

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

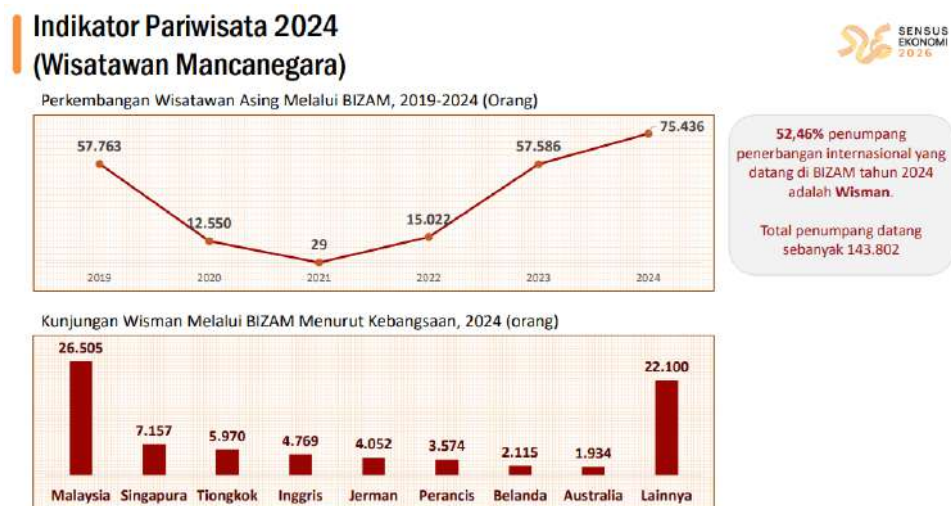
Mengutip dari artikel Detik.com (2024), Wakil Menteri Pariwisata, Ni Luh Puspa menyampaikan bahwa Kemenpar akan tetap melanjutkan program 10 Destinasi Pariwisata Prioritas dan 5 Destinasi Super Prioritas. Salah satu dari 10 Destinasi Pariwisata Prioritas tersebut adalah Mandalika yang berlokasi di Pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat, sehingga Pulau Lombok menjadi salah satu area yang menjadi sasaran wisatawan untuk berlibur.

Pada tahun 2021, Presiden Republik Indonesia yang menjabat saat itu, Presiden Joko Widodo menetapkan Rencana Induk Destinasi Pariwisata Nasional (RIDPN) Lombok - Gili Tramena sebagai dokumen perencanaan terpadu 2020-2044 dengan tujuan mengembangkan destinasi Lombok - Gili Tramena sebagai destinasi pariwisata internasional (Perpres RI No. 84 Tahun 2021).

Pulau Lombok adalah sebuah pulau yang memiliki keindahan alam memukau seperti pantai dengan pasir halus berwarna putih dengan air laut yang jernih, lanskap alam yang masih asri, budaya yang memperlihatkan kehidupan sederhana dan harmonis, dan suasana yang tenang seakan-akan waktu berjalan perlahan. Dengan hal-hal yang telah disebutkan, bahwa Lombok berhasil dinobatkan sebagai destinasi terbaik untuk dikunjungi di tahun 2025 menurut Travel Lemming, sebuah situs pemandu wisata dengan lebih dari sepuluh juta pembaca per tahun dengan komentar menyatakan bahwa Lombok adalah pulau surga dengan wisatawan lebih sedikit dan biaya lebih terjangkau, menawarkan pantai indah, gunung berapi aktif, air terjun deras, dan keramahan penduduk lokal (Travel Lemming, Desember 2024).

Penghargaan tersebut bukan berdasar opini saja, merujuk pada Berita Resmi Statistik yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (2025), terdapat perkembangan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Lombok melalui Bandara Internasional Zainuddin Abdul Majid yang terus bertambah sejak tahun 2021 hingga 2024. Sehingga bila dilihat perkembangan Year-on-Year terdapat kenaikan sebesar 31% dari 57.586 wisatawan menjadi 75.436 wisatawan.

GAMBAR 1
JUMLAH WISMAN MELALUI PINTU BIZAM, SEPTEMBER
2023 - SEPTEMBER 2024



Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Lombok Utara (2024)

Lombok juga memiliki beragam destinasi unggulan lainnya, seperti pulau-pulau kecil di Kabupaten Lombok Utara bernama Gili Trawangan, Gili Meno, dan Gili Air (Gili Tramen) yang terkenal dengan keindahan bawah lautnya, Pantai Senggigi dengan pemandangan matahari terbenam yang menakjubkan, Bukit Selong di Desa Sembalun Lawang dengan pemandangan ladang padi yang memukau, dan *Seven Summit* yang merupakan rute penanjakan menuju puncak dengan puncak Gunung Rinjani yang menjadi salah satu destinasi trekking terbaik di Indonesia. Di sisi lain, di kawasan Sekotong Barat yang terletak di Kabupaten Lombok Barat juga memiliki pesona alam yang tidak kalah indah dengan destinasi

lainnya yang cukup populer di Pulau Lombok, sehingga memiliki suasana yang tenang dan tidak padat pengunjung.

