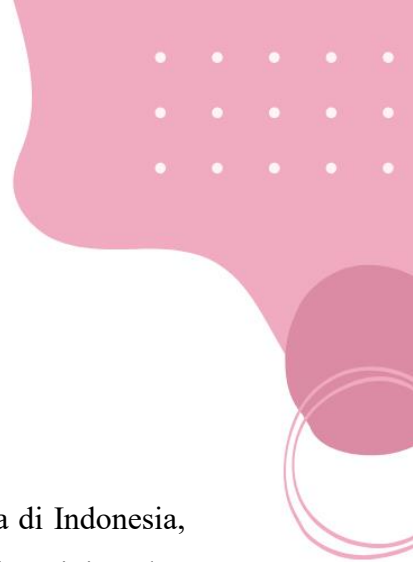




BAB I

DESKRIPSI BISNIS

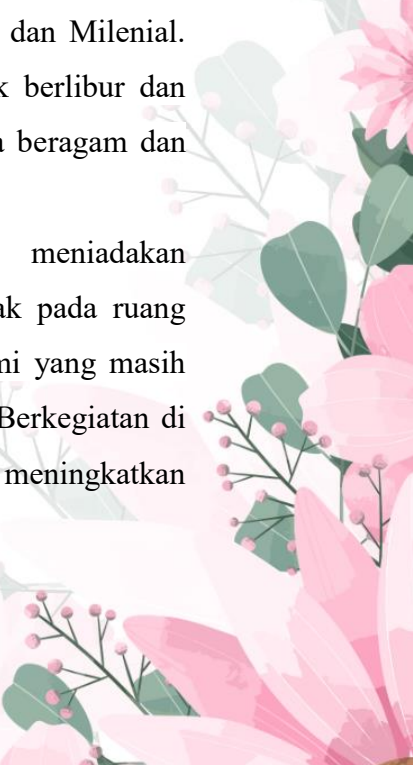
1.1 Latar Belakang

Bandung adalah salah satu "Kota Kreatif" terkemuka di Indonesia, Bandung telah menjadi pusat yang berkembang pesat bagi kreativitas dan inovasi di berbagai sektor. Dengan gabungan dari warisan budaya yang beragam, populasi yang beraneka ragam, dan perkembangan infrastruktur yang cepat, Bandung menawarkan lingkungan yang sangat mendukung bagi pertumbuhan industri kreatif. Pengakuan ini tidak hanya datang dari dalam negeri, tetapi juga dari tingkat internasional, seperti yang diumumkan oleh *United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO), yang menyebut Bandung sebagai Kota Desain Dunia atau *City of Design* (Portal Bandung, 2016).

Selain itu, menurut data sensus 2022, penduduk Bandung Raya (Kota Bandung, Kab. Bandung, Kab. Bandung Barat, Kota Cimahi) tercatat 2,3 juta jiwa penduduknya merupakan Gen Z dan Milenial yang berjenis kelamin perempuan (BPS Bandung, 2023). Menurut klasifikasi William H. Frey (2020), Gen Z adalah anak-anak yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, sedangkan Milenial adalah anak-anak yang lahir antara tahun 1981 dan 1996.

Bandung adalah kota yang menjadi destinasi favorit sepanjang tahun 2023 yang dipilih oleh kelompok wisatawan Gen Z dan Milenial. Hal ini dikarenakan Bandung adalah kota yang pas untuk berlibur dan menghabiskan waktu luang, juga memiliki destinasi wisata beragam dan udara yang sejuk.

Konsep rekreasi sehat pasca pandemi yang meniadakan penggunaan ruang sebagai tempat berkumpul dan berpihak pada ruang terbuka. Wisata ke Alam menjadi tren wisata pascapandemi yang masih berkelanjutan hingga tahun 2024 (Adhitama et al., 2023). Berkegiatan di ruang terbuka hijau menjadi salah satu cara sederhana untuk meningkatkan





kesehatan mental dan fisik. Pada kondisi pasca pandemi preferensi masyarakat memilih ruang terbuka hijau sebagai tempat untuk berkegiatan, bersosialisasi atau rekreasi murah di tengah kota. (Adhitama et al., 2023).

Saat ini Gen Z dan Milenial cenderung menghabiskan waktu luangnya untuk bermain *gadget*. Ketergantungan *gadget* akan mempengaruhi kesehatan mental seperti depresi, kecemasan dan stres (Carbonell et al., 2018). Orang-orang yang telah terjat dalam ketergantungan gadget berpotensi untuk menjadi lebih tertutup, yang menyebabkan mereka menghabiskan lebih sedikit waktu untuk berlibur atau menghabiskan waktu di luar ruangan. Para Gen Z mulai berhenti menggunakan *smartphone* untuk menjaga kesehatan mental mereka (Detikedu, 2023).

