

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki tempat wisata yang sering dikunjungi wisatawan mancanegara, menurut data dari sumber Badan Pusat Statistik Indonesia sebagai berikut:

Gambar 1. 1 Jumlah Wistawan Mancanegara

Pintu Masuk	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara per bulan ke Indonesia Menurut Pintu Masuk									
	2024									
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Okt
A. Pintu Udara	631.961	735.072	682.439	750.085	835.722	821.654	994.583	-	-	-
Ngurah Rai	414.937	454.398	463.804	502.870	544.492	520.792	625.569	-	-	-
Soekarno-Hatta	157.979	187.641	160.917	157.409	201.574	225.985	271.680	-	-	-
Juanda	17.196	28.026	18.543	29.043	31.222	25.015	34.446	-	-	-
Kualanamu	14.751	24.628	15.068	25.178	20.469	16.949	22.693	-	-	-
Husein Sastranegara	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-
Adi Sucipto	6.879	9.813	6.258	8.790	11.323	8.134	11.120	-	-	-
Bandara Int. Lombok	4.958	7.748	5.208	6.536	7.742	6.893	8.652	-	-	-

Sumber: Badan Pusat Statistik tahun 2024

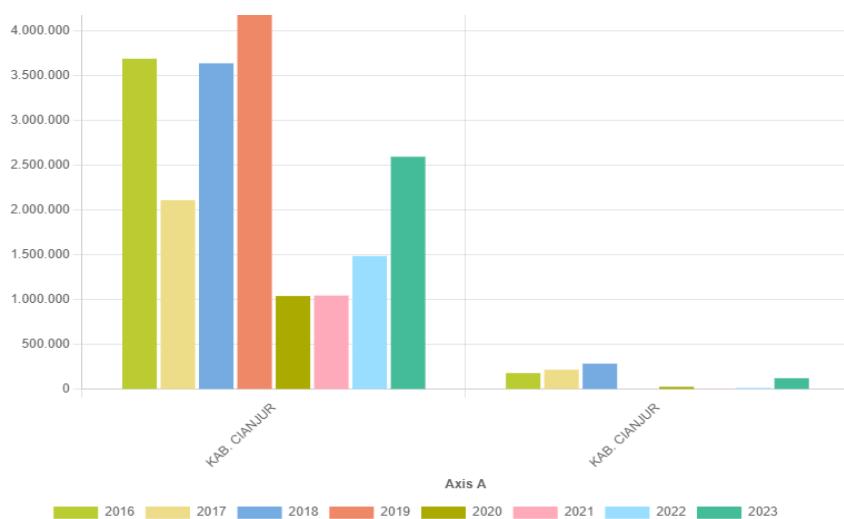
Destinasi yang sering dilewati oleh wisatawan yang ingin berlibur salah satunya adalah sukanagalih Kab.Cianjur, terutama dalam letaknya yang dikarenakan dekat dengan objek wisata yang mana beberapa tempat populer disini seperti The Nice, Taman Bunga dan Kota Bunga. Tempat ini mempunyai lingkungan alam yang masih alami dan cocok tempatnya untuk beristirahat dan bersantai.

Salah satu tempat yang memiliki banyak bisnis Villa adalah Sukanagalih Kab.Cianjur Pacet, Menurut Suwarni et al.,(157:2021)Kegiatan kewirausahaan

merupakan kegiatan yang menjadi salah satu solusi untuk memperoleh penghasilan. Sedangkan Bisnis adalah berwirausaha secara kelompok atau individu dengan terorganisir, memiliki barang dan jasa yang di produksi dengan nilai tambah, dan produk yang dijual untuk membuat kebutuhan konsumen terpenuhi dengan mendapatkan keuntungan dan menunjang perekonomian sebagai tujuan akhir.