Lombok secara wilayah dibagi menjadi empat kabupaten dan satu kota; Kabupaten Lombok Utara, Kabupaten Lombok Barat, Kota Mataram (Ibu Kota Nusa Tenggara Barat), Kabupaten Lombok Tengah, Kabupaten Lombok Timur. Pada tahun 2024 menurut Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Kabupaten Lombok Barat (2025), terdata kunjungan wisatawan mancanegara yang berwisata di Kabupaten Lombok Barat dengan klasifikasi negara asal wisatawan sebagai berikut:

TABEL 1
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DI
KABUPATEN LOMBOK BARAT

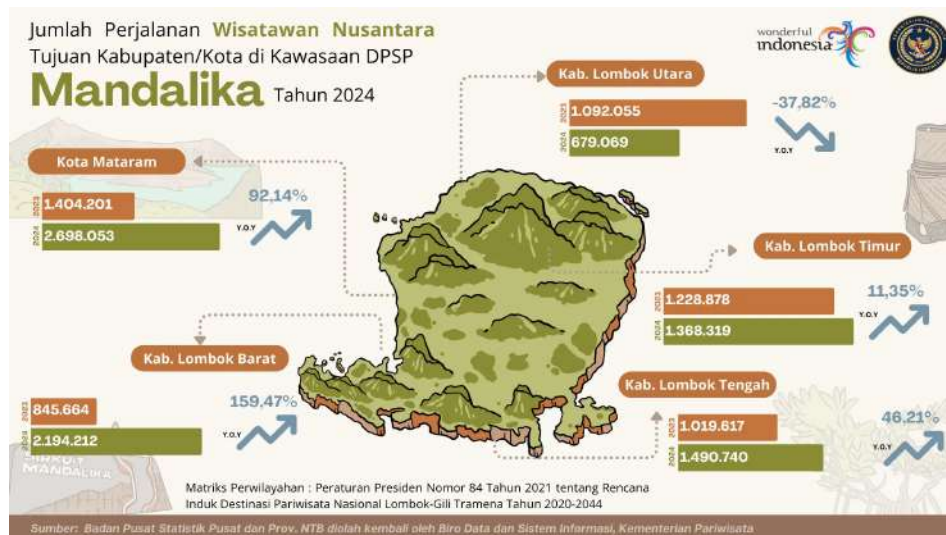
BULAN	JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN	TAHUN N (2024)							JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN
		TUJUAN BERWISATA			KEBANGSAAN				
		BISNIS	BERLIBUR	PRIBADI	AMERIKA	EROPA	ASIA TENGGARA	ASIA PASIFIK	
JANUARI	13.245		13.245		776	4.184	1.530	6.755	13.245
FEBRUARI	12.184		12.184		659	5.039	2.366	4.120	12.184
MARET	10.939		10.939		1.039	5.715	1.338	2.847	10.939
APRIL	13.458		13.458		818	6.941	1.419	4.280	13.458
MEI	15.332		15.332		454	8.907	1.507	4.464	15.332
JUNI	10.926		10.926		572	6.062	1.286	3.006	10.926
JULI	31.296		31.296		1.595	17.702	2.574	9.425	31.296
AGUSTUS	38.908		38.908		887	26.656	1.795	9.580	38.908
SEPTEMBER	21.817		21.817		700	12.019	1.611	7.487	21.817
OKTOBER	12.011		12.011		292	5.290	1.028	4.401	12.011
NOPEMBER	11.812		11.812		817	5.665	1.649	3.681	11.812
DESEMBER	12.664		12.664		900	5.492	1.676	4.596	12.664
JUMLAH	204.592		204.592		9.509	110.672	19.769	64.642	204.592

Sumber Data: Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat

Sumber: PPID Kabupaten Lombok Barat (2025)

Merujuk pada data di atas dapat diketahui bahwa dari total kunjungan wisatawan mancanegara (Wisman) ke Lombok Barat sebanyak 204.592 wisatawan dengan tujuan utama mereka berkunjung adalah berlibur. Mayoritas wisatawan datang dari negara Eropa dan diikuti oleh negara dari Asia Pasifik.

