

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Wellness tourism atau aktivitas kebugaran merupakan perjalanan wisata yang bertujuan untuk meningkatkan dan menjaga kesejahteraan fisik dan mental setiap individu (Okumus & Kelly, 2022). Juga dapat dikatakan, konsep “*take a rest*” atau istirahat yang dikombinasikan dengan layanan kesehatan selama kegiatan berlangsung (Koerniawaty & Sudjana, 2022).

Menurut Laporan *Global Web Index 2019*, *wellness tourism* sekarang mewakili 6.5% dari total perjalanan wisata di seluruh dunia dan mengalami pertumbuhan 15,3% setiap tahun, mulai tahun 2015 hingga tahun 2017 yang mencapai 830 juta perjalanan setiap tahun (Nathania et al., 2020). Hal ini terjadi karena adanya peningkatan preferensi wisatawan, terutama di generasi milenial. Mereka cenderung memilih *wellness tourism* bertemakan alam terbuka dengan melakukan yoga dan meditasi. Banyak dari mereka yang ingin memiliki gaya hidup sehat dan menampilkan di media sosial, mulai dari ke tempat *gym*, ikut *marathon*, dan mengonsumsi makanan dan minuman organik (Syana, 2018).

Tidak mengherankan jika banyak orang di kota besar menghabiskan waktu sejenak di tempat-tempat yang tenang di tengah alam guna beristirahat dari rutinitas mereka. *Chief Marketing Officer* Wego, Joachim Holte menyatakan bahwa motivasi para wisatawan berwisata cenderung fokusnya pada minat khusus, mencari destinasi yang menawarkan tempat bersantai atau menyembuhkan dirinya melalui keindahan alam pada destinasi tersebut. Para wisatawan dapat merasa terlibat ketika mereka dapat mencapai kebutuhan mereka untuk bersantai dan menghilangkan stres melalui berbagai aktivitas kebugaran yang tersedia di destinasi tersebut (Fatimah & Rusmaningsih, 2023).

Bank Dunia telah memperhitungkan bahwa *health* dan *wellness tourism* di seluruh dunia telah melebihi US \$40 miliar per tahun, dengan pertumbuhan sekitar 30% setiap tahunnya. Sedangkan, industri pariwisata

secara keseluruhan hanya mengalami peningkatan 4-5% per tahunnya. Dari perhitungan tersebut, *health* dan *wellness tourism* tumbuh pada tingkat yang lebih cepat dan tinggi daripada pariwisata itu sendiri, sehingga menjadi salah satu industri yang tercepat peningkatannya di dunia. Dapat diperkirakan, akan ada potensi yang sangat besar untuk industri *health* dan *wellness tourism* ini (Yanthy et al., 2015).

The Global Wellness Institute, mengatakan *wellness tourism* akan terus berkembang pesat bahkan dapat mencapai 21% pada tahun 2025. Menurut Kemenparekraf, Indonesia saat ini menduduki peringkat ke-17 di dunia sebagai destinasi untuk melakukan *wellness tourism* dengan banyak lokasi potensial yang dapat dikembangkan, termasuk Bali yang terkenal dengan pusat *wellness* – nya.

Sebagai salah satu pionir di Indonesia yang menjadi norma dalam *wellness*, perjalanan tujuan, dan bahkan seluruh industri perhotelan, Fivelements Bali. Salah satu dari tujuh produk yang dimiliki oleh Fivelements adalah Fivelements Retreat Bali. Tempat ini telah menerima penghargaan dan menunjukkan perhatian terhadap lingkungan (Puy, 2024). Pada tahun 2023, Fivelements Retreat Bali telah menjadi bagian dari kegiatan *World Wellness Weekend* (Bazaar Indonesia, 2023).

Bogor, kota yang memiliki pesona alam dan suasananya yang segar dan nyaman telah menjadi kota yang didatangi oleh wisatawan. Lokasinya yang sangat dekat dari Jakarta maupun kota di Jawa Barat, Bogor memberikan suasana tenang yang diharapkan oleh mereka yang membutuhkan *refreshing* atau pelarian dari kehidupan sehari-hari yang sibuk. Sepanjang tahun 2023, terdapat 10.6 juta wisatawan yang berkunjung ke Bogor, jumlah tersebut mengalami peningkatan dari tahun 2022 yakni sekitar delapan juta wisatawan (Awaludin, 2024).