Data Jumlah Wisatawan yang datang ke daerah Cianjur di tahun 2016 sampai di tahun sekarang ini memiliki peningkatan dari semenjak covid-19 yang banyak mengalami penurunan jumlah wisatawan dan peralihan kembali pulih sebagai berikut :

Gambar 1. 2 Jumlah Wisatawan Datang ke Cianjur



Sumber: Disbudpar tahun 2023

Berdasarkan data di atas penurunan wisatawan beberapa tahun terakhir dimana tahun 2022 kenaikan wisatawan di cianjur sudah mulai membaik seperti semula.

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat hunian di Kabupaten Cianjur mengalami peningkatan signifikan, terutama pada momen pergantian tahun. Dengan tingkat okupansi mencapai 80% dari total 3.225 kamar yang tersedia di beberapa akomodasi , hal ini menunjukkan bahwa Cianjur tetap menjadi destinasi wisata yang diminati oleh wisatawan, terutama pada periode liburan. Peningkatan ini juga mencerminkan potensi ekonomi yang besar dari sektor pariwisata di wilayah tersebut.

Data yang dimiliki Disbudpar Cianjur, terdapat 59 ODTW di Cianjur mulai dari wilayah utara dengan nuansa alamnya seperti Kebun Raya Cibodas dan di wilayah selatan dengan wisata pantainya seperti Pantai Cemaran serta wisata air terjun yang tersebar di setiap kecamatan. Pihak Disbudpar merinci dari 1,6 juta wisatawan yang datang untuk berlibur ke Cianjur masih didominasi wisatawan lokal dengan jumlah 1.576.154 orang dan wisatawan mancanegara sebanyak 89.890 orang didominasi asal Timur Tengah. Dari jutaan wisatawan yang datang, sekitar 488.720 orang yang menginap atau lebih dari satu hari berada di Cianjur karena mengunjungi beberapa ODTW yang promosinya selalu digencarkan di berbagai media sosial dan setiap pameran berskala regional dan nasional.

Perkembangan industri pariwisata yang pesat turut mendorong pertumbuhan berbagai jenis akomodasi salah satunya adalah akomodasi villa, Akomodasi/penginapan adalah tempat dimana wisatawan dapat menginap maupun

beristirahat dengan penyediaan fasilitas yang baik dengan pelayanan makanan dan minuman maupun maupun tanpa pelayan. Supraptini & Supriyadi (129:2020).

Perkembangan yang terjadi di industri Villa di daerah ini yang terus meningkat dan tingginya kedatangan wisatawan asing, Villa menjadi peluang bisnis yang menjanjikan di sektor pariwisata, terutama di dekat destinasi wisata populer.

Melakukan staycation juga akhir-akhir ini menjadi kegiatan yang hits juga yang melakukan kegiatan gathering yang mana Villa ini sangat menjanjikan, Favilla adalah bisnis yang tepat yaitu sebuah Villa mewah yang terletak di daerah Pacet sukanagalih. Villa kini menjadi pilihan favorit wisatawan yang berada di daerah sukanagalih pacet karena menginginkan privasi dan kenyamanan yang lebih privat dan lebih eksklusif. Villa ini memiliki pengalaman yang sedikit berbeda dari akomodasi lainnya karena didesain dengan konsep unik sentuhan prancis seperti penggunaan lantai granit, fasilitas billyard, water heater, bathtub, wifi, karaoke, balcon, tempat parkir, open kitchen, playstation di kamar, ac, dihiasi tanaman ivy dan memiliki design jendela tinggi terinspirasi dari bangunan Prancis.

Gambar 1.3 Lokasi Favilla



Sumber: Diolah oleh Penulis

Villa ini menyuguhkan pengalaman menginap eksklusif dan nyaman dengan pemandangan alam memukau. Dengan fasilitas unggulan seperti

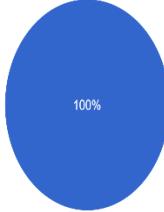
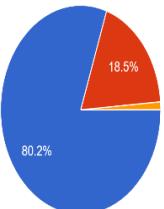
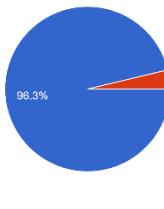
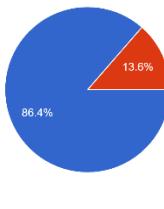
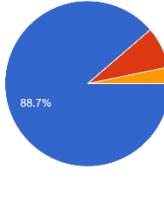
penggunaan fasilitas billaryard, water heater, bathtub, wifi, karaoke, balcon, tempat parkir, openkitchen, playstation di kamar, ac, dihiasi tanaman ivy dan memiliki design jendela tinggi terinspirasi dari bangunan Prancis, Villa ini menjadi pilihan ideal bagi mereka yang mencari ketenangan dan kemewahan didalam suasana alam.

