitas menjadi prioritas untuk memastikan Borobudur Highland dapat memberikan pengalaman pariwisata yang lebih baik dan inklusif bagi semua pengunjung.

Dengan demikian, aksesibilitas atau jalan masuk menuju kawasan Otoritatif Badan Otorita Borobudur juga merupakan salah satu kendala yang dihadapi oleh Badan Otorita Borobudur, mengingat kawasan otoritatif ini berada di tengah-tengah perbukitan Menoreh dengan jalan yang menanjak, sempit dan berkelok. Hal ini sangat menghambat minat para wisatawan untuk mengunjungi kawasan otoritatif Badan Otorita Borobudur.

4) Kurangnya Koordinasi Dengan Wilayah Kawasan Koordinatif.

Shoim, Koordinator Local Champion Akamsi wilayah Magelang dan warga sekitar Borobudur Highland, menyoroti pentingnya koordinasi yang efektif antara Badan Otorita Borobudur (BPOB) dengan instansi terkait di destinasi pariwisata. Menurut Shoim, meskipun BPOB memiliki peran strategis dalam pengembangan kawasan pariwisata Borobudur, masih terdapat kebutuhan untuk meningkatkan koordinasi dengan pihak-pihak terkait. "Kami melihat bahwa koordinasi yang lebih baik antara BPOB dan instansi lainnya sangat dibutuhkan untuk mendukung pengembangan pariwisata di kawasan Borobudur secara holistik," ujarnya.

Shoim menambahkan bahwa saat ini masih ada wilayah-wilayah yang belum sepenuhnya mengenali peran dan tugas BPOB. "Kami sering mendapati bahwa ada kurangnya pemahaman tentang keberadaan BPOB dan bagaimana mereka dapat berkontribusi dalam mengembangkan destinasi pariwisata di sekitar Borobudur," ungkap Shoim. Oleh karena itu, peningkatan komunikasi dan koordinasi yang lebih intensif diharapkan dapat memperbaiki pemahaman dan kolaborasi antara BPOB dengan pemangku kepentingan lokal.

Shoim juga menegaskan bahwa peran aktif BPOB dalam melakukan koordinasi akan membawa dampak positif bagi pengembangan kawasan pariwisata Borobudur secara keseluruhan. "Kami berharap agar BPOB dapat lebih proaktif dalam berinteraksi dengan komunitas lokal dan instansi terkait untuk mencapai visi bersama dalam mengembangkan potensi pariwisata Borobudur," paparnya dengan optimisme. Dengan demikian, upaya untuk memperkuat koordinasi antarpihak akan menjadi langkah krusial dalam memastikan Borobudur tetap menjadi destinasi unggulan yang terkelola dengan baik dan berkelanjutan.

5) Produk Yang Belum Siap Untuk Dipasarkan

Anton Nugroho, Ketua Desa Wisata Nglingso dan anggota Local Champion Akamsi Kulon Progo, mengungkapkan perasaannya terkait dengan produk unggulan Badan Otorita Borobudur, Deloano Glamping. Menurutnya, meskipun konsep glamping tersebut menarik, masih terdapat beberapa kendala yang perlu diatasi sebelum dapat dipasarkan secara luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. "Kami melihat bahwa Deloano Glamping masih menghadapi keterbatasan dalam jumlah tenda dan fasilitas, seperti lahan parkir yang terlalu sempit," ujar Anton.

Anton menambahkan bahwa saat ini hanya tersedia 11 tenda di Deloano Glamping, yang belum mampu menampung jumlah wisatawan dalam skala besar secara simultan. "Keterbatasan ini dapat menjadi hambatan dalam mengoptimalkan pengalaman pengunjung dan potensi pemasaran glamping ini," tambahnya. Oleh karena itu, perlu adanya upaya untuk meningkatkan infrastruktur pendukung seperti lahan parkir yang lebih luas dan penambahan fasilitas tenda untuk mendukung pertumbuhan dan popularitas Deloano Glamping sebagai destinasi menginap yang eksklusif.