Karena maraknya *wellness tourism* di Indonesia, beberapa kelompok atau komunitas terkait *wellness* telah muncul di sekitar Jakarta dan Jawa Barat. Terdapat Mealth, AMAYI (Asosiasi Meditasi, Ayurveda, Yoga Indonesia), Bogor Yoga Community, dan Depok Yoga Community, dan Asosiasi Spa Indonesia Wellness yang dikenal sebagai komunitas yang

dapat memberi dukungan bagi anggotanya dalam menjaga kebugaran. Beberapa pemasok dalam industri *wellness* juga tersedia untuk kerja sama. Pemasok tersebut antara lain penyedia perlengkapan dan peralatan untuk yoga, meditasi, pijat, memasak, dan sebagainya.

Wellness tourism telah menjadi tren yang sangat dikenal. Bukan hanya tren, namun dapat dikatakan bahwa *wellness tourism* telah menjadi *life style* atau gaya hidup sebagian orang khususnya para wanita. Wanita kini fokus untuk menjalankan gaya hidup sehat, mencari hobi baru, dan melakukan hal – hal lain yang dapat menjaga kesejahteraan mereka.

Dengan adanya *wellness tourism* yang menjadi tren baik di Indonesia maupun banyaknya manfaat bagi para wanita, wanita sangat mudah merasakan panik berlebihan, adanya gangguan tidur dan gangguan makan (Nasrani & Purnawati, 2016). Terdapat beberapa hal yang membuat wanita lebih rentan stres yakni karena adanya tuntutan *multitasking* (peran ganda) di rumah maupun di kantor, adanya pekerjaan dan tanggung jawab yang harus diselesaikan (Fadli, 2023). Selain itu, tekanan sosial dari lingkungan sosial terkait kecantikan dan kesuksesan yang dapat membuat para wanita minder (Apsari, 2019). Cigna Corporation Indonesia, sebuah perusahaan yang beroperasi di sektor jasa kesehatan, merilis survei kesejahteraan pada tahun 2019 yang menunjukkan bahwa 84% wanita di Jakarta dan sekitarnya merasa lebih stres dibandingkan pria yang hanya mencapai 76%.

Memperhatikan fenomena tersebut program aktivitas yang fokus pada kesehatan setiap individu dengan tujuan untuk memberikan perubahan dan pertumbuhan pribadi sangatlah penting bagi para wanita.

B. Gambaran Umum Bisnis

- Deskripsi Bisnis

Bidadari Wellness Escape adalah pilihan utama bagi para penggemar *wellness*, khususnya wanita, yang menginginkan pengalaman menginap dengan berbagai paket eksklusif dan pelayanan yang ramah. Bidadari Wellness Escape didirikan karena melihat minat yang tinggi khususnya dari kalangan wanita terhadap

kesehatan dan kebugaran, hal ini memberikan landasan yang kokoh bagi perkembangan bisnis ini.

Fokus utama kegiatan di Bidadari Wellness Escape ini adalah menjadi tempat beristirahat bagi para wanita untuk meningkatkan kesehatan serta merawat tubuh, jiwa, dan raga. Para wanita akan mengikuti kegiatan menginap dengan *rundown* yang optimal dan dikemas sebagai paket yang lengkap. Serta juga akan terdapat opsi untuk dibeli secara satuan untuk beberapa aktivitas kebugaran karena beberapa peserta mungkin hanya tertarik pada aktivitas tertentu.

- Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1. 1 Logo Bidadari Wellness Escape

