

CASE STUDY KOPERASI HOMESTAY LONEK JEMPOL BERHAD DENGAN MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS

CASE STUDY OF LONEK JEMPOL BERHAD HOMESTAY COOPERATIVE USING A BUSINESS MODEL CANVAS

¹⁾ Estu Widarwati ²⁾ Zurita bt Mohd Saleh ³⁾ Anadyas Putri Mulya Wijaya ⁴⁾ Ayu Sugimah ⁵⁾ Azhara Feriana Gymnastiar ⁶⁾ Dahlia Novita Putri ⁷⁾ Devi Delviyani

Prodi Akuntansi Dan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja
Jl. Otto Iskandardinata No. 76 Subang 41211

*Email korespondensi: estu.widarwati@stiesa.ac.id

ABSTRAK

Histori Artikel:

Diajukan:
02/06/2025

Diterima:
03/06/2025

Diterbitkan:
xx/06/2025

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja keuangan dan mengembangkan strategi bisnis Koperasi Homestay Lonek Jempol Berhad di Kampung Lonek, Batu Kikir, Bahau, Negeri Sembilan Malaysia dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC). BMC digunakan sebagai kerangka kerja untuk mengevaluasi elemen-elemen model bisnis koperasi, termasuk segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya. Hasil analisis menunjukkan peningkatan signifikan dalam pendapatan koperasi dari RM 447.487,60 pada 2021 menjadi RM 1.508.475,48 pada 2022, didukung oleh peningkatan kontribusi sektor pelancongan. Selain itu, efisiensi operasional dan strategi koperasi yang berfokus pada nilai, seperti pengalaman budaya autentik, ekowisata, dan interaksi langsung dengan masyarakat lokal, mampu menarik segmen pelanggan yang relevan dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan BMC memberikan kerangka kerja yang efektif untuk merancang strategi bisnis koperasi berbasis komunitas, mendukung keberlanjutan, dan memberikan kontribusi signifikan pada perekonomian lokal.

Kata kunci: Business Model Canvas, Koperasi Homestay Lonek,

PENDAHULUAN

Koperasi memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, terutama di daerah pedesaan, dengan menjadi wadah bagi anggotanya untuk meningkatkan kesejahteraan melalui kerja sama ekonomi dan untuk mencapai tujuan ekonomi bersama (Robinson, 2017). Koperasi berfungsi sebagai instrumen untuk meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat sekitar, begitupun dengan Koperasi Homestay Lonek merupakan salah satu contoh koperasi yang berperan dalam

pengembangan ekonomi lokal, khususnya melalui sektor pariwisata berbasis komunitas seperti pengelolaan homestay dan promosi budaya lokal. **Koperasi Homestay Lonek** adalah sebuah lembaga ekonomi berbasis komunitas yang bertujuan untuk mengelola dan mengembangkan layanan akomodasi *homestay* di Kampung Lonek, koperasi ini biasanya melibatkan masyarakat lokal sebagai anggotanya yang berpartisipasi dalam menyediakan tempat tinggal bagi wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut (Purnomo & Santoso, 2021). Melalui sistem koperasi, para anggota dapat berbagi keuntungan dan manfaat secara adil, serta meningkatkan

kualitas hidup mereka dengan memanfaatkan potensi lokal, seperti budaya, tradisi, dan keindahan alam.

Namun seiring dengan perkembangan zaman, Koperasi *Homestay Lonek* menghadapi tantangan yang semakin kompleks baik dari segi internal maupun eksternal. Saat ini, perubahan lingkungan bisnis yang dipicu oleh perkembangan teknologi, globalisasi, dan perubahan perilaku konsumen menuntut koperasi untuk lebih adaptif dan inovatif. Koperasi *Homestay Lonek* perlu memiliki strategi bisnis yang mampu merespons perubahan ini agar tetap relevan dan berkelanjutan. Di era globalisasi dan digitalisasi saat ini, sektor pariwisata mengalami perubahan yang sangat cepat, didorong oleh perkembangan teknologi informasi, perubahan preferensi konsumen, serta meningkatnya persaingan (UNWTO, 2019). Wisatawan modern kini mencari pengalaman wisata yang lebih autentik, namun tetap menuntut layanan yang berkualitas, mudah diakses, dan terintegrasi dengan platform digital. **Koperasi Homestay Lonek**, yang mayoritas anggotanya masih menggunakan metode tradisional dalam menjalankan bisnis homestay dan layanan pariwisata, menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang semakin dinamis.

