

# **BAB I**

## **DESKRIPSI BISNIS**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini, industri pariwisata merupakan salah satu industri yang sedang berkembang sehingga menjadi penunjang pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini dibuktikan dari meningkatnya jumlah pariwisata yang datang setiap tahunnya. United Nation World Tourism Organization (UNWTO) telah menaksir turis internasional akan meningkat pesat pada tahun 2020, namun nyata nya perkiraan tersebut terjadi dua tahun lebih awal. Sebanyak 1,4 miliar wisatawan internasional terjadi di tahun 2018. Hal itu dikarenakan meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan biaya transportasi yang terjangkau. Oleh karena itu pemerintah menunjang kegiatan pariwisata tersebut dengan menambah destinasi pariwisata, memperbaiki infrastruktur dan meningkatkan pembangunan di bidang akomodasi.

Industri pariwisata di bidang akomodasi salah satunya adalah industri perhotelan. **Menurut Sulastiyono (2001:6)** “Hotel adalah sebuah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan dan pelayanan-pelayanan umum lainnya”. Industri perhotelan di Negara kita berkembang amat pesat, bisa dilihat dari peningkatan jumlah pengunjung wisata di Indonesia dan perkembangan di sektor pariwisata serta hotel yang semakin banyak jumlahnya. Di tahun 2017, Indonesia mengalami peningkatan dari 56,50 persen menjadi 59,53 persen dalam tingkat penghunian kamar berdasarkan data statistik Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Faktor lain yang menyebabkan perkembangan di industri perhotelan adalah meningkatnya kualitas SDM dan juga banyaknya investasi di industri hotel. Sumber daya manusia sangat berperan penting terhadap perkembangan pariwisata, demi terciptanya pelayanan yang maksimal bagi wisatawan. Perekonomian juga ikut terpengaruh karena investasi pada hotel yang meningkat.

Akan tetapi, dengan berkembangnya pariwisata dan perhotelan di Indonesia ini tentunya mempunyai dampak yang baik dan buruk terhadap lingkungan sekitar. Dampak yang menjadi ancaman terhadap lingkungan ini disebabkan karena banyaknya konsumsi energi, air, dan barang yang tidak ramah lingkungan.

Selain disebabkan hal di atas, penggunaan limbah plastik juga menjadi ancaman yang sangat serius. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2016) telah menyampaikan bahwa Indonesia menjadi peringkat kedua dunia yang menghasilkan sampah plastik ke laut. Sampah plastik yang dihasilkan dari industri perhotelan disebabkan karena semakin meningkatnya jumlah tingkat hunian kamar yang dimiliki oleh setiap hotel dan masih banyak juga hotel yang menggunakan limbah plastik untuk operasional. Dengan bertambahnya tamu yang menginap maka semakin banyak pula sampah yang dihasilkan oleh tamu.

Oleh sebab itu, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terus berupaya untuk menangani masalah-masalah yang ditimbulkan oleh industri hotel. Pemerintah mengadakan program *green hotel* yang diharapkan dapat mengurangi pencemaran lingkungan. Di Indonesia sendiri masih sedikit hotel yang mengusung konsep *green hotel* yang berkomitmen untuk mengurangi limbah plastik dan memanfaatkan barang yang ramah lingkungan.

*Green Hotel Association (2008)* menjelaskan *green hotel* adalah suatu program yang dijalankan oleh hotel untuk melibatkan kegiatan ramah lingkungan seperti hemat air dan energi, memiliki peraturan mengenai pembelian barang yang ramah lingkungan, serta meminimalisir pengeluaran limbah untuk menjaga lingkungan dan dapat mengurangi biaya operasional.

Berikut ini merupakan contoh beberapa hotel yang telah mengukung program *green hotel* di Indonesia, yaitu Hyatt Regency Yogyakarta, Jogjakarta Plaza Hotel, Turi Beach Resort, Batam, Mercure Surabaya. Hotel tersebut sudah mengikuti ASEAN Green Hotel Award di Thailand pada tahun 2018.

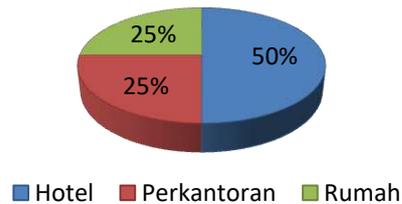
Program *green hotel* di Indonesia mempunyai orientasi dalam penggunaan barang ramah lingkungan. Hal ini ditujukan kepada para pelaku usaha hotel. Dari mulai memperhatikan pemakaian barang, sehingga diharapkan hotel dapat menekan dan mengurangi pencucian linen, tidak memakai peralatan sekali pakai, serta mengurangi penggunaan *supplies* kamar. Pemisahan sampah juga harus dilakukan, agar dapat mendaur ulang sampah-sampah yang dihasilkan oleh operasional hotel.

