

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Salah satu dari sepuluh kota besar Indonesia adalah Bandung. Banyak tempat wisata yang menarik di ibu kota Jawa Barat ini, seperti Jalan Braga, Gn.Tangkuban Perahu, Kawah Putih, Farm House Susu Lembang, Trans Studio Bandung, Ranca Upas dan Jalan Asia Afrika, dan masih banyak lagi wisata-wisata yang cukup bagus untuk dikunjungi. Di lansir dari *Travelingyuk*, pada tahun 2015 Bandung menjadi kota ter favorit di ASEAN bagi para wisatawan.

Sampai saat ini Bandung masih menjadi tujuan para wisatawan lokal maupun mancanegara untuk menjelajah lebihbanyak lagi tempat wisata yang ada di Kota Kembang ini. Menurut Artikel dari *Kumparan.com Jendela Dunia* menjelaskan bahwa ada 6 Kota Wisata favorit bagi wisatawan pada tahun 2023 salah satunya adalah Kota Bandung. Kota ini menempati posisi ke-5 setelah Ubud, Yogyakarta, Malang dan Solo. Menurut catatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung, lebih dari 7 juta wisatawan datang selama tahun 2023. Jumlah ini mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya. Apalagi dengan adanya Kereta Cepat *Whoosh* memberikan dampak positif wisatawan yang datang ke Bandung khususnya wisatawan yang berasal dari area Jabodetabek

Tidak heran jika memasuki weekend, Kota Bandung akan macet dipenuhi wisatawan yang berdatangan baik menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Tak hanya di Kota Bandung, Kabupaten Bandung pun selalu ramai akan wisatawan yang berdatangan. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Bandung telah mendata jumlah para wisatawan yang berdatangan dari tahun 2021, 2022 dan 2023. Berikut merupakan data-data nya:

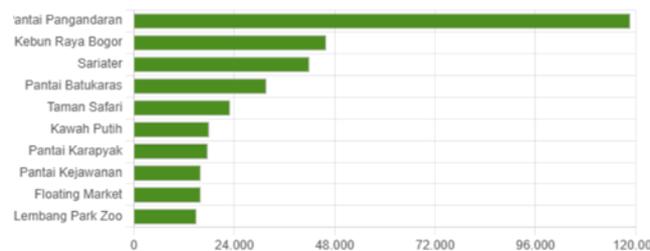
Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Yang Datang ke Kab.Bandung

Tahun	2021	2022	2023
Jumlah Wisatawan	3.880.600	6.550.563	7.044.300

Sumber Disbudpar Kabupaten Bandung 2024

Jumlah wisatawan di tahun 2020 sangat rendah karena virus COVID-19 masih menyebar di seluruh Indonesia, terutama di Kabupaten Bandung. Jumlah wisatawan di tahun 2022 tidak akan mencapai jumlah wisatawan di tahun 2021 jika ditambah totalnya. Namun, jumlah wisatawan dari tahun 2021 hingga 2023 terus meningkat, pengunjung cenderung mengunjungi Ciwidey, Pangalengan, dan Rancabali. Daerah tujuan wisata ini tujuan wisata tersebut. Sebagai bukti bahwa Ciwidey adalah salah satu daerah wisata favorit yang ada di Bandung, berikut ini adalah tempat wisata yang paling banyak dikunjungi di Jawa Barat pada saat liburan lebaran 2023 ;