Kondisi Koperasi *Homestay Lonek*, sering kali dihadapkan pada beberapa fenomena yang menjadi tantangan dalam pengembangan bisnis meliputi: Pertumbuhan sektor pariwisata mendorong munculnya berbagai akomodasi alternatif, seperti hotel, villa, dan penginapan modern yang dikelola secara profesional. Koperasi yang bergerak di bidang *homestay*, jika tidak mampu memberikan nilai tambah dan proposisi unik, akan sulit bersaing dengan kompetitor yang lebih besar dan terhubung dengan platform digital. Saat ini, teknologi memainkan peran penting dalam meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan transaksi bagi pelanggan. Koperasi yang belum memanfaatkan teknologi digital, seperti pemasaran online atau sistem pemesanan elektronik, akan tertinggal dari tren global yang mengutamakan kemudahan bagi

pelanggan. Wisatawan masa kini tidak hanya mencari tempat menginap, tetapi juga mencari pengalaman wisata yang lengkap dan autentik. Mereka ingin merasakan kehidupan lokal, berinteraksi dengan budaya setempat, dan mendapatkan pengalaman yang berbeda.

Penerapan *Business Model Canvas* di Koperasi *Homestay Lonek* sangat relevan karena koperasi ini perlu merespons berbagai tantangan, seperti: persaingan di sektor wisata dengan entitas lain yang lebih modern dan terhubung secara digital, perubahan preferensi wisatawan yang kini lebih memilih pengalaman wisata yang otentik namun diiringi dengan layanan profesional, keterbatasan sumber daya dan pengelolaan yang sering kali menjadi hambatan bagi koperasi untuk berkembang lebih jauh, kurangnya inovasi dalam model bisnis dan pengelolaan *homestay* yang berpotensi mengurangi daya tarik bagi wisatawan dan pendapatan bagi anggota koperasi.

Dalam konteks ini, ***Business Model Canvas (BMC)*** hadir sebagai alat strategis yang dapat membantu koperasi memetakan, memahami, dan mengembangkan model bisnis mereka secara lebih efektif. *Business Model Canvas* adalah kerangka kerja yang terdiri dari sembilan elemen utama yang membentuk fondasi bisnis: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, mitra kunci, dan struktur biaya (Osterwalder & Pigneur, 2010). Dengan menganalisis elemen-elemen ini, koperasi dapat mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam bisnis mereka. BMC juga membantu koperasi menemukan inovasi dan strategi baru yang dapat meningkatkan kinerja dan daya saing mereka. *Business Model Canvas* memberikan kemudahan bagi koperasi untuk menganalisis elemen-elemen utama yang membentuk bisnisnya. Dengan pemetaan yang jelas ini, koperasi dapat mengidentifikasi area-area strategis yang perlu diperbaiki atau dikembangkan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menghasilkan nilai yang lebih besar bagi anggota dan komunitas sekitar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih terstruktur dan relevan bagi Koperasi Kampung Lonek dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Melalui penelitian ini, diharapkan koperasi dapat menemukan peluang-peluang baru dan merancang strategi yang mampu meningkatkan daya saing serta keberlanjutan bisnis di masa depan. **Business Model Canvas** akan digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi kondisi model bisnis koperasi saat ini dan sebagai panduan untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif, inovatif, dan berkelanjutan (Fransceschini et al., 2020). Penerapan kerangka kerja ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi Koperasi *Homestay* Lonek mengenai cara meningkatkan kualitas layanan *homestay*, memperluas pasar, memperkuat daya saing, dan pada akhirnya, meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi.

