

IMPLEMENTASI BUSINESS MODEL DALAM OPTIMALISASI REVENUE PADA BISNIS LODGING DAN PELAYANAN MAKANAN DAN MINUMAN KECAMATAN AJIBATA KABUPATEN TOBA

Syahrul

Politeknik Pariwisata Medan

Email: syahrulsyl791@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas strategi pengelola *homestay* dan penyedia makanan dan minuman untuk mengoptimalkan *revenue* perusahaan yang berada di daerah wisata Ajibata Kabupaten Toba. Penelitian ini adalah penelitian asosiatif dan sampel penelitian ini adalah beberapa *homestay* dan rumah makan yang berada di daerah penelitian serta para pengunjung *homestay* dan rumah makan. Hasil penelitian ini adalah sumber pendapatan pada bisnis usaha akomodasi dan di lokasi penelitian hanya dari satu sumber saja yaitu penjualan kamar saja, walaupun pada kenyataannya para tamu juga masih membutuhkan produk dan jasa lain yang tidak tersedia. Beberapa kebutuhan yang masih belum terpenuhi oleh pengusaha akomodasi seperti penjualan bumbu khas Toba, layanan makanan dan minuman penjualan jajanan tradisional, penyewaan alat rekreasi, rental kendaraan, penyewaan pakaian tradisional, serta *jasa laundry*, Demikian pula sumber pendapatan para pengelola dan pemilik usaha layanan makanan dan minuman juga hanya dari penjualan makanan dan minuman saja yang tentu saja sangat terbatas sebagai sumber pemasukan. Sebenarnya masih ada terbuka peluang untuk menyediakan penjualan bumbu khas Toba, penjualan souvenir, penyewaan kendaraan baik kendaraan roda dua maupun roda empat, penyewaan alat rekreasi, penjualan paket liburan, penyewaan/penjualan pakaian tradisional, arena bermain anak, layanan pemandu wisata dan tempat pembelian oleh-oleh dengan skor yang sama, dan penjualan jajanan tradisional.

Kata kunci : pendapatan, pengelola, lodging, layanan, peluang

A. Pendahuluan

Homestay merupakan salah satu bisnis lodging (akomodasi) yang banyak dikelola oleh masyarakat baik dengan jumlah kamar yang terbatas maupun dengan jumlah yang lebih besar dengan berbagai fasilitas. Jasa penginapan ini menjadi salah satu tempat akomodasi alternatif bagi wisatawan ketika melakukan kunjungan wisata di berbagai daerah wisata dengan berbagai alasan seperti alasan biaya yang cukup murah ataupun akan merasa lebih dekat dengan pemilik *homestay* tersebut sekaligus ingin terlibat pada aktivitas di rumah tersebut. Tentu hal ini akan sangat berbeda jika mereka menginap di hotel dimana interaksi antara wisatawan dengan

pengelola akan cukup jauh sehingga tidak seakrab dengan pengelola ataupun pemilik *homestay* itu sendiri. Demikian pula dengan keberadaan rumah makan, restoran, *cafe* dan seterusnya yang juga memiliki peran yang sangat besar bagi keberhasilan sebuah daerah wisata. Bisnis ini menyediakan kebutuhan utama manusia yaitu makanan dan minuman. Dalam prosesnya bisnis ini mengalami perkembangan yang sangat signifikan ditandai dengan banyaknya muncul *cafe* dan warung di hampir semua tempat dengan berbagai fasilitas yang dapat menghibur para pengunjung dan dengan berbagai menu makanan dan

minuman yang diharapkan dapat memberikan kenikmatan dan kenyamanan bagi pengunjung.