Kebutuhan untuk mengisi waktu luang dengan melakukan kegiatan yang bermanfaat bagi diri dan lingkungannya semakin dirasakan sekali oleh setiap orang terutama di kota-kota besar yang penuh dengan kesibukan yang sifatnya rutin yang dapat menimbulkan rasa jenuh ataupun bosan. Hal itu membuat membuat calon – calon wisatawan berusaha mencari produk – produk wisata alternatif, yang mampu memenuhi hasrat akan kepuasan, kenyamanan, petualangan, rekreasi, memperbanyak pengalaman baru, dan tentu saja mudah, murah, dan praktis (Nugraha et al., 2015). Kehidupan kalangan muda / Gen Z dan Milenial juga tidak terlepas dari keadaan seperti itu, penuh dengan kesibukan yang sangat menyita perhatian dan waktu.

Anak-anak muda harus memiliki kemampuan adaptasi yang cepat, serta kemampuan berpikir kritis dan kreatif (BantenNews, 2023). Persaingan di zaman sekarang sangat ketat, oleh karena itu Generasi Z dan Milenial harus kreatif. Temuan dari survei Harris Poll (2020) menyebutkan, sebanyak 63% Gen Z tertarik untuk melakukan berbagai hal kreatif setiap harinya. Gen Z dianggap memiliki bakat kreativitas dan inovasi yang kuat (Chillakuri & Mahanandia, 2018). *Creative class* hadir sebagai sarana yang cocok untuk Gen Z dan





Milenial yang menyediakan aktivitas rekreasi diantaranya seni merajut (*crochet*), merangkai bunga (*flower arrangement*), dan menghias kue (*cake decoration*) di ruang terbuka. Dengan adanya *creative class* ini membuat Gen Z dan Milenial yang berada di Bandung memiliki opsi lain dalam menghabiskan waktu luangnya dengan *upgrading skill*.

1.2 Gambaran Umum Bisnis

1.2.1 Deskripsi Bisnis

Craft Haven adalah sebuah bisnis "*creative class*" yang menawarkan berbagai *workshop* dan kelas kreatif seperti seni merajut (*crochet*), merangkai bunga (*flower arrangement*), dan menghias kue (*cake decoration*) di lingkungan terbuka. Konsep ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan rekreasi dan waktu luang bagi generasi Milenial dan Gen Z di Bandung Raya dan sekitarnya.

Ide bisnis ini muncul dari status Bandung sebagai kota kreatif dengan populasi didominasi generasi muda yang cenderung mencari pengalaman baru dan aktivitas kreatif. Selain itu, tren rekreasi sehat pasca-pandemi juga menjadi faktor pendukung dengan permintaan akan aktivitas di ruang terbuka. Craft Haven berkolaborasi dengan kafe-kafe di Bandung untuk menawarkan paket-paket *workshop* dengan instruktur profesional dalam konsep "*pop-up activity*".

1.2.2 Deskripsi Logo dan Nama

Nama "Craft Haven" dipilih karena dapat mewakili esensi bisnis aktivitas kreatif di ruang terbuka ini dengan baik. "Craft" mengacu pada aktivitas utama berupa aktivitas kerajinan tangan dan berkreasi seperti merajut, merangkai bunga, dan menghias kue. Sementara "Haven" memberi kesan sebagai tempat berlindung dan menyenangkan untuk menikmati pengalaman kreatif tersebut di alam terbuka, bebas dari hiruk pikuk perkotaan. Secara keseluruhan, nama ini singkat, mudah diingat, dan mampu merepresentasikan konsep bisnis yang ingin



disampaikan kepada target pasar generasi Milenial dan Gen Z dengan bahasa yang sederhana namun deskriptif.



Gambar 1. 1 Logo Craft Haven

Logo ini sesuai secara visual mewakili aktivitas yang ditawarkan oleh "Craft Haven". Gambar kue bertingkat, bunga dan benang rajut mencerminkan aktivitas yang ada. Warna merah muda dan sentuhan feminin sesuai dengan target pasar perempuan dari generasi Milenial dan Gen Z yang gemar berkreasi.

1.2.3 Identitas Bisnis (kontak dan alamat perusahaan)

Nama Perusahaan	: CV. Mawar Abadi
Bidang Usaha	: Penyedia Aktivitas Hiburan dan Rekreasi
Alamat	: Jl. Budi Luhur No. 2, Gegerkalong, Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat
Email	: crafthavenbdg@gmail.com
Instagram	: @crafthaven.id

1.3 Visi dan Misi

- Visi

Menjadi pusat aktivitas kreatif terkemuka di Bandung yang menawarkan pengalaman berharga dan menyenangkan bagi para pengunjung melalui ragam kegiatan seni dan kerajinan di lingkungan terbuka.