Gambar 1. 1 Tempat Wisata Favorit Saat Lebaran



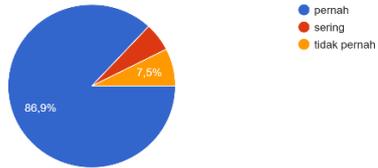
Sumber : Kompas.com 2023

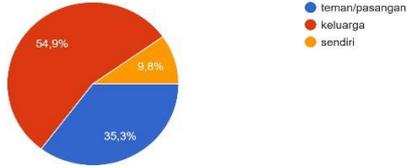
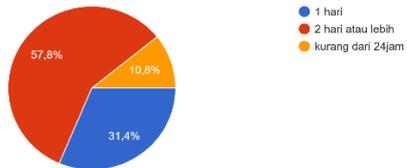
Menurut data di atas, Kawah Putih, Ciwidey menempati posisi ke-6 sebagai tempat wisata yang paling disukai di Jawa Barat dan menempati posisi teratas sebagai tempat wisata yang paling disukai di Bandung. Tujuan liburan turis adalah untuk menikmati atau meremajakan diri dan mendapatkan pengalaman baru. Jumlah penginapan yang dibutuhkan, terutama penginapan untuk beristirahat setelah hari yang luar biasa, meningkat seiring dengan jumlah pengunjung yang pergi berlibur. Wisatawan memang dapat melakukan perjalanan tanpa akomodasi jika mereka hanya piknik atau berrekreasi dalam waktu kurang dari 24 jam (tanpa menginap), tetapi jika mereka melakukan perjalanan wisata lebih dari 24 jam, mereka pasti memerlukan akomodasi agar dapat mengunjungi tempat rekreasi selama waktu yang lebih lama. Seiring bertambahnya kebutuhan pasar, semakin banyak perusahaan jasa muncul. Di daerah tujuan wisata tersebut. Namun seringkali jumlah penginapan yang ada belum dapat memenuhi seeluruh keinginan konsumen di karenakan banyaknya kriteria yang di inginkan oleh konsumen, seperti fasilitas, aksesibilitas dan terutama harga. Di daerah Ciwidey sudah banyak jenis akomodasi seperti villa, hotel dan juga homestay dari banyaknya penginapan yang

ada, hotel merupakan akomodasi yang mendominasi di daerah ciwidey di karenakan hotel adalah salah satu akomodasi yang sangat di butuhkan oleh konsumen di karenakan mempunyai tempat beristirahat yang nyaman dan menyediakan makanan & minuman untuk konsumen yang menginap. Tetapi di ciwidey banyak hotel yang sudah di anggap terlalu ketinggalan zaman atau *old style* di karenakan *design* hotel tersebut. Hal ini sangat berbanding terbalik dengan kebutuhan konsumen saat ini yang selalu berharap lebih dari apa yang mereka beli. Pada era sekarang banyak konsumen yang bukan hanya membutuhkan tempat untuk beristirahat yang nyaman tetapi banyak juga dari mereka ingin mendapatkan pengalaman lebih seperti spot foto yang bagus yang Dimana itu akan menjadi keuntungan buat kita tersendiri Dimana kita akan mendapatkan promosi secara gratis.

Berdasarkan *Test Market* kepada yang sudah penulis lakukan, maka data yang dihasilkan mengatakan sebagai berikut:

Tabel 1. 2 Hasil Tes Market

No	Penjelasan	Hasil Questions								
1.	Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 86,9% responden pernah berkunjung ke ciwidey	<p>apakah anda pernah berkunjung ke bandung/ciwidey? 107 jawaban</p>  <table border="1"> <caption>Data for Pie Chart: apakah anda pernah berkunjung ke bandung/ciwidey?</caption> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>pernah</td> <td>86,9%</td> </tr> <tr> <td>sering</td> <td>7,5%</td> </tr> <tr> <td>tidak pernah</td> <td>5,6%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	pernah	86,9%	sering	7,5%	tidak pernah	5,6%
Kategori	Persentase									
pernah	86,9%									
sering	7,5%									
tidak pernah	5,6%									

2.	<p>Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 54,9% responden biasa melakukan perjalanan wisata dengan keluarga dan 35,3% bersama teman dan 9,8% biasa melakukan perjalanan ke ciwidey sendiri</p>	<p>jika pernah bersama siapa anda melakukan wisata tersebut? 102 jawaban</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>keluarga</td> <td>54,9%</td> </tr> <tr> <td>teman/pasangan</td> <td>35,3%</td> </tr> <tr> <td>sendiri</td> <td>9,8%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	keluarga	54,9%	teman/pasangan	35,3%	sendiri	9,8%
Kategori	Persentase									
keluarga	54,9%									
teman/pasangan	35,3%									
sendiri	9,8%									
3.	<p>Dari hasil ini bisa dilihat bahwa 57,8% responden melakukan perjalanan lebih dari 24 jam</p>	<p>berapa lama anda melakukan wisata tersebut 102 jawaban</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2 hari atau lebih</td> <td>57,8%</td> </tr> <tr> <td>1 hari</td> <td>31,4%</td> </tr> <tr> <td>kurang dari 24jam</td> <td>10,8%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	2 hari atau lebih	57,8%	1 hari	31,4%	kurang dari 24jam	10,8%
Kategori	Persentase									
2 hari atau lebih	57,8%									
1 hari	31,4%									
kurang dari 24jam	10,8%									

