

BAB I DESKRIPSI BISNIS


A. Latar Belakang

Ukuran pasar *Personal Watercraft* (PWC) global diperkirakan akan mencapai USD 3,10 miliar pada tahun 2032, menurut studi baru yang dilakukan oleh *Polaris Market Research*. PWC menjadi lebih umum karena kecepatan, fleksibilitas, dan kapasitasnya untuk bernavigasi di laut dangkal. Pelaut rekreasi menunjukkan minat pada PWC karena kemudahan penggunaan dan perawatannya. PWC juga memiliki harga yang lebih murah, menjadikannya pilihan yang masuk akal bagi individu dengan anggaran terbatas. Meningkatnya popularitas olahraga yang bergantung pada air seperti wakeboarding memicu permintaan akan PWC di masa depan. Pelaku pasar utama berkolaborasi dengan pesaing untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Meningkatnya bisnis di kawasan tepi laut dapat membuka peluang baru untuk wisata PWC dan kegiatan rekreasi lainnya, yang selanjutnya akan mendorong sektor PWC secara keseluruhan, sehingga mendorong perluasan pasar global.

<https://www.polarismarketresearch.com/press-releases/jet-boats-market#>

International Jet Sports Boating Association (IJSBA) adalah badan pemberi sanksi di seluruh dunia untuk balap perahu air pribadi. IJSBA bertanggung jawab atas peraturan yang mengatur sanksi, organisasi dan pelaksanaan acara yang diberi sanksi; standar kelayakan dan pelaksanaan kompetisi dan resmi; peraturan kelayakan dan persiapan perahu; dan aturan rangkaian acara tahunan di seluruh dunia. IJSBA memiliki asosiasi, organisasi, dan anggota yang berafiliasi di lebih dari 50 negara di seluruh dunia dan kantor pusatnya berlokasi di California, Amerika Serikat. Saat ini, terdapat lebih dari 200 klub dan promotor di lebih dari 50 negara afiliasi di seluruh dunia yang membentuk jaringan yang sangat kuat yang terdiri dari pemilik, pengendara, dan penggemar perahu pribadi. Untuk menjadi member IJSBA sendiri dibutuhkan biaya pendaftaran sebesar \$85 USD, sedangkan untuk perbaruan member membutuhkan biaya sebesar \$80 USD. <https://ijsba.com/about/>





Di Batam sendiri sudah terdapat pasar peminat PWC. Tren PWC di Batam menunjukkan peningkatan popularitas sebagai aktivitas wisata air yang menarik bagi wisatawan asal Provinsi Riau dan Kepulauan Riau. Salah satu penyedia layanan yang menonjol adalah Seadoo Safari Batam, yang menawarkan berbagai paket perjalanan dengan PWC. Paket-paket ini mencakup perjalanan foto, perjalanan mandiri, dan *Island Hopping* dengan tingkat kesulitan yang berbeda. (theindonesia.id)

Selain itu, Batam juga menjadi destinasi favorit bagi para penggemar olahraga air karena lokasinya yang strategis di jalur pelayaran antara Malaysia dan Singapura. Wisatawan dapat menikmati pemandangan indah dari Bareleng *Bridge* dan menjelajahi pulau-pulau sekitarnya dengan PWC. Aktivitas ini tidak hanya memberikan kesenangan, tetapi juga manfaat kesehatan, menjadikannya pilihan yang menarik bagi mereka yang mencari petualangan dan rekreasi di laut.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batam pada tahun 2024, Potensi peminat *Island Hopping Seacation* sebesar 100 ribu orang dengan jumlah pembulatan yang berjenis kelamin perempuan dan laki – laki dengan usia 20 - 47 tahun yang berasal dari Riau dan Kepulauan Riau yang membutuhkan rekreasi setelah merasakan penat karena pekerjaan dan Memiliki ketertarikan yang sangat tinggi pada aktivitas outdoor.

Dengan naiknya trend PWC sekarang, daya tarik wisata air khususnya PWC diharapkan terus bertambah. Karena besarnya peluang ini, maka dibuatlah rencana bisnis *Island Hopping Seacation*.



