

BAB I IDE BISNIS

A. Latar Belakang Ide Bisnis

Ekonomi kreatif secara perlahan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Potensinya terbukti mampu bertahan dalam menghadapi segala dinamika, termasuk kala pandemi Covid-19 melanda dunia (Kemenparekraf). Seni Kriya sebagai salah satu unggulan subsektor ekraf, menyumbang 14,9% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan termasuk dalam tiga kontributor terbesar PDB nasional. Selain menawarkan estetika, fungsinya sebagai benda terapan menjadi bekal bagi produk kriya Indonesia untuk menarik konsumen lokal maupun mancanegara. Dampak pandemi yang sempat melumpuhkan berbagai sektor, nyatanya juga memunculkan berbagai tren baru. Perubahan aktivitas berbasis daring mengubah fokus dan hobi baru pada masyarakat, salah satunya dengan menggunakan produk kriya sebagai komponen pendukungnya. Terbukti melalui inovasi produk *home decor* dan pemasaran digital, pengrajin kriya menemui permintaan pasar kembali naik pada akhir 2020. Pemerintah juga mendukung upaya pegiat ekraf kriya melalui program #BeliKreatifLokal, membuka pelatihan pemasaran, akses permodalan, promosi internasional, dan fasilitas kerja sama lainnya.

Borobudur sebagai salah satu Destinasi Super Prioritas (DSP) juga merupakan rumah bagi berbagai pegiat seni kriya. Mendorong pengembangan Borobudur, Kemenparekraf pada 2021 menghadirkan *travel pattern* baru bertajuk Borobudur Trail of Civilization (Kemenparekraf/Baparekraf, 2021). Paket wisata ini menerapkan pola *storynomic tourism* yang menginterpretasikan relief pada dinding Candi Borobudur. Pada program ini wisatawan dapat menemui berbagai aktivitas pendukung sesuai potensi dan budaya dari masyarakat lokal di 16 Desa. Kegiatan ini dikemas ke dalam sembilan jalur wisata tematik yang menghadirkan unsur *experience*, dan *entertainment* yang diperkuat dengan *storytelling*. Salah satu tema perjalanannya adalah “Skilled Hands”, dimana perjalanan ini akan mengajak wisatawan untuk melakukan aktivitas kriya seperti membuat gerabah dan membatik dengan pewarna alami.

Menparekraf Sandiaga Uno pada Januari 2023 melaporkan pencabutan PPKM di Indonesia berdampak positif pada peningkatan aktivitas ekonomi di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (CNBC Indonesia, 2023). Tingkat hunian hotel di destinasi favorit seperti Yogyakarta bahkan meningkat hingga 100%. Terlebih Menparekraf juga menyampaikan potensi kunjungan wisatawan ke Magelang dan daerah sekitarnya mencapai antara 8 hingga 12 juta orang. Hal ini membuka peluang yang mendasari sebuah ide untuk menghadirkan program aktivitas rekreasi berbasis seni kriya di Borobudur dengan menghadirkan pembeda dari aktivitas kriya yang sudah ada sebelumnya.

B. Gambaran Umum Bisnis

Mandaka Watu merupakan layanan aktivitas rekreasi yang namanya diambil dari Bahasa Jawa Kuno “Mandaka” yang berarti “keindahan atau menghiasi” dan “Watu” yang merupakan Bahasa Jawa dari “Batu”. Berikut merupakan logo untuk Mandaka Watu.

Gambar 1. Logo Perusahaan



Sumber: Olah Data (2023)

Makna Logo:

- a. Tulisan “DIY Mandaka Watu”

Melambangkan identitas unit bisnis yang didirikan,

b. Warna Biru

Melambangkan kepercayaan, keamanan, dan profesionalisme yang ingin dicerminkan oleh perusahaan,

c. Warna Hijau

Melambangkan ketenangan, keberuntungan, dan erat dengan alam,

d. Warna Kuning

Melambangkan kebahagiaan, harapan, dan optimisme yang dapat dirasakan oleh pengunjung melalui bisnis ini,

e. Warna Merah

Melambangkan energi, semangat, dan cinta yang ingin dicerminkan oleh perusahaan.

f. Palet Cat, Kuas, Pisau Lukis, dan Gunting

Melambangkan produk dan layanan yang erat kaitannya dengan seni dan kerajinan.