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Mengambil topik Business Model Canvas Cabin di Ciwidey untuk tugas akhir merupakan pilihan yang relevan karena Ciwidey memiliki potensi wisata besar sebagai destinasi favorit di Bandung Selatan, dengan daya tarik alam seperti Kawah Putih, Situ Patenggang, dan Ranca Upas. Tren staycation dan wisata berbasis alam yang terus meningkat menjadikan cabin sebagai akomodasi yang sangat diminati. Melalui

pendekatan Business Model Canvas, Anda dapat secara sistematis merancang strategi bisnis cabin, mulai dari segmen pelanggan hingga sumber pendapatan dan biaya, sehingga memberikan analisis yang praktis dan terukur. Topik ini juga memungkinkan Anda untuk merancang model bisnis yang mendukung perekonomian lokal, seperti melibatkan komunitas setempat dalam operasional. Selain itu, dengan ruang persaingan

yang masih memungkinkan diferensiasi, Anda dapat mengembangkan konsep unik seperti eco-cabin atau cabin tematik berbasis budaya Sunda. Topik ini menggabungkan teori bisnis dengan aplikasi nyata di sektor pariwisata, memberikan kontribusi akademis

sekaligus solusi praktis untuk mengembangkan akomodasi berbasis alam di Ciwidey. Hal ini menjadikan Business Model Canvas Cabin di Ciwidey sebagai topik yang strategis, relevan, dan berdampak nyata.

Dengan data yang di ambil dari rata- rata jumlah kamar terjual sebanyak 37.950 kamar dan rata-rata 2 orang per kamar di kawasan ciwidey , total jumlah tamu yang menginap dapat diperkirakan sebanyak 75.900 orang dalam satu tahun. Hal ini menunjukkan tingginya tingkat hunian dan popularitas akomodasi tersebut. Jumlah tamu yang besar ini mencerminkan permintaan yang kuat terhadap fasilitas penginapan yang disediakan, serta potensi pasar yang terus berkembang. Dengan jumlah kamar yang terjual cukup signifikan, akomodasi ini memiliki peluang besar untuk menghasilkan pendapatan yang stabil dan mendukung pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang.

Tabel 1. 3 Profile Tes Pakar

NO	AHLI PAKAR
1.	Nama : Rikrik Egi Yogaswara Profesi : HRM <i>asstro highland</i> Pengalaman Pakar : saya sudah bekerja di dunia hospitality sejak tahun 2011

2.	<p>Nama : Tantri Apriliani</p> <p>Profesi : FOM <i>great panorama lodge</i></p> <p>Pengalaman Pakar : saya sudah bekerja di dunia hospitality sejak tahun 2016</p>
3.	<p>Nama : Ricky Firmansyah</p> <p>Profesi : pemilik <i>finest camp</i></p> <p>Pengalaman Pakar : saya sudah memulai bisnis satu tahun</p>
4.	<p>Nama : Iwan Kurniawan</p> <p>Profesi : FOM <i>mountain springs</i></p> <p>Pengalaman Pakar : sejak tahun 2008</p>
5.	<p>Nama : Yanti</p> <p>Profesi : director of sales Alila</p> <p>Pengalaman Pakar : sejak tahun 2016</p>
6.	<p>Nama : Herry Firmansyah</p> <p>Profesi : GM shakti</p> <p>Pengalaman Pakar : menjadi GM sejak tahun 2012</p>

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Tabel 1. 4 Hasil Tes Produk

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa yang menarik dari <i>value proposition</i> dan model bisnis	<ul style="list-style-type: none"> • Rikrik :membuat konsep yang berbeda yang dekat dengan kebun teh dan menawarkan aktivitas di luar akomodasi • Tantri : memiliki view alam yang asri dan kesan yang eksklusif di karenakan hanya memiliki 5 kamar • Ricky : mengkemas dan memfasilitasi orang-orang yang takut datang ke alam dengan sebaik mungkin • Iwan : mempunyai privasi di karenakan jarak antar cabin • Yanti : value proposition dari bisnis cabin sangat menarik karena menawarkan unique experience kepada pelanggan, dan harga yang affordable. • Herry : Hotel cabin/capsule atau low budget sangat diminati saat ini karena menawarkan pengalaman unik
2.	Apa yang anda harapkan dapat dikembangkan atau perlu diubah dari produk dan dari model bisnis ini dan kenapa	<ul style="list-style-type: none"> • Rikrik :dapat bekerjasama dengan masyarakat sekitar dan memberikan pelatihan kepada warga asli daerah sana • Tantri : fasilitas yang lebih di tambah untuk keamanan dan akses jalan di permudah • Ricky : fasilitas dan pelayanan lebih memadai untuk membuat tamu nyaman • Iwan :layanan makanan yang cocok untuk semua lidah • Yanti : Inovasi: Tambahkan fitur baru untuk menarik pelanggan.Sustainability: Gunakan bahan ramah lingkungan.Digitalisasi: Permudah pemesanan dengan aplikasi.Fleksibilitas: Sediakan harga dan paket fleksibel. • Herry : mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang di berikan dan untuk memberikan pengalaman menginap yang baik selalu memberikan pelatihan kepada staff dalam hal keterampilan , interpersonal, responsif terhadap tamu dan memanfaatkan teknologi yang ada saat ini.