GAMBAR 2
JUMLAH PERJALANAN WISATAWAN NUSANTARA
MENURUT TUJUAN KABUPATEN/KOTA DI KAWASAN DPSP
MANDALIKA TAHUN 2024



Sumber: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2025)

Dari data tersebut, dapat dilihat juga kunjungan wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan ke Kabupaten Lombok Barat meningkat sebanyak 159,47% di tahun 2024 dari tahun 2023.

Sekotong Barat dikenal dengan kumpulan pulau kecil atau biasa disebut dengan gili yang memiliki pemandangan bawah laut dengan kealamian yang masih terjaga, air laut yang jernih, dan suasana yang lebih tenang dibandingkan dengan Gili Tramen. Destinasi di wilayah Sekotong Barat menawarkan 12 Gili yang masih menjadi rahasia yang sering disebut sebagai The Secret Gilis. Secret Gilis tersebut meliputi Gili Kedis, Gili Nanggu, Gili Sudak, Gili Tangkong, Gili Poh, Gili Genting, Gili Lontar, Gili Gede, Gili Asahan, Gili Layar, Gili Goleng, dan Gili Rengit meskipun beberapa di antaranya mulai dikenal luas seperti Gili Gede, Gili Asahan, Gili Kedis, dan Gili Nanggu (RRI.co.id, 2024).

Dalam melakukan perjalanan wisatanya, sudah terdapat beberapa perusahaan jasa transportasi wisata yang menawarkan paket perjalanan wisata *hopping island*. *Hopping island* adalah kegiatan wisata mengelilingi atau menjelajahi pulau-pulau yang berdekatan (kemenparekraf.go.id,

2023). Kegiatan *hopping island* dilakukan menggunakan perahu kayu, berbeda dibandingkan yang ada di Gili Tramena dengan perahu *glass-bottom*-nya di mana perahu yang digunakan tidak memiliki fitur “*glass-bottom*”, dan perjalanan dimulai dari pantai yang ada di Sekotong Barat seperti Pelabuhan Tawun. Persamaan yang dimiliki oleh perahu yang ada di Gili Tramena dengan yang ada di *Secret Gilis* adalah kedua perahu tersebut menggunakan mesin perahu berbahan bakar minyak atau benzene.

GAMBAR 3
TAMPAK LUAR DAN DALAM DARI *GLASS-BOTTOM BOAT*
DI GILI TRAMENA



Sumber: myguidelombokandgilis.com

GAMBAR 4
TAMPAK LUAR DAN DALAM PERAHU *HOPPING ISLAND*
SECRET GILIS



Sumber: @detriip_travel from Instagram dan ophiziadah.com

Dalam industri pariwisata global, inovasi dalam transportasi wisata semakin berkembang seiring meningkatnya permintaan akan pengalaman unik dan berkelanjutan. Salah satu contoh sukses dari konsep ini adalah Enva Tours di Meksiko yang mulai beroperasi sejak tahun 2019, yang menawarkan pengalaman wisata dengan perahu *glass-bottom boat* atau perahu dengan badan transparan. Produk utamanya adalah menjelajahi lautan dengan perahu transparan dan menikmati keindahan dari atas kapal tanpa perlu menyelam. Perusahaan ini beroperasi di destinasi wisata bahari terkenal seperti Cancun dan Cozumel, yang memiliki karakteristik lingkungan mirip dengan kawasan Sekotong di Lombok.

Keberhasilan Enva Tours dalam menghadirkan pengalaman wisata yang memungkinkan wisatawan menikmati keindahan bawah laut tanpa harus menyelam menunjukkan adanya potensi besar untuk diterapkan di Indonesia, khususnya di Sekotong yang memiliki ekosistem laut yang masih alami dan belum terlalu ramai seperti wisata massal di Gili Tramena.

GAMBAR 5
PERAHU *CLEAR-BOAT* ENVA TOURS

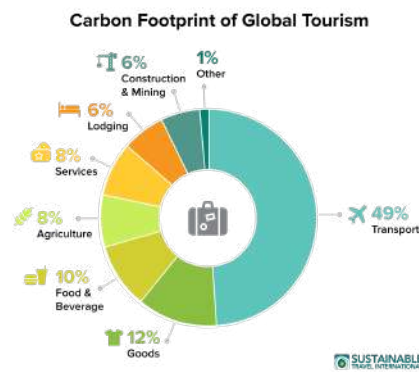


Sumber: envatours.com

Pariwisata membawa kebahagiaan kepada wisatawan yang melakukan perjalanan wisata dan para pelaku usaha yang bergerak di dalamnya. Sayangnya juga membawa kekhawatiran akan dampak jangka panjang untuk masa depan. Pariwisata menyumbang emisi karbon sebesar 8% dari

total emisi gas rumah kaca di dunia (Lenzen et al., 2018) dengan transportasi berkontribusi sebanyak 49%