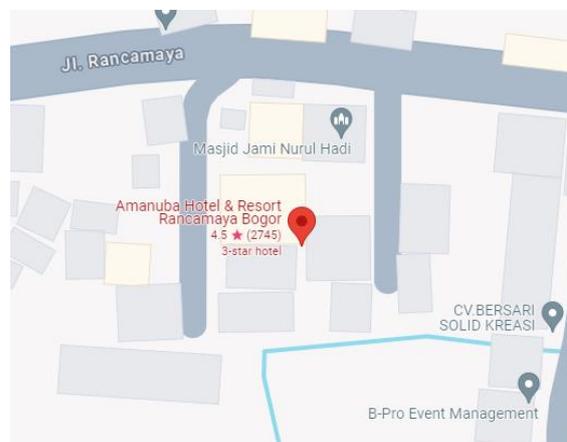
Sumber : Olahan Data, 2024

“Bidadari Wellness Escape”, dalam Bahasa Indonesia, "bidadari" adalah kata yang digunakan dengan fokus kepada sosok wanita yang anggun dan cantik. Secara tradisional, dalam budaya Indonesia, "bidadari" sering dikaitkan dengan makhluk surgawi atau malaikat. Kemudian, “*wellness*” adalah kesejahteraan yang termasuk aspek emosional, mental, juga fisik. Dalam konteks ini, *wellness* sering berkaitan dengan gaya hidup sehat, relaksasi, dan perawatan diri. Dan, “*escape*” berarti melarikan diri atau melepaskan diri dari kehidupan sehari-hari atau stres. Dalam konteks nama bisnis seperti ini, "escape" bisa diartikan sebagai tempat perlindungan atau beristirahat di mana orang dapat beristirahat sejenak dari setiap tekanan dan mendapat ketenangan.

Logo Bidadari Wellness Escape dengan warna ungu dan hijau mengandung makna yang berarti. Warna ungu mencerminkan tujuan dari Bidadari Wellness Escape untuk memberikan pengalaman yang mendalam dan membantu mencapai kedamaian batin serta kesejahteraan holistik. Warna hijau menunjukkan komitmen terhadap penyembuhan alami, kesehatan fisik dan mental, serta koneksi dengan alam. Gambar siluet wanita pada logo melambangkan pelayanan yang lembut dan penuh perhatian, sementara ikon bunga dan daun menggambarkan suasana yang menyegarkan dan menenangkan.

Dengan demikian, “Bidadari Wellness Escape” merupakan tempat yang dirancang untuk membantu wanita istirahat sejenak dari kehidupan sehari-hari yang sibuk dan menemukan kesejahteraan secara menyeluruh serta kedamaian. Program kegiatan yang dirancang khusus untuk wanita bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan pengembangan diri mereka.

- Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)



Gambar 1. 2 Peta Lokasi
Sumber : Google Maps, 2024

Bidadari Wellness Escape berlokasi di Amanuba Hotel & Resort Rancamaya Bogor dengan alamat Jl. Rancamaya No.37, RT.03/RW.04, Bojongkerta, Kecamatan Bogor Selatan, Kota Bogor, Jawa Barat 16139.

Nama Perusahaan : CV Vita Harmoni

Badan Hukum	: CV (Commanditaire Vennootschap)
Bidang Usaha	: Usaha Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan Rekreasi
Jenis Usaha	: Aktivitas kebugaran (KBLI No. 9612)
Alamat Email	: bidadari.vitaharmoni@gmail.com
Tiktok	: @bidadari.escape
Instagram	: @bidadari.escape
Website	: www.bidadariescape.com

C. Visi Dan Misi

Visi :

Menjadi perusahaan terkemuka yang menghadirkan rumah dan tempat beristirahat eksklusif bagi wanita di sekitar Jakarta dan Jawa Barat.

Misi :

1. Memberikan pengalaman yang inklusif dan istimewa melalui rangkaian kegiatan yang dirancang variatif dan eksklusif dalam bentuk paket.
2. Meninjau program aktivitas sesuai tren kesehatan dan kebutuhan peserta dengan melakukan evaluasi atas tanggapan peserta setiap bulannya.
3. Memberikan layanan unggul melalui pelatihan dan sertifikasi yang diberikan kepada semua staf sesuai dengan standar internasional pada saat awal masa kerja.
4. Bekerja sama dengan komunitas *wellness* di sekitar Jakarta ataupun Jawa Barat untuk pertumbuhan dan perkembangan bersama dengan mengadakan kegiatan bersama setiap tiga bulan.

