

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Danau Toba, yang terletak di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia, merupakan salah satu destinasi wisata unggulan. Danau ini dikenal tidak hanya karena keindahan alamnya, tetapi juga karena nilai sejarah dan budaya yang kental. Keberadaan Danau Toba menjadikannya tujuan wisata utama bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Popularitasnya terus meningkat, menarik perhatian wisatawan yang ingin berlibur, berekreasi, dan menikmati pesona danau.

Seiring dengan meningkatnya minat wisatawan untuk berkunjung ke Danau Toba, kebutuhan akan fasilitas akomodasi yang nyaman dan berkualitas juga semakin tinggi. Hal ini mendorong perkembangan berbagai jenis akomodasi, mulai dari penginapan sederhana hingga hotel berbintang. Ditengah pesatnya perkembangan sektor pariwisata ini, muncul peluang untuk mengembangkan konsep guest house yang dapat menawarkan pengalaman unik bagi para tamu.

Menurut **Kaneisyah A. Sugiarto (2024 : 19)** Pengertian dari Akomodasi adalah suatu pelayanan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan, pelayanan ini berbentuk penginapan, tempat tinggal sementara selama berwisata. Akomodasi pariwisata merupakan bagian dari industri pariwisata, karena di dalamnya terdapat berbagai layanan

yang memungkinkan wisatawan untuk beristirahat, menginap, serta menikmati makanan dan minuman. Akomodasi pariwisata juga menyediakan pelayanan dan hiburan bagi wisatawan. Jenis akomodasi dapat beragam, mencakup tempat yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dasar penginap, seperti tempat tidur, kamar mandi, dan ruang bersantai, guna memberikan kenyamanan selama menginap.

Perubahan nama dari Yolanda Homestay menjadi sebuah Guest House dikarenakan ketidaksesuaian dengan pengertian Homestay itu sendiri yang dimana pengertian Homestay Berdasarkan KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) No. 55130 mengenai Homestay mencakup usaha penyediaan jasa pelayanan penginapan bagi umum dengan pembayaran harian yang dilakukan perseorangan dengan menggunakan bangunan rumah tinggal yang dihuni oleh pemiliknya dan dimanfaatkan sebagian untuk disewakan dengan memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari pemiliknya. Oleh sebab itu penulis mengubah menjadi sebuah Guest House yang dimana tidak ada pemilik yang tinggal bersama di sebuah penginapan tersebut.

Menurut **Junaedi (2015 : 123)** dalam bukunya Dasar-dasar Pariwisata menyebutkan bahwa guest house adalah tempat penginapan sederhana yang dapat ditemukan di lokasi yang tenang, menyediakan layanan dasar seperti tempat tidur dan kamar mandi, serta terkadang fasilitas sarapan. Guest house lebih cocok untuk wisatawan yang menginginkan pengalaman menginap yang lebih santai dan tidak terlalu formal. Guest House yang

biasanya merupakan akomodasi kecil dengan suasana yang lebih personal dan harga yang relatif terjangkau, menjadi pilihan menarik bagi wisatawan yang ingin merasakan pengalaman lokal yang autentik tanpa harus mengeluarkan biaya yang tinggi. Konsep guest house ini tidak hanya menjawab kebutuhan akan akomodasi yang lebih terjangkau tetapi juga memberikan kesempatan bagi pemiliknya untuk terlibat langsung dalam industri pariwisata lokal.

Business guest house di Danau Toba berpotensi menjadi pilihan menarik bagi wisatawan yang ingin menjelajahi keindahan Danau Toba sambil menikmati pelayanan yang dirancang sesuai dengan budaya lokal. Guest house ini dapat menawarkan pengalaman yang tidak hanya memenuhi kebutuhan akomodasi tetapi juga memperkaya pengalaman wisatawan dengan mengintegrasikan elemen-elemen budaya Batak dan tradisi lokal.

Guest house ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan beragam tamu, mulai dari wisatawan solo hingga keluarga besar. Setiap kamar dilengkapi dengan fasilitas modern, termasuk Wi-Fi, air panas, dan pemandangan spektakuler dengan tujuan memberikan pengalaman yang tak terlupakan.