Pada kenyataannya banyak usaha-usaha tersebut yang tidak bertahan lama atau tidak mengalami perkembangan baik dari aspek keuangan (pemasukan/ *revenue*) atau pengembangannya sehingga cenderung statis. Tentunya membangun sebuah bisnis akomodasi maupun bisnis makanan dan minuman memerlukan proses yang tidak sederhana untuk bisa bertahan dalam jangka waktu yang lama. Sebuah usaha tidak bisa kemudian langsung besar begitu saja tanpa usaha dan perjuangan yang sungguh-sungguh. Khususnya bagi para pengusaha pemula yang masuk dalam kategori *start-up*. Dalam prosesnya mereka pasti merasakan betapa kerasnya perjuangan untuk memulai dan mengembangkan bisnis yang sedang dijalkannya. Itulah sebabnya menjadi penting kenapa pengusaha *start-up* harus memiliki sebuah bisnis model, agar dapat dipetakan, tergambar secara sistematis, yang nantinya dapat digunakan untuk pengambilan keputusan pengembangan manajemen strategik bisnis. Masalahnya tidak semua pengusaha pemula (bahkan yang sudah lama berbisnis) tahu apa itu bisnis model dan juga memilikinya. Dengan menerapkan *business model* akan dapat menentukan arah strategi perusahaan dengan lebih jelas dan terukur sehingga diharapkan perusahaan akan tumbuh dan berkembang dalam jangka waktu yang lebih lama.

Agar bisa tetap bertahan atau dapat berkembang, maka pengelolaan *homestay* dan layanan makanan dan minuman harus dilakukan dengan cara yang lebih kreatif untuk bisa mendapatkan sumber pendapatan yang lebih. Sebab dengan meningkatnya pendapatan usaha maka perusahaan akan dapat berkembang lebih baik. Untuk itu

pengelola bisnis tersebut harus mampu menemukan atau menciptakan sumber pemasukan (*revenue*) lainnya sehingga pemasukan usaha tidak bergantung hanya pada penjualan bisnis intinya saja.

B. Perumusan Masalah

Bagaimana efektivitas strategi pengelola *homestay* dan penyedia makanan dan minuman untuk mengoptimalkan *revenue* perusahaan ?

C. Tinjauan Pustaka

Pengertian Bisnis Model

Tentunya membangun sebuah bisnis memerlukan proses. Tidak bisa kemudian langsung besar begitu saja tanpa usaha dan perjuangan. Khususnya bagi para pengusaha pemula yang masuk dalam kategori *start-up*, pastilah merasakan betapa kerasnya perjuangan untuk mengembangkan bisnis. Maka menjadi penting kenapa pengusaha *start-up* harus memiliki sebuah bisnis model, agar dapat dipetakan, tergambar secara sistematis, yang nantinya dapat digunakan untuk pengambilan keputusan pengembangan manajemen strategik bisnis. Masalahnya tidak semua pengusaha pemula (bahkan yang sudah lama berbisnis) tahu apa itu bisnis model dan juga memilikinya.

Bisnis model adalah suatu alur cerita dari manajemen yang menjelaskan bagaimana strategi yang dimiliki perusahaan akan menghasilkan uang dengan mengidentifikasi landasan bagi mengapa strategi akan menghasilkan pendapatan untuk menanggung biaya dan menghasilkan keuntungan (Thompson, Strickland III dan Gamble, 2020). Bisnis model menjelaskan latar belakang bagaimana suatu organisasi menciptakan, menyampaikan dan memperoleh nilai-nilai dari suatu bisnis. Konsep dari suatu

bisnis model harus dapat dipahami oleh semua pihak yang terlibat dengan penyajian yang sederhana, relevan dan secara intuisi mudah dipahami dengan tidak bermaksud menyederhanakan fungsi dari perusahaan yang sangat kompleks (Osterwalder dan Pigneur, 2020).

Bisnis model mendeskripsikan dasar pemikiran bagaimana organisasi diciptakan, disampaikan dan ditangkap nilainya (Osterwalder & Pigneur, 2020). Bisnis model kanvas memberikan *step-step* yang memfasilitasikan tentang membuat bisnis secara detail. Bisnis model didefinisikan sebagai cara organisasi menawarkan proposisi nilai yang tinggi, menjamin bahwa nilai tersebut dapat diproduksi dan target konsumennya memiliki akses terhadap produk tersebut. Untuk kelangsungan bisnis itu, penerimaan yang diperoleh dari transaksi pelanggan harus melebihi biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi produk atau layanan yang tinggi maka asumsi yang kritical dari bisnis model adalah bagaimana perusahaan mempunyai pengetahuan yang kuat mengenai apa yang diinginkan pelanggan dan bagaimana perusahaan mengorganisa-sikan aktivitas yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, mendapatkan bayaran atas apa yang ditawarkan dan menghasilkan keuntungan (issuu.com, 2022).