GAMBAR 6
CARBON FOOTPRINT OF GLOBAL TOURISM



Sumber: Lenzen et al., 2018, Pengolahan <https://sustainabletravel.org/>

United Nations menyatakan emisi karbon menyebabkan panas matahari yang tertahan, mengakibatkan temperatur bumi semakin panas dengan dampak seperti kekeringan berkepanjangan, kelangkaan air, kebakaran, permukaan air laut semakin naik, banjir, mencairnya es kutub, badai dahsyat, dan menurunnya keanekaragaman hayati. Dalam konteks wisata bahari, terdapat ancaman pemutihan karang yang diakibatkan oleh kenaikan suhu (Shlesinger & van Woesik, 2023:8). Diketahui juga terdapat ancaman *Annual Severe Bleaching* atau pemutihan parah tahunan dengan subjek ekosistem karang Gili Tramena di tahun 2026 akibat perubahan iklim (De Clippele et al., 2023).

Ancaman efek pemanasan global yang terjadi mengubah perilaku wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Hasil angket dalam *Sustainable Travel Report* yang dilakukan oleh Booking.com pada tahun 2024 (Stefi, 2024), dengan kesimpulan bahwa 75% wisatawan memiliki keinginan untuk berwisata *more sustainable* atau berkelanjutan. Pemerintah Indonesia sendiri sudah memulai sebuah program bernama WISE Trip atau Wonderful Indonesia Sustainable Experience Trip, menawarkan 25 paket wisata yang dibagi menjadi 5 tema wisata minat

khusus seperti petualangan & ekowisata (*adventure & eco-tourism*), gastronomi (*gastronomy*), kebugaran (*wellness*), warisan budaya (*heritage*), dan wisata bahari (*marine*).

GAMBAR 7
WISE TRIP



Sumber: Instagram @kemenpar.ri

Melihat peluang dan isu-isu tersebut, penulis memiliki keinginan untuk membuat perencanaan bisnis “Gili Blue Crystal” sebagai perusahaan transportasi pariwisata bahari ramah lingkungan yang melayani wisatawan melakukan penyeberangan dan *hopping island* rute Sekotong - Gili Nanggu - Gili Sudak - Gili Kedis - Sekotong untuk merasakan pengalaman berwisata yang menyenangkan dan sadar lingkungan.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Gili Blue Crystal adalah perusahaan jasa transportasi wisata perahu yang melayani penyeberangan dan *hopping island* dengan rute perjalanan Dermaga Tawun- Gili Nanggu - Gili Sudak - Gili Kedis - Dermaga Tawun, dan rute lainnya seputar *Secret Gilis*. Selain menawarkan pengalaman penjelajahan pulau yang bersuasana tenang jauh dari keramaian, fitur utama yang ditawarkan Gili Blue Crystal

adalah menggunakan perahu yang 100% transparan menciptakan pengalaman *glass-bottom boat* yang sesungguhnya. Mengingat perusahaan ini sangat bergantung kepada keindahan alam yang asri, perahu kami menggunakan *electric outboard* atau mesin perahu bertenaga listrik sehingga ramah lingkungan dan tidak mencemari udara dari emisi karbon yang dihasilkan oleh *outboard* konvensional.

2. Deskripsi Logo dan Nama

GAMBAR 8
LOGO GILI BLUE CRYSTAL



Sumber: Hasil karya penulis (2025)

Logo dari Gili Blue Crystal yang didesain oleh penulis memiliki arti pada bagiannya masing-masing, antara lain:

- a. Tulisan “Gili Blue Crystal” sebagai nama perusahaan jasa sarana pariwisata

Tulisan Gili Blue Crystal yang menjadi penanda nama perusahaan terbagi menjadi 3 bagian, “Gili” dan “Blue” dan “Crystal”. Kata “Gili” sebagai penanda lokasi beroperasi perusahaan yaitu area kumpulan pulau-pulau kecil saling berdekatan yang disebut dengan Gili. Kata “Blue” melambangkan warna perairan laut yang biru dan indah. Dan kata “Crystal” melambangkan perairan laut Gili yang bersih dan indah seperti kristal. Sehingga “Gili Blue Crystal” memiliki arti penuh berupa “Laut kepulauan Gili yang jernih dan indah bagai kristal biru”.