Mengembangkan sebuah guest house ini dikarenakan ingin meningkatkan kenyamanan dan pelayanan bagi para tamu, serta memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang dan meningkatkan pendapatan yang masih rendah sehingga mempengaruhi revenue yang belum maksimal. Keinginan untuk meningkatkan pengembangan Guest House sangat penting akan dilakukan oleh management atau owner, hal ini tentunya dilakukan dengan permintaan pasar atau tamu. Permintaan atau masukan tamu atas

peningkatan layan dan fasilitas Guest house sangat penting untuk ditindak lanjuti. Bisnis Yolanda Guest House yang berdiri pada tahun 2021 dengan 10 kamar yang hanya memiliki 1 tipe kamar dengan promosi yang seadanya dan fasilitas yang ingin dikembangkan lagi. Namun semakin berjalannya waktu pemilik Yolanda Guest house ingin meningkatkan kualitas dari segi promosi, fasilitas dan layanan yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah tamu yang ingin berkunjung.

Dan Jika guest house tidak dikembangkan, ada risiko tertinggal dari kompetitor yang sudah menawarkan fasilitas ini, sehingga berpotensi kehilangan pelanggan. Dengan melakukan pengembangan, saya yakin guest house ini bisa memberikan pengalaman yang lebih baik, serta tetap relevan di pasar yang semakin kompetitif.

Dalam beberapa tahun terakhir, adanya permintaan dari tamu untuk fasilitas yang lebih modern dan pengalaman yang lebih personal. Tamu yang mengeluhkan keterbatasan fasilitas seperti CCTV, AC pada tiap kamar dan ruang karaoke yg berharap agar dapat dikembangkan untuk menambah kenyamanan dalam menggunakan fasilitas tersebut tersebut dan menambahkan juga ruangan bersantai yang dapat dinikmati para tamu.

Namun, pengembangan business guest house ini menghadirkan tantangan, seperti halnya dengan setiap usaha. Faktor-faktor penting yang harus dipertimbangkan termasuk persaingan dengan jenis akomodasi lain, kebutuhan untuk memahami dan memenuhi preferensi wisatawan, dan konsistensi standar kualitas layanan. Oleh karena itu, sangat penting untuk

melakukan analisis menyeluruh tentang peluang pasar, strategi pemasaran, dan operasi guest house agar kita dapat mengoptimalkan peluang.

Berikut survey yang mengharapkan pengembangan :

Gambar 1.1 Survey Permintaan Pengembangan Yolanda Guest House



Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

Dari survey diatas terlihat bahwa tamu yang menginginkan pengembangan dan penambahan fasilitas pada Yolanda Guest House sebanyak 75.0% yang mengatakan sangat penting dan 25,0% yang mengatakan penting dan tidak ada yang memilih tidak penting. Pada data diatas juga sudah terdapat dampak yang yang terjadi jika Yolanda Guest House ini tidak dikembangkan.

Dengan adanya tugas akhir ini penulis berencana ingin mengembangkan Marketing, fasilitas, dan layanan dan berharap dapat meningkatkan jumlah tamu yang akan menginap. Dikembangkan bisnis ini dikarenakan adanya kebutuh pasar yang membutuhkan produk ini, dapat disimpulkan dari data bahwa peningkatan itu ada pada laporan data penjualan

2021-2024. Karena akan ada pengembangan pada Yolanda Guest house jadi berikut ini penulis cantumkan table laporan data penjualan sebelum Yolanda Homestay berubah menjadi Guest house ini dikembangkan :

Tabel 1. 1 Laporan Data Penjualan dari tahun 2021 – 2024

NO	Tahun	OCC	Jumlah kamar yang terjual	Harga Kamar	Total
1.	Januari – Desember 2021	10%	365	250.000	91.250.000
2.	Januari – Desember 2022	20%	730	250.000	182.500.000
3.	Januari – Desember 2023	30%	1.095	250.000	273.750.000
4.	Januari – November 2024	38%	1387	250.000	346.750.000

Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

Pencatatan laporan data diatas adalah gross profit yang dimana biaya pendapatan sebelum dikurangnya biaya lainnya. Penjualan diatas dilakukan dengan catatan sederhana dikarenakan kurangnya data laporan pendapatan sebelumnya. Laporan pendapatan diatas terlihat ada peningkatan dan penurunan penjualan. Laporan ini juga dapat dijadikan peluang untuk dikembangkan Yolanda Guest House.