2.3. Manfaat Bisnis Model

Manfaat dari bisnis model dapat bermacam-macam tergantung dari tujuan disusunnya bisnis model tersebut. Menurut (Zacharakis, Spinelli dan Timmons, 2021) beberapa bisnis model berfungsi antarlain:

1. Memperoleh atau meningkatkan modal usaha yang akan dijalankan.

2. Membantu pengusaha di dalam memahami peluang usaha yang berasal dari ide sehingga tercipta suatu peluang yang baik sesuai visi yang mereka susun.
3. Memberi kesempatan bagi pengusaha di dalam menjelaskan berbagai peluang usaha kepada pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) dengan lebih efektif.
4. Membantu manajemen di dalam meyakinkan calon karyawan yang potensial untuk direkrut sehingga memilih untuk bergabung dengan manajemen tersebut.
5. Menjadi alat di dalam menjalin kerjasama dengan beberapa pihak antara lain pihak pelanggan dan pemasok utama perusahaan.
6. Memberi nilai lebih pengusaha di hadapan para investor selain sebagai instrument di dalam menjawab pertanyaan yang kritis dari para pihak yang berkepentingan (*stakeholders*).

e. *Revenue Stream* (Sumber penghasilan)

Revenue stream didefinisikan oleh Osterwalder & Pigneur (2020) sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan uang dari setiap *customer segment*. Macam – Macam cara menghasilkan uang menurut Osterwalder & Pigneur (2020), antara lain; penjualan aset, biaya penggunaan, biaya langganan, sewa, pemberian ijin, biaya perantara, dan iklan.

Setidaknya ada beberapa alternatif *revenue streams* lain yang bisa dijadikan sumber *income* bagi perusahaan (Osterwalder & Pigneur (2020):

1. *Asset sale*, yakni perusahaan bisa menjual aset yang sudah agak

- usang ke konsumen yang mungkin membutuhkannya. Contoh: Taksi *Bluebird* yang memiliki divisi khusus untuk menjual mobil yang sudah lebih dari 5 tahun pemakaian. Tentu saja ada rekondisi mobil terlebih dulu sebelum dijual ke segmen pelanggan *middle- low* yang mencari mobil bekas.
2. *Usage fee*, adalah sumber *income* yang bisa diperoleh perusahaan dengan cara menyewakan asset yang dimiliki agar dapat dimanfaatkan oleh publik. Contoh: Hotel yang memiliki fasilitas *swimming pool, gym, sauna* yang mana selain mereka yang bermalam di sana yang bisa menggunakannya, juga fasilitas tersebut dapat disewakan secara publik dengan cara *membership* atau menjual secara lepasan untuk sekali datang. Artinya, tidak harus bermalam di sana dulu untuk memanfaatkan fasilitas tersebut.
 3. *Subscription fees*, adalah sumber *income* yang dapat diperoleh dengan cara menjual sistem berlangganan kepada pelanggan. Biasanya bukan asset yang terlihat secara fisik yang disewakan melainkan jaringan atau langganan informasi elektronik. Contoh: Telkom yang menjual langganan *internet speedy* secara bulanan disamping menjual paket layanan datayang sifatnya isi ulang melalui *voucher* pulsa bagi pelanggan *pre-paid*.
 4. *Lending/renting/leasing*, adalah *income* yang diperoleh perusahaan dengan cara menyewakan sebagian lokasi kantornya atau tokonya agar perusahaan lain dapat bergabung di sana, sedemikian rupa menurunkan *operational cost* perusahaan tersebut. Contoh: Matahari *Department Store* yang menyewakan kapling-kapling tokonya ke pemilik merek *fashion-fashion* ternama, baik skala lokal, nasional, maupun internasional.
 5. *Licensing*, adalah *income* yang diperoleh perusahaan dengan cara menjual lisensi hak paten atau sistem dagang kepada orang lain yang ingin menjalankan bisnis yang serupa dengannya. Apabila keseluruhan sistem bisnis diberikan, maka inidisebut *franchise* atau *business opportunity*. Sedangkan jika hanya sebagian aspek saja yang dijual, maka lisensi sifatnya terbatas. *Income* bisa diperoleh dari pembayaran sekali di depan, perpanjangan tahunan, atau sistem royalti yakni sekian persen dari penjualan kotor tiap bulannya yang disetor ke pemilik lisensi.
 6. *Advertising*, adalah sumber *income* yang diperoleh perusahaan dengan menyewakan titik *spot* strategis, baik di luar *outlet* maupun di dalam *outlet* yang dapat digunakan perusahaan lain untuk memasang iklannya di sana. Contoh: Tune hotel yang menyewakan kapling iklan yang bisa dipasang di dalam dinding *lift*, di figura-figura dinding dalam kamar hotel, dll.

