

DESKRIPSI BISNIS



BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Kerusakan lingkungan merupakan salah satu isu sensitif di Indonesia sebagai dampak negatif dari perkembangan sektor pariwisata. Semakin terbatasnya ketersediaan sumber daya alam, peningkatan polusi serta perubahan fisik merupakan 3 (tiga) dampak negatif yang paling mudah ditemui di lingkungan wisata (Sumber: United Nations Environment Programme (UNEP), 2011). Jawa Barat yang menempati urutan kedua sebagai destinasi wisata yang menerima kunjungan wisatawan tertinggi di Indonesia turut merasakan dampak ini (Sumber: BPS, 2018).

Tercatat sebanyak 65 juta wisatawan berkunjung ke Jawa Barat pada tahun 2018. Sebanyak 67,14 persen dari wisatawan tersebut cenderung memiliki preferensi untuk menggunakan kendaraan pribadi/sewa, dibandingkan dengan memanfaatkan layanan transportasi publik (Sumber: BPS, 2018). Akibatnya, kemacetan yang menjalar di sepanjang jalan raya merupakan pemandangan rutin yang dapat ditemui di beberapa titik di Jawa Barat. Bahkan, Bandung sebagai Ibu Kota Jawa Barat menempati posisi sebagai kota dengan kemacetan terburuk di Indonesia (Sumber: Asian Development Bank, 2019). Hal tersebut merupakan catatan buruk bagi Jawa Barat. Berdasarkan catatan Enerdata, penggunaan transportasi menyumbang 28 persen dari total emisi karbon akibat penggunaan energi di Indonesia sepanjang tahun 2018 (Sumber: Climate Transparency, 2019). Produksi emisi karbon yang berlebihan akan memicu peningkatan suhu global yang mengancam kelestarian sumber daya alam di sekitar lokasi wisata (Sumber: World Wide Fund for Nature, 2015).

Kasus lainnya yang sering terjadi di lingkungan wisata adalah produksi sampah yang berlebihan. Hasil kajian United Nations Environment Programme (UNEP) menunjukkan bahwa secara rata-rata, setiap wisatawan memproduksi sampah 6 (enam) kali lebih besar saat menikmati liburan (Sumber: WWF, 2015). Di Indonesia, rata-rata wisatawan memproduksi sampah 1,1 kilogram per harinya di tempat wisata (Sumber: Sapta, 2019). Kasus-kasus tersebut menggambarkan bahwa pihak yang paling dirugikan dari dampak negatif pariwisata adalah masyarakat sekitar yang tinggal berdekatan dengan lokasi wisata.

Berbagai kerusakan lingkungan yang terjadi beberapa tahun terakhir akhirnya mengundang masyarakat Indonesia untuk beralih ke tren gaya hidup yang baru dengan meningkatkan kesadaran akan kelestarian lingkungan (Sumber: inventure.id, 2019). Untuk melakukan validasi terhadap tren ini, beberapa perusahaan dan organisasi besar melakukan survei untuk mengetahui persepsi masyarakat, khususnya wisatawan. Hasil survei menunjukkan bahwa 77 persen wisatawan Indonesia yakin bahwa setiap wisatawan harus mewujudkan kegiatan wisata yang ramah lingkungan guna merawat bumi untuk generasi yang akan datang. Pada akhirnya, sebesar 63 persen konsumen di Indonesia bersedia mengeluarkan nominal dana lebih besar untuk menikmati produk yang ramah lingkungan. Mayoritas konsumen melakukan hal tersebut karena merasa memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan atas pola konsumsi harian mereka serta merasa puas karena telah menyumbang kontribusi yang positif dalam melestarikan lingkungan (Sumber: Booking.com, 2019; WWF, 2017).

Pada sektor pariwisata, terdapat dua jenis aktivitas yang pada pelaksanaannya memiliki prinsip untuk meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan, yaitu aktivitas ekowisata dan petualangan (Sumber: Duffy, 2002; ATTA, 2018). Di Indonesia, kedua aktivitas wisata ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat selama 3 (tiga) tahun sejak tahun 2016 hingga 2018. Tercatat lebih dari 12 juta wisatawan Indonesia yang berminat terhadap aktivitas ekowisata dan petualangan, dimana 32 persennya menikmati kegiatan tersebut di Jawa Barat (Sumber: BPS, 2016; BPS 2018). Wilayah Jawa Barat memiliki kondisi alam berupa dataran tinggi dan dataran rendah yang banyak ditumbuhi hutan lindung, hutan produksi dan hutan konservasi dengan luas area mencapai 22 persen dari total luas wilayah Jawa Barat (Sumber: jabarprov.go.id, t.thn). Kondisi topografi yang sangat kompleks ini menjadikan Jawa Barat sebagai wilayah potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi ekowisata dan petualangan.

Berdasarkan berbagai pemaparan diatas, Ecoventure Nusantara hadir dan bergabung sebagai agen perubahan untuk menciptakan aktivitas wisata yang lebih bijak dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Ecoventure Nusantara hadir dengan misi besar untuk mengembangkan potensi sumber daya alam di Jawa Barat menjadi aktivitas rekreasi berbasis ekowisata dan petualangan yang menguntungkan bagi alam, perusahaan, masyarakat lokal, wisatawan, mitra kerja dan seluruh *stakeholder* yang terlibat dalam operasional perusahaan.