Dan berikut juga data bisnis pesaing yang ada pada sekitaran Yolanda Guest House dan dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan pesaing, diharapkan dapat menilai peluang dan ancaman yang dihadapi serta menentukan strategi yang tepat.

Tabel 1.2 Bisnis Pesaing

Nama Bisnis Pesaing	Deskripsi dan Fasilitas Bisnis Pesaing
Penginapan Ernest	a. Menawarkan 2 jenis kamar b. Berada langsung dengan toko souvenir
Murni inn Hotel	a. Menawarkan 2 jenis kamar b. Memiliki restaurant makanan yang langsung pada penginapan

Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

Usulan Penelitian ini akan membahas secara mendetail mengenai rencana pengembangan Yolanda Guest House dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan business Yolanda guest house, serta memberikan rekomendasi yang relevan untuk keberhasilan usaha ini. Melalui analisis ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan menyeluruh tentang potensi dan keberhasilan bisnis Yolanda Guest House.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo adalah lambang atau simbol yang digunakan untuk mewakili identitas suatu perusahaan, barang, atau layanan. Logo berfungsi sebagai sarana komunikasi visual yang dapat memperkuat kesan dan citra dari entitas tersebut. Logo berfungsi sebagai identitas visual yang mewakili nilai, visi, dan misi entitas tersebut. Dan dengan adanya logo untuk dapat menjadi daya tarik para konsumen dan meningkatkan penjualan.

Gambar 1. 2 Logo Yolanda guest House



Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

Logo di atas yang berisikan nama, elemen logo, hingga warna dari *Yolanda Guest House* dan memiliki arti tersendiri yaitu :

a. Nama Yolanda Guest House

Nama Yolanda yang berarti elegan dan dapat memberikan kesan bahwa penginapan ini tidak hanya nyaman dan memberi standar pelayanan yang tinggi. Dan untuk nama Yolanda ini sudah memiliki brand image di daerah saya, sehingga orang-orang sudah cukup tau dan mengenal jika menggunakan Yolanda sebagai nama Guest House.

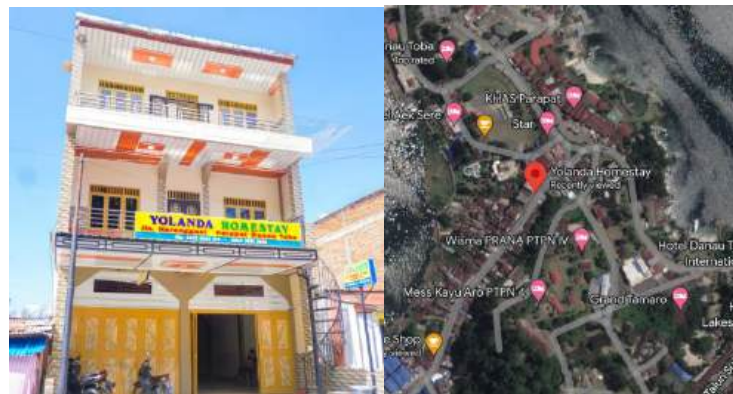
b. Arti setiap elemen pada logo

Arti gunung, matahari, air, awan dan pepohonan hijau yaitu Pemandangan Dan penampakan keindahan Danau Toba yang langsung dapat dilihat di sekitar guest house. Logo yang terkesan sejuk dan asri menandakan bahwa Yolanda Homestay berada di lingkungan yang nyaman dan asri yang membuat para tamu merasa nyaman. Gambar rumah menunjukkan tempat tinggal sederhana namun memberi kesan hangat dan menyambut, sesuai dengan layanan yang diberikan oleh Yolanda Home Stay. Warna hijau dan biru, yang keduanya melambangkan ketenangan dan harmoni alam.

