

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan yang direncanakan dan dilakukan secara individu maupun kelompok dari suatu tempat menuju tempat lain dengan tujuan rekreasi atau liburan demi memperoleh kepuasan dan kesenangan. Menurut Hendrita (2017) Berdasarkan Undang - Undang No. 10 Tahun 2009 Pasal 1 “Pariwisata adalah kumpulan aktivitas rekreasi yang didukung oleh berbagai organisasi, perusahaan, lembaga, dan layanan nasional dan lokal”. Dalam pembangunan sektor pariwisata, peran negara sangat penting karena negara memiliki otoritas untuk mengatur, menyediakan, dan menetapkan berbagai infrastruktur yang berhubungan dengan industri pariwisata.

Akomodasi adalah sebuah bangunan yang didirikan sebagai tempat peristirahatan bagi para pelaku pariwisata yang dilengkapi dengan berbagai pelayanan seperti pelayanan makanan dan minuman, namun tidak semua akomodasi memiliki pelayanan atau biasa disebut *self service*. Salah satu akomodasi yang memiliki sistem pelayanan tersebut adalah *campervan*.

Menurut Ismayanti (2020:8): “Akomodasi berarti perusahaan yang menawarkan jasa akomodasi, yang dapat dilengkapi dengan jasa wisata lainnya. Perusahaan yang menawarkan akomodasi dapat berupa hotel, vila,

kabin wisata, tempat perkemahan, tempat istirahat, *caravan*”.

Seiring berkembangnya zaman banyak bermunculan pemikiran kreatif dari wisatawan yang senang melakukan perjalanan jauh dengan kendaraan yang sudah dimodifikasi sedemikian rupa sehingga mendukung untuk berkegiatan wisata dan berpergian dari suatu tempat menuju tempat lainnya yang disebut *campervan*. Selain berfungsi sebagai alat transportasi, *campervan* juga berfungsi seperti rumah karena dilengkapi dengan tempat tidur, dapur, bahkan *toilet*.

*Campervan* sendiri telah berkembang pesat di Indonesia sejak beberapa tahun terakhir. Popularitas *campervan* di Indonesia dimulai dengan banyaknya *youtuber* atau *influencer* yang berpergian ke alam terbuka dengan menggunakan *campervan* atau istilah lainnya adalah *motorhome*.

Pesatnya popularitas dan peminat pelaku pariwisata menggunakan *campervan* untuk berekreasi membuat besarnya peluang bagi pelaku usaha dengan membuat bisnis sewa *campervan* yang menjadi alternatif rekreasi. Bisnis ini dapat berkembang pesat karena dianggap inovasi yang unik dan menarik terlebih lagi setelah terjadinya Pandemi Covid-19.

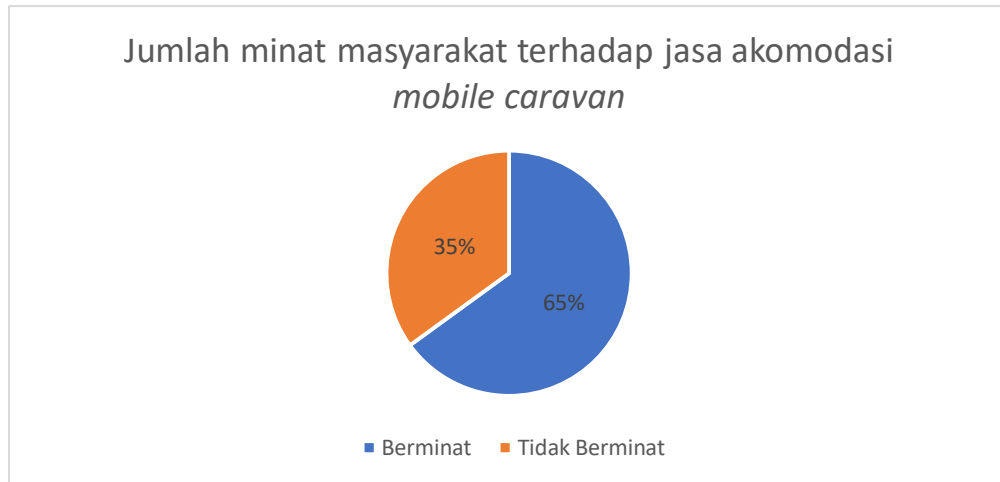
Upaya mendirikan bisnis penyedia jasa akomodasi Camperland dengan tujuan untuk menjadikan sebuah alternatif sarana penunjang kegiatan wisata yang bersifat *mobile* dan praktis dengan anggaran yang lebih minim di keluarkan dibandingkan dengan jasa akomodasi konvensional.