3.	Apa saja potensi resiko atau kelemahan dari model bisnis ini	<ul style="list-style-type: none"> • Rikrik : faktor cuaca merupakan hal yang paling di sorot untuk bisinin karena menyatu dengan alam • Tantri :cuaca yang dingin akan menyebabkan lembab di kamar • Ricky :cuaca dan juga rayap sangat mengkhawatirkan di karenakan menggunakan bahan hayu • Iwan :akses jalan dan rawannya pohon tumbnag di karenakan cuaca • Yanti :keterbatasanruang Dengan hanya dua tipe kamar yang ditawarkan, kapasitas penginapan bisa menjadi kendala, terutama selama periode permintaan tinggi. • Herry :rayap merupakan hal yang paling di takuti untuk para pengusaha yang mengandalkan kayu sebagai bahan utama
4.	Rekomendasi network yang sesuai dengan model bisnis	<ul style="list-style-type: none"> • Rikrik :bekerjasama dengan OTA dan tour dan travel • Tantri : bekerjasama dengan aktivitas-aktivitas di sekitar cabin • Ricky :komunitas dan kelompok wisata alam • Iwan : dengan restaurant atau makan khas sunda • Yanti : Bekerja sama dengan pemasok lokal dapat memberikan pengalaman autentik bagi tamu sekaligus mendukung ekonomi setempat. • Herry :bekerjasama dengan para influencer untuk menarik wisatwan lokal maupun mancanegara

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Pengertian bisnis hotel Menurut *Sulastiyono dalam jurnal (Susepti, Hamid & Kusumawati, 2017)* Hotel merupakan Bentuk akomodasi yang dibangun untuk tujuan komersil, yang diberikan untu setiap orang yang ingin mendapatkan pelayanan, penginapan serta layanan makan dan minum..

Akomodasi cabin adalah jenis penginapan berbentuk rumah kecil atau pondok yang umumnya terbuat dari bahan alami seperti kayu, dan sering ditemukan di area pedesaan, pegunungan, atau dekat danau dan hutan. Penginapan ini menawarkan suasana yang lebih dekat dengan alam serta ketenangan yang tidak ditemukan di penginapan perkotaan. Berikut karakteristik utamanya:

1. Ukuran kompak: Cabin berukuran kecil hingga sedang, ideal untuk 2 hingga beberapa tamu, dengan desain yang sederhana atau mewah, tergantung fasilitasnya.
2. Desain alami dan tradisional: Biasanya dibangun dari kayu atau batu dengan arsitektur yang menyatu dengan alam, menciptakan suasana hangat dan nyaman.
3. Lokasi terpencil: Terletak jauh dari keramaian, sering berada di hutan, pegunungan, atau dekat perairan, memberikan privasi dan ketenangan ekstra.
4. Fasilitas bervariasi: Cabin menyediakan fasilitas dasar seperti dapur kecil, perapian, kamar mandi, dan ruang duduk. Beberapa dilengkapi teknologi modern seperti Wi-Fi, atau pemanas ruangan.
5. Pengalaman alam: Tamu biasanya datang untuk menikmati aktivitas luar ruangan seperti hiking, berkemah, atau memancing, serta merasakan suasana alam yang damai.

Cabin ideal untuk tamu yang mencari pelarian dari kesibukan kota, menawarkan kenyamanan, privasi, dan pengalaman alam yang mendalam.

Bisnis cabin lebayung merupakan jenis akomodasi yang menawarkan penginapan berbentuk cabin yang menggunakan jenis kayu agar lebih hangat

di tengah perbukitan ciwidey yang mengutamakan pelayanan prima, keamanan, kenyamanan dan yang terpenting harga yang bisa bersaing

Lokasi penginapan ini juga cukup strategis dimana banyak di kelilingi tempat rekreasi seperti rancaupas, petik stroberi, kawah putih dan pusat oleh-oleh dan juga di kelilingi oleh sawah dan sungai yang akan membuat konsumen lebih tertarik.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Kesan pertama adalah titik awal setiap hubungan. Oleh karena itu, menciptakan dampak yang kuat pada calon pelanggan saat pertama kali berinteraksi dengan mereka sangat penting untuk desain merek yang sukses. Nama adalah hal pertama yang menarik perhatian pembeli, jadi sangat penting bahwa nama tersebut cocok dengan pesan yang ingin disampaikan. Sangat mirip dengan berjabat tangan pertama. Perusahaan dapat dibangun dengan nama yang baik. membangun kesetiaan pelanggan jangka panjang; Namun, jika nama tidak dipilih dengan hati-hati, nama juga dapat dengan mudah merusak hubungan yang sudah terjalin.