- b. Slogan “*Sail So Free, Clear as The Sea*” sebagai jargon perusahaan

Dengan motivasi dari makna penuh pada nama perusahaan, Gili Blue Crystal memilih slogan tersebut yang melambangkan produk dari perusahaan yaitu perahu 100% transparan, sejernih laut itu sendiri, membuat wisatawan mampu melihat keindahan alam Lombok tanpa terhalang apapun sehingga terasa “bebas”.

c. Warna Biru dan Kuning

Warna biru pada logo dipilih oleh penulis karena sesuai dengan warna biru pada laut. Warna biru juga melambangkan ketenangan dan kedamaian, sama seperti suasana yang ada pada Gili Nanggu, Gili Sudak, Gili Kedis, dan Gili lainnya dalam kawasan *Secret Gilis*. Warna kuning, selain sebagai warna komplementer untuk menyoroti nama karena warnanya yang kontras, juga memiliki arti kebahagiaan dan optimisme. Kedua warna ini memiliki makna yang sesuai dengan suasana dan perasaan yang ingin diciptakan oleh Gili Blue Crystal.

d. Simbol Kristal

Gambar kristal pada logo selain mengikuti nama dari perusahaan, juga melambangkan produk dari Gili Blue Crystal yaitu perahu 100% transparan yang kokoh, bagaikan batu kristal yang jernih dan kuat.

3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan : PT. GILI MUTIARA NUSANTARA

Bidang Usaha : Aktivitas Wisata Air (Kode KBLI 93246)

Alamat Pelabuhan : Dermaga Tawun, Jl. Raya Sekotong, Sekotong

Barat, Kec. Sekotong, Kabupaten Lombok Barat,

Nusa Tenggara Barat 83365

Alamat Email : bluecrystal.gili@gmail.com

Media Sosial : @bluecrystal.gili (Instagram dan TikTok)

Website : bluecrystal.gili.com

C. Visi dan Misi

Visi

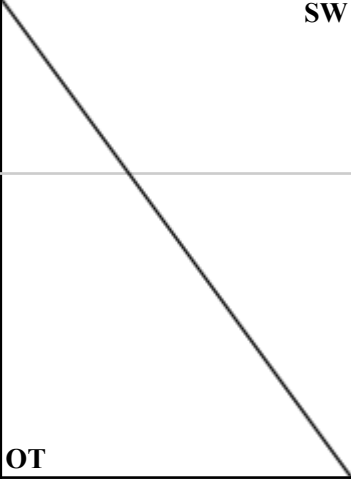
Menjadi perusahaan perahu wisata terbaik yang menghadirkan pengalaman berwisata yang inovatif, eksklusif, dan mengedepankan wisata ramah lingkungan di Bumi Gora, Lombok.

Misi

1. Menyediakan pengalaman wisata premium dengan perahu 100% transparan untuk menikmati keindahan bawah laut tanpa harus menyelam.
2. Menjaga kelestarian lingkungan dengan menggunakan *electric outboard* yang bebas emisi dan menerapkan prinsip ekowisata berkelanjutan.
3. Mengembangkan pariwisata eksklusif di *Secret Gilis* dengan layanan *hopping island* yang nyaman dan jauh dari keramaian.
4. Memberdayakan komunitas lokal melalui kemitraan dengan pelaku wisata dan penciptaan lapangan kerja.
5. Menjaga keselamatan dan kenyamanan wisatawan dengan standar operasional tinggi serta teknologi transportasi modern.

D. SWOT Analysis

TABEL 2
ANALISIS SWOT

	SW	STRENGTH	WEAKNESS
		• Perahu Transparan Pertama di Indonesia • Minim emisi karbon dan suara • Digital Marketing • Destinasi <i>underrated</i>, tenang, jauh dari keramaian • Kerja sama dengan Biro Perjalanan Wisata, Hotel, dan Komunitas Lokal	• Investasi awal yang tinggi • Destinasi <i>under-exposed</i> • <i>Brand Awareness</i> yang masih rendah
OT	OPPORTUNITY	S/O STRATEGIES	W/O STRATEGIES
	• Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan • Belum ada yang memiliki konsep produk serupa • Pemberdayaan masyarakat lokal dengan tetap menjaga profesionalitas • Dukungan pemerintah dalam pengembangan pariwisata wilayah Sekotong	• Melakukan <i>digital promotion</i> secara terpadu • Kolaborasi dengan <i>marketplace</i> dan <i>travel influencer</i>	• Kampanye promosi untuk meningkatkan <i>brand awareness</i> • Pengembangan sistem pemesanan/<i>booking</i> mandiri
	THREAT	S/T STRATEGIES	W/T STRATEGIES
	• Kompetisi dengan supplier konvensional lainnya • Fluktuasi jumlah pengunjung <i>High/ low season</i> • Terjadinya pandemi, bencana alam, dan <i>force majeure</i> lainnya	• Penetapan harga kompetitif • Fleksibilitas layanan <i>schedule</i>	Kampanye edukasi pasar terkait <i>brand</i> dan <i>product</i>