3. Identifikasi Bisnis

Bisnis Guest House Yolanda adalah bisnis keluarga yang bergerak di bidang layanan akomodasi yang menggabungkan pengalaman menginap seperti di hotel dengan pengalaman tinggal di rumah pribadi. Usaha akomodasi ini terletak di daerah wisata Danau Toba. Maka dari itu, dengan adanya perkembangan pada bisnis ini diharapkan mampu menambah kualitas, pengunjung dan juga keuntungan bagi bisnis ini.

Gambar 1.3 Lokasi Yolanda Guest House



Sumber: Google Satellite, 2024

Lokasi bisnis ini berada di Parapat Jalan Haranggaol Kecamatan Girsang sipangan bolon kabupaten Simalungun, Sumatera Utara. Berada di sekitaran perbelanjaan oleh oleh, berjarak 5 menit ke Pelabuhan Tigaraja, 5 menit Pantai Pesangrahan parapat.

B. Visi dan Misi

Visi adalah rencana masa depan untuk tujuan yang ingin dicapai oleh suatu organisasi, bisnis, atau individu. Visi mencerminkan aspirasi dan tujuan utama yang ingin diraih, serta sering kali bersifat motivasional. Dengan memiliki visi yang jelas, suatu entitas dapat menetapkan arah dan fokus dalam

menjalankan kegiatan serta mengambil keputusan yang mendukung pencapaian tujuan tersebut. Visi memberikan gambaran jelas tentang tujuan jangka panjang. Ini membantu organisasi, individu dan bisnis untuk memiliki arah yang jelas, sehingga semua usaha dan sumber daya dapat diarahkan untuk mencapai tujuan tersebut. Misi adalah pernyataan mengenai tujuan dan alasan keberadaan suatu organisasi atau individu dalam jangka waktu yang lebih pendek. Misi menjelaskan bagaimana visi akan dicapai dengan menetapkan apa yang dilakukan, untuk siapa, dan bagaimana cara melakukannya. Pada umumnya visi berfokus pada bagaimana mencapai tujuan jangka panjang yang ditetapkan dalam visi. Sebagai bisnis yang termasuk dalam usaha akomodasi Yolanda Guest House tentunya mempunyai visi dan misi yang sudah ada sejak berdirinya usaha bisnis ini hingga saat ini, dengan rencana penambahan fasilitas dan meningkatkan promosi atau *marketing* , berikut visi dan misi Yolanda Guest House :

- **VISI**

“Menghadirkan pengalaman menginap yang mempesona dengan menyediakan akomodasi serta fasilitas yang lengkap dengan kearifan lokal dan keindahan alam Danau Toba.”

- **MISI**

1. Mengembangkan kamar dan fasilitas menjadi lebih nyaman
2. Menyediakan Guest House yang memiliki layanan, informasi, bantuan kepada tamu
3. Menawarkan layanan guest house yang berkualitas di Danau Toba.

C. Gambaran Umum Model Bisnis

Penulis berencana untuk pengembangan Yolanda Guest house akan fokus pada peningkatan fasilitas, layanan dan promosi yang dapat membantu meningkatkan daya saing, kualitas, dan keberlanjutan untuk bisnis pada jangka panjang. Penulis akan meningkatkan marketing untuk Yolanda Guest house sehingga banyak orang yang akan mengetahui dan ingin menginap di Yolanda Guest house. Dengan adanya pengembangan tentunya akan ada perbedaan harga baru yang ditawarkan. Berikut gambaran fasilitas, pelayanan, promosi yang sudah ada dan yang akan dikembangkan :

Tabel 1.3 Fasilitas Yolanda Guest House dan yang akan dikembangkan

Fasilitas yang sudah ada	Fasilitas yang akan dikembangkan
Furniture Kamar 1. Kasur Double bed 2. Lemari 3. Dressing table 4. 1 tipe kamar 5. Kipas Angin 6. TV	Furniture Kamar 1. Penambahan CCTV 2. menambahkan fitur smart lock pada pintu kamar 3. Penambahan AC pada setiap kamar 4. Penambahan guest amenities
Fasilitas Bersama 1. Lahan Parkir 2. Dapur	Fasilitas Bersama 1. Dapur dengan konsep yang lebih modern 2. Ruang karaoke dengan konsep yang lebih modern dan nyaman.