D. Porter 5 Forces Analysis

Seiring dengan meningkatnya minat wisatawan terhadap *wellness tourism*, banyak juga pelaku bisnis di Indonesia yang mengembangkan industri *wellness* ini dengan variasi dan inovasi baru. *Porter's Five Forces* dapat digunakan untuk menganalisis dan mengidentifikasi persaingan dan

kemungkinan keuntungan yang ada terkait banyaknya tempat atau aktivitas kebugaran. Hasil analisisnya adalah sebagai berikut:

a. *Threat of New Entrants* (Ancaman Pendatang Baru)

Sampai saat ini, potensi bisnis *wellness tourism* masih banyak belum sepenuhnya diakui dan dianggap di Indonesia (Utama, 2021). Menurut Menteri Koperasi dan UKM, pelaku usaha bidang *wellness* perlu mempersiapkan hal – hal yang relatif tidak mudah dimana mereka perlu memproduksi secara benar, higienis, dan adanya standar yang tinggi. Salah satu cara untuk memastikan bahwa produk diproduksi dengan benar adalah dengan memanfaatkan bahan-bahan herbal, seperti minyak atsiri, untuk tujuan seperti terapi aroma.

Berdasarkan Direktur Utama PT Zafara Indonesia, modal usaha untuk bisnis *wellness* tergolong cukup besar, dengan banyak persiapan yang harus dilakukan seperti biaya ruang usaha, perlengkapan, hingga pelatihan tenaga kerja. Karena adanya hal – hal yang menghambat tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat ancaman dari pendatang baru untuk Bidadari Wellness Escape ini tergolong rendah.

b. *Threat of Substitutes* (Ancaman Produk atau Jasa Pengganti)

Wellness tourism, kegiatan yang berfokus untuk meningkatkan gaya hidup sehat, mengurangi stres, dan mencegah penyakit merupakan fenomena yang sangat berkembang. Terdapat beberapa ancaman bagi Bidadari Wellness Escape, yaitu adanya pusat spa, pusat *fitness*, tempat pemandian air panas, dan hal – hal lain yang juga menawarkan manfaat kesehatan. Menurut Badan Pusat Statistik Jakarta Barat, di tahun 2022 terdapat 131 pusat spa di wilayah tersebut (Suku Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Jakarta, 2022)

Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan bahwa tingkat ancaman bagi Bidadari Wellness Escape dari produk atau jasa pengganti yang sejenis tinggi. Maka dari itu, inovasi yang baik diperlukan agar dapat meningkatkan daya tarik, sehingga banyak orang lebih memilih *wellness retreat* dibanding kegiatan *wellness* yang lain.

c. *Bargaining Power of Buyers* (Kekuatan Tawar Menawar Pembeli)

Terdapat data yang menunjukkan bahwa 41% generasi milenial sudah mulai mengalokasikan dana untuk investasi dalam pengalaman *wellness*. Menurut *womensmarketing.com*, generasi milenial rela mengeluarkan uang lebih untuk urusan kebugaran dan kesehatan. Aktivitas yang digemari oleh generasi milenial adalah yoga dan meditasi. Sehingga tingkat ancaman untuk kekuatan tawar menawar para pembeli terhadap Bidadari Wellness Escape tergolong rendah.

d. *Bargaining Power of Suppliers* (Kekuatan Tawar Menawar Pemasok)

Dalam melakukan aktivitas kebugaran, perlu melakukan kerja sama dengan beberapa pemasok. Banyak perlengkapan yang dibutuhkan untuk menjalankan kegiatan. Perlengkapan yang diperlukan mencakup matras yoga, alas duduk, bantal, seprai dengan kain yang nyaman, minyak pijat, minyak esensial, peralatan memasak, peralatan makan dan minum, dan berbagai perlengkapan lainnya.

Untuk mendapatkan perlengkapan – perlengkapan tersebut, dapat dengan mudah didapatkan karena banyaknya pemasok dalam bidang tersebut yang berada di Indonesia. Jadi, ancaman untuk tawar menawar pemasok ini tergolong rendah.

e. *Rivalry of Competitors* (Persaingan dalam Industri Sejenis)

Persaingan bagi Bidadari Wellness Escape ini tergolong rendah karena masih sedikit pusat kebugaran yang menginap di sekitar Jakarta dan Jawa Barat. Saat ini *wellness tourism* di Indonesia, baru dikembangkan oleh pemerintah di Bali, Solo, dan Yogyakarta. Namun, di area sekitar Jakarta dan Jawa Barat, terdapat dua kompetitor langsung yaitu The Sanctuary Wellness Centre dan The Caring Nature.