Sumber: Pengolahan Penulis (2025)

1. *Strengths*

a. Perahu Transparan Pertama di Indonesia

Menjadi pelopor inovasi transportasi wisata dengan perahu transparan memberikan keunggulan kompetitif dan nilai jual unik yang kuat.

b. Minim emisi karbon dan suara

Teknologi kapal berbasis listrik ramah lingkungan sejalan dengan tren pariwisata yang lebih sadar lingkungan, menarik wisatawan yang peduli terhadap lingkungan.

c. Digital Marketing

Penggunaan strategi seperti SEO (*Search Engine Optimization*) pada situs resmi, strategi kampanye media sosial, dan *content marketing* memperluas jangkauan promosi.

d. Destinasi *underrated*, tenang, jauh dari keramaian

Wilayah Sekotong dikenal dengan pantai yang belum ramai wisatawan, memberi pengalaman eksklusif dan menenangkan kepada pengunjung.

e. Kerja sama dengan Biro Perjalanan Wisata, Hotel, dan Komunitas Lokal

Gili Blue Crystal akan bekerja sama dengan biro perjalanan wisata, hotel, dan resort sebagai salah satu channel untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mempekerjakan masyarakat lokal.

2. *Weaknesses*

a. Investasi awal yang tinggi

Investasi pengadaan perahu transparan dan mesin perahu bertenaga listrik memerlukan biaya modal yang cukup tinggi di awal. Biaya ini membuat posisi harga produk menjadi lebih tinggi dari pesaing.

b. Destinasi *under-exposed*

Wisata di Sekotong Barat belum sepopuler Gili Trawangan dengan jenis wisata yang serupa, sehingga membutuhkan usaha ekstra untuk promosi dan penetrasi pasar.

c. *Brand Awareness* yang masih rendah

Sebagai perusahaan baru yang memiliki jenis wisata serupa namun memiliki inovasi produk baru, membutuhkan strategi pengenalan produk dan branding yang kuat untuk dapat dikenal oleh pasar.

3. *Opportunities*

a. Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan

Dengan mendapatkan peringkat 1 oleh Travel Lemming dan dukungan pemerintah melalui program Destinasi Pariwisata Prioritas, terlebih tren kenaikan kunjungan wisata di Lombok Barat, terdapat potensi kenaikan jumlah wisatawan yang berkunjung meningkatkan jumlah calon konsumen dari produk Gili Blue Crystal.

b. Belum ada yang memiliki konsep produk serupa

Belum ada pesaing yang menggunakan perahu transparan bersamaan dengan mesin perahu bertenaga listrik, membuka kesempatan untuk menjadi top-of-mind di jenis wisata ini.

c. Pemberdayaan masyarakat lokal dengan tetap menjaga profesionalitas

kolaborasi dengan masyarakat sekitar terkhususnya di Sekotong Barat dapat memperkuat citra perusahaan sebagai perusahaan yang sustainable, tidak hanya dari sisi alam tapi juga secara sosial dan ekonomi.

d. Dukungan pemerintah dalam pengembangan pariwisata wilayah Sekotong

Intervensi pemerintah dalam promosi pariwisata di Lombok akan memberi nilai tambah bagi perkembangan usaha dan meningkatkan penjualan.

4. *Threats*

a. Kompetisi dengan supplier konvensional lainnya

Bisnis perahu konvensional memiliki biaya operasional yang lebih rendah, memiliki pengalaman beroperasi yang lebih lama dan telah menguasai pasar wisata lokal maupun asing.

b. Fluktuasi jumlah pengunjung *High/ low season*

Kunjungan wisata musiman dalam satu periode per tahun menimbulkan tantangan dalam pencapaian target, pengelolaan keuangan dan operasional.

- c. Terjadinya pandemi, bencana alam, dan *force majeure* lainnya
Ketidakpastian seperti cuaca yang buruk, bencana alam dan pandemi dapat menghambat aktivitas bisnis secara tiba-tiba.