Metodologi Penelitian

3.1. Metode dan Teknik Penelitian

Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif/hubungan dengan pendekatan kuantitatif. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua unit usaha *lodging* dan usaha pelayanan makanan dan minuman di Kecamatan Ajibata Kabupaten Toba.

Sedangkan yang menjadi sampel adalah usaha *lodging* yang memiliki kamar lebih dari 10 kamar dan usaha pelayanan makanan dan minuman karena jumlahnya relatif banyak dilakukan secara random. Sedangkan sampel untuk para pengunjung diambil sebanyak 100 orang dengan perbandingan secara proporsional untuk pengunjung dari kedua jenis bisnis tersebut. Pengambilan sampel juga dilakukan secara random.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

- Interview (Wawancara)
- Kuesioner (Angket)
- Observasi

1.5. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan pada peneliti ini adalah teknik kualitatif deskriptif dimana dalam prosesnya menggunakan metode eksploratif. Metode eksploratif merupakan sebuah metode yang bertujuan untuk mengeksplorasi hal-hal yang terjadi termasuk siapa, kapan, di mana atau berhubungan dengan karakteristik suatu gejala atau masalah sosial, baik berupa pola, bentuk, ukuran, hingga distribusi (Silalahi, 2006).

Hasil dan Pembahasan

Analisis Kebutuhan Tamu Saat Menginap

Ketersediaan fasilitas akomodasi merupakan satu hal yang paling penting untuk mendukung wisatawan ataupun pengunjung saat melakukan berbagai aktivitas. Penghasilan dari penjualan kamar merupakan sumber utama dari sebuah usaha akomodasi dan tingkat hunian kamar akan menentukan sukses atau tidaknya sebuah bisnis akomodasi mencapai target pendapatannya. Namun selain penyewaan kamar, tentu para tamu juga membutuhkan produk atau jasa lainnya yang mereka butuhkan selama mereka menginap. Untuk melihat bagaimana tanggapan tamu atas pemenuhan berbagai kebutuhan selain kamar selama mereka menginap di usaha akomodasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Tanggapan Kebutuhan Tamu Selama Menginap

n=100

No	Pertanyaan.	SS		S		N		TS		STS		Skor
		f	%	F	%	f	%	f	%	F	%	
1.	Layanan laundry	11	11	18	18	13	13	31	31	37	37	2,65
2.	Layanan makanan dan minuman	39	39	28	28	12	12	9	9	12	12	3,73
3.	Tempat pembelian oleh-oleh)	7	7	11	11	21	21	22	22	39	39	2,25
4.	Rental kendaraan (roda dua/roda empat.	13	13	23	23	22	22	26	26	16	16	2,91

5.	Penyewaan alat rekreasi (ban, pakain renang, tikar, joglo)	21	21	14	14	26	26	18	18	21	21	2,96
6.	Layanan pemandu wisata	3	3	11	11	13	13	41	41	32	32	2,12
7.	Penjualan jajanan tradisional	23	23	19	19	31	31	19	19	8	8	3,30
8.	Penjualan souvenir	4	4	17	17	27	27	27	27	25	25	2,48
9.	Paket liburan	3	3	19	19	8	8	17	17	53	53	2,02
10	Penyewaan/penjualan/pakaian tradisional	14	14	23	23	18	18	19	19	26	26	2,80
11	Penjualan bumbu khas Toba (andaliman)	31	31	37	37	29	29	21	21	12	12	4,44
12	Arena bermain anak	6	6	12	12	9	9	32	32	41	41	2,10
Rerata												3,38

