

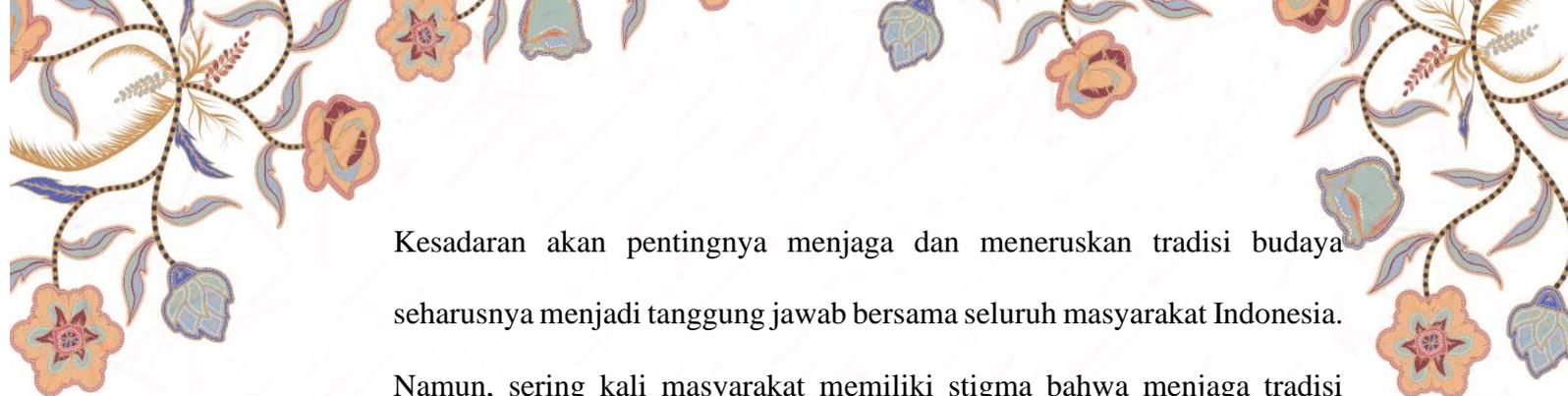
BAB I DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang terkenal dengan kekayaan budaya yang beragam, tersebar di berbagai penjuru wilayah yang masih terpelihara hingga hari ini. Setiap budaya memiliki karakteristik yang unik dan mencerminkan kekayaan warisan lokal juga tradisi yang beragam (Priatna, 2017). Budaya nasional menjadi landasan yang menunjukkan identitas bangsa dan mendorong perkembangan kemampuan masyarakat.

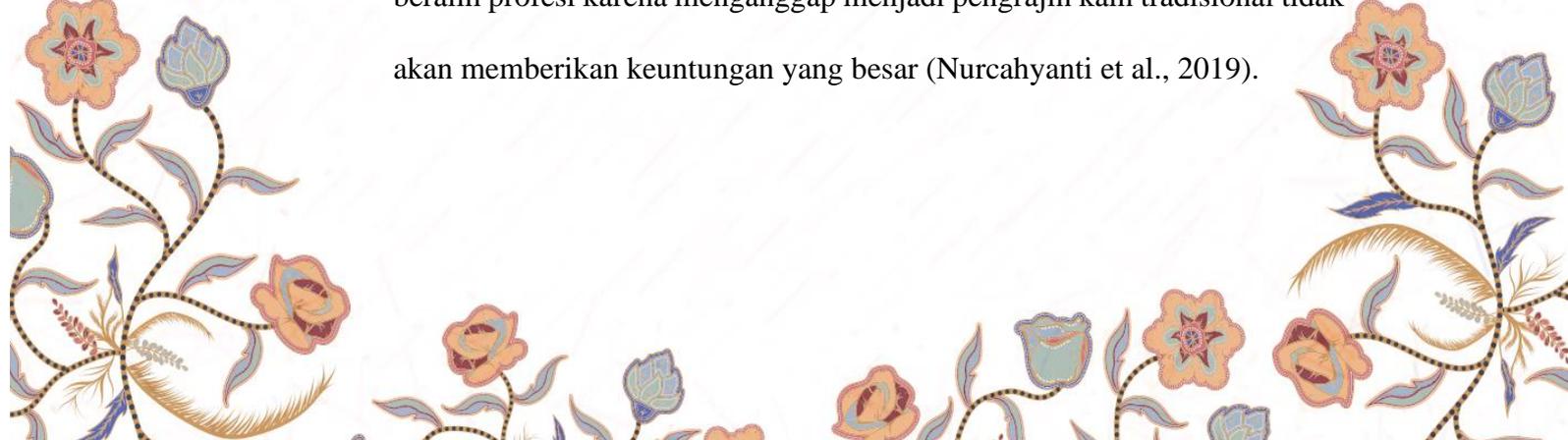
Salah satu peninggalan sejarah yang bisa kita lestarikan adalah kain tradisional. Kain tradisional Indonesia adalah kain yang memiliki keunikan dan ciri khas dari berbagai daerah di Indonesia. Kain tradisional ini sering kali memiliki nilai historis, budaya, dan seni yang tinggi. Setiap daerah di Indonesia memiliki jenis kain tradisionalnya sendiri, yang dipengaruhi oleh sejarah, kearifan lokal, dan kebudayaan masyarakat setempat.