Anton juga menggarisbawahi pentingnya persiapan yang matang sebelum melakukan pemasaran secara besar-besaran. "Kami berharap Badan Otorita Borobudur dapat segera mengatasi kendala ini agar Deloano Glamping dapat siap bersaing di pasar pariwisata nasional dan internasional," tutup Anton dengan harapan bahwa investasi dalam

pengembangan infrastruktur dan fasilitas akan membawa manfaat jangka panjang bagi pertumbuhan pariwisata di kawasan Borobudur Highland.

b. Kendala Eksternal

Kendala eksternal yaitu kendala yang diakibatkan faktor-faktor dari luar dan semua pihak atau instansi yang bersifat menghambat atau membatasi ruang lingkup dari Badan Otorita Borobudur dalam melakukan pengembangan Kawasan Pariwisata Borobudur. Adapun Kendala Eksternal yang dihadapi Badan Otorita Borobudur antara lain;

1) Cakupan Destinasi Pariwisata Yang Cukup Luas

Yusuf Indrajaya, Kepala Satuan Pengawas Internal BPOB, memberikan perspektif tambahan mengenai tantangan koordinasi yang dihadapi oleh Badan Otorita Borobudur (BPOB) dalam mengelola Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang luas dan tersebar di dua provinsi, Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Menurut Yusuf, cakupan geografis yang luas ini menjadi kendala serius karena memerlukan upaya ekstra dalam melakukan koordinasi dan sinkronisasi program dengan berbagai instansi terkait serta destinasi yang menjadi bagian dari wilayah koordinatif BPOB. "Jarak yang cukup jauh antara satu DPN ke DPN lainnya menjadi salah satu hambatan utama yang kami hadapi dalam menjalankan tugas koordinatif kami," ungkap Yusuf. Hal ini tidak hanya memperlambat proses koordinasi, tetapi juga mengkonsumsi waktu yang signifikan. Yusuf menambahkan bahwa untuk mencapai efektivitas dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi pariwisata Borobudur, diperlukan strategi yang matang dalam mengatasi kendala geografis ini.

Yusuf juga menyoroti pentingnya kolaborasi yang solid antarinstansi dalam menghadapi tantangan ini. "Kami terus berupaya untuk meningkatkan komunikasi dan kerja sama lintas instansi agar dapat mengoptimalkan potensi pariwisata di seluruh wilayah koordinatif BPOB," katanya. Dengan demikian, penanganan secara sistematis terhadap kendala jarak dan waktu ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan DPN serta mendukung pengembangan pariwisata Borobudur secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Dengan demikian, Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang merupakan Wilayah Koordinatif Badan Otorita Borobudur sangatlah luas karena mencakup dua Provinsi yakni Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, selain itu jarak yang cukup jauh antara satu DPN ke DPN lain juga menjadi kendala bagi Badan Otorita Borobudur, hal ini sangat menyulitkan dan memperlambat saat Badan Otorita Borobudur melakukan koordinasi dan sinkronisasi program dengan instansi terkait dan juga dengan destinasi yang menjadi wilayah koordinatif Badan Otorita Borobudur karena memerlukan jarak tempuh yang cukup jauh dan memakan waktu yang lama.

2) Kebijakan Pemerintah

Yusuf Indrajaya, Kepala Satuan Pengawas Internal BPOB, menekankan kendala yang dihadapi Badan Otorita Borobudur (BPOB) terkait kebijakan pemerintah pusat yang membatasi kemampuan BPOB untuk menghasilkan pendapatan dari penjualan paket atau produk wisata yang dimiliki. Menurut Yusuf, kebijakan ini membatasi fleksibilitas BPOB dalam mengelola dan mengembangkan potensi pariwisata Borobudur dengan mandiri. "Saat ini, kami tidak diizinkan untuk mendapatkan penghasilan langsung dari penjualan produk wisata tanpa menjadi Badan Layanan Umum (BLU), yang prosesnya cukup rumit dan memakan waktu," ungkap Yusuf.

Yusuf menjelaskan bahwa sebagai akibat dari kebijakan ini, BPOB harus bergantung pada alokasi anggaran yang diberikan oleh pemerintah pusat, yang seringkali tidak sejalan dengan kebutuhan operasional yang mendesak. "Kami harus menyesuaikan diri dengan anggaran yang tersedia, yang kadang-kadang tidak cukup untuk mendukung pengembangan yang kami rencanakan," tambahnya. Hal ini membuat BPOB terbatas dalam merespons dinamika pasar pariwisata secara cepat dan efektif.