B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis



Gambar 1.1 *Sunset Riding*

Sumber : (BRP Indonesia, 2022)

Island Hopping Seacation adalah bisnis wisata yang mengkhususkan diri dalam menyediakan pengalaman petualangan air menggunakan personal watercraft (PWC) bertujuan ke pulau Belakang Padang, Batam. Perusahaan ini menawarkan wisatawan kesempatan untuk menjelajahi pulau-pulau dengan PWC, yang dikenal karena kecepatan dan fleksibilitasnya. Destinasi utama, Pulau Belakang Padang, terkenal dengan keindahan alamnya yang mencakup pantai berpasir putih dan air laut yang jernih. Selain perjalanan dengan PWC, *Island Hopping Seacation* juga menawarkan berbagai kegiatan tambahan seperti berkemah, permainan papan, *sunset riding*, dan BBQ grill, semuanya dirancang untuk menambah keseruan dan kenyamanan para peserta tur.

Sebagai sebuah perusahaan yang berbentuk CV *Island Hopping Seacation* mempermudah wisatawan dalam menikmati liburan dengan pengalaman baru dan menarik. Melalui platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube, perusahaan ini aktif mempromosikan layanan mereka. Dengan dukungan dari pemasok terpercaya untuk bahan bakar dan perlengkapan, *Island Hopping Seacation* memastikan kualitas dan keamanan dalam setiap perjalanan yang mereka tawarkan. Komitmen perusahaan terhadap pelayanan terbaik



dan penawaran menarik membuatnya menjadi pilihan utama bagi wisatawan yang mencari petualangan air yang tak terlupakan

2. Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1.2 Logo *Island Hopping Seacation*


Sumber : Olah Data 2024

Logo di atas menggambarkan identitas visual dari *Island Hopping Seacation*. Logo ini terdiri dari beberapa elemen yang merepresentasikan konsep utama bisnis wisata petualangan air.

Berikut adalah deskripsi elemen-elemen dalam logo tersebut:

- a. **Matahari Terbenam:** Warna oranye yang digunakan untuk matahari terbenam melambangkan keindahan alam dan suasana santai yang dihadirkan oleh perjalanan wisata. Matahari terbenam juga mencerminkan momen-momen berharga dan pemandangan indah yang bisa dinikmati oleh wisatawan.
- b. **Silhouette Pengendara Jet Ski:** Silhouette pengendara jet ski yang sedang melaju di atas air mengilustrasikan aktivitas utama yang ditawarkan oleh *Island Hopping Seacation*, yaitu petualangan menggunakan personal watercraft (PWC). Ini menekankan sensasi kecepatan dan kebebasan yang dinikmati selama perjalanan.
- c. **Pohon Kelapa:** Pohon kelapa memberikan nuansa tropis dan menggambarkan destinasi wisata yang berlokasi di pulau-pulau dengan pantai berpasir putih dan pemandangan alam yang eksotis. Ini juga menekankan suasana liburan yang rileks dan menyenangkan.
- d. **Laut dan Pantai:** Warna biru pada laut menunjukkan kejernihan air dan kesegaran yang menjadi daya tarik utama dari lokasi wisata.





Garis-garis pada air memberikan kesan dinamis, menunjukkan aktivitas air yang penuh semangat dan kegembiraan.

- e. **Persegi** : Persegi sering dikaitkan dengan kestabilan, keandalan, dan soliditas. Dalam konteks bisnis, ini menggambarkan bahwa *Island Hopping Seacation* adalah perusahaan yang dapat diandalkan dan stabil, memberikan jaminan kualitas dan keamanan dalam layanan yang mereka tawarkan.

Secara keseluruhan, logo ini efektif dalam menyampaikan esensi dari bisnis *Island Hopping Seacation*, yaitu petualangan air yang mendebarakan di lokasi tropis yang indah, lengkap dengan aktivitas seru dan pemandangan alam yang menakjubkan.