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 di atas terlihat bahwa selain kebutuhan akan kamar sebagai tempat istirahat, ternyata tamu juga masih membutuhkan beberapa hal lain. Dari 12 aspek tersebut para tamu membutuhkan keseluruhan hal tersebut walaupun dengan tingkat yang berbeda-beda. Dari ke 12 aspek kebutuhan, terlihat bahwa skor nilai rata-rata teringgi adalah kebutuhan akan penjualan bumbu khas Toba, yaitu andaliman dengan skor 4,44. Hal ini dimungkinkan karena tanaman ini hanya ada di daerah Toba dan memiliki rasa yang khas yang tidak akan diperoleh di daerah lain. Selanjutnya adalah aspek layanan makanan dan minuman memiliki skor cukup tinggi yaitu 3,73. Ini mengindikasikan bahwa tamu juga membutuhkan makan dan minum selain kebutuhan kamar. Ini bisa untuk kebutuhan sarapan atau sekedar minum dengan teman-teman sambil bercengkrama di area penginapan tersebut. Selanjutnya aspek penjualan jajanan tradisional juga memiliki skor yang cukup baik yaitu 3.30. Makanan khas daerah Toba yang cukup terkenal di masyarakat seperti dolung-dolung, ombus-

ombus, dan juga kopi. Ini merupakan jajanan yang paling dicari oleh wisatawan/pengunjung dari luar daerah. Selanjutnya kebutuhan akan alat rekreasi memiliki skor yang cukup baik juga yaitu 2,96. Hal tersebut dimungkinkan karena di daerah lokasi penginapan tersebut adalah pantai sehingga masyarakat atau pengunjung membutuhkan peralatan tersebut untuk rekreasi. Kebutuhan akan rental kendaraan, baik kendaraan roda dua maupun roda empat juga memiliki skor yang relatif tinggi yaitu 2,91. Hal ini dimungkinkan karena pengunjung akan lebih suka mengeksplorasi daerah Toba yang memiliki daerah wisata yang cukup indah dan luas sehingga mereka bisa berkeliling desa untuk melihat dari dekat masyarakatnya dan juga alamnya. Aspek penyewaan pakaian tradisional juga memiliki skor yang baik yaitu 2,80. Pakaian khas kebesaran suku Batak yaitu ulos serta berbagai peralatan perang, berburu atau memasak ternyata memiliki daya tarik yang cukup tinggi juga bagi para tamu yang menginap. Kebutuhan akan laundry juga ternyata cukup tinggi dengan skor 2,65. Hal

ini mengindikasikan bahwa jasa laundry sebagai aspek pelengkap juga cukup dibutuhkan para tamu selama mereka menginap disitu. Sedangkan skor rata-rata ke 12 aspek tersebut adalah 3,38, yang mengindikasikan bahwa minat pengunjung akan kebutuhan-kebutuhan tersebut cenderung tinggi. Ini tentu memberikan peluang bagi pengelola usaha akomodasi untuk dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut untuk meningkatkan pendapatannya, sehingga ketika kamar sepi, masih ada sumber lain yang masih bisa diharapkan untuk menjadi sumber pemasukan.

Analisis Kebutuhan Tamu Saat Mengunjungi Usaha Makanan dan Minuman

Makan dan minum merupakan kebutuhan dasar manusia. Ketersediaan makanan dan minuman menjadi paling penting sebab hal ini akan sangat berpengaruh pada kondisi tubuh. Wisatawan yang melakukan kunjungan di daerah wisata

selain membutuhkan penginapan juga membutuhkan pelayanan makanan dan minuman. Hanya saja saat ini alasan orang untuk makan atau minum sudah beragam. Bukan hanya karena lapar atau haus. Tetapi banyak faktor alasan, seperti karena ingin bersosialisasi, santai dan sebagainya. Pengelola usaha pelayanan makanan dan minuman juga harus kreatif dalam meningkatkan pendapatan usahanya, maksudnya agar tidak hanya berfokus pada produk makanan dan minuman saja, tetapi perlu memikirkan dan melakukan usaha apa yang bisa secara bersama dapat meningkatkan pendapatan. Tabel berikut ini menjelaskan kebutuhan pengunjung usaha makanan dan minuman selain makanan dan minuman itu sendiri. Untuk melihat bagaimana tanggapan tamu atas pemenuhan berbagai kebutuhan selain makanan dan minuman selama mereka berada di rumah makan, cafe ataupun restoran.