Yusuf juga menyoroti urgensi untuk mempercepat proses menjadi BLU agar BPOB dapat lebih mandiri dalam mengelola dan menghasilkan pendapatan dari produk wisata yang dimiliki. "Kami berharap agar proses ini dapat diselesaikan dengan cepat, sehingga kami dapat lebih fleksibel dalam mengelola produk wisata kami untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan kontribusi ekonomi lokal," tutup Yusuf dengan harapan bahwa perbaikan regulasi ini akan mendukung pengembangan pariwisata Borobudur ke arah yang lebih berkelanjutan dan mandiri.

Sehingga, kebijakan Pemerintah Pusat juga menjadi kendala yang dihadapi oleh Badan Otorita Borobudur salah satunya adalah belum diperbolehkannya Badan Otorita Borobudur untuk mendapatkan penghasilan dari penjualan paket atau produk wisata yang dimiliki. Agar bisa mendapatkan hasil dari penjualan paket atau produk wisata yang dimiliki, Badan Otorita Borobudur harus terlebih dahulu menjadi Badan Layanan Umum (BLU) dengan proses yang cukup panjang, tentunya ini juga menghambat Badan Otorita Borobudur dalam melakukan pengelolaan terhadap produk yang dimiliki karena harus menunggu anggaran yang diberikan oleh pemerintah pusat.

3) Status Lahan

Shoim, Koordinator Local Champion Akamsi wilayah Magelang dan warga sekitar Borobudur Highland, mengungkapkan kekhawatirannya terkait kendala yang dihadapi Badan Otorita Borobudur (BPOB) terkait dengan status lahan negara di kawasan otoritatif mereka. Menurut Shoim, belum adanya izin Hak Penggunaan Lahan (HPL) merupakan hal yang sangat menghambat BPOB dalam mengembangkan kawasan pariwisata Borobudur lebih lanjut. "Kami melihat bahwa tanpa HPL, BPOB terbatas dalam melakukan pengembangan dan pembangunan infrastruktur yang diperlukan untuk meningkatkan daya tarik pariwisata," ujar Shoim.

Shoim menambahkan bahwa status tanah yang belum jelas dapat memperlambat proses pengembangan produk wisata dan destinasi baru di kawasan otoritatif BPOB. "Kendala ini tidak hanya membatasi ruang gerak BPOB, tetapi juga mempersulit dalam merencanakan dan mengimplementasikan proyek-proyek yang strategis," tambahnya. Oleh karena itu, Shoim berpendapat bahwa penyelesaian masalah terkait HPL perlu menjadi prioritas agar BPOB dapat beroperasi dengan lebih efektif dan efisien dalam mengelola potensi pariwisata Borobudur.

Dalam upayanya sebagai koordinator lokal, Shoim juga menyoroti pentingnya dukungan dari pihak terkait untuk mempercepat proses perizinan ini. "Kami berharap agar pemerintah dan lembaga terkait dapat memberikan perhatian yang lebih untuk memfasilitasi perolehan HPL bagi BPOB, sehingga pengembangan pariwisata di Borobudur dapat berjalan lebih lancar," tutup Shoim dengan harapan bahwa dengan penyelesaian kendala ini, Borobudur dapat terus berkembang sebagai destinasi pariwisata unggulan yang terkelola dengan baik dan berkelanjutan.

Strategi Model Bisnis Kanvas Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Borobudur Highland

Berdasarkan kendala yang telah diuraikan, Untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan ke Borobudur Highland, berikut adalah Strategi Model Bisnis Kanvas yang dapat diterapkan disajikan pada tabel 1. Sebagai berikut.

Tabel 1. Model Bisnis Kanvas

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah daerah dan pusat. • Agen perjalanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan dan pemeliharaan destinasi wisata. • Penyelenggara 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman budaya dan sejarah yang autentik di salah satu 	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan pelanggan yang responsif dan ramah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan domestik dan internasional.