5. S-O Strategies

- a. Melakukan *digital promotion* secara terpadu
Memaksimalkan kekuatan digital marketing dan menonjolkan keunikan kapal transparan untuk meningkatkan visibilitas destinasi di pasar wisata alam dan eksklusif.
- b. Kolaborasi dengan *marketplace* dan *travel influencer*
Menjalin kemitraan dengan Marketplace seperti Klook, Tripadvisor, dan Traveloka Experience untuk menjangkau pasar digital, serta berkolaborasi dengan travel influencer untuk memperluas kanal distribusi dan pengaruh pemasaran global.

6. W-O Strategies

- a. Kampanye promosi untuk meningkatkan *brand awareness*
Meluncurkan kampanye pemasaran yang menekankan cerita keunikan produk dan daya tarik wisata di Sekotong Barat.
- b. Pengembangan sistem pemesanan/*booking* mandiri.
Membangun sebuah platform reservasi langsung (*direct booking*) untuk mengurangi ketergantungan terhadap platform pihak ketiga.

7. S-T Strategies

- a. Penetapan harga kompetitif
Menawarkan harga yang kompetitif dengan tetap menjaga kesan eksklusif untuk menarik pasar dari bisnis perahu konvensional serupa.
- b. Fleksibilitas layanan jadwal
Menyediakan kebijakan reschedule dan cancellation yang fleksibel untuk menghadapi risiko cuaca atau ketidakpastian lainnya.

8. S-O Strategies

Kampanye edukasi pasar terkait *brand* dan *product*

Mengedukasi wisatawan tentang nilai tambah pengalaman menggunakan kapal transparan melalui *storytelling* secara visual dan testimoni pelanggan *early adopter*.

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Gili Blue Crystal menawarkan dua produk utama, antara lain sebagai berikut:

1. *Secret Islands Public Boat Trip*, perjalanan wisata bersama dalam satu perahu untuk semua wisatawan yang membeli tiket perorangan dengan rute Dermaga Tawun - Gili Nanggu - Gili Tangkong - Gili Kedis - Dermaga Tawun. Termasuk di dalamnya perlengkapan snorkeling, *snorkeling instructor*, dan dokumentasi dengan *action camera*

2. *Private Hopping Island Trip*

Paket perjalanan *Hopping Island* eksklusif dimulai dari 2 (dua) orang hingga 10 (sepuluh) wisatawan. Termasuk di dalamnya perlengkapan snorkeling, *snorkeling instructor*, dan dokumentasi dengan *action camera*. Dengan rute yang berbeda per paketnya:

- a. Dermaga Tawun- Gili Nanggu - Gili Sudak - Gili Kedis - Dermaga Tawun
- b. Dermaga Tawun - Gili Layar - Gili Renggit - Gili Gede - Dermaga Tawun
- c. Dermaga Tawun - Gili Layar - Gili Renggit - Gili Nanggu - Gili Tangkong - Gili Kedis - Dermaga Tawun

F. Jenis/ Badan Usaha

Gili Blue Crystal berbadan usaha dengan jenis Perseroan Perorangan (PTP), sebuah badan usaha yang berbadan hukum yang dapat didirikan oleh 1 (satu) orang cakap hukum, tanpa batas minimum modal atau dengan kata lain besar modal ditentukan oleh pendiri perusahaan, serta memenuhi kriteria usaha mikro dan kecil.

Gili Blue Crystal termasuk ke dalam usaha kecil , sesuai dengan kriteria yang diatur dalam Peraturan Perundang-undangan (PP) No. 7 tahun 2021, antara lain:

1. Modal usaha yang dimiliki oleh perusahaan lebih dari Rp 1,000,000,000 (satu miliar rupiah) hingga paling banyak sebesar Rp 5,000,000,000 (lima miliar rupiah) dengan tidak termasuk dengan tanah dan bangunan tempat beroperasi, atau
2. Hasil penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan lebih dari Rp 2,000,000,000 (2 miliar rupiah) hingga paling banyak sebesar Rp 15,000,000,000 (lima belas miliar rupiah).