Dilansir dari Badan Pusat Statistika Provinsi Bali, tercatat sebanyak 2.155.747 jumlah kunjungan wisatawan di Provinsi Bali pada tahun 2022 dengan kunjungan tertinggi di bulan Desember pada saat menjelang perayaan

hari natal dan tahun baru sebesar 377.326.

Di bawah ini merupakan data hasil survei yang telah penulis lakukan untuk mengetahui tingkat minat konsumen terhadap bisnis jasa akomodasi yang akan dibuat:

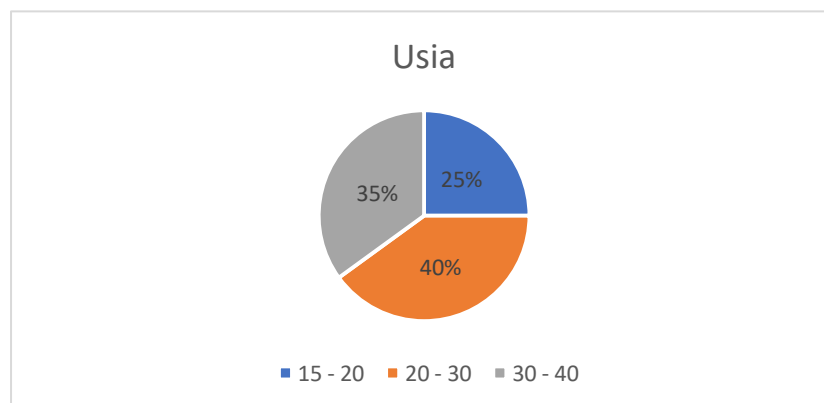
**Gambar 1. 1 Data Survei jumlah peminat**



Sumber : Karya Penulis, 2023.

Di bawah ini merupakan data hasil survei peminat jasa akomodasi *mobile caravan* berdasarkan rentang usia yaitu sebesar 40% dari rentang usia 20 – 30 tahun, 35% dengan rentang usia 30 - 40 tahun dan yang terakhir sebesar 25% di rentang usia 15 – 20 tahun.

**Gambar 1. 2 Data Survei berdasarkan usia**



Sumber : Karya Penulis, 2023.

## B. Gambaran Umum Bisnis

### 1. Deskripsi Bisnis

Deskripsi bisnis merupakan informasi dari bisnis tersebut mulai dari jenis produk yang dijual, visi dan misi, alamat toko, jam operasional dan sebagainya atau dengan kata lain deskripsi bisnis adalah identitas tentang bisnis tersebut. Rancangan bisnis yang akan dilakukan oleh penulis berupa akomodasi jasa yang dapat berpindah – pindah dari suatu tempat menuju tempat lain atau berkemah dengan menggunakan kendaraan berupa mobil yang biasa disebut dengan nama *campervan*. Bisnis ini hadir dengan tujuan memberikan konsumen pengalaman baru karena konsumen dapat menikmati liburan dengan berpergian ke tempat manapun yang mereka ingin tuju tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan untuk akomodasi tempat tinggal karena di dalam *campervan* tersebut telah dilengkapi tempat tidur, dapur yang juga dilengkapi dengan peralatan masak dan juga *toilet* yang bersifat *portable*.

### 2. Deskripsi Logo & Nama

Logo merupakan suatu bentuk gambar, tanda, lambang atau simbol yang menjadi identitas penting bagi pelaku bisnis yang memiliki makna tersendiri, karena logo tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap melainkan jadi bagian yang tidak terpisahkan dari produk. pentingnya logo adalah sebagai bentuk profesionalitas. Logo menjadi alat signifikan dalam memberikan citra yang bagus bagi konsumen dan sarana pengenalan pertama

dari suatu bisnis kepada konsumen, dengan adanya sebuah logo dapat membuat sebuah kesan pertama yang kuat untuk bisnis yang akan dibangun.

*Branding* merupakan suatu upaya yang dilakukan agar suatu produk dapat menarik dan melekat dibenak konsumen dengan memperkuat *image* dalam sebuah produk agar mudah dikenali konsumen. Sederhananya *branding* diambil dari kata *brand* yang berarti merek, *branding* disebut sebagai bentuk komunikasi perusahaan dengan konsumen yang menjadi sasaran. *Branding* tidak hanya meliputi logo, merek, slogan atau warna, *branding* juga dapat dikomunikasikan melalui lingkungan atau suasana toko, cara karyawan memperlakukan konsumen, pakaian atau seragam yang digunakan karyawan, kemasan sebuah produk, iklan, dan lainnya.