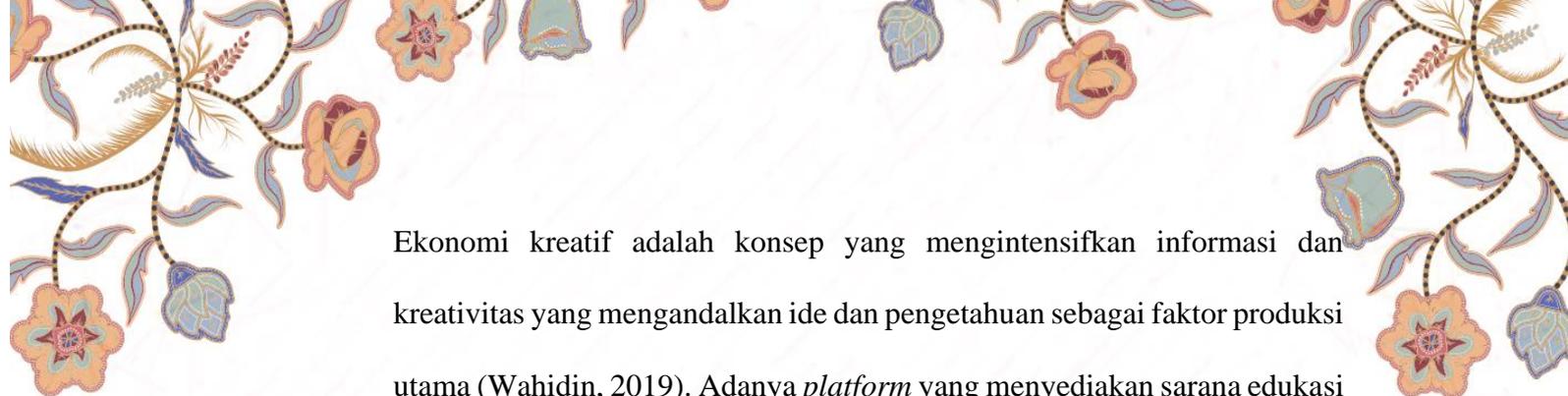
Sangat banyak hal yang bisa dipelajari yang berkaitan dengan kain tradisional. Setiap motif dari kain tradisional memiliki filosofi yang berbeda disetiap daerahnya. Teknik pembuatan yang beragam juga menjadi keunikan tersendiri dalam menciptakan kain dengan tekstur, pola, dan warna yang berbeda beda. Kain tradisional juga bisa menjadi identitas lokal dan kebanggaan akan warisan budaya daerah sehingga menjadi salah satu simbol penting dari keberagaman budaya Indonesia (Hakim, 2018).



Kesadaran akan pentingnya menjaga dan meneruskan tradisi budaya seharusnya menjadi tanggung jawab bersama seluruh masyarakat Indonesia. Namun, sering kali masyarakat memiliki stigma bahwa menjaga tradisi bukanlah hal mendesak dan bukan menjadi prioritas utama. Hal ini dapat muncul akibat kurangnya komunikasi yang efektif dan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai tradisional. Maka banyak masyarakat tidak menjadikan pelestarian budaya adalah sebuah prioritas yang harus dilakukan, sementara budaya adalah sebuah aset penting yang memerlukan upaya regenerasi, mencakup pelestarian, pewarisan dan pembaharuan.