1. Data analisis pasar

Menguji kelayakan dari Favilla ini penulis melakukan tes market terhadap 81 orang yang akan memvalidasi minat dari wisatawan, maka dari itu penulis melakukan Tes Market terhadap para tamu yang telah dilalui dengan cara quistioner. Dibawah ini hasil dari tes market.

Table 1. 1 Tes Market

No	Penjelasan	Hasil Questions												
1.	Bisa dilihat dari hasil ini bahwa 83.6% respon dari market tertarik dengan villa berdesign prancis.	<p>Konsep desain villa seperti apa yang paling Anda sukai? 61 responses</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Konsep Desain</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>French modern</td> <td>83.6%</td> </tr> <tr> <td>Modern minimalis</td> <td>5.1%</td> </tr> <tr> <td>Skandinavia (Eropa Utara)</td> <td>3.3%</td> </tr> <tr> <td>Tradisional Jawa</td> <td>2.0%</td> </tr> <tr> <td>Jepang tradisional</td> <td>1.7%</td> </tr> </tbody> </table>	Konsep Desain	Persentase	French modern	83.6%	Modern minimalis	5.1%	Skandinavia (Eropa Utara)	3.3%	Tradisional Jawa	2.0%	Jepang tradisional	1.7%
Konsep Desain	Persentase													
French modern	83.6%													
Modern minimalis	5.1%													
Skandinavia (Eropa Utara)	3.3%													
Tradisional Jawa	2.0%													
Jepang tradisional	1.7%													
2.	Bisa dilihat dari hasil ini bahwa 97.5% responden tahu tempat wisata kota bunga.	<p>Apakah anda tahu tempat wisata kota bunga cipanas? 81 responses</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Jawaban</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>97.5%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>2.5%</td> </tr> </tbody> </table>	Jawaban	Persentase	Ya	97.5%	Tidak	2.5%						
Jawaban	Persentase													
Ya	97.5%													
Tidak	2.5%													

3. Bisa dilihat dari hasil ini bahwa 100% responden memilih pemandangan alam yang indah saat memilih villa.	<p>Apakah pemandangan alam yang indah penting bagi Anda ketika memilih villa?</p> <p>81 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Ya	100%	Tidak	0%				
Kategori	Persentase										
Ya	100%										
Tidak	0%										
4. Bisa dilihat dari hasil ini bahwa 80.2% responden tertarik untuk menyewa villa yang memiliki fasilitas billiar.	<p>Apakah Anda tertarik menyewa villa dengan fasilitas biliar?</p> <p>81 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>80.2%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>18.5%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>1.3%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Ya	80.2%	Tidak	18.5%	3	1.3%		
Kategori	Persentase										
Ya	80.2%										
Tidak	18.5%										
3	1.3%										
5. Bisa dilihat dari hasil ini bahwa 96.3% responden villa yang dekat dengan objek wisata.	<p>Apakah Anda lebih memilih villa yang dekat dengan objek wisata atau tempat rekreasi?</p> <p>80 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>96.3%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>3.7%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Ya	96.3%	Tidak	3.7%				
Kategori	Persentase										
Ya	96.3%										
Tidak	3.7%										
6. Bisa dilihat dari hasil ini bahwa 83.3% memilih villa sebagai tempat menginap saat berlibur.	<p>Apakah Anda sering memilih villa sebagai tempat menginap saat berlibur?</p> <p>81 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ya</td> <td>86.4%</td> </tr> <tr> <td>Tidak</td> <td>13.6%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori	Persentase	Ya	86.4%	Tidak	13.6%				
Kategori	Persentase										
Ya	86.4%										
Tidak	13.6%										
7. Dari Data Tersebut Bahwa kebanyakan target pasar dari favilla ini merujuk ke wisatawan 18 – 24 tahun.	<p>Umur</p> <p>62 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kategori Umur</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>18-24 tahun</td> <td>88.7%</td> </tr> <tr> <td>25-34 tahun</td> <td>10.3%</td> </tr> <tr> <td>35-44 tahun</td> <td>1.6%</td> </tr> <tr> <td>45 tahun</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Kategori Umur	Persentase	18-24 tahun	88.7%	25-34 tahun	10.3%	35-44 tahun	1.6%	45 tahun	0%
Kategori Umur	Persentase										
18-24 tahun	88.7%										
25-34 tahun	10.3%										
35-44 tahun	1.6%										
45 tahun	0%										