3. Identitas Bisnis

- Nama Perusahaan : *CV. Island Hopping Seacation*
- Bidang Usaha : Pariwisata
- Jenis Usaha : Pengelolaan aktifitas olahraga
- Jenis Produk : *Aktifitas Adventure Recreation*
- Social Media : Instagram, Tiktok, Facebook, Youtube
- Alamat : Jetski Adventure Warwir Batam, Pantai Cipta Land Tiban, Tiban Indah, Kec. Sekupang, Kota Batam, Kepulauan Riau

C. Visi dan Misi

Visi :

Menjadi penyedia utama pengalaman wisata maritim yang tak terlupakan dengan fokus pada keberlanjutan, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan, serta mempromosikan keindahan dan kekayaan alam kepulauan secara global.

Misi :

1. Menyediakan paket wisata yang dirancang untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan dan mendalam bagi setiap wisatawan, dengan penekanan pada keindahan alam, budaya lokal, dan kegiatan petualangan.



2. Menyediakan pelayanan yang profesional, ramah, dan responsif dengan fokus pada kenyamanan dan keamanan wisatawan selama perjalanan, serta memastikan setiap detail perjalanan diatur dengan sempurna.
3. Mengedukasi wisatawan tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan budaya, serta mempromosikan kesadaran tentang praktik wisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

D. Five Porter Forces



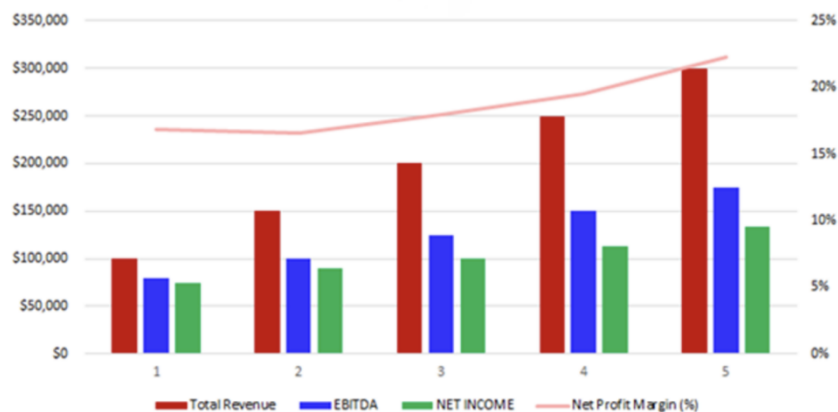
Gambar 1.3 *Porter's Five Forces*

Sumber : Olah Data 2024

Porter's Five Forces adalah model analisis yang dikembangkan oleh Michael E. Porter untuk mengevaluasi daya tarik dan intensitas persaingan dalam suatu industri. Model ini mencakup lima kekuatan utama: ancaman masuknya pendatang baru, kekuatan tawar-menawar pemasok, kekuatan tawar-menawar pembeli, ancaman produk atau jasa pengganti, dan persaingan antar perusahaan dalam industri tersebut. Ancaman pendatang baru mengukur seberapa mudah atau sulit bagi pesaing baru untuk memasuki pasar; kekuatan pemasok menilai kemampuan pemasok untuk menaikkan harga atau menurunkan kualitas input; kekuatan pembeli mengevaluasi kemampuan pembeli untuk menekan harga atau menuntut kualitas yang lebih tinggi; ancaman produk pengganti melihat seberapa mudah pelanggan dapat beralih ke produk lain; dan persaingan antar perusahaan mengukur intensitas persaingan yang ada di antara pemain yang sudah ada dalam industri.

1. Pesaing Baru (*Threat of New Entrants*)

Penyewaan/rental PWC membutuhkan investasi sebesar \$200,000 untuk meluncurkan sewa/rental PWC. Pendanaan tersebut akan digunakan untuk mengamankan ruang sewa dan membeli aksesoris PWC, inventaris ritel, dan perlengkapan. Pendanaan juga akan dialokasikan untuk biaya *overhead* selama tiga bulan yang mencakup gaji staf, sewa, dan biaya pemasaran untuk kampanye media sosial dan pesta peluncuran.