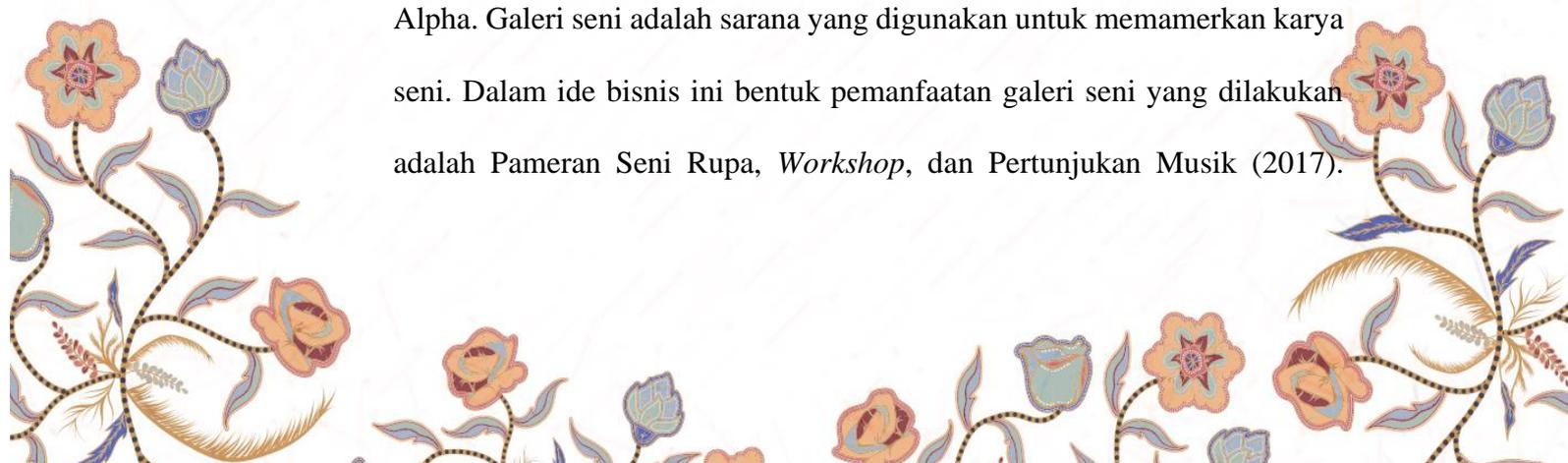
Minimnya edukasi mengenai sejarah, nama, makna filosofis, dan fungsi kain tradisional di generasi muda juga menjadi hambatan dalam pengembangan dan pelestarian budaya Indonesia. Masih banyak generasi muda yang kurang memiliki rasa keinginan untuk memelihara tradisi dan masih memiliki persepsi bahwa kain tradisional adalah benda tua yang kuno dan tidak modern. Bahkan adanya jarak antara generasi muda dan generasi sebelumnya juga menjadi permasalahan karena dinilai tidak memberikan pengetahuan yang cukup mengenai tradisi leluhur. Dengan ini menjadikan penyempitan pasar pada pengrajin kain tradisional dan memaksa mereka untuk memproduksi kain tradisional dengan cepat tanpa mepedulikan filosofi dari setiap kain yang dibuat, bahkan mereka juga terpaksa untuk beralih profesi karena menganggap menjadi pengrajin kain tradisional tidak akan memberikan keuntungan yang besar (Nurchayanti et al., 2019).

