

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara tropis yang kaya keindahan alam yang menarik banyak orang untuk berwisata. Wisata alam juga termasuk dalam bentuk wisata yang cukup populer di kalangan orang Indonesia. Kegiatan ini menjadi salah satu unsur yang berpengaruh dalam mengembalikan semangat dan mengurangi penat. Seiring meningkatnya permintaan perjalanan wisata, maka minat pemerintah dan masyarakat terhadap industri pariwisata juga meningkat, terlebih pada bidang akomodasi.

*Camping* atau berkemah merujuk pada **Peraturan Menteri Pariwisata No.21 tahun 2015** mengenai Standar Usaha Bumi Perkemahan pasal 1 ayat 2 disebutkan berkemah merupakan tempat di alam terbuka, sehingga para wisatawan dapat mendirikan kemah-kemah untuk keperluan bermalam dan melakukan kegiatan sesuai motivasinya.

**Tabel 1.1 Data Jumlah Akomodasi**

Jenis	Tahun		
	2019	2020	2021
Hotel Bintang	9	9	9
Hotel Non Bintang	40	53	36
Wisata Alam	28	39	44

Sumber: [kedirikab.bps.go.id](http://kedirikab.bps.go.id)

Mengacu pada tabel diatas untuk periode 2019 - 2021, jumlah jenis wisata alam terus meningkat seiring dengan menurunnya tingkat pandemi Covid-19. Wisata alam kini telah menjadi pariwisata yang banyak digemari oleh khalayak umum, terutama untuk penduduk yang bertempat tinggal di perkotaan karena dapat menikmati suasana nyaman dan tenang di alam terbuka.

Dilansir dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kediri, ketika libur panjang Natal dan Tahun Baru 2022 pada 2 Januari 2022 tercatat sebagai kunjungan wisatawan tertinggi yang mencapai 14.723 wisatawan di Gunung Kelud, Wilis dan Simpang Lima Gumul (SLG).

Semenjak pandemi Covid-19, akomodasi yang berhubungan dengan alam mulai mengalami banyak peminat. *Campsite* menawarkan konsep akomodasi yang berbasis pada alam atau lingkungan yang dirancang sedemikian rupa agar memberikan suasana sejuk, indah, dan nyaman.

Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk membuat "*Fiel De Camp*" dengan melihat gencarnya promosi dan publikasi yang sedang berlangsung di kawasan Kabupaten Kediri sehingga meningkatnya berbagai destinasi wisata baru disekitarnya.

**Suyanto (2013:107) menyebutkan:** "Masyarakat era post-modern senang menghabiskan waktu senggang dengan kegiatan rekreasi, pergi keluar dari dirinya menuju perangkat-perangkat eksterior: tempat- tempat wisata, mal, taman hiburan, klub dan sejenisnya."

*Fiel De Camp* hadir dengan menawarkan suasana *camping* untuk *refreshing* dan *healing*. Bisnis ini juga diperuntukkan bagi pengunjung yang ingin merasakan keindahan alam sekitar Gunung Kelud tanpa perlu memikirkan peralatan dan perlengkapan berkemah serta tanpa harus mendaki gunung yang menguras banyak tenaga.

## A. Gambaran Umum Bisnis

### 1. Deskripsi Bisnis

*Fiel De Camp* merupakan *campsite* yang sudah terorganisir dari segi lokasi, tempat, dan fasilitasnya. Disediakan bagi wisatawan yang belum pernah mencoba sensasi berkemah di alam bebas, karena *campsite* ini menyediakan fasilitas lengkap mulai dari fasilitas umum serta fasilitas penunjang yang berbeda dari *campsite* pada umumnya.

*Campsite* ini mengutamakan penginapan berupa perlengkapan *camping outdoor* dengan fasilitas lengkap seperti *velbed*, *awning*, *sleeping bag*, *pillow*, matras, lampu, kursi, kompor portabel, peralatan masak dan makan, senter, dan pelayanan prima selama *camping*. Tersedia aliran listrik, pencahayaan, dan air bersih, adapun fasilitas penunjang yang dapat dinikmati pengunjung seperti penayangan film pada malam hari, api unggun, permainan uno dan juga kartu *warewolf*, dan aneka *board games* lainnya. Dilengkapi dengan area parkir, toilet, mushola, dan obat-obatan yang umum dibutuhkan.