Berikut merupakan identitas bisnis Mandaka Watu:

Nama Perusahaan : CV. Ingridiyents

Tahun Berdiri : 2023

Jenis Bidang Usaha : Pariwisata

Jenis Produk : Program Aktivitas Wisata

Email/Website : mandakawatu@business.com

Social Media : Website - mandakawatu.com

Facebook - Mandaka Watu

Instagram - @mandakawatu

Youtube - @mandakawatu

Tiktok - @mandakawatu

Alamat Perusahaan : Jl. Talun 8 Sedayu, Muntilan, Kabupaten Magelang

C. Visi Misi

Visi

“Mewujudkan Mandaka Watu sebagai pusat kreativitas dan inovasi aktivitas rekreasi seni kriya berbahan dasar batu alam”

Misi

1. Menghadirkan program aktivitas rekreasi yang mampu menginspirasi dan mengembangkan minat pelanggan.
2. Mengembangkan kemitraan dengan komunitas lokal, lembaga pendidikan, dan industri kreatif untuk mendorong kolaborasi dan pertukaran pengetahuan.
3. Mengadopsi pendekatan yang berkelanjutan dalam aktivitas kriya, melalui penggunaan bahan-bahan ramah lingkungan dan praktik yang bertanggung jawab secara sosial.

D. SWOT Analysis

Dalam melihat faktor peluang dan memperkuat data yang telah didapatkan terkait rencana bisnis Mandaka Watu, perusahaan melakukan metode analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, & Threat*).

1. Analisis SWOT

Tabel 1. Analisis SWOT

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none">➤ Sumber daya bahan baku yang lebih murah➤ Terdapat banyak pengrajin batu alam di sekitar lokasi bisnis➤ Lokasi yang berada pada Destinasi Super Prioritas	<ul style="list-style-type: none">➤ Produk mudah ditiru➤ Ketergantungan pada bahan baku dapat mempengaruhi stabilitas ketersediaan produk➤ Bahan baku didapatkan dari sumber daya yang ketersediaannya terbatas
Opportunity	Threats
<ul style="list-style-type: none">➤ Kembalinya kebebasan masyarakat untuk berwisata secara luring➤ Meningkatnya tren dan minat masyarakat akan produk ramah lingkungan➤ Jumlah dan ragam mitra lokal yang berpotensi untuk kerjasama paket wisata	<ul style="list-style-type: none">➤ Kemungkinan muncul pesaing bisnis serupa➤ Perubahan tren dan preferensi pengunjung➤ Potensi terjadinya bencana alam seperti gunung meletus➤ Masyarakat belum mendalami aktivitas swakriya

Sumber: Olah Data (2023)

2. Matriks Pembobotan

Matriks pembobotan adalah suatu matriks yang digunakan untuk menghitung nilai bobot dari suatu variabel dalam sebuah sistem. Matriks ini berguna dalam analisis data dan statistik untuk memberikan penilaian pada variabel-variabel yang ada. Analisis IFAS dan EFAS digunakan untuk

mengembangkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), yang merupakan alat yang umum digunakan dalam perencanaan strategis. Faktor-faktor diberi bobot berdasarkan pengaruh posisi strategis. Sedangkan faktor diberi nilai membandingkan terhadap rata-rata pesaing utama.

a. Internal Factor Analysis Strategy

Tabel 2. Internal Factor Analysis Strategy

No	Faktor	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Strengths				
1	Sumber daya bahan baku yang lebih murah	4	6	24
2	Terdapat banyak pengrajin batu alam di sekitar lokasi bisnis	3	6	18
3	Lokasi yang berada pada Destinasi Super Prioritas	3	4	12
Total		10		54
Weakness				
1	Produk mudah ditiru	4	6	24
2	Ketergantungan pada bahan baku dapat mempengaruhi stabilitas ketersediaan produk	3	4	12
3	Bahan baku didapatkan dari sumber daya yang ketersediaannya terbatas	3	4	12
Total		10		48