Nama "Cabin Lembayung" memiliki makna yang menggambarkan keindahan alam dan ketenangan. Kata "Cabin" merujuk pada sebuah pondok kecil atau tempat penginapan, biasanya di daerah alam yang asri. Sementara itu, "Lembayung" adalah istilah yang menggambarkan warna langit saat matahari terbenam, berwarna ungu atau jingga lembut, yang memberikan suasana damai dan romantis. Secara keseluruhan, "Cabin Lembayung" mencerminkan tempat penginapan yang menawarkan pengalaman tenang dan indah dengan nuansa

alam senja yang menenangkan.

Gambar pertama yang dilihat oleh pelanggan adalah logo. Logo harus dirancang dengan baik dan memiliki makna agar menarik dan membuat pelanggan ingin lebih banyak tahu tentang perusahaan yang didirikan. Tujuan utama pembuatan logo adalah untuk menyampaikan citra positif dan memberi kesan positif kepada pelanggan sehingga mereka ingin membeli barang atau jasa tertentu. Penulis sudah membuat logo untuk bisnis akomodasi ini yang memiliki arti dan makna.

Gambar 1. 2 Logo Cabin Lembayung



Sumber olahan penulis 2024

a) Simbol Visual Utama

Elemen visual paling mencolok adalah bentuk yang menyerupai atap rumah atau cabin, yang bisa diartikan sebagai representasi fisik dari cabin itu sendiri. Bentuk ini tidak hanya memberikan kesan tempat tinggal, tetapi juga melambangkan keamanan dan kenyamanan, yang biasanya diasosiasikan dengan penginapan atau tempat liburan yang menenangkan. Elemen garis-garis melingkar yang abstrak di dalam atap juga mengisyaratkan aliran atau pergerakan yang lembut,

yang bisa dimaknai sebagai angin, arus sungai, atau bahkan pola awan yang tenang semuanya memberikan kesan alam yang dinamis namun damai.

Garis-garis ini juga mungkin merupakan interpretasi dari motif tradisional yang sering ditemukan di kebudayaan lokal, terutama jika cabin ini berada di area pedesaan atau dekat dengan alam. Ini menunjukkan adanya penghargaan terhadap kekayaan budaya dan alam sekitar, dan juga mengisyaratkan adanya unsur lokal dalam desain dan pengalaman yang ditawarkan.

b) Nama “Lembayung”

Nama ini menjadi inti dari makna logo. "Lembayung" dalam bahasa Indonesia merujuk pada warna langit saat senja, biasanya ungu lembut atau merah keemasan saat matahari tenggelam. Kata ini sering dikaitkan dengan momen transisi yang indah, penuh ketenangan, dan suasana yang magis. Oleh karena itu, penggunaan nama ini sangat tepat untuk menggambarkan tempat yang menawarkan pengalaman damai dan kontemplatif, mungkin dengan pemandangan alam yang spektakuler seperti matahari terbenam di balik perbukitan atau pegunungan.

Lembayung juga membawa konotasi romantis dan melankolis, yang menunjukkan bahwa cabin ini bukan hanya tempat untuk bermalam, tetapi juga tempat untuk beristirahat secara mental dan emosional, jauh dari hiruk-pikuk kehidupan sehari-hari. Logo ini secara tidak langsung mengundang orang untuk menikmati momen keheningan, kedamaian, dan refleksi pribadi.

c) Tipografi

Desain tipografi juga memainkan peran penting dalam menyampaikan identitas

merek. Kata “Cabin” ditulis dengan font yang lebih santai dan kasual, yang mencerminkan suasana yang hangat dan ramah. Ini menunjukkan bahwa cabin tersebut mungkin memiliki suasana yang lebih rileks dan informal, sangat cocok untuk mereka yang ingin melepaskan diri dari kehidupan kota yang sibuk.