	2. Area bersantai
Layanan 1. Kebersihan dan keamanan	Layanan 1. Sistem kebersihan dan keamanan yang lebih baik

Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

D. Analisis SWOT

Dalam perencanaan dan pengambilan keputusan, analisis SWOT sangat bermanfaat untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Ini juga memberikan dasar yang kuat untuk merencanakan produk atau rencana bisnis yang spesifik. Menurut **Mahadi Sasoko dan Imam Mahrudi (2023 : 18)** SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Strengths(kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threats (ancaman) dalam sebuah proyek tertentu atau spekulasi bisnis. Tujuan dari Analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi aspek-aspek penting yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu perusahaan atau organisasi. Dengan memahami keempat aspek tersebut, diharapkan perusahaan dapat membangun peluang untuk masa depan.

Yolanda Guest House yang baru berdiri dari 3 tahun yang lalu, angka yang masih cukup baru. Analisis SWOT yang dapat membantu dan merumuskan strategi yang kita inginkan untuk meningkatkan keunggulan, memperbaiki kelemahan yang kita punya, memanfaatkan peluang yang ada, dan mengatasi sebuah ancaman. Berikut SWOT pada Yolanda Guest House:

Tabel 1.4 SWOT analisis Yolanda Guest House

Kekuatan (<i>Strengths</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Tepat berada pada lokasi yang menarik yaitu Danau Toba, salah satu objek yang paling terkenal di Indonesia • Berada pada lokasi yang strategis • Ditawarkan dengan harga yang tergolong murah • Berada di lingkungan Danau Toba yang nyaman dan indah • Bangunan yang masih cukup baru dibandingkan penginapan yang disekitarnya
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai lahan parkir yang kecil • Hanya memiliki 1 tipe kamar • Belum memiliki sistem laporan keuangan yang dicatat secara jelas
Peluang (<i>Opportunities</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Berada di lokasi pusat perbelanjaan dan pembelian oleh-oleh • Tepat berada di pinggir danau toba sehingga memiliki view yang sangat indah • Meningkatnya jumlah wisatawan pada wisata alam dan budaya yang dapat dimanfaatkan
Ancaman (<i>Threats</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya persaingan Guest House di daerah sekitar dari segi fasilitas dan harga. • Penurunan jumlah pengunjung dalam musim sepi, yang dapat mempengaruhi pendapatan dan pengunjung yang berkunjung

Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

E. Spesifikasi Produk dan Jasa

Yolanda Guest House didirikan dengan tujuan memanfaatkan lahan dan tempat wisata untuk menghasilkan uang dan menarik lebih banyak wisatawan

ke Danau Toba. Yolanda Guest house yang menawarkan sepuluh kamar dengan tipe yang sama dan fasilitas yang sama. Yolanda Guest House memiliki bangunan tiga lantai, lantai pertama digunakan sebagai tempat parkir, sementara lantai kedua dan ketiga masing-masing memiliki lima kamar. Selain itu, tersedia fasilitas umum yang dapat digunakan, termasuk satu kulkas, wastafel, dan dapur. Di lantai tiga juga terdapat fasilitas karaoke yang dapat digunakan.

Yolanda Guest house yang memiliki ukuran kamar 4cm x 3cm, fasilitas yang tersedia adalah tersedia kasur double bed, meja rias, lemari, kipas angin. Pengembangan nantinya selain ada pada sistem smart lock dan AC pada setiap kamarnya, dan akan ada penambahan CCTV dan pengembangan yang signifikan ada pada lantai 3, yang akan memfokuskan dibangunnya area bersantai dengan fasilitas karaoke yang lebih modern dan lebih nyaman.