Sumber: Olah Data (2023)

b. External Factor Analysis Strategy

Tabel 3. External Factor Analysis Strategy

No	Faktor	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Opportunities				
1	Kembalinya kebebasan masyarakat untuk berwisata secara luring	3	6	18
2	Meningkatnya tren dan minat masyarakat akan aktivitas swakriya dan produk ramah lingkungan	2	6	12
3	Ragam mitra lokal yang berpotensi untuk kerjasama paket wisata	3	8	24
Total		10		66
Threats				
1	Kemungkinan muncul pesaing bisnis serupa	2	6	12
2	Perubahan tren dan preferensi pengunjung	3	6	18
3	Potensi terjadinya bencana alam seperti gunung meletus	2	8	16
4	Masyarakat belum mendalami aktivitas swakriya	3	4	12
Total		10		58

Sumber: Olah Data (2023)

c. Kuadran Nilai SWOT

Berdasarkan perhitungan nilai IFAS dan EFAS, berikut merupakan kuadran nilai SWOT untuk menentukan koordinat dalam diagram analisis SWOT yang berfungsi untuk menentukan strategi yang tepat.

Tabel 4. Nilai SWOT

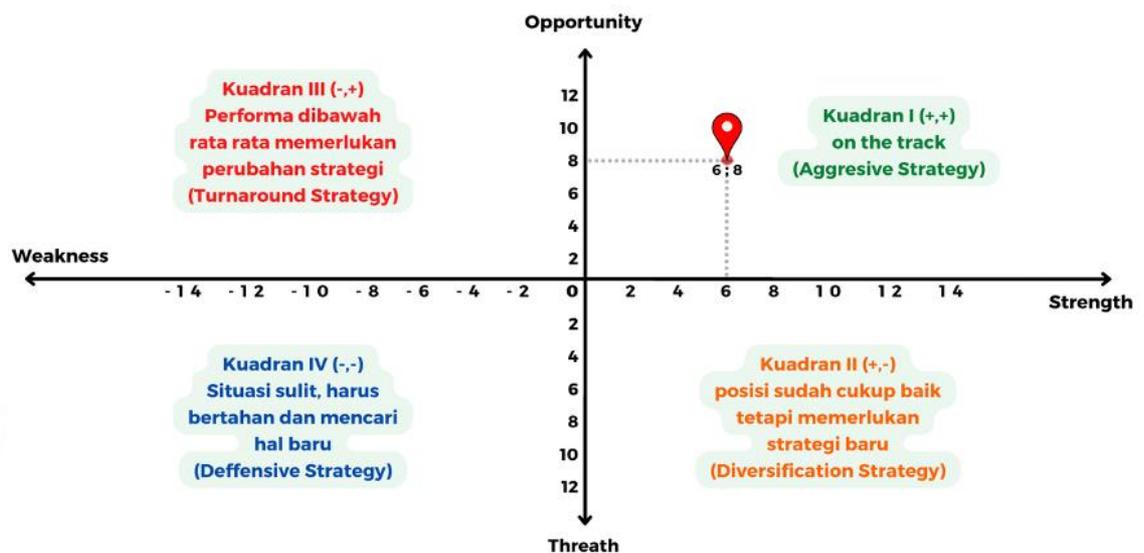
No	Indikator	Nilai Tertimbang
1	Strengths	54
2	Weakness	48
Selisih (S-W)		6
3	Opportunities	66
4	Threats	58
Selisih (O-T)		8
Koordinat		6 ; 8

Sumber: Olah Data (2023)

3. Matriks Posisi Perusahaan

Berdasarkan analisis SWOT dan perhitungan nilai IFAS serta EFAS, didapatkan nilai koordinat X,Y yaitu 6,8. Nilai tersebut menempatkan perusahaan dalam kuadran I pada matriks posisi perusahaan, dimana posisi ini menandakan perusahaan berada dalam posisi yang kuat dan *on track*. Status ini menunjukkan perusahaan memiliki peluang yang baik dan dapat memaksimalkan perkembangan unit usaha sesuai minat pasar dengan strategi agresif. Berikut merupakan gambaran visual posisi perusahaan dalam matriks posisi.