Hal yang penting dari penelitian ini terletak pada kebutuhan koperasi untuk bersaing dengan entitas bisnis lain yang lebih modern dan memiliki akses ke teknologi serta sumber daya yang lebih besar. Dengan menerapkan *Business Model Canvas*, Koperasi *Homestay* Lonek diharapkan dapat memperkuat posisinya sebagai lembaga ekonomi lokal yang tangguh dan adaptif terhadap perubahan pasar dan tantangan eksternal. Penelitian ini juga akan memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan koperasi secara keseluruhan, yang dapat dijadikan model untuk koperasi-koperasi lainnya. Penelitian ini menjadi penting karena Koperasi *Homestay* Lonek berperan sebagai pilar ekonomi lokal yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan pariwisata berbasis komunitas. Namun, tanpa strategi bisnis yang kuat dan adaptif, koperasi ini akan menghadapi kesulitan dalam bersaing dan berkelanjutan. *Business Model Canvas* akan digunakan sebagai alat untuk membantu koperasi merumuskan strategi yang lebih tepat sasaran, efisien, dan berkelanjutan, dengan fokus pada optimalisasi sumber daya lokal dan penerapan teknologi.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat posisi Koperasi Kampung Lonek di sektor pariwisata, serta memberikan model bagi koperasi lain yang ingin mengembangkan bisnis mereka di era digital ini. Selain itu, penelitian ini juga akan mendukung upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat desa melalui pengembangan bisnis yang berkelanjutan dan inklusif.

METODE

Metode yang digunakan dalam studi kasus pada **Koperasi Homestay Lonek Jempol Berhad** adalah pendekatan **Business Model Canvas (BMC)**. Pendekatan ini dipakai untuk menganalisis dan mengembangkan strategi bisnis koperasi secara lebih efektif dan berkelanjutan. BMC mencakup sembilan elemen utama yang menjadi fondasi model bisnis:

Segmen Pelanggan (Customer Segments): Mengidentifikasi target pelanggan koperasi, seperti wisatawan budaya, pendidikan, lokal, turis asing, dan penikmat seni.

Proposisi Nilai (Value Propositions): Menentukan nilai unik yang ditawarkan, seperti pengalaman budaya autentik, ekowisata, dan pendidikan budaya.

Saluran (Channels): Menggambarkan cara koperasi menjangkau dan melibatkan pelanggan, termasuk melalui media sosial, agen wisata, dan pameran budaya.

Hubungan Pelanggan (Customer Relationships): Membangun dan memelihara hubungan, seperti melalui program loyalitas dan interaksi langsung.

Sumber Pendapatan (Revenue Streams): Menentukan cara koperasi menghasilkan pendapatan, seperti dari penginapan, paket wisata budaya, dan penjualan kerajinan lokal.

Sumber Daya Utama (Key Resources): Mengelola sumber daya penting seperti

penduduk lokal, warisan budaya, dan infrastruktur desa.

Kegiatan Utama (Key Activities): Aktivitas penting mencakup pengelolaan homestay, pelestarian budaya, dan promosi wisata.

Mitra Utama (Key Partnerships): Berkolaborasi dengan pemerintah daerah, agen wisata, lembaga pendidikan, dan pengrajin lokal.

Struktur Biaya (Cost Structures): Mengelola biaya operasional, pemasaran, dan pemeliharaan secara efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kinerja keuangan Koperasi Homestay Lonek pada 2022 menunjukkan perbaikan yang positif, didukung oleh peningkatan pendapatan dari RM 447.487,60 pada 2021 menjadi RM 1.508.475,48 pada 2022, efisiensi biaya dengan beban operasional meningkat dari RM 394.079,10 pada 2021 menjadi RM 1.337.059,15 pada 2022, dan strategi operasional yang lebih baik dengan Koperasi berhasil membalikkan kerugian menjadi keuntungan. Dari kerugian RM 20.729,60 pada 2021 menjadi keuntungan RM 57.499,63 pada 2022. Hasil ini mencerminkan kemampuan koperasi untuk menyesuaikan diri dengan kondisi ekonomi dan peluang yang ada, serta memberikan manfaat yang lebih besar bagi anggotanya.

Pada segmen pelanggan (*customer segments*), koperasi berhasil meningkatkan daya tariknya pada wisatawan budaya, wisatawan Pendidikan, keluarga dan wisatawan lokal, turis asing. Peningkatan pendapatan pada sector pelancongan dari RM 52.568 pada 2021 menjadi RM 282.688 yang mencerminkan bahwa koperasi berhasil memenuhi kebutuhan segmen pelanggan.

Proposisi nilai (*value propositions*), koperasi menawarkan pengalaman budaya, akses tradisi, dan dukungan terhadap ekonomi lokal. Proposisi nilai yang berfokus pada pelestarian budaya dan interaksi langsung dengan masyarakat lokal menarik pelanggan.

Pada saluran (*channels*), penggunaan media sosial, Kerjasama dengan agen wisata dan institusi pendidikan serta acara budaya menjadi saluran utama untuk menjangkau pelanggan.