*Fiel De Camp* mengusung konsep modern minimalis sekaligus sebagai upaya mengurangi sampah plastik dan tetap menjaga lingkungan agar tetap bersih dan indah, disediakanya refill air gratis dan tempat sampah setiap tenda. Tenda yang digunakan juga tidak memiliki beragam warna, namun tenda yang digunakan berwarna selaras yaitu dominasi warna krem dengan berbagai macam tipe atau ukuran sesuai dengan jumlah pengunjung yang akan menginap. *Fiel De Camp* juga menawarkan beberapa macam tenda mulai dari *single*, dan *group*.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama



**Gambar 1.1 Logo *Fiel De Camp***

Sumber: Olahan Penulis, 2023

### Logo

**Menurut Aaker (2018:9):** “Merek (*brand*) adalah nama dan/atau simbol yang bersifat membedakan (seperti sebuah logo, cap, atau kemasan) dengan maksud mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau sebuah kelompok penjual tertentu, dengan

demikian dapat lebih mudah membedakan barang dan jasa yang dihasilkan oleh para kompetitor.”

Logo sebagai pengenalan pertama sebuah usaha, sekaligus menjadi branding yang dapat meningkatkan minat pengunjung serta pembuatan logo yang baik dapat mudah diingat dan cepat menarik minat pelanggan. Logo di atas dibuat untuk mendefinisikan bisnis *Fiel De Camp* dengan arti tersendiri dengan menggambarkan citra sederhana dan modern.

Latar belakang berwarna hijau diambil sebagai identitas alam yang mampu memberi suasana menenangkan dan membuat rileks serta lokasi yang digunakan masih asri karena berada di dataran tinggi yang identik dengan suhu yang dingin dan sejuk. Diharapkan warna hijau ini dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkemah pada saat lelah dengan kehidupan diperkotaan dan ingin bersantai sejenak.

Warna krem sebagai warna netral yang diharapkan dapat menarik wisatawan dari berbagai usia dan golongan, sekaligus terinspirasi dari warna tenda yang akan *Fiel De Camp* gunakan dengan dominasi warna krem.

Pemilihan gambar tenda yang dihiasi dengan pepohonan dibelakangnya sebagai gambaran pemandangan yang sejuk dan indah.

Dihiasi dengan api unggun disebelah tenda yang mengartikan akan ada api unggun yang dinyalakan saat menjelang petang. Api unggun sendiri sebagai penghangat disaat suhu dingin serta melambangkan persaudaraan dan persatuan. Diharapkan antar tamu dapat berkomunikasi dan mengenal satu sama lain sehingga dapat membangun relasi baru bagi antar pengunjung.

Gambar tenda ini melambangkan produk yang ditawarkan. Pemilihan warna tenda coklat sebagai gambaran bahan lahan yang digunakan adalah lahan terbuka yang berada diatas tanah.

Penambahan nama Fiel De Camp dibawah sebagai nama untuk *campsite* ini dengan warna hijau dan oranye yang memperlihatkan kenyamanan dan kemanan yang diberikan.

### **Nama**

Penulis mendirikan bisnis bernama "*Fiel De Camp*" dari singkatan nama penulis yaitu Fiela Delfinada. Fiel yang merujuk pada nama panggilan penulis serta diambil dari nama depan penulis Fiela. Nama itupun juga merupakan diambil dari bahasa inggris dengan kata *feel* yang berarti rasa, kemudian dipelesetkan.

Penambahan De diambil dari dua huruf pertama nama belakang penulis serta dalam bahasa Prancis juga memiliki arti yaitu milik. Jika diartikan secara keseluruhan memiliki arti *Camping* milik Fiel. Nama itu pun juga merupakan diambil dari bahasa Inggris dengan kata *feel* yang berarti rasa, kemudian dipelesetkan.

### 3. Identitas Bisnis

#### Gambar 1.2 Lokasi *Fiel De Camp*



Sumber: Olahan Penulis, 2023

*Fiel De Camp* berlokasi di Kabupaten Kediri, dengan alamat di daerah Sugihwaras, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, 64162. Pertimbangan lokasi tersebut tidak berada di dataran yang terlalu tinggi dan akses jalan utama yang sudah memadai. *Fiel De Camp* menyediakan berbagai kontak yang dapat dihubungi untuk memudahkan tamu atau wisatawan yang ingin membuat reservasi melalui berbagai macam media sosial sebagai berikut :

Telepon : 085335547209

Gmail : Fieldecamp@gmail.com

Instagram : fiel\_decampkdr

## B. Visi misi

### Visi

Menjadi *campsite* yang memberikan kenyamanan melalui fasilitas yang lengkap dan pelayanan yang ramah serta meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar.

### Misi

1. Menawarkan akomodasi dengan konsep *camping* modern yang nyaman dengan kualitas pelayanan yang profesional.
2. Menyediakan fasilitas umum hingga penunjang yang memadai dan berbeda dengan *campsite* pada umumnya.
3. Berkontribusi dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata di Kab. Kediri.