Menguji kelayakan dari Favilla ini yang menjadi tujuan penulis, maka dari itu penulis melakukan Tes Produk kepada para ahli pakar yang memiliki usaha serupa yang telah dilakukan melalui dengan cara wawancara. Dibawah ini profil dari ahli pakar.

Table 1. 2 Profil Ahli

NO	AHLI PAKAR
1.	Nama : Heni Profesi : Pengusaha Villa (Cipanas) Pengalaman Pakar : Saya sudah berbisnis kos dari tahun 2018
2.	Nama : Heri Hermawan Profesi : Pengusaha Villa kota bunga (Sukanagalah) Pengalaman Pakar : Memiliki akomodasi Villa selama 2 tahun.
3.	Nama : Jeni Rustam Profesi : Pengusaha Villa (Puncak) Pengalaman Pakar : Bisnis Villa dari 3 tahun lalu.
4.	Nama : Alfrendy Profesi : Pengusaha Villa (Puncak) Pengalaman Pakar : Memiliki bisnis villa 2 tahun.
5.	Nama : Edi Supaedi Profesi : Pengusaha Villa (Cipanas) Pengalaman Pakar : Memiliki Villa berjalan sekitar 5 tahun.

6.	<p>Nama : Resti Srimulyani</p> <p>Profesi : Pengusaha Villa (Sukanagalih)</p> <p>Pengalaman Pakar : Memiliki Villa dari 2016.</p>
----	---

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

Table 1. 3 Test Produk

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1.	Apa resiko dan kelemahan dari model bisnis villa?	<ul style="list-style-type: none"> • Heni: fasilitas yang ada tiba tiba ada kendala, atau rusak karena penggunaan fasilitas yang tidak apik oleh tamu yang tidak mau ganti rugi. • Heri Hermawan: Sepi pengunjung saat bulan tertentu. • Jeni Rustam: Kerugian dari persaingan villa karna sepinya pengguna villa. • Alfrendy: kelemahan nya dikala sepi pengunjung beresiko kepada target pendapatan dan beresiko untuk pembiayaan pemeliharaan. • Edi Supaedi: Resikonya kalau sedang musim hujan dan bulan puasa bisa jadi tidak ada pengunjung. • Resti Srimulyani: Kerusakan fasilitas yang di sebabkan oleh tamu dan check

		out tanpa bilang.
--	--	-------------------

Sumber : Data Olahan Penulis, 2024

2. Diagram Segmen

Gambar 1. 4 Segmentasi



Sumber : Diolah Oleh Penulis 2024

Gambar Diatas Merupakan jenis pasar yang ditargetkan Favilla yang mana wisatawan lokal dan Wisatawan asing terdiri dari Wisatawan Backpaker, Palajar, Tamu Keluarga.

Wisatawan lokal: Keluarga, pasangan muda, dan kelompok teman yang mencari akomodasi nyaman dan estetik.

Wisatawan mancanegara: Wisatawan dari kawasan Asia Tenggara dan Timur Tengah yang menyukai konsep privat dengan fasilitas lengkap.

Klasifikasi pasar: Usia 23–45 tahun, kelas menengah ke atas, Menyukai akomodasi yang nyaman, estetis, dan menawarkan pengalaman unik.

