

BAB I DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Keluarga merupakan pasar pariwisata yang potensial, hal ini dapat diamati dengan mudah pada musim liburan. Menurut (Trisakti et al., 2016), volume perjalanan wisata keluarga yang meningkat tersebut diduga sebagai akibat demografi dan ekonomi. Dampak dari lajunya urbanisasi yang cepat, mengakibatkan kepadatan penduduk perkotaan semakin tinggi, dan berimplikasi pada keterbatasan ruang untuk melakukan rekreasi. Hal tersebut mendorong keluarga keluar sementara dari tempat tinggal pada sisa waktu luang (*leisure*) untuk melakukan kegiatan rekreasi.

Di Indonesia, menurut data Badan Pusat Statistik, jumlah wisatawan yang mengunjungi destinasi agrowisata meningkat sebesar 24% antara tahun 2017 dan 2018, dengan segmen pengunjung terbesar adalah wisatawan keluarga. Melihat data yang dipublikasikan BPS Kota Bandung, pada tahun 2020 dimana sedang terjadi pandemic virus corona, terdapat 3.244.600 jiwa yang berwisata ke Kota Bandung, dan angka ini meningkat pada tahun 2021 dimana sudah terjadi pelonggaran kebijakan mengenai berwisata, dimana jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung meningkat menjadi 3.741.680 jiwa. Menurut Kepala BPS, Pada tahun 2022, pergerakan wisatawan domestik di Provinsi Jawa Barat berjumlah 123,53 juta kunjungan, dan untuk Kota Bandung, terdapat 14,75 juta kunjungan wisatawan domestik.

Dari data dan pernyataan diatas, muncul sebuah ide bisnis yang memiliki tema sebagai sebuah aktivitas kegiatan rekreasi dengan konsep *outdoor activity*, memiliki nilai edukasi, dan kegiatan yang eksklusif, dan sehat, yang cocok dilakukan oleh wisatawan keluarga, yang akan berlokasi di Kota Bandung, tepatnya di Bumi Herbal Dago. Bumi Herbal Dago yang terletak di Kabupaten Bandung, tepatnya dekat dengan objek wisata Taham Hutan Raya Djuanda dan Tebing Keraton, dekat dengan lahan pertanian, sayur warga lokal, akses yang tidak jauh dari Kota Bandung, sangat mudah dijangkau oleh wisatawan.

B. Gambaran Umum Bisnis

Green Harvest yang kegiatannya terdiri dari *farm tour*, yaitu edukasi pertanian, serta melakukan panen sayur dan buah, lalu wisatawan bisa melakukan *making food* dari hasil panen, dan melakukan kegiatan piknik dengan *setup* yang sudah disediakan. Lalu ada juga aktivitas berkemah bagi wisatawan yang ingin menginap selama satu malam, dengan aktivitas api unggun dan melihat langsung *view* Kota Bandung yang cantik di malam hari.

1. Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1 Logo Green Harvest

Green Harvest sendiri memiliki arti dalam Bahasa Indonesia sebagai Panen Hijau, dimana maksudnya adalah kegiatan utama yang dilakukan berkaitan dengan kebun/tanamam yang siap dipanen. Lalu Green Harvest memiliki slogan "*farm-to-table experience*", dimana maksud dari slogan ini adalah sebuah hasil panen yang diolah dan disantap secara langsung oleh wisatawan menjadi sebuah *experience* yang menarik yang dilakukan diwaktu luang.

Untuk makna yang terkandung dalam logonya, dari warna dasar terdapat warna hijau tua, hijau muda, dan latar krem, dimana arti dari warn aitu kembali lagi kepada warna dasar alam, dimana Green Harvest kegiatannya berkaitan dengan alam terbuka, lalu dari gambar rumah, memiliki makna tempat bernaung, dimana kegiatan yang ada dicipitakan untuk mempererat hubungan keluarga, teman, dan pasangan dari wisatawan itu sendiri. Lalu dari gambar

daun, memiliki arti tumbuhan yang hijau menyelimuti kebersamaan, dengan gambar daun kecil sebagai suatu tanaman yang tumbuh dan siap dipanen.