Gambar 1.4 Grafik *Net Profit Margin*

Sumber : Statista. (2022)


Rincian pendanaannya adalah sebagai berikut:

- Pembangunan ruang sewa: \$20.000
- Aksesoris PWC, inventaris dan perlengkapan ritel: \$10.000
- Biaya overhead tiga bulan (gaji, sewa, utilitas): \$150.000
- Biaya pemasaran: \$10.000
- Modal kerja: \$10,000

Dengan besaran modal tersebut sebenarnya tingkat persaingan untuk membuka usaha rental PWC tergolong Tinggi. Grafik di bawah ini menguraikan proyeksi keuangan untuk penyewaan PWC.

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

Untuk mendapatkan produk ini, beberapa penyedia layanan pariwisata olahraga air dan pengguna *personal watercraft* harus membayar lebih mahal karena status industri PWC di Indonesia belum ada. Maka daripada itu, agar calon pengunjung tetap merasakan worth it saat mengeluarkan biaya untuk aktifitas *Island Hopping Seacation* ini, disediakan beberapa



aktivitas lain yang dapat dilakukan dipulau seperti menjelajahi pulau, bermain *board game*, *camping*, BBQ, *riding* PWC saat sunset dan lainnya. Tingkat ancaman substansi produk ini tergolong Sedang (Matovani, 2028).

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

Dalam hal wilayah, pelaku pasar PWC yang tersedia berdasarkan wilayah adalah:

- a. Amerika Utara : Amerika Serikat, Kanada
- b. Eropa : Jerman, Perancis, Inggris, Italia, Rusia
- c. Asia-Pasifik : Jepang, Korea Selatan, India, Australia, Tiongkok, Taiwan, **Indonesia**, Thailand, Malaysia
- d. Amerika Latin : Meksiko, Brasil, Argentina, Kolombia
- e. Timur Tengah & Afrika : Turki, Saudi, Uni Emirat Arab

Pasar PWC telah mengalami pertumbuhan yang signifikan selama bertahun-tahun. Meningkatnya minat konsumen terhadap olahraga air, ditambah dengan meningkatnya pendapatan yang dapat dibelanjakan, telah mendorong permintaan PWC secara global. Menurut laporan *Grand View Research*, ukuran pasar PWC bernilai \$ miliar pada tahun 2020 dan diproyeksikan mencapai \$ miliar pada tahun 2027, tumbuh pada CAGR sebesar % dari tahun 2021 hingga 2027. Dengan begitu ukuran pasar PWC global saat ini memiliki daya tawar pelanggan yang Tinggi (Research, 2023).

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

Personal watercraft diimpor dari berbagai negara sesuai dengan perusahaan aslinya, dan bahkan melalui negara penyalur terdekat seperti Singapura dan Australia. Karena biaya bea masuk, asuransi, ongkos kirim, pajak pendapatan negara, dan pajak barang mewah, impor produk pasti akan menaikkan harga jual di dalam negeri.

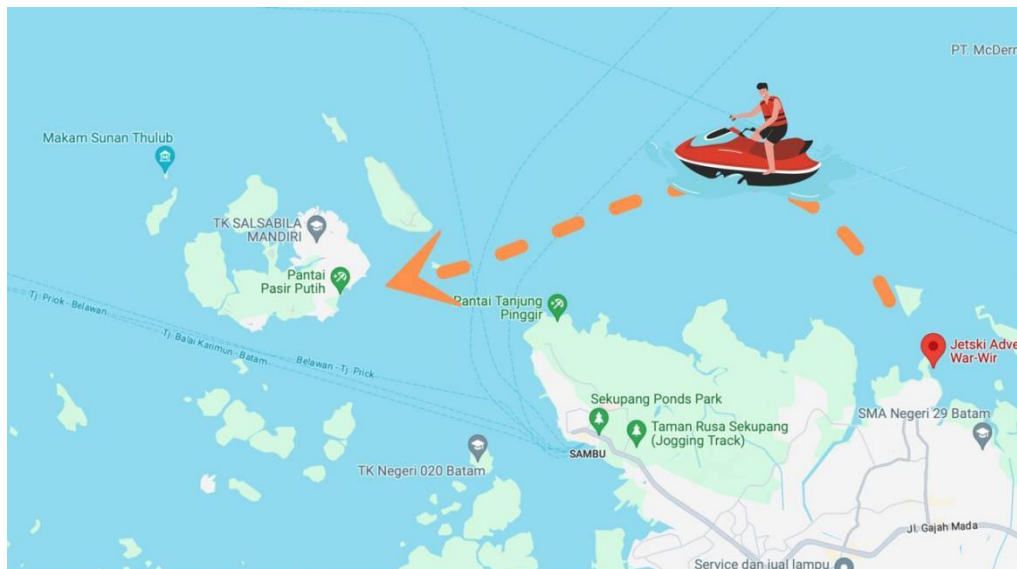
Waverunner Yamaha didistribusikan oleh PT KBA, Seadoo didistribusikan oleh BRP Indonesia, dan PWC didistribusikan oleh Kawasaki di Indonesia. Ketiga, produk impor berasal dari pabrikan di Amerika Serikat, sehingga harganya lebih rendah saat dijual di Indonesia.