B. Gambaran umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Villa ini dipersiapkan untuk tamu yang menginginkan kenyamanan dan privasi yang lebih dalam suasana perbukitan, bukit dan persawahan. Terletak di loji sukanagalih, Favilla menawarkan perpaduan antara desain modern bernuansa prancis, dengan bangunan yang sudah dilengkapi lampu LED dan fasilitas wifi.

Villa ini juga memiliki penggunaan lantai granit, fasilitas billyard, water heater, bathtub, karaoke, balcon, tempat parkir, openkitchen, playstation di kamar, ac, dihiasi tanaman ivy dan memiliki design jendela tinggi terinspirasi dari bangunan Prancis dengan nuansa alami yang menenangkan, menjadikannya pilihan ideal bagi wisatawan.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Gambar 1. 5 Logo Usaha



Sumber: Dibuat Oleh Penulis

Desain produk adalah nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan produk pesaing, dimana desain produk dapat menghasilkan daya pikat tersendiri yang menarik. Menurut (Supriyatna, 48:2020)

Logo FA, yang memiliki arti "Favilla", nama dari Villa ini terinspirasi dari nama penulis sendiri yang menggabungkan dengan unsur nama Villa yaitu Faiz Villa. Huruf "FA" yang ada dalam logo ini menceritakan tentang bagaimana Villa ini menggabungkan keindahan alam dengan kenyamanan. Bentuknya sederhana dan kuat seolah menegaskan bahwa tempat ini bisa merasa dekat dengan alam tanpa kehilangan kemodernan. Logo ini punya beberapa esensi. Garis segitiga yang hilang pada huruf "A" seolah mengingatkan pada bentuk Bukit, sebuah simbol kuat dari ketenangan alam dan keindahan yang mengelilingi Villa ini. Huruf "A" juga bisa dilihat sebagai atap rumah, kesan bahwa Villa ini bukan hanya tempat beristirahat, tetapi sebuah penginapan yang memfasilitasi kebutuhan tamu.

3. Identitas bisnis

Identitas bisnis yaitu segala bentuk media visual dan fisik yang digunakan untuk membedakan Villa ini dari pesaing bisnisnya. Identitas bisnis ini memiliki peran dalam membangun citra perusahaan yang dapat dikenali.

Lokasi perusahaan menjadi salah satu aspek penting untuk kelangsungan bisnis jangka panjang, karena berkaitan dengan identitas perusahaan. Kantor dari perusahaan ini berlokasi di di Jl. Desa Sukanagalih No.66, Sukanagalih, Kec. Pacet, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43253. Lokasi ini dipilih karena posisinya yang strategis dan memiliki akses jalan yang mudah.

Informasi kontak juga penting agar perusahaan mudah dijangkau. Untuk menghubungi kantor, bisa melalui aplikasi WhatsApp atau langsung menghubungi nomor (+0895379623232).

C. Visi dan Misi

Menurut Romlah (18:2023) Visi adalah gambaran masa depan realistik yang ingin diwujudkan dalam jangka waktu tertentu. Saat ini, visi adalah lisan atau tertulis yang mewakili manajemen saat ini dalam menjangkau masa depan.

Sedangkan misi adalah pernyataan yang menjelaskan produk juga layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, serta membuat bagaimana hal tersebut yang akan mendukung pencapaian di masa yang akan datang.

Visi:

Menjadi Villa terkemuka yang memiliki fasilitas unggul di Kawasan Pacet yang menawarkan pengalaman menginap dengan sentuhan design prancis dengan perpaduan keindahan alam.

Misi:

1. Menyediakan fasilitas premium untuk kenyamanan dan hiburan tamu.
2. Mengusung desain Prancis elegan yang berpadu dengan keindahan alam.
3. Mengutamakan pelayanan berkualitas tinggi untuk memberikan pengalaman menginap yang memadukan kehangatan budaya lokal dengan gaya hidup khas Prancis.
4. Memanfaatkan keindahan alam sekitar villa sebagai daya tarik utama, dengan menyediakan area outdoor yang menyatu dengan lanskap natural.