<p>dan tour operator.</p> <ul style="list-style-type: none"> Platform digital dan media sosial. Komunitas lokal dan desa wisata. Sponsor dan perusahaan swasta. 	<p>n acara dan festival.</p> <ul style="list-style-type: none"> Kampanye pemasaran dan promosi. Pengembangan dan dukungan desa wisata. Pelatihan dan pengembangan kapasitas masyarakat lokal. 	<p>situs Warisan Dunia UNESCO.</p> <ul style="list-style-type: none"> Aksesibilitas yang baik dengan infrastruktur pendukung seperti bandara, stasiun kereta api, dan jalan tol. Acara skala besar seperti pameran seni, perlombaan, dan konser. 	<ul style="list-style-type: none"> Program loyalitas untuk wisatawan tetap. Konten digital yang menarik dan informatif. Interaksi langsung melalui media sosial. Pengalaman wisata yang dipersonalisasi. 	<ul style="list-style-type: none"> Pecinta sejarah dan budaya. Keluarga dan rombongan wisata. Penggemar aktivitas outdoor dan petualangan. Wisatawan religi.
	<p>Key Resources</p> <p>Sumber daya manusia yang terlatih dan kompeten. Infrastruktur pariwisata yang memadai. Hubungan baik dengan komunitas lokal. Dukungan teknologi dan platform digital. Pendanaan dan investasi dari sektor publik dan swasta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pengembangan desa wisata dengan pengalaman lokal yang unik. Amenitas berupa homestay dan Balkondes yang nyaman dan terjangkau. 	<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> Platform digital dan website resmi pariwisata. Agen perjalanan dan tour operator. Media sosial dan kampanye pemasaran digital. Partisipasi dalam pameran pariwisata dan expo internasional. Informasi dan layanan di bandara, stasiun kereta api, dan pusat informasi wisata. 	
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> Biaya operasional dan pemeliharaan destinasi wisata. Biaya penyelenggaraan acara dan festival. 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> Tiket masuk objek wisata dan acara. Penjualan paket wisata dan tur. Penjualan souvenir dan produk lokal. Kerjasama dengan agen perjalanan dan platform 		

<ul style="list-style-type: none"> • Biaya pemasaran dan promosi. • Investasi infrastruktur dan teknologi. • Biaya pelatihan dan pengembangan masyarakat. 	<ul style="list-style-type: none"> online. • Sponsorship dan kemitraan dengan perusahaan besar.
--	---

Bisnis model kanvas adalah suatu kerangka bisnis yang diperlukan oleh seorang pelaku bisnis sebelum memulai usahanya, agar visi dan misi yang diinginkan bisa dicapai di masa depan (Herawati et al., 2019). Terdapat 9 utama dalam memetakan bisnis model canvas yaitu customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key activities, key resources, key partners dan cost structure.