*Camperland* merupakan nama yang dipilih penulis untuk bisnis *campervan* yang diambil dari dua kata bahasa inggris yaitu *camper* yang berarti pelaku kemah dan *land* yang berarti tanah atau tempat sehingga nama *Camperland* dapat diartikan sebagai tempatnya para pelaku kemah.

**Gambar 1. 2 Logo Camperland**



Sumber : Karya Penulis, 2023.

- Lingkaran Hitam

Lingkaran Hitam pada logo bisnis tersebut melambangkan identitas diri dari bisnis tersebut yang melambangkan arah yang tepat. Bentuk lingkaran terbentuk dari satu titik yang berputar ke titik sebelumnya yang juga melambangkan kekekalan dan memiliki makna tanpa batas sehingga konsumen dapat menggunakan jasa *Camperland* dengan tujuan yang mereka inginkan tanpa adanya batasan.

- Tulisan Camperland

Tulisan *Camperland* adalah brand dari bisnis tersebut yang disematkan pada logo menggunakan *font* berkesan *retro modern* berwarna hitam yang tegas.

- Pegunungan berwarna hijau

Bentuk pegunungan berwarna hijau diimplementasikan sebagai alam terbuka sehingga memberikan makna pertumbuhan dan kesuburan.

- Daun

Makna Daun dalam logo tersebut melambangkan karakter mandiri yang terbentuk pada konsumen dengan pengalaman yang mereka dapat.

- Mobil van

Mobil van pada logo merupakan produk utama untuk konsumen yang menjadi ujung tombak untuk merealisasikan visi dan misi dari bisnis

tersebut.

- Warna merah pada van

Warna merah mengimplementasikan keberanian dan kekuatan. Warna ini juga mampu mendorong gairah dan energi bagi konsumen untuk berani mewujudkan tujuan wisata mereka dengan menggunakan jasa *Camperland*.

- Tulisan *Living The Dream*

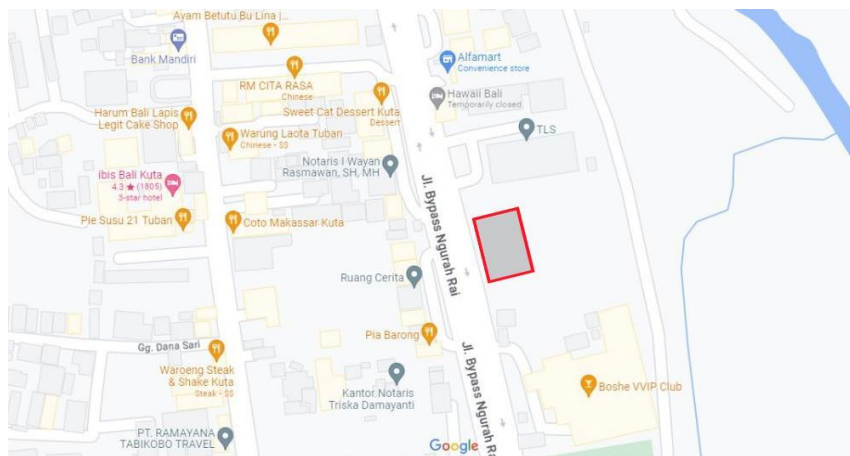
Tulisan *Living The Dream* pada logo bukan sekedar pemanis yang tersematkan, namun merupakan sebuah slogan yang memiliki konotasi kehidupan atau kegiatan berlibur dengan tujuan kemanapun yang menjadi impian semua orang.

### 3. Identitas Bisnis

Lokasi yang strategis diharapkan dapat memenuhi harapan untuk menarik konsumen mencari keuntungan dan sebaliknya jika terjadi kesalahan dalam pemilihan lokasi maka akan mempengaruhi kinerja usaha dan otomatis pengusaha akan gagal mencapai keuntungan yang maksimal. Di sini penulis memilih lokasi usaha di Bali tepatnya di Jalan Bypass Ngurah Rai, Kuta, Kecamatan Kuta, Kabupaten Badung, Bali 80361. dengan alasan Provinsi Bali adalah pusat pariwisata di Indonesia yang memiliki destinasi wisata yang lengkap, dan juga Bali memiliki lebih banyak lokasi yang dapat dijadikan tempat *campervan ground* dibanding daerah lain.

Telepon : +62 851 5766 1806  
Whatsapp : +62 851 5766 1806  
Instagram : Camperland.id  
Email : Camperland.id@gmail.com  
Alamat : Jalan Bypass Ngurah Rai, Kuta, Kecamatan. Kuta,  
Kabupaten Badung, Bali 80361.