Sebaliknya, tulisan “Lembayung” menggunakan font yang lebih formal dan elegan, memberikan kesan profesional dan premium. Kombinasi antara dua gaya tipografi ini menunjukkan bahwa meskipun tempat ini memberikan pengalaman yang santai, tetap ada sentuhan kemewahan dan perhatian terhadap detail yang diutamakan dalam pengalaman pengunjung.

d) Penggunaan Warna

Warna emas yang digunakan di seluruh logo memancarkan kesan elegan dan mewah. Warna emas juga sering dikaitkan dengan sesuatu yang abadi dan bernilai tinggi, yang menandakan bahwa cabin ini mungkin menawarkan fasilitas berkualitas atau pengalaman yang sangat berkesan. Warna emas juga bisa dikaitkan dengan warna matahari terbenam, sekali lagi memperkuat tema lembayung—momen senja yang penuh keindahan. Di latar belakang, warna gelap yang mendominasi memberikan kontras yang kuat dengan warna emas. Hal ini menciptakan keseimbangan yang menenangkan, seolah menggambarkan perbedaan antara siang dan malam, antara terang dan gelap, yang kembali lagi pada tema keseimbangan alam dan ketenangan.

e) Kesan Secara Keseluruhan

Logo ini secara keseluruhan membawa pesan bahwa Cabin Lembayung adalah tempat yang menawarkan pengalaman menginap yang tak hanya nyaman secara

fisik, tetapi juga menenangkan secara mental dan emosional. Simbolisme yang kuat dari atap rumah dan bentuk melingkar mengisyaratkan hubungan erat dengan alam dan tradisi lokal, sementara nama dan warna emas menciptakan kesan kedamaian yang eksklusif.

Tempat ini mungkin adalah pilihan yang sempurna bagi orang-orang yang mencari pelarian dari rutinitas sehari-hari untuk menikmati keindahan alam, terutama pada saat senja. Logo ini memberikan kesan bahwa penginapan ini memiliki suasana yang hangat, intim, dan premium, namun tetap memancarkan sentuhan tradisional dan lokal.

Potensi Identitas Merek Dengan semua elemen ini, Cabin Lembayung berhasil menyampaikan identitasnya sebagai destinasi yang damai, penuh dengan suasana alam yang indah, dan menawarkan pengalaman yang mendalam serta personal. Logo ini juga menunjukkan adanya keseimbangan antara relaksasi dan kemewahan, sehingga menarik bagi wisatawan yang mencari kedamaian, ketenangan, dan kenyamanan tanpa mengorbankan kualitas.

3. Identitas bisnis

Lokasi merupakan salah satu hal yang penting ketika membuka suatu usaha. Untuk membuka suatu usaha lokasi merupakan hal terpenting dan harus strategis agar dapat di jangkau menurut para konsumen. Menurut *Heizer & Render (2015)* *lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bari perusahaan.* Dari pengertian di atas penulis menyimpulkan identitas bisnis

merupakan aspek terpenting karena akan meningkatkan penjualan produk dan akan memaksimalkan keuntungan dari lokasi yang tersedia. Berjarak tidak jauh dari alun-alun ciwidey

Alamat : Pasirjambu, Kec. Pasirjambu, Kabupaten Bandung,
Jawa Barat 40972

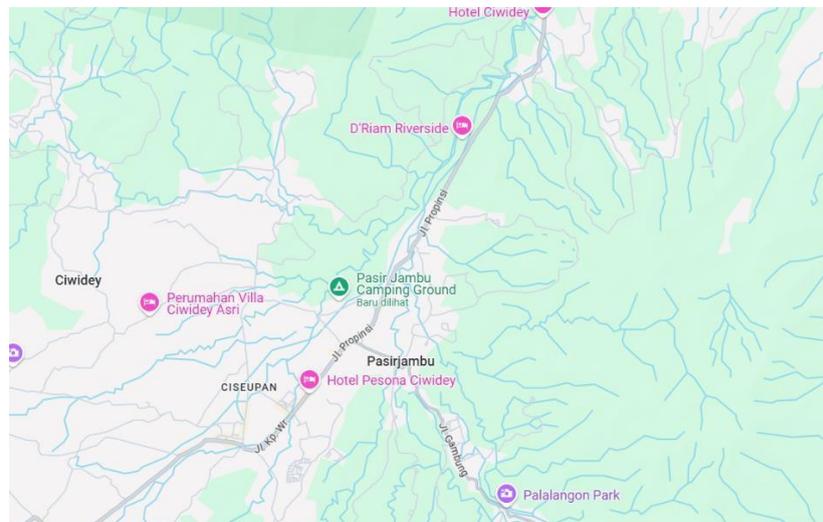
Whatsapp 085774414560

Email : cabin_lembayung@gmail.com

Instagram : @Cabin_lembayung

Tiktok : @cabin_lembayungcwdy

Gambar 1. 3 Denah Lokasi Cabin Lembayung



Sumber: google maps

C. Visi Misi

Dalam membangun bisnis, diperlukan visi yang berfungsi sebagai tujuan atau aspirasi utama. Visi adalah pernyataan yang menggambarkan arah strategis perusahaan dan membantu mencapai hasil yang diinginkan. Dengan memiliki

visi yang jelas, bisnis dapat memandu keputusan dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai cita-cita jangka panjang. Di lansir dari **gamedia.com** *Visi Misi – Dalam kehidupan sehari-hari, pasti kita sering menemukan visi dan misi, baik itu di sekolah, organisasi, perusahaan, bank, dan lain sebagainya. Namun, perlu diketahui banyak orang belum memahami apa maksud dari visi dan misi. Bahkan banyak orang masih menganggap bahwa visi dan misi adalah sebuah yang sama.*