Gambar 2. Matriks Posisi Perusahaan



Sumber: Olah Data (2023)

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Mandaka Watu merupakan unit bisnis yang bertujuan untuk memwadahi kreativitas dan kreasi pengunjung. Mendorong konsep swakriya, pengunjung dapat berkreasi membuat kerajinan tangan dengan mudah dan nyaman serta dapat membawa pulang hasil karya sebagai buah tangan. Beberapa paket DIY Kit yang dapat dicoba pengunjung yaitu wire-wrap, makrame, paintstone, dan resinstone. Seluruh paket DIY tersebut menggunakan batu alam sebagai bahan utamanya, sehingga membedakan dari aktivitas kriya sejenis di Borobudur. Selain itu pengunjung akan mendapatkan dokumentasi selama membuat kerajinan tangan, yang juga dapat ditambahkan dengan aktivitas tour maupun, menikmati santapan pada mitra restaurant.

F. Jenis/Badan Usaha

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal 14 yang mengatur tentang Usaha Pariwisata, Mandaka Watu termasuk dalam jenis usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi. Mandaka Watu menawarkan kegiatan hiburan dan rekreasi yang berbeda dari yang ada di tempat wisata lain. Konsep program aktivitas rekreasi yang disediakan oleh Mandaka Watu didasarkan pada kerajinan tangan berbahan dasar batu alam. Dengan demikian, Mandaka Watu merupakan salah satu destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan yang mencari pengalaman unik dan berbeda.

G. Aspek Legalitas

Dalam aspek legalitas, bentuk kepemilikan perusahaan akan dikelola dengan mendirikan CV (Commanditaire Vennootschap). Mendirikan CV (Commanditaire Vennootschap) memiliki kelebihan dan pertimbangan yang perlu dipertimbangkan sebelum memulai bisnis. Berikut adalah beberapa kelebihan mendirikan CV:

1. Perlindungan hukum

Dengan mendirikan CV, bisnis akan memiliki identitas hukum tersendiri. Hal ini berarti, jika terjadi masalah hukum seperti gugatan dari pihak lain, maka aset pribadi pemilik tidak akan terkena imbasnya.

2. Kemudahan akses modal

CV memungkinkan pemilik untuk mengajukan pinjaman modal dari bank atau investor, karena memiliki legalitas yang jelas dan terpercaya.

3. Kredibilitas

CV memberikan kesan profesional dan kredibel di mata klien dan calon investor. Hal ini dapat memudahkan pemilik untuk menjalin kerjasama bisnis dan memperluas jaringan.

4. Kemudahan pengelolaan

Dalam CV, setiap anggota memiliki peran dan tanggung jawab yang terdefinisi dengan jelas. Hal ini dapat memudahkan pengelolaan bisnis dan meminimalisir terjadinya konflik internal.

5. Perluasan usaha

Dalam CV, pemilik dapat dengan mudah menambahkan anggota baru atau bahkan mengubah jenis usaha tanpa harus membubarkan perusahaan.

Namun, sebelum memutuskan untuk mendirikan CV, beberapa pertimbangan yang perlu diperhitungkan:

1. CV tidak memiliki badan hukum yang terpisah dari pemiliknya, sehingga pemilik bertanggung jawab secara pribadi atas hutang-hutang yang dibebankan pada CV.
2. Setiap mitra memiliki kuasa pengambilan keputusan yang sama, terlepas dari besarnya sumbangan modal yang diberikan.
3. CV cenderung lebih sulit untuk diubah atau dibubarkan daripada jenis bisnis lainnya.

Berikut adalah syarat-syarat yang perlu dipenuhi untuk mendirikan CV:

1. CV harus memiliki minimal dua mitra.
2. Setiap mitra harus memberikan kontribusi modal, baik dalam bentuk uang maupun dalam bentuk aset lainnya.
3. CV harus memiliki akta pendirian yang dibuat di hadapan notaris.
4. CV harus terdaftar di Kamar Dagang dan Industri.

Mendirikan CV memang membutuhkan biaya dan proses yang lebih rumit dibandingkan dengan bisnis informal. Namun, keuntungan jangka panjang yang didapatkan jauh lebih besar.