1. Segmen Pelanggan (Customer Segments): Borobudur Highland dapat menarik wisatawan domestik dan internasional yang tertarik pada sejarah dan budaya. Pecinta sejarah dan budaya akan menikmati situs ini sebagai salah satu Warisan Dunia UNESCO. Selain itu, keluarga dan rombongan wisata bisa menikmati berbagai aktivitas dan fasilitas yang ada. Bagi penggemar aktivitas outdoor dan petualangan, Borobudur Highland menawarkan pengalaman yang tak terlupakan. Wisatawan religi juga dapat menikmati sisi spiritual dari situs ini.
2. Proposisi Nilai (Value Propositions): Borobudur Highland menawarkan pengalaman budaya dan sejarah yang autentik di salah satu situs Warisan Dunia UNESCO. Aksesibilitasnya didukung oleh infrastruktur yang baik seperti bandara, stasiun kereta api, dan jalan tol. Berbagai acara besar seperti eksibisi seni, perlombaan, dan konser dapat meningkatkan daya tarik wisata. Pengembangan desa wisata memberikan pengalaman lokal yang unik. Amenitas berupa homestay dan Balkondes yang nyaman dan terjangkau juga menambah kenyamanan pengunjung.
3. Saluran (Channels): Promosi Borobudur Highland dilakukan melalui platform digital dan website resmi pariwisata. Agen perjalanan dan tour operator juga menjadi saluran penting dalam menarik wisatawan. Media sosial dan kampanye pemasaran digital memperluas jangkauan promosi. Partisipasi dalam pameran pariwisata dan expo internasional memperkenalkan destinasi ini kepada pasar global. Informasi dan layanan di bandara, stasiun kereta api, dan pusat informasi wisata memudahkan wisatawan mendapatkan informasi.
4. Hubungan dengan Pelanggan (Customer Relationships): Borobudur Highland mengedepankan layanan pelanggan yang responsif dan ramah. Program loyalitas untuk wisatawan tetap dapat meningkatkan retensi pengunjung. Konten digital yang menarik dan informatif menjaga engagement wisatawan. Interaksi langsung melalui media sosial memperkuat hubungan dengan pelanggan. Pengalaman wisata yang dipersonalisasi menambah kepuasan wisatawan.
5. Arus Penerimaan (Revenue Streams): Pendapatan utama Borobudur Highland berasal dari tiket masuk objek wisata dan acara. Penjualan paket wisata dan tur juga menjadi sumber pendapatan yang signifikan. Penjualan souvenir dan produk lokal menambah arus penerimaan. Kerjasama dengan agen perjalanan dan platform online membuka peluang pendapatan lebih besar. Sponsorship dan kemitraan dengan perusahaan besar menambah sumber dana tambahan.
6. Sumber Daya Utama (Key Resources): Borobudur Highland didukung oleh sumber daya manusia yang terlatih dan kompeten. Infrastruktur pariwisata yang memadai memastikan kenyamanan dan keselamatan pengunjung. Hubungan baik dengan komunitas lokal mendukung pengembangan destinasi. Dukungan teknologi dan platform digital memperkuat promosi dan operasional. Pendanaan dan investasi dari sektor publik dan swasta menambah daya tahan finansial.
7. Aktivitas Kunci (Key Activities): Aktivitas utama mencakup pengembangan dan pemeliharaan destinasi wisata untuk menjaga daya tarik dan kelestarian.

Penyelenggaraan acara dan festival menarik lebih banyak pengunjung. Kampanye pemasaran dan promosi terus dilakukan untuk meningkatkan kesadaran publik. Pengembangan dan dukungan desa wisata membantu meningkatkan kualitas pengalaman wisata. Pelatihan dan pengembangan kapasitas masyarakat lokal memastikan keberlanjutan destinasi.

8. Kemitraan Utama (Key Partnerships): Borobudur Highland bekerja sama dengan pemerintah daerah dan pusat untuk pengembangan dan promosi. Agen perjalanan dan tour operator menjadi mitra penting dalam menarik wisatawan. Platform digital dan media sosial digunakan untuk kampanye pemasaran. Komunitas lokal dan desa wisata terlibat dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi. Sponsor dan perusahaan swasta menyediakan dukungan finansial dan promosi tambahan.
9. Struktur Biaya (Cost Structure): Biaya operasional dan pemeliharaan destinasi wisata mencakup perawatan dan pengembangan fasilitas. Biaya penyelenggaraan acara dan festival termasuk logistik dan pemasaran. Biaya pemasaran dan promosi mencakup kampanye digital dan tradisional. Investasi infrastruktur dan teknologi penting untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan. Biaya pelatihan dan pengembangan masyarakat lokal memastikan kualitas pelayanan dan pengalaman wisatawan.

Berdasarkan model bisnis kanvas yang telah disebutkan, adapun strategi pengembangan Borobudur Highland melalui model bisnis kanvas dan inovasi wisata bertujuan untuk meningkatkan minat wisatawan dengan fokus pada aksesibilitas, penyelenggaraan event besar, pengembangan desa wisata, dan peningkatan amenities. Aksesibilitas merupakan faktor kunci dengan adanya empat bandara yang terdekat adalah YIA dan JOG, serta stasiun kereta api Yogyakarta yang menghubungkan berbagai kota besar. Jalan tol yang sedang dalam pembangunan seperti Jogja – Bawen, Jogja – Solo, dan Semarang – Demak juga memperkuat akses menuju Borobudur Highland. Selain itu, terdapat empat pintu gerbang yang memudahkan akses langsung ke kawasan Candi Borobudur, memastikan perjalanan yang nyaman bagi wisatawan.