Tabel 2. Tanggapan Kebutuhan Tamu Selama Berada di Rumah Makan

n=100

No	Pertanyaan.	SS		S		N		TS		STS		Skor
		f	%	F	%	f	%	f	%	F	%	
1.	Tempat pembelian oleh-oleh)	4	4	16	16	8	8	39	39	33	33	2,19
2.	Rental kendaraan (roda dua/roda empat.	11	11	9	9	26	26	29	29	25	25	2,52
3.	Penyewaan alat rekreasi (ban, pakain renang, tikar, joglo)	5	5	14	14	21	21	23	23	42	42	2,32
4.	Layanan pemandu wisata	3	3	9	9	28	28	24	24	36	36	2,19
5.	Penjualan jajanan tradisional	12	12	4	4	9	9	34	34	41	41	2,12
6.	Penjualan souvenir	13	13	10	10	37	37	19	19	21	21	2,75
7.	Paket liburan	3	3	14	14	22	22	29	29	32	32	2,27
8.	Penyewaan/penjualan/pakaian tradisional	2	2	11	11	31	31	21	21	35	35	2,24
9.	Penjualan bumbu khas	28	28	22	22	39	39	6	6	5	5	3,62

	Toba (andaliman)											
10	Arena bermain anak	4	4	7	7	29	29	26	26	34	34	2,21
	Rerata											2,22

Sumber : Data Diolah, 2023

Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa para pengunjung rumah makan, restoran, dan cafe sebagai tempat makan atau minum ternyata juga masih membutuhkan berbagai produk atau layanan lainnya. Dari 10 aspek yang disebarkan kepada para pengunjung tersebut terlihat bahwa seluruh aspek tersebut dibutuhkan oleh tamu walaupun dengan tingkat intensitas yang berbeda. Dilihat dari hasil olahan kuesioner pada 10 aspek keinginan tersebut, diperoleh hasilnya bahwa skor nilai rerata tertinggi adalah akan tersedianya penjualan bumbu khas Toba, yaitu andaliman dengan skor rata-rata 3,62. Hal ini ternyata sama dengan yang diinginkan oleh para tamu yang menginap di usaha akomodasi. Selain makan dan minum ternyata para pengunjung juga menginginkan adanya penjualan *souvenir* dengan skor 2,75. Selanjutnya adalah aspek penyewaan kendaraan baik kendaraan roda dua maupun roda empat dengan skor rata-rata 2,52. Demikian pula dengan penyewaan alat rekreasi, penjualan paket liburan, penyewaan/penjualan pakaian tradisional, arena bermain anak, layanan pemandu wisata dan tempat pembelian oleh-oleh dengan skor yang sama, dan penjualan jajanan tradisional dengan skor rata-rata masing-masing 2,32; 2,27; 2,24; 2,21; 2,19; 2,19; 2,12. Secara keseluruhan skor rerata keinginan pengunjung akan produk atau layanan selain makanan dan minuman sebesar 2,22 dengan kategori sedang. Berdasarkan analisis kedua tabel di atas diketahui bahwa ternyata tamu di penginapan serta pengunjung rumah makan, restoran maupun cafe juga menginginkan ketersediaan produk atau jasa lain selain

layanan pokok seperti tempat tidur untuk usaha akomodasi dan makanan serta minuman untuk usaha layanan makanan dan minuman.

Sumber Pendapatan (*Revenue*) dari Usaha Jasa Akomodasi dan Layanan Makanan dan Minuman.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan 6 pelaku dan pengelola usaha akomodasi di lokasi penelitian diketahui bahwa 5 dari pengelola unit usaha akomodasi tersebut hanya menyediakan kamar saja. Ini berarti bahwa sumber pendapatan mereka hanya dari penjualan kamar saja. Mereka menyadari bahwa hal ini sangat riskan karena pada saat bulan ramadan, kunjungan tamu sangat sepi sehingga pendapatan mereka relatif kecil. Adapun alasan mereka tidak menyediakan ataupun menyediakan layanan dan produk lain yang memang dibutuhkan oleh pengunjung adalah sesuai aturan pemilik usaha. Di sekitar tempat usaha mereka memang telah ada usaha *laundry*, *cafe*, rumah makan, usaha rental yang dimiliki oleh kerabat pemilik sehingga ada rasa sungkan kalau mereka juga menyediakan produk atau layanan yang sama. Jika tamu ingin sarapan ataupun makan maka mereka harus pergi keluar ke rumah makan yang ada di sekitar penginapan mereka demikian pula kebutuhan *laundry* mereka harus mencari pengusaha *laundry* yang ada di dekat penginapan tersebut. Hanya satu pengusaha yang menyewakan joglo, sepeda air dan ban untuk tamu mereka dan pengunjung lainnya. Demikian juga untuk para pengelola/pemilik layanan makanan dan minuman seperti rumah