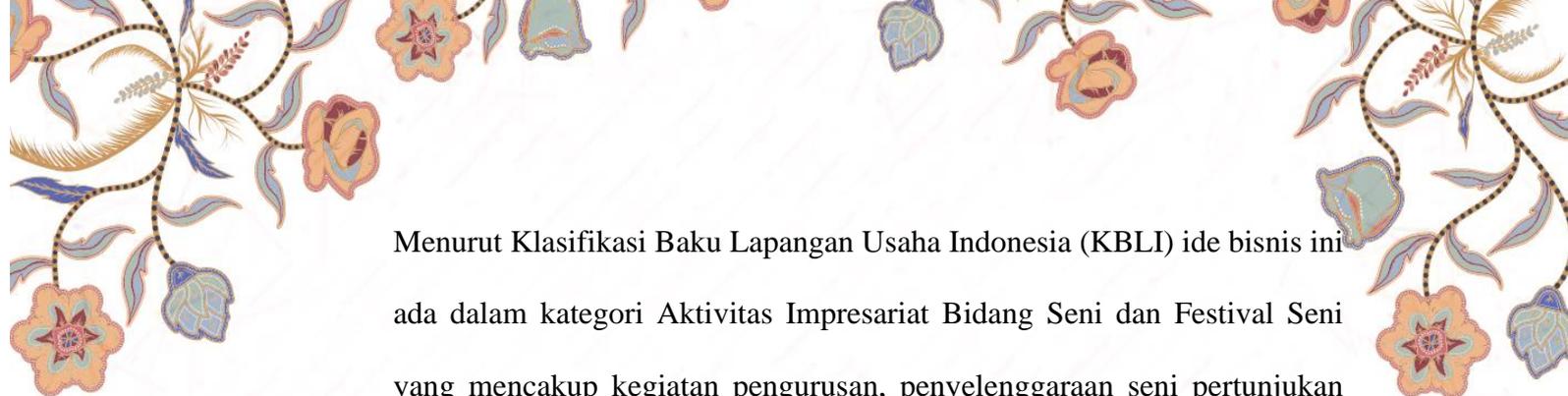




Ekonomi kreatif adalah konsep yang mengintensifkan informasi dan kreativitas yang mengandalkan ide dan pengetahuan sebagai faktor produksi utama (Wahidin, 2019). Adanya *platform* yang menyediakan sarana edukasi mengenai kain tradisional, sedikit demi sedikit kesadaran generasi muda terhadap pentingnya melestarikan kain tradisional tumbuh. Menurut Sandra Hutabarat selaku Ketua Yayasan Tjanting Batik Nusantara, *platform* digital dapat mendeteksi ketertarikan generasi muda terhadap batik. Contohnya dari sejumlah unggahan generasi muda di media sosial, hal ini perlu difasilitasi untuk mendukung kelestarian batik. Dengan adanya *platform* yang mendukung maka generasi muda akan diarahkan untuk menerima tongkat estafet dalam pelestarian batik dan mencintai kain batik (Gandhawangi, 2021). Salah satu *platform* yang bisa dikembangkan adalah galeri seni. Sedy Widjaja selaku *Co-Founder* dan Fair Director of ArtMoment Jakarta mengatakan bahwa gairah galeri seni di Indonesia semakin tinggi. Minat datang ke galeri seni dari generasi milenial dan generasi Z juga meningkat (Venda, 2023).

Dari pernyataan diatas, muncul sebuah ide bisnis yang merupakan aktivitas wisata minat khusus berupa galeri seni atau instalasi dengan kegiatan interaktif dengan tema kain tradisional Indonesia, memiliki nilai edukasi yang cocok diikuti oleh generasi Milenial, generasi Z hingga generasi Alpha. Galeri seni adalah sarana yang digunakan untuk memamerkan karya seni. Dalam ide bisnis ini bentuk pemanfaatan galeri seni yang dilakukan adalah Pameran Seni Rupa, *Workshop*, dan Pertunjukan Musik (2017).