Karena hal tersebut, penulis ingin menyediakan dan menawarkan barang - barang yang dibutuhkan khususnya di setiap kamar atau bisa disebut *room amenities* yang ramah lingkungan. Dengan tujuan awal yaitu mengurangi limbah plastik di industri perhotelan dan terus mengembangkan pemanfaatan barang yang tidak hanya sekali pakai. Perusahaan **Ti’Kai Amenities** hadir dengan produk yang bahan dasarnya terbuat dari kayu yang ramah lingkungan agar dapat mewujudkan penggunaan *green product* untuk mendukung keberlangsungan *green hotel* di Indonesia bahkan dunia.

Berdasarkan hasil analisa penulis, berikut merupakan diagram presentasi dari segmen pasar bisnis Ti’Kai Amenities:

**Gambar 1. 1**  
**Presentase Segmen Pasar**

**Perkiraan Presentase Customer  
Statistic Based On Market Segment**



Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2021.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Bisnis adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan laba. **Griffin dan Ebert (2007:4)**.

Perusahaan **Ti’Kai Amenities** dapat memperoleh laba karena adanya peluang yang memanfaatkan produk yang ramah lingkungan. Perusahaan ini menyediakan produk berupa *room amenities* yang bahan dasarnya terbuat dari kayu seperti *wood soap container*, *wood shower gel container*, *wood shampoo container*, *wood tissue box*, *wood toothbrush & holder*, *wood ashtray*, dan *wood coaster* yang dibutuhkan oleh *green hotel* dan hotel lainnya demi mendukung program pemerintah dalam menciptakan industri hotel yang ramah lingkungan.

Pemilihan kayu jati sebagai bahan dasar ini dipilih karena adanya masalah yang timbul, tentunya masalah terhadap lingkungan. Ini merupakan peluang perusahaan untuk mengembangkan barang-barang

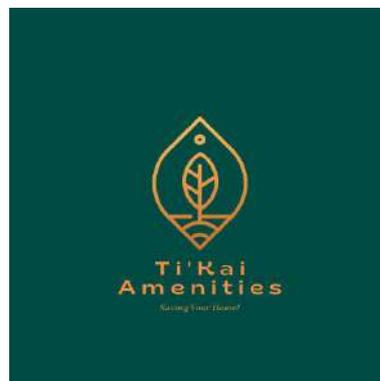
yang ramah lingkungan namun tetap dapat digunakan secara maksimal oleh penggunanya. Dengan tujuan dapat mengurangi limbah plastik yang dihasilkan oleh industri hotel. Strategi pemasaran yang dilakukan pun akan mengikuti tren yang sedang berjalan saat ini, yaitu dengan memanfaatkan semua *platform social media* yang dapat diakses oleh semua kalangan. Untuk memasuki industri hotel, perusahaan ini akan melakukan *sales call* kepada industri yang mengusung tema ramah lingkungan dan ke semua hotel dari bintang 1 sampai 5.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

### a. Deskripsi Logo

Sebagai sebuah perusahaan **Ti’Kai Amenities** mempunyai logo :

**Gambar 1. 2**  
**Logo Perusahaan**



Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2021.

Logo ini memiliki arti dan tujuan sebagai berikut :

- 1) Logo Ti’Kai Amenities yang simpel dan mudah diingat oleh calon konsumen.
- 2) Gambar daun yang memiliki arti dapat memberikan manfaat terhadap suatu tumbuhan. Daun tidak perlu

menunggu dewasa untuk dapat memberikan manfaat terhadap dirinya, pohonnya dan lingkungan sekitarnya. Begitu pula yang diharapkan oleh perusahaan Ti’Kai Amenities, dimana perusahaan ini dapat menjadi manfaat untuk pihak yang menggunakan produknya dan bermanfaat terhadap lingkungan sekitarnya.

- 3) *Font* yang berwarna coklat melambangkan warna kayu yang menjadi bahan dasar pembuatan produk Ti’Kai Amenities.
- 4) Warna hijau toska yang mempunyai arti sebagai keseimbangan dan stabilitas lingkungan dan alam yang berkelanjutan.

b. Nama

Nama menjadi syarat yang sangat penting dan utama bagi sebuah perusahaan, sebab itu akan menjadi identitas dan membuat masyarakat lebih mengenal perusahaan. Penulis mengusung nama **Ti’Kai Amenities**, **Ti’kai** sendiri diambil dari bahasa sunda yang artinya dari kayu. Nama tersebut sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu ingin memanfaatkan barang yang terbuat dari bahan yang ramah lingkungan untuk mengurangi limbah plastik yang sekali pakai. Limbah plastik sangat lah lama terurai dalam tanah, sehingga

produk dari perusahaan diharapkan akan menjadi solusi untuk menjaga kesuburan tanah yang berkelanjutan.

c. Slogan

Perusahaan Ti’Kai Amenities mempunyai slogan “*Saving Your Home!*”. Home disini diartikan sebagai tempat tinggal makhluk hidup yaitu bumi. Penulis menggunakan slogan tersebut dikarenakan ingin mengajak konsumen untuk saling menyelamatkan bumi yang semakin hari, semakin rusak karena pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh limbah plastik. Sehingga penggunaan barang yang ramah lingkungan menjadi solusi yang utama.