D. Analisis SWOT

SWOT yaitu singkatan Strength adalah kekuatan, Weakness adalah kelemahan, Opportunity adalah kesempatan, dan Threat adalah ancaman. Analisis SWOT menjadi alat untuk menilai kekuatan dan juga kelemahan eksternal bisnis serta faktor internal yang bisa mempengaruhi perkembangan usaha, termasuk tren-tren yang baru yang kemungkinan besar muncul.

Menurut Fitri Anggreani, (622:2021) Analisis SWOT adalah identifikasi dari beberapa faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi bisnis. Analisis berdasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman.

Table 1. 4 Analisis SWOT

STRENGTH	<p>Internal:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep Desain yang Menarik: Kombinasi antara desain modern bergaya Prancis menciptakan
----------	--

	<p>pengalaman yang istimewa dan nyaman.</p> <p>2. Fasilitas Lengkap dan Canggih:</p> <p>Dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti fasilitas billaryard, water heater, bathtub, wifi, karaoke, balcon, tempat parkir, open kitchen, playstation di kamar, ac, dihiasi tanaman ivy dan memiliki design jendela tinggi terinspirasi dari bangunan Prancis.</p> <p>yang menambah kenyamanan dan kesenangan tamu.</p> <p>Eksternal:</p> <p>3. Memiliki Lokasi yang strategis, berada di tempat wisata populer, dekat dengan kawasan puncak yang terkenal dengan pemandangan alamnya dan juga kesejukannya, adapun the nice, taman bunga dan sebagainya</p> <p>4. Akses yang mudah untuk berwisata alam, Banyak destinasi wisata alam</p>
--	--

	<p>yang bisa dilakukan diantaranya hiking, tur pegunungan menjadi peluang untuk tamu menikmati aktivitas outdoor.</p>
WEAKNESS	<p>Internal:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya Pemeliharaan yang Tinggi: Menjaga fasilitas berkualitas tinggi seperti peralatan yang cukup mahal mungkin memerlukan biaya operasional yang cukup besar. 2. kapasitas yang sangat terbatas, hanya dengan 2 villa bisnis ini memiliki batasan untuk menampung tamu yang datang, yang bisa menjadi kendala saat permintaan sedang tinggi. <p>Eksternal:</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Lokasi yang Agak Terpencil: Meskipun menawarkan ketenangan, lokasi yang agak jauh mungkin menyulitkan akses bagi sebagian tamu.

	<p>4. Kurangnya Promosi: Tanpa strategi promosi yang efektif, villa ini mungkin kurang dikenal di pasar yang lebih luas.</p>
OPPORTUNITY	<p>Internal:</p> <p>1. Peningkatan Area Sekitar: potensi meningkatkan fasilitas tambahan seperti spa, atau kolam renang dapat menarik segmen pasar yang lebih luas.</p> <p>2. Meningkatakan layanan: Dengan meningkatkan layanan yang lebih premium seperti paket wisata ataupun kuliner lokal, bisa memperkuat daya tarik di segmen pasar mewah.</p> <p>Eksternal:</p> <p>3. Kerja sama dengan Agen Perjalanan seperti OTA: Bekerja sama dengan agen perjalanan dan platform online seperti tiket.com, agoda, traveloka dsb, bisa</p>

	<p>membantu meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak tamu.</p> <p>4. Permintaan Wisatawan yang Meningkat: Meningkatnya minat pada liburan di daerah sekitar yang menawarkan pengalaman unik dan dekat dengan kawasan restaurant timur tengah dapat meningkatkan permintaan untuk villa ini.</p>
THREATS	<p>Internal:</p> <p>1. Perawatan fasilitas yang mahal: fasilitas villa yang modern memerlukan biaya pemeliharaanya yang besar, jika pengelolaan tidak baik dapat berpengaruh terhadap layanan.</p> <p>2. Faktor Cuaca dan Lingkungan: Cuaca buruk atau bencana alam dapat mempengaruhi kenyamanan dan aksesibilitas villa.</p> <p>Eksternal:</p> <p>3. Persaingan dengan Akomodasi Lain: Kompetisi dari villa atau</p>