Hubungan pelanggan (*customer relationships*), interaksi langsung melalui pendampingan wisata, interaksi langsung dengan penduduk. Umpan balik pelanggan juga digunakan untuk memperbaiki layanan.

Pada arus pendapatan (*revenue streams*), pendapatan utama berasal dari paket wisata budaya, homestay dan penginapan, penjualan produk kerajinan lokal. Kenaikan signifikan pada sektor pelancongan menunjukkan diversifikasi pendapatan yang berhasil.

Pada sumber daya utama (*key resources*), Sumber daya koperasi meliputi penduduk lokal, warisan budaya, infrastruktur desa dan sumber daya alam yang mendukung ekowisata dan pertanian lokal. Sumber daya yang dikelola dengan baik menjadi kunci keberlanjutan bisnis sekaligus mendukung proposisi nilai koperasi.

Pada aktivitas utama (*key activities*), Pelestarian budaya, promosi wisata, dan pengembangan produk lokal menjadi prioritas aktivitas. Hal ini tercermin dalam kenaikan pendapatan dan kunjungan wisatawan.

Pada mitra utama (*key partnerships*), Koperasi bermitra dengan pemerintah daerah, agen wisata, dan lembaga pendidikan untuk memaksimalkan sumber daya. Kemitraan strategis memberikan koperasi akses ke sumber daya tambahan, meningkatkan visibilitas, dan memperluas jangkauan pasar.

Pada struktur biaya (*cost structures*), terkait dengan pengelolaan dan pemeliharaan infrastruktur, pengadaan acara budaya, promosi dan pemasaran, serta pelatihan masyarakat.

Business Model Canvas (BMC) *homestay* Kampung Lonek menekankan pada pengalaman budaya yang didukung oleh pelestarian adat dan interaksi langsung dengan masyarakat setempat. Sasaran pelanggan meliputi wisatawan budaya, pendidikan, lokal, dan turis asing. Nilai unik yang ditawarkan melalui kerjasama dengan penduduk lokal, agen wisata, dan institusi pendidikan. Pendapatan utama diperoleh dari paket wisata

dan penginapan. Sementara biaya operasional dikelola melalui penganggaran yang teliti, pemasaran digital, dan pemeliharaan berkala.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai Koperasi Homestay Lonek dengan pendekatan *Business Model Canvas*, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa koperasi ini memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi lokal melalui pariwisata berbasis komunitas. Penelitian ini menegaskan bahwa Koperasi *Homestay Lonek* harus lebih adaptif terhadap perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi digital, memperkuat sumber daya manusia, dan menawarkan nilai unik berupa pengalaman budaya lokal yang otentik. Strategi bisnis yang berkelanjutan dan inovatif, dengan menggunakan *Business Model Canvas* sebagai kerangka kerja, diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta meningkatkan kesejahteraan anggota koperasi.

Solusi yang disarankan dari penelitian ini meliputi: Diversifikasi Produk, selain layanan *homestay*, koperasi dapat memperluas pendapatan melalui acara budaya, penjualan produk lokal, dan pendidikan budaya. Kemudian, kolaborasi dengan menjalin kemitraan dengan agen perjalanan, lembaga pendidikan, dan pemerintah daerah untuk meningkatkan visibilitas serta memperluas jangkauan pasar. Dengan strategi ini, Koperasi *Homestay Lonek* diharapkan dapat meningkatkan daya saing, keberlanjutan, dan kesejahteraan anggota koperasi di masa depan. Dengan penerapan strategi ini, *Homestay Lonek* tidak hanya mampu bersaing di sektor pariwisata, tetapi juga dapat menjadi model bisnis bagi koperasi-koperasi lainnya yang ingin mengembangkan pariwisata berbasis komunitas di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

Friesen, S., & Epp, A. (2018). "Using the Business Model Canvas to Increase Cooperative Capacity." *Canadian Journal of Agricultural Economics*.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.

Purnomo, H., & Santoso, I. (2021). "Peran Koperasi dalam Mendukung Pariwisata Berbasis Komunitas." *Jurnal Pariwisata dan Pemberdayaan Ekonomi*.

Robinson, J. A. B. (2017). *Cooperatives and Community Development: A New Approach*. UNWTO (2019). "Global Trends in Tourism: Challenges and Opportunities." *United Nations World Tourism Organization*