*Padahal secara pengertian visi dan misi memiliki makna yang berbeda. Ada yang hanya memiliki misi, ada yang memiliki visi dan misi sekaligus, malah ada juga yang memiliki tujuan saja. Visi dan misi menjadi panduan bagi perkembangan organisasi, berfungsi sebagai landasan sejarah dan fondasi bagi inovasi yang mendorong pertumbuhan perusahaan. Secara keseluruhan, visi dan misi memberikan arah yang jelas dalam perencanaan perubahan, mencegah penyimpangan dari tujuan utama, dan memastikan semua kegiatan selaras dengan visi dan misi sebagai pedoman utama perusahaan. Di bawah ini adalah Visi dan Misi dari *cabin lembayung*:*

- ***Visi***

Menjadi destinasi akomodasi terkemuka di Ciwidey yang menawarkan pengalaman menginap yang harmonis dengan alam, kenyamanan yang maksimal, dan keberlanjutan. Kami bertujuan menciptakan kenangan tak terlupakan bagi setiap tamu melalui layanan yang ramah, fasilitas berkualitas, dan integrasi dengan budaya lokal

- ***Misi***

1. Memberikan pengalaman menginap yang tak terlupakan dengan layanan pelanggan yang ramah dan profesional, memastikan setiap tamu merasa dihargai dan nyaman selama menginap.

2. Menawarkan fasilitas berkualitas yang dirancang dengan menggabungkan elemen alam dan budaya lokal, menciptakan suasana yang tenang, nyaman, dan menyatu dengan alam sekitar.
3. Menyediakan berbagai kegiatan luar ruangan dan atraksi lokal untuk mendukung pengalaman menikmati keindahan alam Ciwidey, seperti trekking, bersepeda, dan mengunjungi tempat wisata di sekitarnya
4. Berkomitmen pada keberlanjutan dengan bekerja sama dengan komunitas lokal untuk mendukung perekonomian setempat, serta memperkenalkan tamu pada budaya dan produk lokal yang autentik.

D. S.W.O.T Analysis

Sebelum memulai bisnis, sangat penting untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal secara mendalam. Analisis yang akurat memungkinkan bisnis berjalan lebih optimal, karena kita telah mengidentifikasi peluang serta potensi hambatan yang mungkin muncul di masa depan. Menurut *Hladchenko (2014)* menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah langkah awal dalam manajemen yang membantu perusahaan menilai kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman, dan juga memastikan kecocokan antara faktor internal dan eksternal. SWOT adalah metode analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu bisnis atau organisasi. Analisis ini terdiri dari empat komponen utama: *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Berikut adalah penjelasannya:

- a. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan merupakan faktor internal yang memberi organisasi keunggulan kompetitif, seperti sumber daya, keahlian, atau kemampuan yang memposisikan mereka lebih unggul dari pesaing. Contohnya meliputi brand yang solid, teknologi canggih, atau tim profesional yang terampil.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan adalah faktor internal yang dapat menghambat kemajuan organisasi. Ini mencakup keterbatasan dalam sumber daya, kekurangan keterampilan tertentu, atau ketidakefisienan operasional. Mengenali kelemahan ini adalah langkah awal untuk perbaikan dan peningkatan kinerja.

c. *Opportunity* (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal yang bisa dimanfaatkan untuk mencapai tujuan atau memperluas usaha. Peluang bisa datang dari perubahan pasar, perkembangan teknologi, kebijakan pemerintah yang mendukung, atau perubahan preferensi konsumen yang sejalan dengan penawaran organisasi.

d. *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi menimbulkan risiko bagi keberhasilan organisasi. Ini bisa berupa persaingan yang ketat, perubahan regulasi, kondisi ekonomi yang menurun, atau pergeseran tren konsumen yang dapat mengurangi permintaan produk atau layanan.