	<p>akomodasi lain yang menawarkan fasilitas serupa atau lebih baik dapat mempengaruhi tingkat hunian.</p> <p>4. Perubahan Preferensi Wisatawan:</p> <p>Perubahan dalam preferensi atau tren liburan dapat mempengaruhi daya tarik villa.</p>
--	--

Sumber : Diolah Oleh Penulis 2024

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Favilla adalah tempat tinggal duplex room yang dibangun untuk memadukan design prancis dengan perbukitan, memanfaatkan lingkungan sekitar menjadi bagian dari pengalaman. Dengan desain yang memadukan arsitektur Prancis modern dan keindahan alam di yang ada disekitarnya.

Menginap di Favilla memberikan kenyamanan dan kemewahan, dengan mengusung konsep yang istimewa. Villa ini menawarkan fasilitas modern seperti wifi, water heater, dan air conditioner untuk memastikan pengalaman menginap yang nyaman bagi semua tamu.

1. Fasilitas Villa Deluxe

Bisnis Favilla memiliki beberapa spesifikasi bangunan yang menawarkan fasilitas berupa, Karaoke, memiliki open kitchen, dining room, living room, garasi dan memiliki 2 lantai:

- Terdiri dari 2 bangunan villa dan memiliki duplex room yang memiliki 2 kamar tidur yang ada pada setiap lantai.

- lantai granit
- fasilitas billyard
- Tempat parkir yang cukup untuk 2 mobil
- openkitchen
- playstation
- air conditioner
- wifi
- water heater
- tanaman ivy
- Memiliki 2 kamar tidur
- Fasilitas billyard
- Bathub
- Karaoke
- Balcony
- king size bed

2. Fasilitas Villa Suite

- Memiliki duplex room yang memiliki 2 kamar tidur yang ada pada setiap lantai.
- lantai granit
- fasilitas billyard
- Tempat parkir yang cukup untuk 2 mobil
- openkitchen
- playstation
- air conditioner

- wifi
- water heater
- tanaman ivy
- Memiliki 2 kamar tidur
- Fasilitas billyard
- Bathub
- Karaoke
- Balcony

F. Jenis/Badan Usaha

Bentuk badan usaha yang dipilih dan akan dibuat penulis adalah jenis usaha comanditaire venootschap yang biasa disebut persekutuan komanditer ataupun CV, dikarenakan bisnis yang akan dibangun memerlukan kerjasama antara dua orang atau lebih. Comanditaire Venootschap yaitu bentuk suatu kesepakatan kerjasama yang ditujukan untuk mengelola perusahaan, bertanggung jawab penuh atas aset dirinya sendiri serta orang – orang yang sudah memberi pinjaman, akan memimpin bisnis juga bertanggung jawab tertentu pada kekayaan yang ada pada bisnis.

G. Aspek Legalitas

Persyaratan untuk mendirikan CV yaitu harus memiliki minimal dua orang sebagai pendiri dan pemilik, terdiri dari sekutu yang aktif dan pasif. Pendirian CV mensyaratkan bahwa para pendiri juga merupakan Warga Negara Indonesia (WNI) dan perusahaan harus dimiliki oleh pengusaha lokal. Pembuatan CV harus didukung oleh Akta Otentik sebagai bukti legalitas pendirian, yang disusun oleh notaris yang sah di wilayah Republik Indonesia. Penting menyiapkan kerangka

untuk anggaran dasar perusahaan, menjadi pedoman dalam penyusunan akta yang otentik sebagai bukti sah pendirian, antara lain:

- Mempersiapkan data pendirian CV
- Membuat akta pendirian CV di notaris
- Mendapatkan SK Pengesahan CV dari Kemenkumham.
- Mendaftarkan NPWP.
- Mendaftarkan SKT Pajak.
- Mengurus NIB / Nomor Induk Berusaha