Gambar 1.4 Lantai 2



Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

Gambar 1.5 Lantai 3



Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

Gambar 1.6 Fasilitas kamar



Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

Gambar 1.7 Foto Kamar



Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

Gambar 1.8 Foto Kamar mandi



Sumber : Diolah oleh Penulis, 2024

F. Jenis Badan Usaha

Badan usaha adalah entitas yang dibentuk untuk menjalankan kegiatan ekonomi dengan tujuan memperoleh keuntungan. Jenis-jenis badan usaha meliputi, Perusahaan Perseorangan: Dimiliki oleh satu orang yang bertanggung jawab penuh terhadap usaha. Persekutuan (Firma dan CV): Kerja sama antara

beberapa orang untuk menjalankan usaha dengan pembagian modal dan tanggung jawab. Perseroan Terbatas (PT): Badan usaha yang modalnya terdiri dari saham-saham yang dimiliki oleh para pemegang saham. Koperasi: Badan usaha yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan bersama.

Setiap bentuk badan usaha memiliki karakteristik, kelebihan, dan kekurangan dalam hal tanggung jawab hukum, pengelolaan, dan pendanaan."Jenis badan usaha yang dimiliki oleh Yolanda Guest house adalah berbentuk Commanditaire Vennootschap. Menurut **Raahmadi, Ermanto, Rion (2019 : 174)** CV merupakan suatu bentuk usaha yang merupakan salah satu alternatif yang dapat dipilih oleh para pengusaha yang ingin melakukan usaha dengan modal yang terbatas, maka untuk CV tidak ditentukan jumlah modal minimalnya. Didalam anggaran dasar perseroan komanditer (Akta Pendirian) juga tidak disebutkan besarnya jumlah modal dasar, modal ditempatkan atau modal disetor.

Ciri-Ciri CV:

- Tidak berbadan hukum: CV tidak dianggap sebagai entitas hukum yang terpisah dari pemiliknya. Ini berarti pemilik (sekutu aktif) bertanggung jawab penuh secara pribadi atas kewajiban CV.
- Dua Jenis Sekutu:

Sekutu Aktif: Mengelola dan bertanggung jawab atas jalannya bisnis.

Sekutu Pasif: Menyediakan modal tetapi tidak terlibat dalam operasional sehari-hari.

- Pendirian: Pendirian CV membutuhkan akta notaris dan harus didaftarkan di pengadilan negeri setempat serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia.
- Modal: Modal dalam CV tidak ada batasan minimal, berbeda dengan perseroan terbatas (PT).
- Pembagian Keuntungan: Pembagian keuntungan biasanya disesuaikan dengan perjanjian yang dibuat antara sekutu aktif dan pasif dalam akta pendirian CV. membubarkan, atau keputusan pengadilan.

Keuntungan CV:

- Proses pendirian relatif lebih mudah dibandingkan dengan Perseroan Terbatas (PT).
- Tidak ada batasan minimal modal yang diperlukan.
- Fleksibel, karena sekutu aktif dapat mengelola perusahaan sesuai kebijaksanaannya tanpa memerlukan banyak persetujuan dari sekutu pasif.

Kekurangan CV:

- Sekutu aktif memiliki tanggung jawab tidak terbatas, termasuk terhadap kekayaan pribadi mereka.
- Tidak memiliki status badan hukum, sehingga lebih rentan dalam hal perlindungan hukum dibandingkan dengan PT.

Syarat mendirikan CV sudah diatur dalam Pasal 19-21 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Berikut ini adalah rinciannya:

- Memiliki akta notaris yang berbahasa Indonesia.