Penyelenggaraan event skala besar seperti pameran kesenian, perlombaan, konser, dan pertunjukan seni menjadi daya tarik tambahan yang dapat menarik lebih banyak pengunjung. Event-event ini tidak hanya menawarkan hiburan tetapi juga pengalaman budaya yang unik dan mendalam. Pengembangan desa wisata sekitar kawasan otorita melibatkan pendampingan operasional dan pemasaran, peningkatan jaringan internet, dan sertifikasi desa berkelanjutan. Ini mendorong partisipasi masyarakat lokal dalam sektor pariwisata dan memastikan bahwa manfaat ekonomi tersebar merata. Pengembangan desa wisata pemenang Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) juga menjadi prioritas, dengan penghargaan yang diberikan kepada desa-desa seperti Pandanrejo dan Widosari yang telah menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan. Fasilitas on boarding desa wisata ke platform digital dan pengembangan website desa wisata membantu meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas bagi wisatawan. Inovasi ini mendukung transformasi sosial, budaya, dan ekonomi desa-desa tersebut, menciptakan destinasi yang menarik dan berkelanjutan.

Peningkatan amenities melalui renovasi sarana hunian pariwisata seperti homestay dan Balkondes di sekitar Candi Borobudur juga penting. Pelatihan digital literacy dan kolaborasi dengan platform seperti Grab untuk produk ekraf memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kualitas layanan. Pelaksanaan strategi ini sejalan dengan arah kebijakan Kemenparekraf untuk mengembangkan destinasi pariwisata dan produk ekonomi kreatif bernilai tambah dan berdaya saing. Zona otorita BOB yang dikembangkan dengan konsep pariwisata berkelanjutan mendorong High Quality Tourism dan pertumbuhan ekonomi Jawa Tengah, dengan dampak positif pada serapan tenaga kerja, pertumbuhan investasi, penyerapan produk UMKM, dan kenaikan PAD serta PDRB.

KESIMPULAN

Penelitian mengenai pengelolaan lahan otoritatif Borobudur Highland mengidentifikasi beberapa kendala utama yang menghambat peningkatan kunjungan wisatawan. Kendala tersebut mencakup masalah aksesibilitas, kurangnya acara besar yang menarik, serta keterbatasan pengembangan desa wisata dan amenitas. Melalui analisis menggunakan model bisnis kanvas, ditemukan bahwa peningkatan aksesibilitas, penyelenggaraan event skala besar, pengembangan desa wisata, dan peningkatan amenitas merupakan strategi utama yang dapat diterapkan untuk mengatasi kendala tersebut dan meningkatkan minat wisatawan.

Secara praktis, implementasi strategi tersebut memerlukan fokus pada pembangunan infrastruktur transportasi yang memadai, seperti penyelesaian jalan tol dan peningkatan konektivitas bandara serta stasiun kereta api. Penyelenggaraan event skala besar seperti konser, pameran seni, dan festival budaya juga harus diperhatikan untuk meningkatkan daya tarik Borobudur Highland. Selain itu, pengembangan desa wisata melalui program pendampingan, peningkatan jaringan internet, dan sertifikasi desa berkelanjutan dapat memperkaya pengalaman wisatawan dan meningkatkan partisipasi serta kesejahteraan masyarakat lokal. Dari sisi manajerial, penting untuk menjalin kemitraan dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah, agen perjalanan, platform digital, dan komunitas lokal. Kerjasama ini dapat memastikan keberlanjutan dan kesuksesan strategi pengembangan. Pelatihan digital literacy bagi pelaku usaha lokal dan kolaborasi dengan platform pemasaran online juga dapat meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan. Penerapan strategi ini sejalan dengan kebijakan Kemenparekraf untuk mengembangkan destinasi pariwisata bernilai tambah, mendukung High Quality Tourism, dan mendorong pertumbuhan ekonomi di Jawa Tengah melalui peningkatan serapan tenaga kerja, investasi, dan produk UMKM.