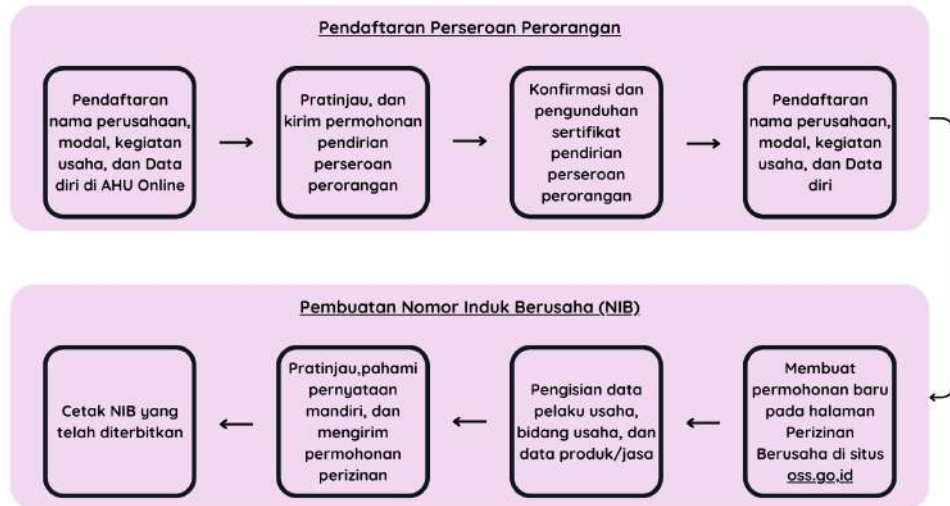
Terdapat keunggulan dengan mendirikan perusahaan berbadan usaha Perseroan Perorangan, di antaranya pendirian perusahaan tidak perlu menggunakan akta notaris dan cukup mengumpulkan Pernyataan Pendirian secara *online* melalui situs web AHU Online oleh Kemenkumham, tanggung jawab keuangan perseroan terpisah dengan harta pribadi, permodalan yang lebih mudah diperoleh baik melalui pinjaman bank maupun investor karena telah berbadan hukum, dan diberikan keringanan biaya Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP).

G. Aspek Legalitas

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa pendirian PTP dapat dilakukan tanpa notaris dan didaftarkan melalui *website* AHU Online <https://ahu.go.id> dengan biaya sebesar Rp 50,000 sebagai PNBP. Sesuai dengan PP no. 8 tahun 2021 tentang Modal Dasar Perseroan Serta Pendaftaran Pendirian, Perubahan, dan Pembubaran Perseroan yang Memenuhi Kriteria Untuk Usaha Mikro dan Kecil, pendiri perseroan perlu membuat Pernyataan Pendirian dengan hal-hal yang perlu disiapkan, antara lain; Nama perusahaan yang belum digunakan (dapat diperiksa melalui laman situs AHU Online), bidang usaha sesuai Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) yang dapat diperiksa di <https://oss.go.id/informasi/kbli-berbasis-risiko>, modal usaha, alamat usaha, dan data pemilik berupa data KTP dan NPWP. setelah surat Pernyataan

pendirian telah disusun, langkah administratif lainnya dilanjutkan sebagai berikut:

GAMBAR 9
PROSEDUR PENDIRIAN PERSEROAN PERORANGAN



Sumber: Pengolahan Penulis (2024)

Berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2020, Gili Blue Crystal adalah termasuk kedalam kelompok usaha dengan klasifikasi kode 93246, yaitu Aktivitas Wisata Air.

GAMBAR 10

URAIAN AKTIVITAS WISATA AIR

KBLI 2020
93246

Aktivitas Wisata Air

URAIAN

Kelompok ini mencakup suatu usaha pengelolaan untuk mengadakan berbagai aktivitas wisata air seperti selancar angin, paralayar (parasailing) dan motor air (jet ski), perahu motor (motor boating) pelayaran (sailing), selancar ombak (surfing), rakit (rafting), kano (canoeing), kayak (kayaking), perahu tradisional/naga (traditional/dragon boat race), berpetualang dengan perahu/kapal (boating adventures), pelatihan petualangan berlayar (sail training adventures), kapal selam wisata (submarine experience) dan flying board sebagai usaha pokok di suatu kawasan tertentu dan dapat dilengkapi dengan penyediaan berbagai jenis fasilitas termasuk jasa pelayanan makan dan minum serta akomodasi dan berbagai fasilitas pendukung lainnya.

RUANG LINGKUP

Aktivitas wisata air, wisata selancar dayung, dan wisata tirta lainnya ▼

Wisata dayung ▼

Sumber: <https://oss.go.id>

Dengan ruang lingkup aktivitas wisata air, wisata selancar dayung, dan wisata tirta lainnya, diketahui bahwa Gili Blue Crystal adalah perseroan berisiko menengah tinggi, sehingga perlu memenuhi persyaratan untuk mengajukan Surat Pernyataan Kesanggupan Pengelolaan dan Pemantauan Lingkungan Hidup (SPPL) kepada Dinas Lingkungan Hidup tempat perusahaan didirikan tanpa dipungut biaya apapun. Selain itu, juga diwajibkan untuk mengajukan Sertifikat Standar Usaha yang dapat diajukan secara *online* di laman situs <https://oss.go.id> pada laman “Pemenuhan Persyaratan”