- Misi

1. Menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan kreativitas dan keterampilan melalui kelas praktik yang inovatif dan instruktur yang ahli.
2. Mempromosikan gaya hidup sehat dengan menyediakan aktivitas rekreasi di ruang terbuka yang menyegarkan jiwa dan raga.
3. Memberdayakan generasi muda dengan memberikan wadah untuk mengekspresikan diri secara kreatif dan meningkatkan keterampilan baru.
4. Berkolaborasi dengan mitra bisnis lokal untuk mendukung pertumbuhan industri kreatif dan pariwisata di Bandung.

1.4 Analisis Industri

Dalam menganalisis lingkungan persaingan suatu bisnis, maka pendekatan yang dapat digunakan yaitu *Porter's Five Forces Model*. Model ini membantu perusahaan untuk mengidentifikasi dan menganalisa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat daya tarik serta keuntungan potensial dalam satu jenis usaha dari industri yang serupa.

- Ancaman Pendatang Baru (*Threat of New Entrants*)

Faktor ini menghadirkan potensi ancaman bagi kedatangan pesaing baru di sektor bisnis kreatif yang sejenis, khususnya di *creative class*. Ancaman tersebut dianggap sedang karena kelas kreatif ini memberikan nilai tambah melalui pengalaman *workshop* yang terbuka dan dikemas dalam konsep piknik.

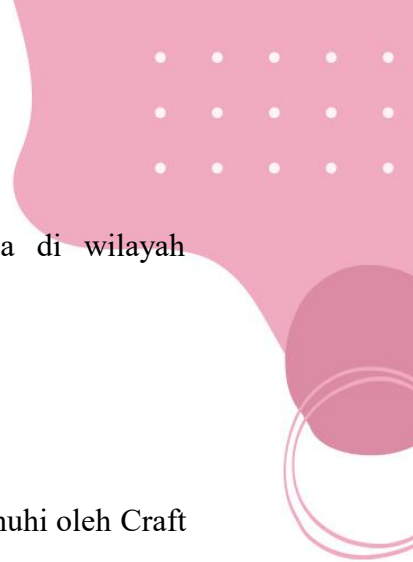
- Ancaman Produk atau Jasa Pengganti (*Threat of Substitutes*)

Ancaman ini tergolong tinggi dikarenakan adanya berbagai jenis *creative class* lainnya, seperti pembuatan keramik atau melukis, bisa menjadi ancaman bagi bisnis ini. Oleh karena itu, diperlukan upaya inovasi dan evaluasi terhadap produk dan layanan yang ditawarkan dalam bisnis ini.

- Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)
Keberadaan target pasar yang berada dalam segmen niche namun memiliki pangsa pasar yang cukup luas memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam pengembangan awal produk. *Bargaining Power of Buyers* dari *creative class* ini dianggap sedang. Hal ini disebabkan oleh kurangnya keberadaan *creative class* yang memiliki konsep serupa.
- Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)
Dalam kegiatan merajut, merangkai bunga, dan menghias kue, tidak memerlukan banyak peralatan, namun tetap memerlukan suplier khusus terutama untuk bunga dan kue. *Creative class* ini akan berkolaborasi dengan beberapa kafe yang ada di Kota Bandung sebagai kegiatan tambahan agar pengunjung dapat menikmati makanan atau minuman sekaligus meningkatkan keterampilan.
- Persaingan dalam Industri Sejenis (*Rivalry of Competitors*)
Creative class ini menawarkan pengalaman yang berbeda dari pesaingnya. Meskipun memiliki harga yang relatif bersaing, kami menyediakan pengalaman yang unik melalui paket yang membantu aktivitas pengunjung dengan pengajar yang profesional dan suasana yang baru.

1.5 Gambaran Umum Produk dan Jasa

Craft Haven menawarkan pengalaman kreatif yang unik dengan menyediakan *workshop* dan kelas kreatif seperti seni merajut (*crochet*), merangkai bunga (*flower arrangement*), dan menghias kue (*cake decoration*) yang diadakan di lingkungan terbuka yang nyaman dan menyegarkan. Pengunjung akan mendapatkan paket lengkap termasuk semua peralatan dan bahan yang dibutuhkan, serta bimbingan dari instruktur profesional untuk menciptakan karya seni kreatif mereka sendiri. Dengan suasana alam yang menginspirasi dan konsep piknik yang menyenangkan, Craft Haven menawarkan aktivitas rekreasi yang bermanfaat dan berbeda dari kegiatan



sehari-hari bagi para pengunjung, terutama generasi muda di wilayah Bandung dan sekitarnya.

1.6 Jenis/Badan Usaha

Beberapa persyaratan administrasi legalitas yang harus dipenuhi oleh Craft Haven dalam mendirikan CV di antaranya adalah:

- Akta Perusahaan
- NPWP Badan Usaha
- Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- Pendaftaran Merek Dagang Craft Haven

1.7 Aspek Legalitas

13 bidang usaha pariwisata di dalam UU Pariwisata No.10 Tahun 2009 Pasal 14, wisata rekreasi ini termasuk ke industri Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan & Rekreasi.