**Gambar 1. 3 Denah Lokasi Camperland**



Sumber : Olahan Penulis, 2023.

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

Visi dan misi perusahaan antara lain merupakan inti dari perusahaan yang sekaligus menjadi contoh dan pedoman bagi setiap karyawannya. Visi adalah gambaran besar, tujuan dan cita-cita utama perusahaan, instansi, organisasi untuk masa depan, yang bersifat permanen, terdiri dari suatu



kalimat atau poin yang jelas, padat, dan mewakili semuanya yang diimplementasikan dengan misi dengan melakukan langkah-langkah untuk mewujudkan visi tersebut. Visi dan misi merupakan hal yang penting bagi suatu perusahaan karena dapat memudahkan karyawan memahami dengan jelas tujuan dari pekerjaannya. Oleh karena itu, visi dan misi perusahaan sangat besar pengaruhnya dalam meningkatkan motivasi dan semangat kerja karyawan serta terwujudnya tujuan atau visi perusahaan.

Setelah mengkaji makna dari visi dan misi tersebut berikut ini adalah visi dan misi dari Camperland :

- Visi Camperland

Menjadi penyedia akomodasi *mobile caravan* terpercaya yang berperan meningkatkan kualitas kegiatan wisata konsumen dengan layanan dan keamanan yang memuaskan.

- Misi Camperland

- a. Menawarkan jasa akomodasi dengan konsep *mobile caravan* dengan fasilitas lengkap sebagai penunjang kegiatan berkemah konsumen.
- b. Memberikan kemudahan terhadap konsumen dengan pelayanan antar jemput dan memberikan opsi atau destinasi rute sesuai yang dibutuhkan konsumen.
- c. Membangun rasa percaya konsumen terhadap perusahaan dengan fasilitas keamanan yang disematkan.

#### D. Analisis Peluang dan Hambatan (SWOT)

Analisis SWOT merupakan teknik perencanaan strategis yang efektif untuk mendukung kemajuan bisnis. SWOT adalah singkatan dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*. Tujuan dari analisis SWOT adalah merencanakan proyek bisnis agar berjalan sesuai rencana dengan menganalisis empat efek SWOT. SWOT diterapkan dengan membuat daftar sedetail mungkin sehingga dapat dievaluasi secara keseluruhan. Analisis SWOT dapat membantu pemilik bisnis dengan strategi yang matang dan terencana untuk memprioritaskan masalah yang mempengaruhi bisnis. SWOT juga mampu meminimalisir kegagalan yang berujung kerugian bisnis, karena dengan mengimplementasikan metode SWOT dapat membuat suatu prediksi tantangan dari segi kompetitor. Dari kajian teori di atas berikut hasil analisa SWOT *Camperland*:

**Tabel 1. 1 Analisa SWOT**

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Strengths</i> (Kekuatan) | <ul style="list-style-type: none"><li>• Menyediakan produk jasa mobil van yang didesain dengan fasilitas yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan konsumen demi mendukung kegiatan kemah di alam terbuka.</li><li>• Memberikan pengalaman berbeda yang menyenangkan bagi konsumen saat berkegiatan dengan <i>campervan</i> karena</li></ul> |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                | <p>konsumen dapat pergi ke tujuan manapun yang diinginkan.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki lokasi kantor pusat yang strategis.</li> <li>• Menyediakan layanan jemput konsumen di bandara.</li> <li>• Harga yang relatif murah dengan fasilitas yang memadai.</li> </ul> |
| <i>Weaknesses</i> (Kelemahan)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengeluaran modal yang besar di awal untuk membeli unit mobil van dan membangun kantor.</li> <li>• Masih kurangnya destinasi wisata yang dapat digunakan sebagai lahan berkemah menggunakan <i>campervan</i> di Indonesia.</li> </ul>                |
| <i>Oppoturnities</i> (Peluang) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peluang memperluas pasar mudah dengan adanya komunitas penggiat alam.</li> <li>• Menjadi opsi alternatif konsumen untuk berlibur di era <i>new normal</i>.</li> </ul>                                                                                |
| <i>Threats</i> (Ancaman)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masih banyak konsumen yang tetap memilih hotel sebagai akomodasi untuk berlibur.</li> </ul>                                                                                                                                                          |

|  |                                                                                                                    |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya kompetitor yang meniru konsep usaha membuat persaingan.</li> </ul> |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Sumber : Olahan Penulis, 2023.

