

## **BAB I**

### **DESKRIPSI BISNIS**

#### **A. Latar Belakang**

Kata “*Healing*” saat ini sedang ramai diperbincangkan oleh masyarakat Indonesia, khususnya Gen Z bahkan sampai ke Generasi Milenial. *Healing* dipahami sebagai upaya atau manifestasi dalam pandangan terhadap kesehatan mental dan juga emosional. Dimasa sekarang, Gen Z dan Milenial lebih terbuka terhadap kesehatan mental, dimana hal ini dijadikan sebagai satu dimensi dan pondasi yang tidak dapat dipisahkan dari kesejahteraan hidup demi memiliki kualitas hidup yang optimal.

Lingkungan yang semakin kompleks, dimana banyak permasalahan maupun rintangan yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari, seperti tekanan pada jenjang pendidikan maupun pekerjaan, menjadi salah satu faktor yang Gen Z dan Generasi Milenial tersadar akan pentingnya kesehatan mental. Terlebih, masa remaja merupakan masa dimana penuh dengan tekanan, tuntutan, serta masalah dalam tahapannya (Listiyandini, 2018).

Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dalam webinar “*New Paradigm of Indonesia Tourism Industry Tren 2023*” menyatakan bahwa wisata “*healing*” yang menjadi bagian dari *wellness tourism* akan menjadi tren wisata yang cukup diminati oleh masyarakat Indonesia di tahun 2023. Wisata *healing* atau *healing tourism* berpotensi menjadi kontributor utama dalam pariwisata Indonesia. Namun, terdapat perubahan paradigma (*shift paradigm*) pada wisata *healing*. Jika pada umumnya *healing* yang dimaksud ialah dari aspek kebugaran fisik (*physical aspect*), sedangkan pada tren wisata 2023 *healing* yang dimaksud adalah dari aspek kesehatan mental, pikiran, *feeling* dan *emotional well-being*.

*Global Wellness Institute* (GWI) dalam studinya yaitu *Global*

Wellness Tourism Economy di tahun 2013 mendefinisikan *wellness tourism* sebagai aktivitas wisata yang bertujuan untuk mempertahankan atau mengembangkan kesejahteraan pribadi seseorang. *Healing Tourism* memiliki banyak manfaat bagi para penikmatnya, seperti melepas penat, beristirahat dari rutinitas sehari-hari (*recharge*) hingga penemuan diri.

Seni dapat menjadi salah satu media untuk *self healing* atau penyembuhan diri. Dalam buku *Creative Arts-Based Group Therapy with Adolescents*, tertulis bahwa melalui seni, fungsi kognitif dan sensorimotor pada otak akan meningkat. Secara tidak langsung, hal ini menjadi pendorong bagi suatu individu dalam kemampuan untuk melatih emosi, kemampuan bersosialisasi dan menumbuhkan harga diri (orami.co.id). Melalui seni, suatu individu juga dapat mengeksplor dan mengekspresikan dirinya dengan sebebas-bebasnya tanpa ada batasan tertentu. Salah satu aktivitas seni yang dapat membantu dalam proses *self healing*, yaitu menggambar, mewarnai, bermain dengan tanah liat (*clay*), dan sebagainya.

Melalui fenomena aktivitas seni sebagai sarana *healing*, kini di Indonesia mulai ramai tempat wisata yang menawarkan aktivitas *art workshop* sebagai bentuk aktivitas rekreasi yang dipadukan dengan aktivitas seni. Kata *Workshop* sendiri jika diartikan secara harfiah dalam Bahasa Indonesia berarti “bengkel”, namun bisa diartikan juga sebagai kegiatan diskusi atau pertemuan yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk membahas tentang satu pekerjaan atau hal-hal dalam bidang yang sama. Dengan demikian, *art workshop* dapat diartikan sebagai pertemuan yang dilakukan untuk mengerjakan suatu aktivitas yang berbasis seni.

*Art workshop* dalam KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) termasuk kedalam kelompok Aktivitas Pelaku Kreatif Seni Rupa, dimana kelompok ini menyajikan praktik seni dalam berbagai macam bentuk dan metode yang mencakup kualitas *tangible* dan *intangible*. Dengan demikian, *art workshop* menjadi populer bagi

masyarakat yang ingin menggali potensi seni dari dalam diri mereka sendiri serta merawat kesehatan mental dan juga emosional.

Kota Bogor merupakan salah satu kota yang potensial untuk menjalankan bisnis *art workshop*. Hal ini dikarenakan Kota Bogor memiliki banyak sekali budaya dan kesenian. Pemerintah Kota Bogor khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) sangat mendukung segala bentuk aktivitas kesenian dan kebudayaan, mulai dari menyelenggarakan aktivitas seni, seperti festival music, konser, pertunjukan teater dan pameran seni, serta membentuk dan mengembangkan komunitas seni dan mengadakan pelatihan atau *workshop* yang berbasis seni. Dengan dukungan dari pemerintahan Kota Bogor, masyarakat dapat terlibat secara aktif untuk mengembangkan potensi seni yang ada di Kota Bogor.