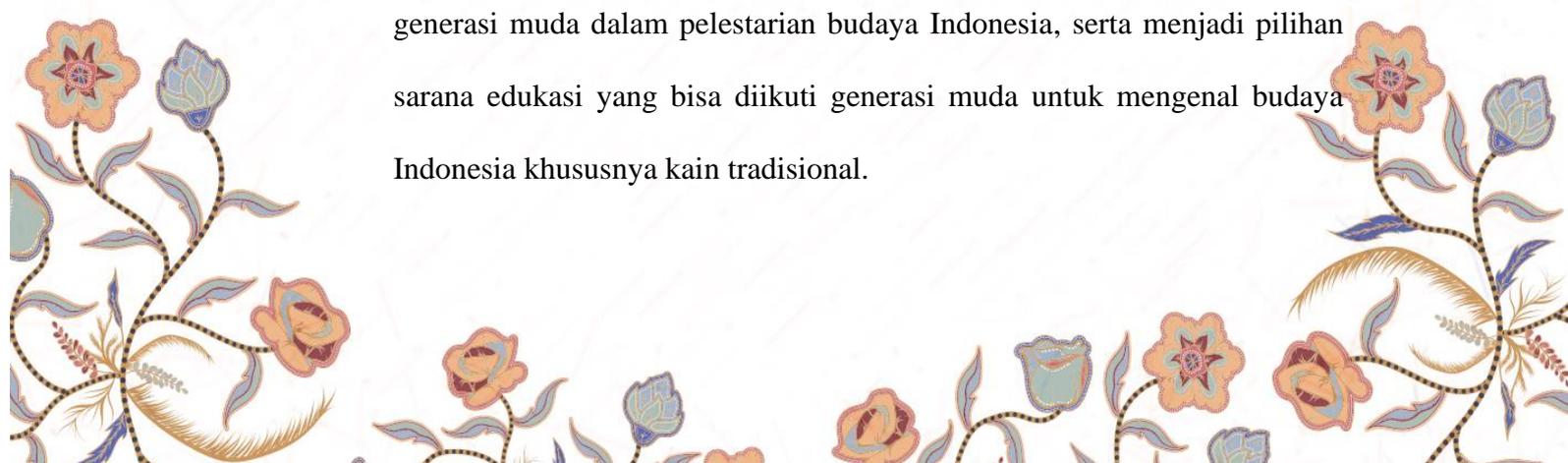




Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) ide bisnis ini ada dalam kategori Aktivitas Impresariat Bidang Seni dan Festival Seni yang mencakup kegiatan pengurusan, penyelenggaraan seni pertunjukan dan seni rupa yang berbentuk pameran. Ide bisnis ini akan dibuat di kota Bandung, tepatnya di daerah Sutami yang dianggap berada di tengah kota Bandung dengan akses yang mudah dijangkau.

B. Gambaran Umum Bisnis

Rumah Berkain merupakan aktivitas wisata minat khusus yang kegiatannya utamanya terdiri dari galeri seni, *workshop* membuat kain dengan metode tradisional dan penggunaan kain tradisional untuk sehari hari, menjadi sarana pertemuan antara UMKM dan konsumen untuk melakukan kegiatan jual beli. Galeri seni adalah wadah untuk menampung kegiatan aktivitas kesenian. Galeri seni dapat berfungsi sebagai media komunikasi dan ruang publik untuk mengakses dan ikut terlibat dalam kegiatan seni tanpa membedakan kalangan Masyarakat (Suminar et al., 2017). Karakteristik dari kegiatan yang akan dilakukan di Rumah Berkain merupakan kegiatan edukatif dimana kegiatan yang dilakukan dinilai mampu memberikan ilmu pengetahuan atau wawasan baru kepada pengunjung tentang suatu objek pada galeri seni yaitu kain tradisional Indonesia. Kegiatan pengembangan wawasan yang diwadahi yaitu *workshop* (Ngabito, 2020). Rumah Berkain diharapkan bisa menjadi *platform* yang bisa meningkatkan kesadaran generasi muda dalam pelestarian budaya Indonesia, serta menjadi pilihan sarana edukasi yang bisa diikuti generasi muda untuk mengenal budaya Indonesia khususnya kain tradisional.



Gambar 1 Logo Rumah Berkain



Sumber: Olahan Penulis 2024

Berikut merupakan identitas bisnis Rumah Berkain :

CV. Berkain Nusantara adalah solusi kepada semua usia yang memiliki semangat dan membutuhkan edukasi tentang pentingnya warisan budaya dan pelestarian budaya Indonesia, dengan mengunjungi Rumah Berkain yang akan memberikan program aktivitas edukasi. Program aktivitas ini terdiri dari galeri seni yang modern, serta kegiatan interaktif yang bisa dilakukan secara aktif oleh pengunjung.

Nama Perusahaan: Berkain Nusantara

Nama Unit Bisnis: Rumah Berkain

Bidang Usaha: Pariwisata

Jenis Produk: Aktivitas impresariat bidang seni dan festival seni

C. Visi dan Misi

Visi

Menjadi sarana edukasi untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya Indonesia.

Misi

- Menjadi pusat edukasi mengenai Budaya Indonesia
- Menjadi sarana peningkatan kesadaran mencintai tradisi pada generasi muda
- Meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pelestarian Budaya Indonesia

Tujuan

- Peningkatan pendidikan dan kesadaran budaya
- Pengembangan kreativitas dan inovasi kepada generasi muda sehingga dapat menjadi pewaris dan pengembang budaya
- Penghargaan dan promosi terhadap budaya lokal Indonesia

Sasaran

- Menciptakan sarana kegiatan edukasi yang interaktif
- Mengajak generasi muda untuk ikut serta dan mengembangkan kreativitas terhadap budaya Indonesia

D. SWOT Analysis

SWOT Analysis adalah alat strategis yang digunakan untuk memahami *Strengths* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threats* (ancaman) dari sebuah perusahaan (Kotler & Armstrong, 2018), dengan penjelasan sebagai berikut:

- *Strengths* (kekuatan) merupakan karakteristik positif yang dimiliki perusahaan. Ini bisa menjadi faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif dan kontribusi positif terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Contohnya keahlian dalam inovasi produk.
- *Weakness* (kelemahan) adalah faktor internal yang bisa menghambat kinerja perusahaan. Kelemahan ini harus diidentifikasi dan diatasi untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan mengurangi risiko. Contohnya kurangnya pengenalan merek yang kuat, atau kurangnya keahlian dalam layanan pelanggan.
- *Opportunity* (peluang) mencakup faktor eksternal yang menguntungkan dan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Contohnya adalah perubahan trend yang mendukung produk atau jasa, ekspansi ke pasar baru yang berkembang dan kekosongan di pasar yang bisa diisi oleh produk baru.
- *Threats* (ancaman) merupakan faktor eksternal yang berpotensi mengganggu atau mengancam kinerja perusahaan. Ancaman ini perlu ditanggulangi untuk mengurangi dampak negatif terhadap strategi pemasaran. Contohnya adalah meningkatnya pesaing utama atau baru dan perubahan preferensi atau perilaku konsumen.

Analisis ini bisa membantu perusahaan untuk merumuskan strategi yang efektif dengan mengevaluasi faktor internal maupun faktor eksternal yang dirasa bisa mempengaruhi pencapaian perusahaan.

Berikut merupakan analisis SWOT dari Rumah Berkain :

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none">- Memiliki tema berbeda dari galeri seni yang lain- Terdapat banyak pengrajin kain tradisional yang bisa diikuti sertakan	<ul style="list-style-type: none">- Produk mudah ditiru
Opportunity	Threats
<ul style="list-style-type: none">- Meningkatnya tren dan minat Masyarakat terhadap budaya Indonesia- Jumlah mitra lokal yang berpotensi untuk Kerjasama	<ul style="list-style-type: none">- Kemungkinan muncul pesaing dengan bisnis dan tema yang serupa- Perubahan tren dan preferensi pengunjung

Tabel 1 SWOT Analysis

Sumber: Olahan Penulis 2024

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Di Kota Bandung memang sudah banyak galeri seni yang sudah beroperasi dengan tema dan seniman yang beragam, namun setelah melakukan observasi masih sedikit galeri seni yang memamerkan budaya Indonesia yang dikemas dengan modern dan tidak membosankan bagi generasi muda yang ditargetkan menjadi penerus, penjaga dan melestarikan budaya bangsa Indonesia. Karena galeri seni dianggap sebagai sarana komunikasi yang baik untuk memamerkan suatu minat khusus maka Rumah Berkain akan menawarkan produk berupa galeri seni atau instalasi seni yang memberikan edukasi mengenai budaya Indonesia khususnya kain tradisional Indonesia. Terdapat instalasi seni yang *instagramable* dilengkapi dengan informasi dan edukasi. Tidak hanya instalasi seni, Rumah Berkain juga menawarkan beberapa kegiatan interaktif yang bisa diikuti secara langsung oleh para pengunjung yaitu kegiatan *workshop* edukatif mengenai pembuatan kain tradisional dengan metode mencanting, pembuatan motif pada kain dengan metode *Ecopounding*, dan penggunaan kain tradisional Indonesia untuk sehari-hari, serta akan ada sarana jual beli dengan UMKM terpilih yang bergerak dibidang ekonomi kreatif dan kuliner tradisional Indonesia.