### 3. Identitas Bisnis

Hal yang tidak kalah penting adalah identitas bisnis. Dimana letak suatu bisnis harus diolah dengan matang agar mendapatkan tempat yang strategis. Lokasi perusahaan **Ti’Kai Amenities** ini berlokasi di Jl. Cikuya, No.14, Rt 19 Rw 10, Kelurahan Neglasari, Kecamatan Pagaden, Kabupaten Subang, Jawa Barat.

**Gambar 1. 3**  
**Peta Lokasi Perusahaan**



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021.

Selaku pemilik usaha **Ti’Kai Amenities**, penulis memilih lokasi tersebut dikarenakan lokasi ini menyatu dengan usaha milik keluarga yang bergerak di bidang pengolahan kayu. Dengan harapan dapat mempermudah operasional perusahaan ini. Lokasi ini juga akan menjadi kantor utama, karena sudah ada lahan kosong yang bisa dibangun untuk kantor. Selain itu, faktor utama perusahaan ini bertempat di rumah pribadi karena dapat mengurangi biaya sewa apabila harus menyewa tempat lain.

### **C. Visi dan Misi**

Perusahaan wajib mempunyai visi dan misi demi tercapainya tujuan perusahaan dan lebih terstruktur dalam membangun bisnis yang berkelanjutan. “Visi adalah serangkaian perkataan yang menetapkan cita-cita atau impian suatu organisasi atau perusahaan di masa depan. Atau bisa diartikan visi adalah keinginan dari perusahaan”. **Wibisono (2006:43)**.

Pengertian misi **Menurut Wheelen** dikutip oleh **Wibisono (2006:46-47)**, “Misi adalah serangkaian kalimat yang menyebutkan tujuan atau atau pembenaran suatu organisasi berupa jasa atau barang yang disediakan oleh suatu perusahaan”.

Berikut adalah visi dan misi dari **Ti’Kai Amenities**:

#### **1. Visi**

Menjadi perusahaan *Room Amenities* yang terbuat dari bahan ramah lingkungan dan berkualitas tinggi.

#### **2. Misi**

- 1) Menggunakan bahan-bahan yang berkualitas dan ramah lingkungan.
- 2) Menggunakan sumber daya manusia yang ahli di bidangnya.

- 3) Menggunakan design produk yang minimalis dan berkualitas.

#### D. SWOT Analysis

Untuk menganalisis bisnis yang akan dimulai, hal-hal yang harus diperhatikan adalah *Strength*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Treath*. Dengan analisis *SWOT* ini para pelaku bisnis akan lebih mudah untuk para pelaku bisnis dalam mengembangkan perusahaannya. Berikut adalah SWOT analisis untuk perusahaan **Ti’Kai Amenities**:

**Tabel 1. 1**  
**Analisis SWOT**

<p><b>1. <i>Strength</i> (Kekuatan)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk yang berkualitas tinggi dan dapat digunakan berulang kali.</li> <li>• Perusahaan yang berfokus menyediakan <i>Room Amenities</i> yang ramah lingkungan.</li> <li>• Harga yang terjangkau, bisa menjadi pasar untuk masyarakat menengah kebawah.</li> </ul>
<p><b>2. <i>Weakness</i> (Kelemahan)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lingkungan perusahaan yang bertempat di pedesaan dan sedikit perkantoran di sekitarnya.</li> <li>• Perusahaan ini harus mencari konsumen ke luar daerah, karena jumlah industri hotel yang masih sedikit di wilayah perusahaan.</li> <li>• Sumber daya manusia yang memiliki kompetensi masih terbatas di lingkungan masyarakat sekitar perusahaan.</li> </ul>
<p><b>3. <i>Opportunities</i> (Peluang)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatnya permintaan konsumsen terhadap barang yang ramah lingkungan yang didukung oleh pertumbuhan <i>green hotel</i>.</li> <li>• Belum banyak perusahaan <i>room amenities</i> yang menggunakan bahan ramah lingkungan.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fokus pemerintah terhadap penggunaan barang ramah lingkungan untuk semua sektor pariwisata yang diatur dalam Undang-Undang akan membuat perusahaan yang menggunakan barang yang tidak ramah lingkungan akan berpaling ke barang yang ramah lingkungan.</li> </ul>
<b>4. Threats (Ancaman)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dengan perusahaan yang berada di kota besar.</li> <li>• Penggunaan barang impor dengan harga yang lebih murah.</li> <li>• Pesaing menjual produk dengan harga yang lebih murah.</li> </ul>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2021.

#### E. Spesifikasi Produk / Jasa

Spesifikasi untuk perusahaan **Ti'Kai Amenities** adalah usaha yang menyediakan *room amenities* yang berbahan dasar kayu. Produk ramah lingkungan yang dapat membantu program *green hotel* di Indonesia dan membantu mengurangi limbah plastik yang dihasilkan oleh industri hotel. Terdapat logo perusahaan di setiap produk, namun apabila konsumen atau hotel ingin menggunakan logo atau warna sendiri, perusahaan **Ti'Kai Amenities** dapat menyesuaikan sesuai keinginan konsumen. Berikut contoh gambar dari setiap produk yang kami tawarkan:

**Gambar 1. 4**  
**Produk Tempat Sabun Kayu**



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021.

**Gambar 1. 5**  
**Produk Tempat Shower Gel Kayu**



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021.

**Gambar 1. 6**  
**Produk Tempat Sampo Kayu**



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021.

**Gambar 1. 7**  
**Produk Tempat Tisu Kayu**



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021.

**Gambar 1. 8**  
**Produk Sikat Gigi Kayu**



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021.

**Gambar 1. 9**  
**Produk Ashtray Kayu**



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021.

**Gambar 1.10**  
**Produk Coaster Kayu**



Sumber: Data Olahan Penulis, 2021.

## **F. Jenis Badan Usaha**

Badan usaha **Ti’Kai Amenities** adalah Persekutuan Komander atau CV yang merupakan bentuk badan usaha yang dibentuk oleh satu orang atau beberapa orang. CV mempunyai dua jenis anggota, yaitu anggota yang bersifat aktif dan pasif. Anggota aktif dapat dikatakan sebagai pengelola perusahaan dan anggota pasif dapat dikatakan sebagai investor atau yang membantu di sektor keuangan. Penulis sebagai anggota aktif bertanggung jawab atas keberlangsungan dan kelancaraan perusahaan.

Kelebihan badan usaha CV yakni dalam proses pembangunannya tidak rumit, modal akan mudah untuk dipenuhi, anggota pasif sangat mudah untuk mendapatkan penambahan kembali modal, serta CV lebih mudah meraih kredit.

## **G. Aspek Legalitas**

Sisi legalitas usaha menjadi hal dasar yang harus diperhatikan. Sebagaimana telah diatur dalam Pasal 16-35 dalam Undang-Undang Hukum Perdata, di Indonesia, pendirian CV wajib memenuhi beberapa persyaratan, yaitu:

- 1) Pembuatan Akta Pendirian CV.

Pembuatan akta pendirian CV merupakan syarat pertama yang harus disiapkan oleh pemilik.

- 2) Pendaftaran Akta Pendirian CV.

Setelah melakukan pembuatan akta, lalu pemilik harus mendaftarkan akta pendirian CV di Kepaniteraan Pengadilan Negeri yang sudah diatur dalam Kitab Undang-undang KUHD pasal ke-23.

3) Mengurus Izin Usaha (SIUI).

Dikarenakan perusahaan ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, maka pemilik harus memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

4) Tanda Daftar Perusahaan (TDP).

Tanda daftar perusahaan merupakan langkah selanjutnya ketika akan mendirikan CV. Hal ini bisa dilakukan di Dinas Perdagangan di wilayah perusahaan.

5) Mengumumkan Ikhtisar Resmi.

Mengumumkan ikhtisar resmi merupakan proses terakhir yang harus dilakukan. Dalam Pasal 28 KUHD pemilik CV wajib mengumumkan ikhtisar resmi dalam Tambahan Berita Negara RI.

Adapun dokumen yang diperlukan untuk mendirikan CV, yakni:

- a. Fotokopi KTP persero aktif dan pasif dengan format yang terbaru.
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).
- c. Fotokopi PBB & bukti bayar PBB tahun terakhir.
- d. Bukti kepemilikan tempat usaha atau copy surat kontrak.
- e. Surat Keterangan Domisili dari pengelola.
- f. Foto kantor tampak dalam dan luar.

Dokumen tersebut nantinya akan diolah dan akan menjadi dokumen yang wajib dimiliki oleh para pelaku usaha, sehingga usahanya akan terlegalisasi. Oleh karena itu, penulis memilih badan usaha CV, dikarenakan perusahaan ini memiliki

dua pengurus, yaitu penulis sendiri dan anggota keluarga yang akan menjadi investor.