Ketika barang tiba di Indonesia, harganya meningkat karena bea cukai, asuransi, ongkos kirim, pajak pendapatan negara, dan pajak barang mewah. Dengan adanya distributor resmi di Indonesia, meskipun belum terdapat pabrik PWC sendiri di Indonesia memiliki peluang pemasok yang Tinggi (Matovani, 2028). Dengan adanya supplier PWC di Indonesia dengan berbagai merek, maka tingkat substitusi produk ini tergolong Tinggi.

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

Salah satu bentuk bisnis PWC di Indonesia adalah Tanjung Benoa Watersports, yang menawarkan berbagai macam olahraga air, seperti jet ski, *parasailing*, *snorkeling*, *scuba diving*, *seawalker*, *fly board*, dan berbagai macam aktivitas berbasis air lainnya. Beragam olahraga air ini dapat menarik wisatawan untuk mencoba berbagai macam olahraga air sekaligus. Tetapi di Tanjung Benoa *Watersport* sendiri belum terdapat paket *Island Hopping Seacation*. Dengan banyaknya pesaing *watersport* di Indonesia, tingkat persaingan ini tergolong tinggi (Watersports, 2024).

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa



Gambar 1.5 Peta Rute *Island Hopping*
Sumber : Google Maps



Gambar 1.6 Aktivitas *Camping*

Sumber : (WordPress, 2019)

Island Hopping Seacation menyediakan dua *package*, yaitu *Island Hopping Seacation Single* dan *Island Hopping Seacation Couple*. Yang membedakan kedua *package* tersebut adalah jumlah kapasitas orang dalam mengendarai PWC. Untuk paket *single* kapasitas per unit PWC untuk satu orang sedangkan untuk paket *couple* satu unit PWC berkapasitas dua orang. Selebihnya untuk aktifitas dan fasilitas yang disediakan sama.

F. Jenis/Badan Usaha

Bentuk kepemilikan perusahaan berupa CV (*Commanditaire Vennootschap*) dengan beberapa pertimbangan, diantaranya:

- Pengembangan CV menjadi PT tidak perlu menyetorkan modal
 - Risiko pendirian usaha ditanggung bersama-sama oleh seluruh sekutu
- Beberapa persyaratan administrasi legalitas yang harus dimiliki oleh

Island Hopping Seacation dalam mendirikan CV diantaranya:

- Akta Perusahaan
- NPWP Badan Usaha
- Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)
- Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
- Pendaftaran Merk Dagang *Island Hopping Seacation*



G. Aspek Legalitas

Untuk menjalankan bisnis *Island Hopping Seacation*, aspek legalitas yang diperlukan meliputi berbagai izin dan pendaftaran yang sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia. Berikut adalah rincian aspek legalitas beserta Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) yang relevan. **KBLI 93110:** Pengelolaan Fasilitas Olahraga. KBLI ini mencakup usaha pengelolaan fasilitas untuk kegiatan olahraga, yang dalam konteks *Island Hopping Seacation* termasuk dalam pengelolaan aktivitas rekreasi air seperti mengendarai *personal watercraft* ke berbagai pulau.