2. Identitas Bisnis



Gambar 2 Lokasi Bumi Herbal Dago

Alamat Green Harvest terletak di Dago Pakar, Cihargem, Ciburial, Kec. Cimenyan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40198. Nomor kontak perusahaan adalah +62 878 2296 1186.

C. Visi dan Misi

Visi Green Harvest yaitu menjadi tempat rekreasi berbasis edukasi di alam terbuka, yang dapat memberikan kegiatan yang

berkualitas dan sehat dengan paket yang ditawarkan sehingga wisatawan puas dalam mengisi waktu luangnya.

Misi Green Harvest yaitu, memberikan paket aktivitas yang menarik dari mulai edukasi pertanian, *making food* hasil panen sayuran yang segar, lalu menyantap hasil makanan tersebut dengan tema piknik yang menarik, serta wisatawan juga bisa menginap dengan tenda yang disediakan dan api unggun. Semua paket tersebut dijadikan menjadi satu bundling aktivitas, sehingga wisatawan dapat pengalaman yang menarik untuk mengisi waktu luang mereka. Lalu memberikan pelayanan yang ramah dan hangat, serta pengalaman yang tidak akan dilupakan oleh wisatawan, dan menjadi wisata eksklusif favorit di TripAdvisor diakhir tahun 2024.

D. SWOT Analysis

Untuk melihat peluang pada industri *outdoor activity*, terutama yang berkaitan dengan kegiatan berkebun, Green Harvest menggunakan *Porter 5 Forces* sebagai analisis industri. Berikut analisis dibawah ini menjelaskan peluang di industri rekreasi;

Indikator	Penjelasan	Kesimpulan
<i>Industry Rivaly</i>	Jumlah tempat wisata yang bertemakan <i>outdoor activity</i> didaerah Bandung Utara terdapat banyak. Namun, yang memiliki konsep aktivitas yang berkaitan dengan panen sayuran hanya berada di Little Farmer dan Jendela Alam. Green Harvest, dengan aktivitas utamanya panen sayur, namun juga menawarkan aktivitas yang lain yang dikemas dalam suatu paket wisata, yang dimana aktivitas tersebut tidak dimiliki oleh Little Farmer dan Jendela Alam, sehingga tidak hanya menarik wisatawan keluarga, namun juga dari kalangan remaja.	Tingkat tekanan sedang

<i>Potential Entrants</i>	Green Harvest merupakan ide bisnis yang baru, dan akan menjadi sebuah peluang baru didalam industri. Little Farmer dan Jendela Alam memiliki pasar yaitu anak-anak dibawah 12 tahun dan keluarga. Namun, Green Harvest sebagai pendatang baru membuka jangkauan pasar untuk kalangan remaja dan orang tua, dimana dengan membuat suatu aktivitas yang tidak dimiliki oleh Little Farmer dan Jendela Alam.	Tingkat tekanan rendah
<i>Substitutes</i>	Setiap konsumen pasti akan mencari hal baru dalam melakukan aktivitas wisata. Pasca pandemi covid, kegiatan wisata yang berada di alam terbuka sangat diminati daripada yang berada didalam ruangan. Green Harvest sebagai suatu tempat baru yang memiliki konsep dan tema yang baru, serta kegiatan aktivitas yang berbeda dari tempat wisata sejenis.	Tingkat tekanan rendah
<i>Suppliers</i>	Untuk sayur-sayuran segar untuk kebutuhan memanen, pemasok terdapat di Pasar Tradisional Parongpong dan Pasar Tradisional Panorama Lembang. Untuk kebutuhan bibit, pemasok terdapat di Pasar Tradisional yang sama, maupun dari Toko Online. Sehingga Green Harvest memiliki peluang untuk daya tawar membeli yang tinggi.	Tingkat tekanan rendah
<i>Buyers</i>	Penawaran harga pada paket rekreasi yang ditawarkan Green Harvest sesuai dengan kualitas dan pengalaman yang akan diberikan kepada wisatawan. Terdapat aktivitas yang tidak terdapat ditempat lain, yang dibentuk dalam satu paket dengan harga-harga tertentu, dimana calon wisatawan dapat memilih sesuai dengan minatnya. Wisatawan juga tidak memiliki banyak opsi pilihan, selain di Green Harvest untuk paket wisata tertentu, karena hanya terdapat di Green Harvest. Pada tahun 2022, terdapat 14,5 juta kunjungan wisatawan domestik ke Bandung, dimana ini menjadi peluang bagi Green Harvest.	Tingkat tekanan sedang