## E. Spesifikasi Produk dan Jasa

*Camperland* merupakan perusahaan penyedia akomodasi *mobile* yang menawarkan jasa penyewaan mobil van multifungsi yang dimodifikasi dengan fasilitas untuk menunjang kegiatan berkemah. *Camperland* hadir sebagai solusi untuk wisatawan yang ingin merasakan pengalaman menyenangkan dengan kemah di alam terbuka dan memudahkan konsumen dalam berkegiatan menuju destinasi manapun yang menjadi tujuan karena tidak perlu repot dalam membawa barang bawaan pribadi saat akan berpindah menuju destinasi selanjutnya. *Camperland* didesain dengan fasilitas lengkap seperti kamar tidur untuk beristirahat dengan kapasitas dua sampai tiga orang, fasilitas hiburan seperti Televisi, dapur dengan peralatan masak, kompor, *wastafel*, *cooler box*, kompartemen untuk penyimpanan air, fasilitas keamanan seperti unit pelacak *GPS*, *safe deposit box* dan juga kotak P3K.

## F. Jenis / Badan Usaha

Dalam perencanaan membangun sebuah usaha, sebaiknya pemilik usaha tahu jenis usaha yang akan dijalani terdaftar sebagai badan usaha apa. Badan usaha memiliki bermacam ragam bentuk dan jenis pengelompokannya,

masing – masing badan usaha memiliki regulasi yang berbeda. Salah satu dari jenis badan usaha adalah CV yang merupakan kepanjangan dari *Commanditaire Vennootschap* yang diambil dari bahasa Belanda. CV merupakan salah satu jenis badan usaha yang terbentuk melalui kesepakatan dua belah pihak atau lebih, yang kemudian mempercayakan modalnya kepada dua orang atau lebih, tujuannya adalah untuk mencapai tujuan bersama kedua belah pihak, kedua belah pihak dalam CV terdiri dari pihak komanditer dan pihak komplementer. Pihak komanditer (pasif) merupakan bagian yang memiliki tanggung jawab untuk memberikan modal CV kepada pihak komplementer (aktif) yang bertanggung jawab untuk menjalankan kegiatan CV kemudian besarnya hasil yang diperoleh dapat disesuaikan dengan kesepakatan bersama. Aturan hukum dari kedua belah pihak tersebut tertulis dalam Pasal 20 ayat (3) KUHD yang menjelaskan bahwa tanggung jawab sekutu komanditer hanya terbatas pada sejumlah modal yang ia setor. Kemudian oleh Pasal 20 ayat (2) KUHD dijelaskan bahwa ditentukan pula bahwa sekutu komanditer tidak boleh ikut serta dalam pengurusan persekutuan atau mencampuri sekutu kerja. Menurut Purnamasari (2010:22): “CV merupakan badan usaha yang dapat dipilih oleh para pengusaha yang ingin berbisnis dengan modal terbatas“. CV merupakan badan jenis usaha yang tentunya memiliki ciri-ciri dan kelebihan yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Ciri-ciri CV

- Badan usaha yang didirikan oleh dua orang atau lebih

- Terdiri dari dua belah pihak yaitu aktif (komplementer) yang bertanggung jawab mengelola perusahaan dan pihak pasif (komanditer) yang bertanggung jawab menanamkan modal.
- Badan usaha CV hanya boleh didirikan oleh orang yang berstatus warga negara Indonesia (WNI) dan tidak diperkenankan didirikan oleh warga negara asing.
- Modal yang ditanamkan tidak memiliki batasan minimal.
- Syarat mendirikan CV lebih mudah dan diakui secara legal.
- Mudah untuk melakukan kerja sama dengan lembaga resmi.

b. Kelebihan CV

- Modal usaha minim.
- Proses pendirian lebih mudah.
- Pengambilan keputusan yang cepat.
- Pajak lebih mudah.
- Sistem kepemilikan.

## **G. Aspek Legalitas**

Legalitas perusahaan merupakan elemen penting karena legalitas merupakan identitas yang melegitimasi dan melegitimasi industri untuk diakui oleh masyarakat. Legalitas perusahaan harus legal menurut peraturan perundang-undangan, dalam hal ini perusahaan dilindungi dengan berbagai dokumen agar legal di mata hukum.

Usaha *Camperland* yang dibuat penulis berkaitan dengan undang-undang No. 22 Tahun 2009 Pasal 52 ayat (3) yang menjelaskan bahwa setiap kendaraan bermotor yang dimodifikasi sehingga mengubah persyaratan konstruksi dan material wajib dilakukan uji tipe ulang. Dalam mendirikan usaha setidaknya ada enam dokumen yang perlu disiapkan untuk mengajukan pendirian perusahaan komanditer seperti berikut:

1. Akta Pendirian.
2. Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP).
3. NPWP Perusahaan.
4. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
5. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
6. Pengesahan Pengadilan.