REFERENSI

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). Metode penelitian kualitatif. CV. Syakir Media Press.
- Ammirato, S., Felicetti, A. M., Ferrara, M., Raso, C., & Violi, A. (2021). Collaborative organization models for sustainable development in the agri-food sector. *Sustainability*, 13(4), 2301.
- Badan Otorita Borobudur (2019). Kawasan Borobudur Telah Mendapatkan Tarif Layanan dari Menteri Keuangan. <https://bob.kemenparekraf.go.id/301039-kawasan-borobudur-telah-mendapatkan-tarif-layanan-dari-menteri-keuangan/>.
- Badan Otorita Borobudur (2022). Borobudur Highland. <https://bob.kemenparekraf.go.id/zona-otorita/>
- Banjarnahor, A. R., Simanjuntak, M., Revida, E., Purba, S., Purba, B., Simarmata, J., & Handiman, U. T. (2021). Strategi bisnis pariwisata. Yayasan Kita Menulis.
- Cabral, L. M. (2023). Big Tech Acquisitions. Centre for Economic Policy Research.
- Cheer, J. M., Mostafanezhad, M., & Lew, A. A. (2022). Cultural ecosystem services and placemaking in peripheral areas: a tourism geographies agenda. *Tourism Geographies*, 24(4-5), 495-500.
- Daeli, F. M., & Saragih, A. M. (2024). Analisis Sarana Prasarana dan Fasilitas Pendukung untuk Memasarkan Destinasi Wisata di Kabupaten Nias Barat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 884-893.
- Eze, P., Ilechukwu, S., & Lawani, L. O. (2023). Impact of community-based health insurance in low-and middle-income countries: a systematic review and meta-analysis. *PLoS One*, 18(6), e0287600.
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan bisnis model kanvas dalam penentuan rencana manajemen usaha kedelai edamame goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42-51

- Juanita, I. (2020). Rencana Strategis Bisnis Badan Otorita Borobudur. Rencana strategis Kemenparekraf / Baparekraf tahun 2020-2024.
- Kompas. (2023). Bukan Tiket Masuk Candi Borobudur, Tarif yang Ditetapkan Sri Mulyani untuk Borobudur Highland. Diakses di <https://travel.kompas.com/read/2023/05/04/212304427/bukan-tiket-masuk-candi-borobudur-tarif-yang-ditetapkan-sri-mulyani-untuk>
- Kusuma, G. W. A. (2020). Daya Tarik Wisata Jumprit di Kabupaten Temanggung Berdampak Terhadap Minat Kunjungan. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 16(3), 202-213.
- Noorozi Hoseesin. (2020) Defenition of Tourism and Sustainable Tourism. OI: 10.13140/RG.2.2.33562.47042. University of Milano-Bicocca).
- Perhutani. (2021). Proyek Borobudur Highland Serap 1.800 Tenaga Kerja. Di akses di <https://www.perhutani.co.id/proyek-borobudur-highland-serap-1-800-tenaga-kerja/>
- Pradana, G. Y. K.. (2019). *Sosiologi Pariwisata*. STPBI Press, 1 (1), pp.1-88.
- Simanjuntak, M., & Banjarnahor, A. R. (2021). Re-investigating the roles of green service-scape to improve tourism performance marketing service dominant logic perspective: a literature review. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(4), 214-232.
- Snyder, M., Alburez-Gutierrez, D., Williams, I., & Zagheni, E. (2022). Estimates from 31 countries show the significant impact of COVID-19 excess mortality on the incidence of family bereavement. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 119(26), e2202686119.
- Sulastri, E., Zubair, M. S., Lesmana, R., Mohammed, A. F. A., & Wathoni, N. (2021). Development and characterization of ulvan polysaccharides-based hydrogel films for potential wound dressing applications. *Drug design, development and therapy*, 4213-4226.
- Täuscher, K., & Laudien, S. M. (2018). Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces. *European management journal*, 36(3), 319-329.
- Walton, J. K. (2023). Tourism. Retrieved from Encyclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/topic/tourism>
- Whalen, E., & Bowen, J. (2023). Novel trends challenging tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 15(6), 608-616. <https://doi.org/10.1108/WHATT-09-2023-0109>
- Yedelfin, V. (2022). Perancangan Hotel Resort di Kawasan Borobudur, Magelang dengan Pendekatan Ekowisata (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).

Copyright Holder :

© Satria Agus Setiawan Budi Bhakti, Amelda Pramezwary (2024).

First Publication Right :

© Bulletin of Community Engagement

This article is under:

CC BY SA