Selain itu, Kota Bogor juga merupakan kota yang banyak dikunjungi wisatawan domestic maupun mancanegara yang tertarik dengan seni, budaya, wisata alam, maupun tempat-tempat wisata lainnya.

## **B. Gambaran Umum**

### **1. Deskripsi Bisnis**

CV. Noji Art merupakan suatu perusahaan yang berfokus pada bidang rekreasi sebagai penyedia jasa Kegiatan Hiburan & Rekreasi, sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. CV. Noji Art memiliki unit bisnis yang menawarkan perpaduan aktivitas rekreasi dengan aktivitas seni dalam bentuk *art workshop*, yaitu ARTIP Studio.

Dalam ARTIP Studio, pengunjung dapat mengalami pengalaman rekreasi yang dipadukan dengan aktivitas seni yang unik dan menyenangkan.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama



*Gambar 1.1 Logo ARTIP Studio*

Nama “ARTIP” berarti “*Art*” dan “Kreatif” yang diganti menjadi “Kreatip” untuk menunjukkan tujuan dalam meningkatkan kreativitas pengunjung melalui aktivitas rekreasi yang dipadukan dengan seni.

Logo ARTIP Studio dirancang dengan menggunakan banyak warna (*colorful*) yang mencerminkan bahwa pengunjung akan terlibat dengan banyak warna dalam melakukan kegiatan di ARTIP Studio. Penggunaan warna-warna yang cerah pada logo ARTIP Studio, memberikan kesan yang ceria, menarik dan menyenangkan, serta menggambarkan kreativitas dan energi positif, yang dapat menginspirasi pengunjung untuk berpartisipasi dalam aktivitas seni di ARTIP Studio dengan antusiasme. Dengan suasana yang penuh warna, pengunjung juga dapat memperoleh pengalaman baru yang menarik dan menyenangkan dalam mengekspresikan diri dan meningkatkan kreativitas mereka.

## 3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan	: CV. Noji Art
Bidang Usaha	: Pariwisata
Jenis Usaha	: Penyelenggara Kegiatan Hiburan dan Rekreasi

Nomor Telp. : 081296759788

Instagram : @artipstudio

Tiktok : @artipstudio

### C. Visi dan Misi

#### 1. Visi

Menjadi wadah rekreasi yang dapat membangun kreativitas para pengunjungnya dalam berkreasi melalui seni.

#### 2. Misi

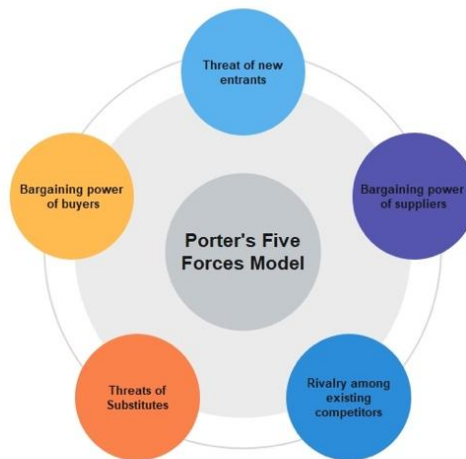
1. Memberikan kebebasan kepada pengunjung dalam berkreasi.
2. Memberikan pelayanan (*service*) yang terbaik bagi pengunjung.

### D. Porter's Five Forces Analysis

Bisnis *art workshop* di Kota Bogor, meskipun berpotensi menjadi bisnis rekreasi yang menarik karena menawarkan aktivitas kreatif yang unik, masih belum terlalu berkembang jika dibandingkan dengan kota lain, seperti Jakarta yang memiliki lebih banyak populasi dan peluang bisnis, serta pasar yang sudah dikatakan optimal dalam hal permintaan seni dan aktivitas rekreasi. Pasar untuk bisnis *art workshop* di Kota Bogor bisa dikatakan masih dalam tahap pertumbuhan. Hal ini dikarenakan oleh minat masyarakat terhadap aktivitas seni dan kreatifitas belum sepenuhnya tergali. Disamping itu, keterbatasan dalam promosi dan visibilitas menjadi kendala bagi bisnis *art workshop* dalam menjangkau calon pelanggan potensial, sehingga seringkali mengakibatkan pelanggan kesulitan dalam mencari *art workshop* yang ada di Kota Bogor. Meskipun demikian, potensi pasar untuk bisnis *art workshop* di Kota Bogor tetap menjanjikan mengingat kota ini menjadi salah satu tujuan destinasi wisata bagi penduduk Jakarta dan sekitarnya. Dibutuhkan strategi pemasaran yang inovatif, serta dukungan dari komunitas maupun pemerintah setempat, agar bisnis *art workshop* di Kota Bogor bisa menjangkau calon pelanggan potensial secara lebih efektif.