## C. Analisis SWOT Bisnis *Fiel De Camp*

**Rangkuti (2016:19) menyatakan:** “Analisis SWOT merupakan identifikasi secara sistematis dari beraneka macam faktor untuk membentuk strategi usaha. Analisis dilakukan berdasarkan logika sehingga dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).” Berikut elemen - elemen dasar SWOT dapat dibentuk.

Analisis SWOT sangat berguna bagi para pengusaha untuk merancang suatu usahanya mulai dari bisnis yang kecil hingga ke skala besar. Metode analisis ini dimanfaatkan untuk mengetahui beberapa aspek yang dapat menumbuhkan serta mengembangkan suatu usaha. Oleh karena itu, pengusaha

dapat mengidentifikasi melalui beberapa aspek yang terdapat pada analisis SWOT sebagai alat efektif dalam perencanaan strategi serta pemecahan masalah dalam perusahaan. Beberapa elemen yang akan menjadi acuan analisis tersebut adalah sebagai berikut:

**STRENGTH (KEKUATAN):**

- a. Menyediakan lahan perkemahan modern dengan fasilitas penunjang yang lengkap.
- b. Sebagai badan usaha yang bergerak pada jasa akomodasi, *Fiel De Camp* merupakan *camping* yang cukup modern, karena konsep tenda yang modern tidak seperti pada umumnya. Menyuguhkan pemandangan alam yang indah dan sejuk tanpa mengurangi kenyamanan dan keamanan karena tersedianya fasilitas umum dan penunjang yang lengkap dan memadai.
- c. Memberi banyak variasi tenda dengan harga terjangkau sesuai dengan jumlah tamu, sehingga tamu tidak dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan pake yang ditawarkan.
- d. Fasilitas yang ditawarkan memiliki kesamaan dengan glamping dengan segala fasilitas seperti toilet, listrik, air bersih telah disediakan.
- e. Terdapat fasilitas penunjang yang menarik seperti *barbeque night*, api unggun, penayangan film pada malam hari, dan *board games* seperti kartu uno & *werewolf* agar memberi pengalaman yang berbeda dari berkemah pada umumnya.

- f. Berkembangnya objek wisata di sekitar lokasi mampu membuat daya tarik wisatawan untuk berkunjung dan berkemah.

**WEAKNESS (KELEMAHAN):**

1. Fiel De Camp masih tergolong baru dan belum terkenal.
2. Jumlah tenda yang terbatas.
3. Lokasi dataran tinggi yang cukup dingin.
4. Segmentasi pasar terbatas.

**OPPORTUNITY (PELUANG):**

1. Banyak minat dari wisatawan terhadap wisata *outdoor* mengingat saat pandemi kita diharuskan untuk tetap berada dalam ruangan.
2. Pemanfaatan media sosial sebagai salah satu cara untuk pemasaran produk.
3. Maraknya penginapan berkonsep alam pada industri pariwisata setelah pandemi covid-19.
4. Membuka lapangan pekerjaan baru untuk daerah sekitar.

**THREATS (ANCAMAN):**

1. Terdapat usaha sejenis pada daerah tersebut.
2. Konsumen memilih penginapan glamping karena fasilitas yang didapatkan lebih lengkap.
3. Lokasi yang berada di dataran tinggi mengakibatkan potensi bencana alam.

#### **D. Spesifikasi Produk/Jasa**

*Fiel De Camp* merupakan *campsite* yang menawarkan produk dan jasa berupa *campsite* atau area berkemah dengan fasilitas dan pelayanan yang berbeda dari *campsite* umumnya sehingga pengunjung mendapatkan pengalaman yang baru dan berkesan saat berkemah. *Fiel De Camp* hadir sebagai solusi agar pengunjung tertarik untuk berkemah serta sebagai alternatif akomodasi seperti *resort* atau *glamping*.

Melihat dari fasilitas yang didapat untuk tenda dan perlengkapannya tidak akan jauh berbeda dengan lainnya seperti menyediakan karyawan yang profesional untuk pemasangan tenda dan jika ada keperluan selama berkemah. Selain itu, *campsite* ini dilengkapi dengan fasilitas umum yang lengkap dan fasilitas penunjang yang unik seperti kamar mandi yang dilengkapi dengan amenities yang dibutuhkan, mushola, *barbeque set*, api unggun, mini cinema yang akan ditayangkan setiap malam, dan berbagai permainan kartu.

Tenda yang disediakan memiliki berbagai macam ukuran mulai dari untuk 2 orang hingga 8 orang. Yang dibedakan dengan nama tenda yaitu *single*, *master*, dan *grand master*.

Tabel 1.2 Spesifikasi Fasilitas *Fiel De Camp*

Jenis Produk	Spesifikasi
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenda <i>single</i></li> <li>• Diisi oleh 2 orang</li> <li>• Terdapat <i>flysheet</i></li> <li>• Ukuran 210 x 105 x 100 cm</li> <li>• Tersedia 10 unit</li> <li>• 190T <i>Polyester</i></li> <li>• <i>Waterproof</i> 2000MM</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenda <i>master</i></li> <li>• Diisi oleh 2 atau 3 orang</li> <li>• Terdapat <i>flysheet</i></li> <li>• Ukuran 210 x 210 x 160 cm</li> <li>• Tersedia 14 unit</li> <li>• 210T <i>Polyester</i></li> <li>• <i>Waterproof</i> 3000MM</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenda <i>family</i></li> <li>• Diisi oleh 4 atau 6 orang</li> <li>• Terdapat <i>double layer</i></li> <li>• 1 <i>bedroom</i>, 1 <i>guestroom</i></li> <li>• Terdapat <i>double layer</i></li> <li>• Ukuran 480 x 260 x 200 cm</li> <li>• Tersedia 6 unit</li> <li>• Oxford 150D</li> <li>• <i>Waterproof</i> 3000MM</li> </ul>

Sumber: Olahan Penulis, 2023

## **E. Jenis/Badan Usaha**

Sebagai badan usaha baru membutuhkan izin pendirian badan usaha. Kategori pendirian sebuah usaha harus memperhatikan akan seperti apa bentuk usaha ini nantinya. Menurut **Undang-Undang Cipta Kerja** Nomor 11 Tahun 2020 pasal 1 ayat 9, badan usaha merupakan bisnis yang berbadan hukum ataupun tidak berbadan hukum yang didirikan diwilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia serta menjalankan bisnis dan/atau aktivitas dalam bidang yang spesifik.

Penulis merencanakan suatu badan usaha ini berbentuk Commanditaire Vennootschap (CV) atau badan usaha dengan mitra tidak aktif atau lebih sering dikenal dengan nama CV yang dibentuk dengan kelengkapan akta dan harus didaftarkan.

Beberapa ciri dari CV:

1. Dibentuk oleh sedikitnya dua orang atau bisa lebih.
2. Terdapat dua mitra, yaitu mitra aktif (mitra komplementer) sebagai pengelola perusahaan dan mitra pasif (mitra komanditer) sebagai penanam modal.
3. Hanya warga negara Indonesia (WNI) yang bisa mendirikan sedangkan orang asing tidak diperbolehkan mendirikan CV.

Beberapa kelebihan CV:

1. Kepastian hukum sebagai badan usaha yang perusahaannya mempunyai akta serta didaftarkan notaris.
2. Berkembang lebih mudah karena siapa yang dikendaki dapat mengelolanya. Biasanya pengelola adalah seseorang yang dianggap memiliki kualitas kepemimpinan terbaik.
3. Sistem pajak lebih sederhana karena CV tidak dikenakan pajak serta termasuk barang non PPh.
4. Tidak terdapat batasan atau minimal modal yang harus dimiliki.

#### **F. Aspek Legalitas**

Dalam memulai suatu usaha, aspek legalitas sangat penting agar usaha tersebut beroperasi sesuai dengan aturan hukum untuk membuktikan kelegalitasan suatu usaha. Oleh karena itu, segala aktivitas yang dilakukan harus sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku pada suatu wilayah. Perusahaan dapat diakui legalitasnya oleh hukum dengan persyaratan dokumen yang lengkap dan legal.

Pendirian CV tertera dalam **Pasal 16-35 Hukum Dagang Indonesia (KUHD)**, mewajibkan setiap orang yang akan membuat CV harus membuat akta notaris yang akan didaftarkan di Pengadilan Negeri.

Beberapa syarat dan prosedur pendirian CV yang sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia:

1. e-KTP dan KK mitra aktif dan pasif
2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
3. Bukti kepemilikan pendirian (jika ada) atau bukti sewa lahan usaha atau dokumen sejenis
4. Izin Mendirikan Bangunan (IMB)

*Fiel De Camp* diklasifikasikan sebagai badan usaha menengah melihat dari jumlah unit yang akan digunakan tidak banyak. Mengacu pada hukum yang berlaku mengenai prosedur pendirian suatu badan usaha berbentuk CV dimulai dari penentuan sekutu aktif dan juga pasif di dalam usaha tersebut, menyiapkan dokumen persyaratan serta pengajuan nama CV, pembuatan akta notaris yang ditandatangani dihadapan pejabat yang berwenang, mengajukan pembuatan NPWP, lalu pendiri mendaftarkannya pada wilayah setempat.