Gambar 1. 3 Porter Five Forces Analysis
Sumber : Olahan Data, 2024

E. Gambaran Umum Produk Dan Jasa

CV Vita Harmoni adalah perusahaan yang memiliki produk utama yaitu Bidadari Wellness Escape. Bidadari Wellness Escape akan didirikan di Amanuba Hotel and Resort Rancamaya Bogor. Lingkungan dengan area hijau, iklim yang sejuk dan udara segar, serta pemandangan pegunungan. Lokasi Amanuba terletak 10 menit dari gerbang tol Jagorawi dan Ciawi, yang jauh dari kemacetan. Lingkungan ini cocok untuk konsep bisnis ini karena dapat membantu peserta untuk bersantai dan menenangkan pikiran mereka. Fasilitas yang disediakan oleh Amanuba sangat mendukung, dengan banyaknya ruang terbuka yang dapat meningkatkan pengalaman *wellness* secara menyeluruh (Amanuba Hotel & Resort Rancamaya, 2019).



Gambar 1. 4 Lokasi Bidadari Wellness Escape
Sumber : Google, 2024

Para peserta dapat menikmati berbagai layanan yang dirancang khusus melalui berbagai aktivitas kebugaran. Peserta dapat memasak

bersama serta mencicipi makanan bernutrisi. Selain itu, kegiatan menari bersama dan diskusi kelompok yang memberikan kesempatan bagi tamu untuk bersenang-senang, saling terhubung dalam suasana yang mendukung dan santai. Dengan berbagai aktivitas kebugaran seperti yoga dan meditasi, peserta dapat merasa damai dan mengurangi stres yang mengganggu. Layanan pijat juga tersedia untuk membantu melepas semua ketegangan fisik. Juga tersedianya fasilitas tidur yang nyaman menjamin istirahat yang mendalam dan memuaskan.

F. Jenis/ Badan Usaha

Bentuk badan usaha dari Vita Harmoni adalah *Commanditaire Vennootschap* atau disingkat CV, yang merupakan perusahaan yang berdiri karena satu atau lebih sekutu komanditer dengan satu atau lebih sekutu agar bisnis dapat dijalankan dengan baik (Permenkes Nomor 24 Tahun 2022, 2018). Alasan Vita Harmoni memilih CV sebagai bentuk perusahaan:

1. Tidak ada persyaratan modal minimum.
2. Biaya pendirian lebih terjangkau dibandingkan bentuk perusahaan lainnya.
3. Pemungutan pajak hanya dari laba perusahaan.
4. Proses pendirian lebih mudah.
5. Memungkinkan untuk mendapatkan bantuan modal dari pihak lain karena memiliki legalitas hukum yang jelas.

G. Aspek Legalitas

Menurut UU No 10 tahun 2009, Vita Harmoni adalah jenis usaha pariwisata “usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi” yang di dalamnya mencakup kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya yang bertujuan untuk pariwisata. Ruang lingkup dari Vita Harmoni ini adalah memberikan layanan pijat, sehingga dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2020, Vita Harmoni termasuk dalam aktivitas kebugaran pada No 9612. Menurut Trias (2021), dalam mendirikan CV, beberapa langkah yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengajukan nama Vita Harmoni CV ke Kemenkumham.

2. Membuat akta pendirian yang dilakukan di hadapan notaris dengan membawa kelengkapan data perusahaan.
3. Mendaftar Surat Keterangan Terdaftar.
4. Mengajukan permohonan NPWP untuk mendapatkan NPWP perusahaan serta Surat Keterangan Terdaftar Pajak.
5. Mengurus Nomor Induk Berusaha (NIB), melalui *website* Online Single Submission (OSS).
6. Mengurus izin usaha dan izin operasional.

Setelah Vita Harmoni sudah menjadi CV, terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan untuk menjaga keberlangsungan CV yaitu :

1. Melakukan pelaporan tenaga kerja kepada Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi atau diakses melalui <https://wajiblapor.kemnaker.go.id/>
2. Menjaga dokumen penting milik perusahaan.
3. Membuat perjanjian tertulis antara pihak pemilik usaha maupun pelaku usaha dengan pihak – pihak lain.
4. Membayar pajak tepat pada waktunya.
5. Mendaftarkan merek yang dimiliki produk melalui Ditjen HKI (Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual).