

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Baru-baru ini *Society 5.0 Era* sedang hangat hangatnya diperbincangkan, dilansir dari situs Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan *Society 5.0 Era* diperkenalkan oleh pemerintahan Jepang pada tahun 2019 yang dibuat sebagai antisipasi dari gejolak akibat revolusi industri 4.0 yang menyebabkan ketidakpastian yang kompleks. Dikhawatirkan dampak tersebut dapat menyebabkan nilai-nilai kemanusiaan yang dipertahankan selama ini luntur oleh perkembangan teknologi. *Society 5.0 Era* adalah masyarakat yang mampu menyelesaikan berbagai tantangan dan permasalahan sosial dengan memanfaatkan berbagai inovasi yang lahir di era revolusi industri 4.0 seperti *Internet of Things (IoT)*. Menurut (Lee, 2018), era ini diartikan sebagai hubungan pemanfaatan segala jenis produk, tempat, layanan yang terhubung dengan orang-orang melalui internet. Hubungan ini terbentuk dengan adanya memanfaatkan teknologi yang diakses melalui berbagai *platform*. Adapun menurut (Anak, 2017), dampak perubahan sosial era *Internet of Things (IoT)* salah satunya adalah pada kehidupan masyarakat. Salah satu sektor penting yang terkena dampak era *IoT* adalah sektor pariwisata yang ditandai dengan munculnya perubahan jejaring digital pada siklusnya. Perubahan ini salah satunya ditandai dengan penggunaan jejaring sosial terutama pada kalangan milenial. Untuk mendukung pernyataan diatas, berikut adalah data mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia per Februari 2022.

Gambar 1. 1

The Global State of Digital Indonesia in 2022



Sumber: Hootsuite Inc dan We Are Social

Dari data yang diambil dari **Hootsuite Inc and We Are Social** dapat diambil kesimpulan dari populasi 277,7 juta jumlah penduduk naik sebesar 1% (tahun 2021 274,9juta), Perangkat *mobile* yang terhubung yaitu sebesar 370,1 juta naik 3,6% (tahun 2021 345,3 juta), Pengguna internet sebesar 204,7 juta naik sebesar 1% (202,6 juta), dan jumlah pengguna media sosial aktif yaitu 191,4 juta naik sebesar 12,6% (tahun 2021 170 juta). Hal ini menandakan seiring perkembangan zaman dan bertambahnya tahun jumlah pengguna internet dan media sosial akan semakin meningkat.

Seperti yang dijelaskan diatas, bahwa pada *Society 5.0 Era* ini sangat berdampak pada segala jenis bidang, salah satunya adalah dibidang pariwisata, Indonesia memiliki banyak potensi pariwisata yang tidak lepas dari bidang akomodasi. Indonesia saat ini sedang gencar-gencarnya dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas pada bidang akomodasi yang tentunya sebagai pendukung

bidang pariwisata, salah satunya adalah hotel. Hotel memegang peranan penting bagi pariwisata, sudah banyak hotel yang menerapkan digitalisasi untuk media promosi dan layanannya. Kedepan tentunya pada era 5.0 ini akan semakin banyak perkembangan-perkembangan yang signifikan mengenai layanan pada bidang akomodasi ini.

Menurut **Presiden Komisaris Bisnis Indonesia** sekaligus Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), **Hariyadi B Sukamdani** dalam pidatonya dalam acara Bisnis Indonesia Financial Award 2021 mengatakan kondisi hotel di Indonesia memiliki potensi berkembang dengan optimal, baik dari segi kualitas dan kuantitas. Apalagi, pemerintah memberikan perhatian yang lebih besar pada sektor pariwisata dibanding sebelumnya. Dilain sisi, pertumbuhan hotel di Indonesia juga luar biasa, menurut data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) diperoleh hotel berbintang hampir 290 ribu kamar di 2.350-an hotel.

Kedepan tentunya akan semakin banyak hotel bermunculan dengan segala fasilitasnya dan semakin meningkatnya aktivitas media sosial untuk alat promosi yang membuat masyarakat penasaran akan seperti apakah hotel yang mereka tempati, seperti apa fasilitasnya, dan apakah bagus interiornya akan seperti yang ada di media promosi, tentunya pertanyaan-pertanyaan tersebut akan timbul dibenak masyarakat. Mungkin sudah banyak *website*, brosur, dan media cetak lainnya yang disediakan oleh penyedia penginapan, tetapi hanya gambar diam dan tulisan semata. Insting manusia yaitu menginginkan lebih, seperti melihat 360⁰ seperti apa keadaan hotelnya, fasilitas, serta lokasinya.

Dari kekhawatiran yang timbul, maka penulis merancang bisnis sebagai bentuk *StartUp Business* di Indonesia yang akan berkembang pesat di lingkungan masyarakat. Menghadirkan panorama seolah olah pengguna berada lokasi dengan sudut pandang keseluruhan, *website* yang penulis beri nama “*Hotel: Let’s Go Inside*” mempunyai tujuan agar calon tamu sendiri dapat terpenuhi akan ekspektasinya tentang hotel yang akan ia tempati. Tidak hanya menguntungkan orang-orang atau calon tamu, tetapi juga sebagai sarana media promosi berupa *virtual tour 360⁰* untuk hotel-hotel di Indonesia baik diperuntukan untuk wisatawan lokal maupun luar negeri.

Virtual Reality Photography (VRP) adalah suatu teknik untuk dapat melihat foto secara panoramik yang memiliki sudut pandang keseluruhan yang menjadikan tempat tersebut atau objek yang diambil tervisualisasikan secara nyata. Menurut **Asmani (2011)**, *Virtual Reality Photography* merupakan suatu visual yang kreatif dan interaktif terutama pada panorama pada objeknya. Panorama merupakan gambaran objek yang menampilkan sudut pandang secara luas dan memberikan pandangan seakan pengguna berada didalam gambar atau lokasi yang diambil oleh fotografer. Gambar yang dihasilkan dapat diberi efek menggunakan sistem komputer yang hasil akhirnya disebut dengan VR panorama (dapat diputar secara horizontal dan vertikal, seakan akan pengguna berada di dalam pemandangan asli).

Untuk mengetahui peminat dirancangnya *StartUp Business* ini, penulis membuat kuisisioner dengan beberapa pertanyaan. Kuisisioner survey bisnis *website “Hotel: Let’s Go Inside”* pada 76 responden yang berusia 17 tahun keatas menghasilkan 57 responden mengalami kesulitan saat hendak memesan

kamar hotel dikarenakan hanya melihat gambar diam dan 19 responden tidak mengalami kesulitan. Jika *website* resmi hotel atau jika ada *website* umum yang menyediakan layanan *virtual tour* 360 derajat yang dapat dilihat dan diputar sesuka pengguna untuk melihat fasilitas, interior, dan panorama hotel, sebanyak 75 responden mengatakan bahwa sangat membantu dalam pemilihan hotel dan 1 orang menjawab kurang membantu. Sebanyak 39 responden memilih hotel bintang 5, sebanyak 29 responden memilih hotel bintang 4, dan sebanyak 8 responden memilih resort yang harus bergabung dalam *website* “*Hotel: Let’s Go Inside*”. Jika dilihat dari peminat yang mengunjungi situs atau *website* tersebut, dapat dikatakan bahwa *website* “*Hotel: Let’s Go Inside*” yakin dapat berkembang dengan sangat baik, pesat, dan banyak diminati masyarakat.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang mencakup data informasi berupa teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, atau bahkan gabungan dari semuanya, baik bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian dan dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. *Website* ‘*Hotel: Let’s Go Inside*’ merupakan layanan online berbasis *website* yang menyediakan fitur utama berupa panorama 360⁰ dari hotel dan berisi fitur tambahan berupa informasi tambahan mengenai hotel. Pengunjung dapat secara langsung memesan hotel yang diinginkan melalui tautan yang tersedia agar dapat dilanjutkan langsung ke *website* resmi hotel tersebut.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Gambar 1. 2

Logo Bisnis Website “Hotel: Let’s Go Inside”



Sumber: Olahan Penulis

Website dengan nama “*Hotel: Let’s Go Inside*” merupakan kata dalam bahasa ingris yang mempunyai arti mari pergi kedalam. Maksud dari nama bisnis ini, calon tamu atau pengguna dapat melihat secara langsung keadaan hotel yang akan mereka tinggali dalam beberapa hari. Baik itu fasilitas, interior, layout, informasi mengenai hotel, dan tautan resmi yang akan menghubungkan ke *website* resmi juga tersaji di dalam satu *website* saja. Pemilihan bentuk sendiri didasarkan pada kata 360 derajat yang artinya bisa diputar kemana saja sesuai keinginan pengguna. Pemilihan warna font adalah warna putih agar teresan lebih sederhana. Pemilihan warna yaitu hijau toska yang memiliki arti samudera yaitu diharapkan bisnis ini dapat berkembang pesat.

3. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat)

Lokasi untuk perencanaan bisnis *website* “*Hotel: Let’s Go Inside*” sendiri yaitu bertempat di Kota Bandung tepatnya di Jalan Budi Agung No. 186 G7 Hegarmanah, Cidadap. Penulis memilih menjadikan rumah pribadi sebagai semi kantor karena memiliki kelebihan yaitu dapat dikontrol secara intensif. Untuk kerjasama dengan *website* “*Hotel: Let’s Go Inside*”, hotel dapat

menghubungi kami melalui letsgoinside@gmail.com dan +62 815-4716-3058.

Berikut ini adalah peta lokasi untuk usaha *website* “Hotel: Let’s Go Inside”.

Gambar 1. 3

Lokasi bisnis Website “Hotel: Let’s Go Inside”



Sumber: Google Maps

C. Visi dan Misi

Visi:

Perusahaan layanan Hotel Marketing Digital yang mampu bersaing di *Society 5.0 Era*

Misi:

- a. Menyediakan fitur kemudahan bagi orang dalam menemukan tujuan liburannya.
- b. Memberikan ide bisnis terbaru yang dapat bersaing dikancah internasional.
- c. Sebagai media informasi yang dapat dipercaya dengan menyediakan informasi terbaru.

D. SWOT Analysis

Sebagai perencanaan bisnis baru dalam ajang promosi hotel dan membantu calon tamu yang akan menginap, *website 'Hotel: Let's Go Inside'* ini harus mengerti kiat-kiat apa saja yang harus dilakukan agar hotel hotel berkeinginan menjalin kerja sama dengan si pembuat jasa dan pengembangan *website* terus digalakan.

Dilansir dari tulisan **Rangkuti (2011:199)**, “Kinerja dari suatu perusahaan dapat ditentukan dengan adanya faktor internal dan eksternal. Kedua faktor inilah yang menjadi pertimbangan dalam analisis SWOT. SWOT merupakan kependekan kata dari *strength, weakness, opportunities, dan threats*.”

Tujuan Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut **Rangkuti (2011:199)**, fungsi dari analisis SWOT menganalogikan peluang internal dalam segi kelemahan dan kekuatannya dan peluang eksternal dalam segi ancaman yang datang dari luar hendaknya dapat diatasi dengan keputusan strategi yang pertimbangkan.

Analisis SWOT

1) *Strength*

- *Website "Hotel: Let's Go Inside"* memiliki konsep yang sama dengan namanya yaitu layanan online yang menyediakan panorama 360 derajat seolah olah kita berada di hotel yang tentunya berbeda dari *website-website* yang lain dan diharapkan akan menjadi daya tarik tersendiri.

- Fitur-fitur yang variatif dan mudah digunakan bagi orang awam sekalipun.
- Layanan online berbasis *user friendly*

2) *Weakness*

- *Development website* harus dirancang oleh ahli agar *market segment* tercapai.
- *Website 'Hotel: Let's Go Inside'* harus memperbanyak promosi dikarenakan usaha ini merupakan *StartUp Bussiness*.

3) *Opportunity*

- Lahan bisnis baru bagi yang mempunyai kelebihan ganda yaitu bagi internal dan eksternal. Internal yaitu pendapatan bagi pemilik bisnis dan eksternal yaitu bagi pengguna layanan dan penyewa yaitu hotel partner.
- Mendukung persaingan secara global akan adanya teknologi saat ini.
- Mendukung kaum milenial yang aktif menggunakan internet dan sosial media.