Gambar 2 Kegiatan Rumah Berkain

Rumah Berkain



Instalasi Berkain



Ruang Berkain



Ecopounding



Belajar Berkain

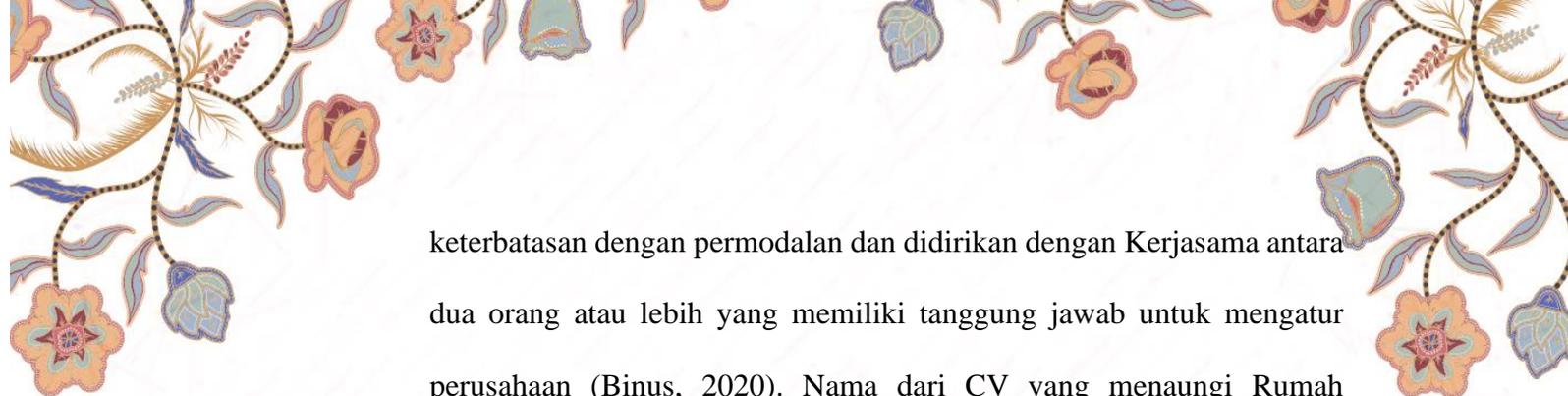


Kreasi Berkain

Sumber: Pinterest, Instagram

F. Jenis/Badan Usaha

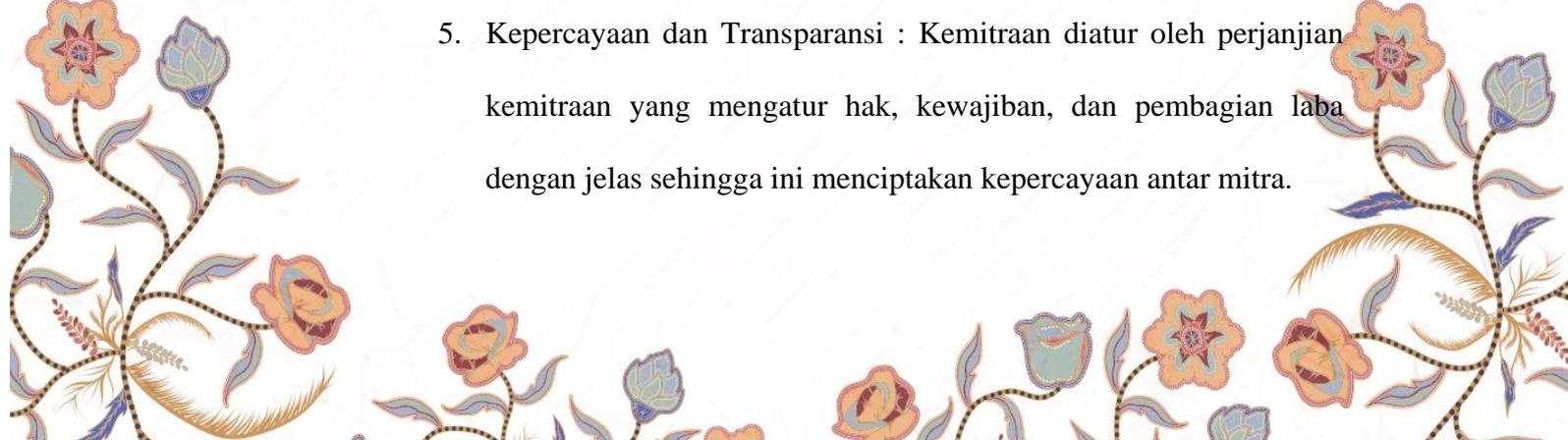
Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, salah satu tujuan Kepariwisata adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, memajukan kebudayaan, meningkatkan citra bangsa, dan memupuk rasa cinta tanah air. Dalam usaha pariwisata Rumah Berkain ada dalam kategori penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi. Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) Rumah Berkain ada dalam kategori Aktivitas Impresariat Bidang Seni dan Festival Seni yang mencakup kegiatan pengurusan, penyelenggaraan seni pertunjukan dan seni rupa yang berbentuk pameran. Rumah Berkain akan dinaungi oleh *Commanditaire Vennootschap* (CV) yang merupakan bentuk kemitraan yang memiliki