Dalam menganalisis lingkungan persaingan suatu perusahaan dalam industrinya, maka pendekatan yang dapat digunakan yaitu *Porter's Five*

*Forces Model.* Model ini membantu perusahaan untuk menganalisa dan mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat daya tarik serta keuntungan potensial dalam satu jenis usaha dari industri yang serupa.



*Gambar 1.2 Porter's Five Forces*

- **Threat of New Entrants**

Faktor ini merupakan ancaman dari munculnya pendatang baru pada jenis bisnis yang serupa, yaitu *art workshop*. Untuk ARTIP Studio sendiri, ancaman datangnya kompetitor baru pada bisnis ini tergolong rendah. Hal ini dikarenakan masih kurangnya tempat wisata di Kota Bogor yang memiliki aktivitas *artworkshop*, khususnya *Tie-Dye* dan juga *Batik Painting* seperti yang dimiliki oleh ARTIP Studio.

- **Threat of Substitutes**

Dengan adanya jenis *artworkshop* lain, seperti membuat keramik atau *clay* dan juga membuat *rug* atau *Tufting* dapat menjadi ancaman bagi ARTIP Studio. Oleh karena itu, perlu dilakukan inovasi dan evaluasi terhadap *product* dan *service* di ARTIP Studio.

- **Bargaining Power of Buyers**

*Bargaining Power of Buyers* dari ARTIP Studio tergolong rendah. Hal ini disebabkan karena tidak adanya *artworkshop* yang memiliki konsep yang sama dengan ARTIP Studio, sehingga konsumen tidak memiliki pilihan lain, selain ARTIP Studio.

- **Bargaining Power of Suppliers**

Dalam aktivitas *Tie-Dye* dan Batik *Painting* tidak dibutuhkan terlalu banyak alat, tetapi tetap membutuhkan *supplier* khususnya kaos polos untuk *Tie-Dye*, frame kayu dan kain canvas sebagai media Batik *Painting*. ARTIP Studio juga nantinya akan bekerja sama dengan beberapa café yang ada di Kota Bogor sebagai salah satu *additional activities* agar pengunjung bisa menikmati *F&B* sekaligus melakukan *art workshop*.

- **Rivalry Among Existing Competitor**

Persaingan dalam bisnis *art workshop* di Kota Bogor terbilang cukup rendah, namun jika dibandingkan dengan kota sekitar, khususnya Kota Jakarta, persaingan cukup tinggi. Hal ini ditimbulkan oleh fakta bahwa bisnis *artworkshop* di Jakarta sudah berkembang pesat.

## **E. Gambaran Umum Produk/Jasa**

ARTIP Studio merupakan unit bisnis yang bergerak dalam bidang rekreasi di bawah CV. Noji Art yang menghadirkan dua (2) aktivitas utama, yaitu *Tie-Dye* dan Batik *Painting* yang cocok untuk kalangan usia, tanpa memerlukan *skill* atau kemampuan khusus, karena pada dasarnya aktivitas *art workshop* ini dapat dipelajari secara langsung selama kegiatan berlangsung. Aktivitas ini sangat cocok bagi mereka yang belum memiliki pengalaman sebelumnya dalam membuat *Tie-Dye* dan Batik *Painting*.

## **F. Jenis Badan Usaha**

ARTIP Studio merupakan unit bisnis dari perusahaan yang berbentuk CV (*Commanditaire Vennoothcoop*), dimana diatur dalam Kitab

Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) Pasal 19 sampai dengan 21 mengenai Persekutuan Komanditer (CV). Dalam hal ini, CV. Noji Art berperan sebagai komanditer yang bertanggung jawab penuh terhadap pengelolaan dan operasional ARTIP Studio. Sedangkan, mitra komanditer lainnya memiliki peran terbatas dan hanya menyumbangkan modal dalam perusahaan.

### **G. Aspek Legalitas**

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengeluarkan perizinan atau tanda registrasi bagi usaha dalam sektor pariwisata di Indonesia yang dikenal dengan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP). TDUP bertujuan untuk mengawasi dan mengatur kegiatan usaha di sektor pariwisata dan memastikan bahwa usaha tersebut beroperasi sesuai dengan peraturan yang berlaku, serta memberikan legalitas dan kepercayaan kepada pelaku usaha pariwisata.

Dengan memiliki TDUP, suatu unit bisnis pariwisata diakui secara resmi oleh pemerintah dan dianggap telah memenuhi persyaratan operasional dan standar pelayanan yang ditetapkan.

Adapun beberapa aspek legalitas yang diperlukan bagi CV. Noji Art adalah sebagai berikut:

- a.** Akta Perusahaan
- b.** NPWP Badan Usaha
- c.** Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- d.** Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- e.** Pendaftaran Merk Dagang “ARTIP Studio”