- Pendiri CV harus menjadi warga negara Indonesia (WNI).
- Tidak diizinkan adanya partisipasi modal asing.
- Kepemilikan penuh CV harus dimiliki oleh WNI.
- Menyiapkan dokumen pendukung seperti: Kartu Tanda Penduduk (KTP) untuk sekutu pasif dan sekutu aktif, salinan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) penanggungjawab perusahaan, surat keterangan domisili dengan materai, pernyataan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) dengan materai, nomor telepon dan email perusahaan, serta surat kuasa dan notulen dengan materai serta KOP jika CV dikuasakan.

G. Aspek Legalitas

Menurut **Rini Fitriani (2017: 136)** Legalitas suatu perusahaan atau badan usaha adalah merupakan unsur yang terpenting, karena legalitas merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha sehingga diakui oleh masyarakat. Legalitas perusahaan harus sah menurut undang-undang dan peraturan, di mana perusahaan tersebut dilindungi atau dipayungi dengan berbagai dokumen hingga sah di mata hukum.

Beberapa elemen penting dalam undang-undang perusahaan termasuk nama perusahaan, merek dagang, dan surat izin usaha perdagangan. Salah satu manfaat legalitas perusahaan adalah perlindungan hukum, peningkatan kredibilitas sebagai alat promosi, bukti kepatuhan terhadap hukum, kemudahan memperoleh proyek, dan dukungan untuk pertumbuhan bisnis. Legalitas ini merujuk pada kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan, izin usaha, serta dokumen resmi yang memberikan legitimasi atas kegiatan usaha agar

sesuai dengan hukum yang berlaku. Legalitas memastikan bahwa tindakan atau keputusan yang diambil oleh lembaga atau aparat negara sah di mata hukum.

Sebagai bentuk keputusan terhadap hukum maka kita wajib memiliki surat surat yang diatur dalam UU seperti Sertifikat Hak Milik (SHM), Izin Mendirikan Bangunan (IMB) dan Surat Izin Usaha Pembangunan (SIUP) Tujuannya agar bisnis kita mendapatkan perlindungan hukum dan meningkatkan nilai perusahaan. Keresmian legalitas ini bukan hanya untuk kepentingan bagi pemilik tetapi sebagai salah satu bentuk dari kenyamanan penghuni.

Gambar 1.9 BMC Yolanda Guest House

Rencana Pengembangan Yolanda Guest House di Danau Toba				
Peningkatan Fasilitas Guest House yang belum maksimal.				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
#Model Partnership <ul style="list-style-type: none">Strategic Alliance between non-competitors: Bekerja sama dengan bisnis tidak pesaing yaitu: <ul style="list-style-type: none">Rumah makanAgen PerjalananKomunitas lokal	#Production <ul style="list-style-type: none">Menyewakan Kamar Key Resources Human : Owner, Staff Physical asset : Gedung, Perlengkapan, Peralatan Intellectual : Yolanda Guest House Financial : Dana Pribadi	#Design #Newness #Price <ul style="list-style-type: none">Menwarkan Guest House yang sudah berdiri selama 3 tahun.Harga terjangkau dibandingkan kompetitor.Mempunyai kamar yang nyaman dengan lokasi yang strategis dengan pemandangan langsung ke Danau TobaFasilitas modern termasuk karaoke untuk tamu	#Model Pelayanan Memberikan pelayanan langsung dan membantu tamu dalam merencanakan aktivitas sesuai kebutuhan tamu Channels #Interaction Type : Direct #Chanel Phase : <ul style="list-style-type: none">Media Sosial InstagramTraveloka	#Segmented <ul style="list-style-type: none">FamilyPasangan atau HoneymoonerBackpacker atau wisatawan solo
Cost Structure		Revenue Streams		
#Fixt Cost <ul style="list-style-type: none">Gaji KaryawanBiaya administrasi umumBiaya Pemasaran dan PromosiBiaya PemeliharaanBiaya energyMaterial Pembersih #Variable Cost <ul style="list-style-type: none">Guest supplies & Aminities		#Product Feature Dependent Semakin lengkap fasilitas semakin tinggi harga kamar #Leasing/Renting <ul style="list-style-type: none">Room Revenue (Penyewaan Kamar)		

Sumber : Diolah Oleh Penulis, 2024