Dari pengertian di atas S.W.O.T begitu penting untuk kelancaran suatu usaha dalam jangka pendek maupun jangka Panjang. Berikut S.W.O.T analysis dari perencanaan *Cabin Lembayung*:

Tabel 1. 5 Analisis SWOT Cabin Lembayung

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Menawarkan pengalaman menginap eksklusif dan minimalis • Lokasi strategis di destinasi wisata yang terjangkau dengan pemandangan alam sekitar cabin. • Ditawarkan dengan harga yang tergolong murah • Memiliki pemandangan alam sekitar
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai lahan parkir yang tergolong kecil • Hanya memiliki 2 tipe kamar • Keterbatasan aksesibilitas jika transportasi umum tidak mendukung. • Kerjasama dengan vendor kayu dan laundry lokal yang mungkin memengaruhi kelancaran operasional.
Peluang (<i>Opportunities</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan paket wisata lokal seperti tur perkebunan, hiking, atau aktivitas outdoor lainnya. • Meningkatnya jumlah wisatawan pada wisata alam yang dapat dimanfaatkan
Ancaman (<i>Threats</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya persaingan Akomodasi di daerah sekitar dari segi fasilitas dan harga. • Tingkat okupansi yang berfluktuasi tergantung pada musim atau waktu tertentu.

Sumber : Data olahan penulis 2024

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Spesifikasi produk memainkan peran penting dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, rencana bisnis harus disusun dengan

teliti dan mendalam untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan tidak hanya menghasilkan hasil yang optimal, tetapi juga mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik. Perencanaan yang matang akan meningkatkan peluang keberhasilan dalam mencapai target pasar dan menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Cabin lembayung merupakan jenis akomodasi yang minimalis dan elegan yang cocok untuk pasangan dan juga keluarga.

Spesifikasi Produk:

1. Kabin Penginapan: Tersedia 2 tipe kabin dengan desain minimalis, fasilitas lengkap, dan pemandangan alam indah, cocok untuk keluarga atau pasangan.

Gambar 1. 4 Rencana Tipe Family Room



Sumber olahan penulis 2024

Gambar 1. 5 Rencana Tipe Deluxe Room



Sumber : olahan penulis 2024

2. Fasilitas Pendukung: Tersedia area outdoor untuk barbeque, taman bermain, wifi, dan kios souvenir.

Spesifikasi Jasa:

1. Layanan Penginapan: Check-in fleksibel, layanan kebersihan, dan penyewaan alat outdoor.
2. Aktivitas Alam: Paket tour lokal, hiking,
3. Kuliner: Sarapan khas lokal, menu tradisional, dan layanan antar makanan.
4. Paket Acara Khusus: Fasilitas untuk acara pernikahan outdoor.

Selain fasilitas yang sudah tersedia pengunjung juga dapat menjelajah area di sekitar penginapan untuk sekedar mengambil foto atau video.

F. Jenis Badan Usaha

Dalam mendirikan badan usaha, penulis harus memilih jenis badan usaha yang paling tepat untuk bisnis ini. Setiap jenis usaha yang dipilih pasti memiliki keunggulan dan tantangan tersendiri. Dalam usaha cabin ini, penulis memilih jenis badan usaha CV (*Commanditaire Vennootschap*) dengan alasan

sebagai berikut;

- A. Modal dapat diperoleh dari pihak ketiga, karena CV (Commanditaire Vennootschap) melibatkan setidaknya dua orang, yaitu sekutu aktif dan sekutu pasif.
- B. Sekutu aktif bertanggung jawab secara lebih luas, termasuk terhadap harta pribadi, sementara sekutu pasif hanya bertanggung jawab sesuai dengan modal yang telah disetorkan ke dalam CV.
- C. Dana dapat diakses oleh pihak ketiga tanpa dikenakan pajak.
- D. Biaya pendirian CV relatif rendah karena tidak memerlukan badan hukum, sehingga tidak ada pemisahan antara aset perusahaan dan aset pribadi.

G. Aspek Legalitas

Dalam mendirikan sebuah bisnis, aspek legalitas sangat penting karena berfungsi sebagai identitas yang mengesahkan keberadaan badan usaha, sehingga dapat diakui oleh masyarakat. Legalitas harus sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku, dengan badan usaha memiliki dokumen-dokumen yang sah di mata hukum pemerintah yang berwenang.

Berikut adalah beberapa aspek yang diperlukan untuk mendirikan usaha yang legal:

- Akta pendirian CV
- Nama dan merek perusahaan
- Rekening perusahaan
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)

- Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- Surat Izin Tempat Usaha (SITU)
- Tanda Daftar Perusahaan atau Nomor Induk Berusaha
- Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL)

Memenuhi semua aspek di atas akan memastikan bahwa bisnis dapat beroperasi secara sah dan legal sesuai dengan hukum yang berlaku.