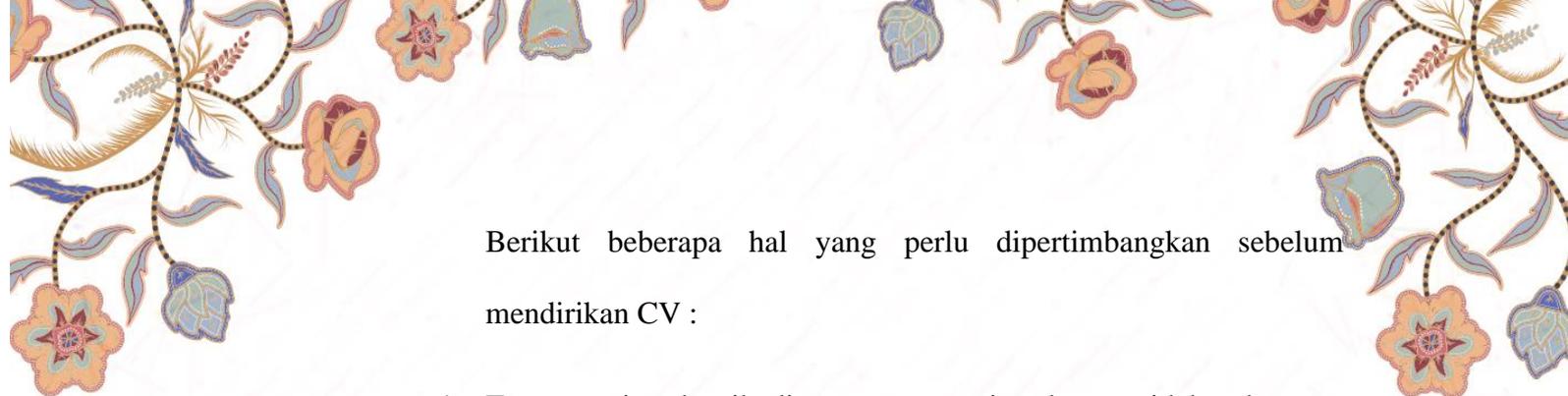


keterbatasan dengan permodalan dan didirikan dengan Kerjasama antara dua orang atau lebih yang memiliki tanggung jawab untuk mengatur perusahaan (Binus, 2020). Nama dari CV yang menaungi Rumah Berkain adalah CV. Berkain Nusantara.

G. Aspek Legalitas

Mendirikan *Commanditaire Vennootschap* (CV) memiliki kelebihan dan kekurangan yang perlu dipertimbangkan. Berikut adalah beberapa kelebihan mendirikan CV :

1. Kombinasi Modal dan Keterlibatan : Memungkinkan fleksibilitas dalam struktur modal dan memungkinkan mitra untuk terlibat dalam bisnis.
 2. Kemitraan Fleksibel : Pembagian peran dan tanggung jawab yang fleksibel di antara mitra. Hal ini memungkinkan bagi setiap mitra untuk berkontribusi sesuai dengan keahlian dan mitra mereka.
 3. Pajak : Memiliki keuntungan dalam pajak tertentu, laba dan kerugian CV dapat dialokasikan langsung kepada mitra sesuai dengan perjanjian di awal dan bisa mengoptimalkan pajak individu masing masing mitra.
 4. Keamanan Hukum : Memberikan perlindungan terhadap risiko bisnis dan dapat mengurangi tekanan finansial pada mitra.
 5. Kepercayaan dan Transparansi : Kemitraan diatur oleh perjanjian kemitraan yang mengatur hak, kewajiban, dan pembagian laba dengan jelas sehingga ini menciptakan kepercayaan antar mitra.
- 



Berikut beberapa hal yang perlu dipertimbangkan sebelum mendirikan CV :

1. Tanggung jawab pribadi atau tanggung jawab yang tidak terbatas.
2. Keterbatasan pertumbuhan adalah keterbatasan dalam menarik modal yang dapat membatasi kemampuan bisnis untuk berkembang dan berekspansi.
3. Ketergantungan pada mitra terutama pada mitra komanditer yang bertanggung jawab terbatas, jika salah satu mitra tidak aktif maka akan mengganggu berjalannya bisnis.

Syarat-syarat yang perlu dipenuhi untuk mendirikan CV :

1. Perjanjian dan pengesahan kemitraan memerlukan pengesahan formal formal dari lembaga berwenang.
 2. Pendaftaran bisnis harus didaftarkan secara resmi dengan otoritas pendaftaran bisnis di wilayah yang bersangkutan.
 3. Perizinan dan izin memerlukan izin usaha sesuai dengan industri atau layanan yang ditawarkan.
- 