Tabel 1 Porter 5 Forces

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Produk dan Jasa yang dijual oleh Green Harvest sendiri yaitu berupa aktivitas rekreasi yang kegiatannya terdiri dari *farm tour*, yaitu edukasi pertanian, serta melakukan panen sayur dan buah, lalu wisatawan bisa melakukan *making food* dari hasil panen, dan melakukan kegiatan piknik dengan *setup* yang sudah disediakan. Lalu ada juga aktivitas berkemah bagi wisatawan yang ingin menginap selama satu malam, dengan aktivitas api unggun dan melihat langsung *view* Kota Bandung yang cantik di malam hari.

F. Jenis/Badan Usaha

Jenis badan usaha dari Green Harvest yaitu *Commanditaire Vennootschap* atau disingkat CV, dengan jenis CV yaitu sekutu pasif atau komanditer. Sekutu pasif disini bertugas memberikan modal tanpa perlu mengelola secara langsung bisnis yang dijalankan oleh Green Harvest, dan menerima timbal balik berupa keuntungan yang sudah ditentukan sebelumnya.

G. Aspek Legalitas

Jenis badan usaha dari Green Harvest berbentuk CV, maka dari itu ada beberapa aspek legalitas yang perlu dilengkapi dalam pendirian CV, yaitu mendaftarkan nama CV kepada Kemenkumham RI (Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia) melalui SABU (Sistem Administrasi Badan Usaha). Lalu membuat akta pendirian CV yang dilakukan dan ditandatangani dihadapan notaris, untuk mendapatkan Akta Notaris. Setelah itu membuat SKDP (Surat Keterangan Domisili

Perusahaan), dimana SKPD ini penting untuk pembuatan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) dan izin usaha. SKPD dikeluarkan oleh Lurah atau Kepala Desa dimana domisili CV Green Harvest berada. Setelah SKPD didapat, lalu membuat NPWP Badan Usaha ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) tempat domisili CV Green Harvest berada. Setelah semua dokumen pembuatan CV lengkap, CV segera didaftarkan ke Pengadilan Negeri (PN), untuk mendapatkan persetujuan dari Pengadilan Negeri.

Dalam KBLI 2020 (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia), Green Harvest termasuk dalam kategori usaha Wisata Agro dengan kode 93231, dimana menurut uraian KBLI, Wisata Agro adalah suatu usaha pengelolaan daya tarik wisata dengan memanfaatkan kawasan pertanian yang meliputi tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan dan peternakan sebagai usaha pokok dan dapat dilengkapi dengan penyediaan berbagai jenis fasilitas termasuk jasa pelayanan makan dan minum serta akomodasi. Jenis-jenis kegiatannya meliputi produksi, koleksi, konservasi, pengolahan, dan kegiatan budaya masyarakatnya.

Dalam melengkapi aspek legalitas yang diperlukan dalam mendirikan usaha, maka Green Harvest harus membuat NIB (Nomor Induk Berusaha) yang diterbitkan melalui lembaga OSS (*Online Single Submission*), dimana NIB sendiri dapat dibuat setelah mendapatkan surat persetujuan pendirian CV dari Pengadilan Negeri, lalu melengkapi Sertifikat Standar Usaha, dan SPPL (Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan Hidup), dimana kewenangan izin usaha Wisata Agro ada pada tingkat Menteri/Kepala Badan dan atau Bupati/Walikota.