4) *Threats*

- Gaji pegawai *development website* yang semakin hari akan semakin meningkat.
- Kedepan akan berkembangnya usaha sejenis yang lebih variatif.

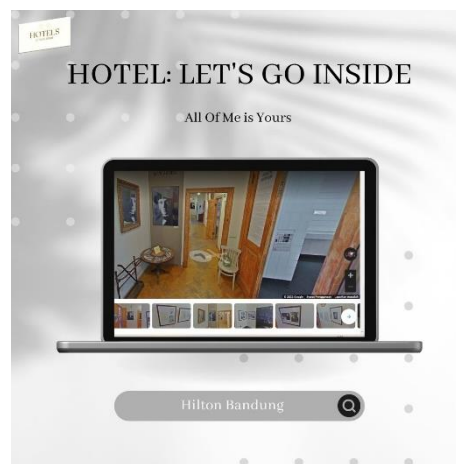
E. Spesifikasi Produk/Jasa

Spesifikasi produk dari *website "Hotel: Let's Go Inside"* sendiri akan mempunyai fitur utama berupa panorama 360 derajat. Selain mempunyai fitur

utama, juga mempunyai fitur tambahan berupa informasi-informasi hotel secara lengkap seperti lokasi yang terhubung di google maps, dan pemesanan kamar hotel yang terhubung dengan *website* resmi hotel *partner*. Gambaran mengenai tampilan awal *website* 'Hotel: Let's Go Inside' akan digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1. 4

Tampilan awal Website “Hotel: Let’s Go Inside”



Sumber: Olahan Penulis

Fitur-fitur yang disediakan oleh *website* “Hotel: Let’s Go Inside” antara lain yaitu fitur pencarian. *User* bebas mencarinya dengan mengetikkan nama hotel di fitur pencarian, lalu akan muncul beberapa panorama seperti *lobby*, *swimming pool*, *fitness center*, *spa*, *restaurant*, dan jenis jenis kamar. Setelah memilih panorama mana yang akan dilihat, *user* bebas menggerakkan kemana saja untuk dilihat mendetail. Jika *user* hendak memesan kamar, dalam fitur terpilih akan mengarahkan ke tautan yang akan mengarahkan *user* ke *website* resmi hotel.

F. Jenis/Badan Usaha

Jenis badan usaha pada *website 'Hotel: Let's Go Inside'* adalah berupa CV (*Commanditaire Vennootschap*) atau Persekutuan Komanditer, karena bisnis ini harus memiliki sistem manajemen dan syarat pendiriannya harus jelas. Selain itu bisnis ini memerlukan modal awal sebagai penunjang awal berdirinya bisnis ini.

G. Aspek Legalitas

Untuk membangun sebuah bisnis perlu adanya tanda legal atau sah. Legalitas bisnis *website "Hotel: Let's Go Inside"* merupakan unsur yang penting, karena legalitas merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha sehingga diakui oleh masyarakat umum. Dengan kata lain, legalitas *website "Hotel: Let's Go Inside"* sendiri harus sah menurut undang undang dan peraturan, dimana bisnis tersebut dilindungi atau dipayungi oleh berbagai dokumen sehingga sah dimata hukum dan pemerintahan. Sebagai bentuk legalitas usaha, maka bisnis ini akan membuat NIB (Nomor Induk Berusaha).

Adapun manfaat legalitas bagi CV *website "Hotel: Let's Go Inside"* adalah:

- a) Sarana perlindungan hukum
- b) Saran promosi
- c) Bukti kepatuhan terhadap hukum
- d) Mempermudah mendapatkan suatu kerja sama, dan
- e) Pengembangan usaha akan semakin terpercaya

Tidak hanya legalitas bisnis itu sendiri, *CV website "Hotel: Let's Go Inside"* harus memiliki *developer website* yang memiliki reputasi dan kredibilitas yang baik. *CV website "Hotel: Let's Go Inside"* percaya bahwa memiliki payung hukum yang jelas dan kredibilitas developer baik menjadikan website ini akan semakin berkembang pesat dan dapat diminati masyarakat.