makan, restoran, dan cafe semua mereka hanya mengandalkan penjualan makanan dan minuman saja sebagai sumber pendapatan mereka. Senada dengan permasalahan pada usaha akomodasi bahwa pendapatan mereka juga akan mengalami penurunan saat kaum kerabat mereka. Mereka ajuga menyadari bahwa usaha sampingan tersebut akan sangat membantu meningkatkan pendapatan mereka jika dikelola dengan baik.

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan :

1. Sumber pendapatan pada bisnis usaha akomodasi di lokasi penelitian hanya dari satu sumber saja yaitu penjualan kamar saja, walaupun pada kenyataannya para tamu juga masih membutuhkan produk dan jasa lain yang tidak tersedia seperti penjualan bumbu khas Toba, layanan makanan dan minuman penjualan jajanan tradisional, penyewaan alat rekreasi, rental kendaraan, penyewaan pakaian tradisional, serta *jasa laundry*,
2. Demikian pula sumber pendapatan para pengelola dan pemilik usaha layanan makanan dan minuman juga hanya dari penjualan makanan dan minuman saja yang tentu saja sangat terbatas sebagai sumber pemasukan. Sebenarnya masih ada terbuka pelunag untuk menyediakan penjualan bumbu khas Toba, penjualan *souvenir*, penyewaan kendaraan baik kendaraan roda dua maupun roda empat, penyewaan alat rekreasi, penjualan paket liburan, penyewa-an/penjualan pakaian tradisional, arena bermain anak, layanan pemandu wisata dan tempat pembelian oleh-oleh dengan skor yang sama, dan penjualan jajanan tradisional. Hal ini semua berdasarkan kebutuhan/keinginan pengunjung.

B. Saran

- weekday* atau pada bulan ramadan karena sepi pengunjung. Berbagai alasan yang mereka sampaikan antara lain karena sudah ada usaha sejenis yang menjual selain makanan dan minuman dis sekitar tempat mereka yang juga termasuk
1. Agar para pengelola/pemilik usaha akomodasi serta penyediaan layanan makanan dan minuman di daerah wisata Ajibata lebih kreatif untuk menangkap peluang guna meningkatkan sumber pendapatan yang sudah diperoleh selama ini dengan tidak hanya menyediakan produk atau layanan pokok saja seperti layanan kamar serta penjualan makanan dan minuman saja.
 2. Para pengelola/pengusaha jasa akomodasi dan penyediaan layanan makan dan minuman agar dapat memanfaatkan sumber daya yang ada secara maksimal untuk dapat menjadi sumber pendapatan alternatif sehingga ketika tamu sedang sepi maka masih ada produk atau jasa lain yang masih bisa dijual.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. (2020). *Business Model Generation*. (T. Clark, Ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Aquilano, Nicholas J., Chase, Richard B dan Jacobs, F Robert. (2014). *Operations, and Supply Chain Management*. 14th Edition. Singapore: McGraw-Hill Education.
- Arthur A. Thompson, M. A. (2016). *Crafting and executing strategy: the quest for competitive advantage, concepts and*
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mill, Robert Christie; Terj. Tri Budi Sastrio. 2000. *Tourism The International Business*. Jakarta : PT

Raja Grafindo readings. New York:
McGraw-Hill Education.

Slack, N., Chambers, S dan Johnston Robert.
Operations and Product-ion
Management. 3th Edition. Pearson
Education. 2001.

Zacharaki S., Andrew, Spinelli, S., &
Timmons, A.J. (2011). Business
plans that work (2nd ed.). New York:
Mc Graw Hill.

ISSU.com