B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis Ecoventure Nusantara

Ecoventure Nusantara merupakan penyedia program rekreasi ekowisata dan petualangan yang berkomitmen untuk mewujudkan aktivitas wisata yang bijak dan bertanggung jawab terhadap lingkungan. Produk rekreasi yang ditawarkan dikemas dengan memadukan konsep *exploring* (eksplorasi), *earthing* (membumi), dan *relaxing* (relaksasi). Bersama seluruh *stakeholder*, Ecoventure Nusantara hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat Indonesia untuk berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan alam, khususnya di lingkungan wisata.



Gambar 1.1 Program *Exploring, Earthing, Relaxing*

2. Deskripsi Nama dan Logo

Nama



Eco

Kata “eco” merupakan akronim dari “eco tourism/ekowisata”. Pemilihan kata ini bertujuan untuk memperkenalkan jati diri Ecoventure Nusantara sebagai perusahaan penyedia aktivitas rekreasi ekowisata yang bertanggung jawab penuh terhadap lingkungan.



Venture

Kata “venture” merupakan akronim dari “adventure/petualangan”. Pemilihan kata ini bertujuan untuk memperkenalkan jati diri Ecoventure Nusantara sebagai perusahaan penyedia aktivitas rekreasi yang menawarkan aktivitas petualangan berbasis kepedulian terhadap kelestarian lingkungan.



Nusantara

Kata “nusantara” merupakan gambaran jati diri serta kebanggaan Ecoventure Nusantara sebagai perusahaan penyedia aktivitas rekreasi terbaik karya anak bangsa.

Gambar 1.2 Deskripsi Nama Ecoventure Nusantara

Logo



Gambar 1.3 Deskripsi Logo Ecoventure Nusantara

3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan	: CV. Ecoventure Nusantara
Bentuk Badan Usaha	: Persekutuan Komanditer (CV)
Tahun Berdiri	: 2020
Alamat	: Jalan Ir. H. Juanda No. 84, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat.
Email	: info@ecoventure-nusantara.com
Website Perusahaan	: www.ecoventure-nusantara.com
Bidang Usaha	: Penyedia Aktivitas Hiburan dan Rekreasi
Jenis Produk	: Program Aktivitas Ekowisata dan Petualangan

C. Visi dan Misi

Visi

Menjadi pilihan nomor satu bagi masyarakat Indonesia sebagai penyedia aktivitas rekreasi ekowisata dan petualangan yang berkomitmen terhadap kelestarian lingkungan.

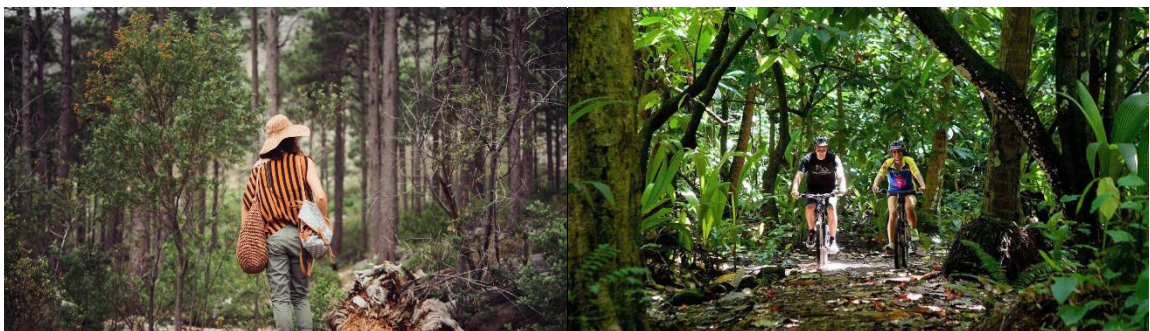
Misi

1. Membangun tim dan menjalin kerja sama dengan *resort*, pengelola desa wisata dan atraksi, konsultan kegiatan ekowisata dan petualangan serta seluruh *stake holder* terkait untuk merancang dan terus menciptakan inovasi program ekowisata dan petualangan bagi masyarakat Indonesia.
2. Memberikan pengalaman rekreasi petualangan yang atraktif, interaktif, partisipatif dan tak terlupakan.
3. Memberdayakan masyarakat lokal serta ikut serta dalam pelestarian alam dan budaya sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan.

D. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Ecoventure Nusantara merupakan penyedia aktivitas hiburan dan rekreasi yang fokus untuk menciptakan program-program inovatif, khususnya pada bidang aktivitas ekowisata dan petualangan. Program yang akan dirancang setidaknya akan mencakup 3 (tiga) konsep, yaitu sebagai berikut :

Exploring (Eksplorasi)



Gambar 1.4 Gambaran Produk *Exploring*

Program *exploring* (eksplorasi) akan membawa wisatawan untuk menjelajah dan menemukan hal-hal baru di alam. Program ini dipandu oleh seorang *Guest Facilitator* yang menjelaskan peraturan, menyiapkan alat dan kebutuhan P3K serta bertanggungjawab terhadap keamanan pengunjung.

Dalam program ini, pengunjung akan menyusuri jalur persawahan, sungai, hutan, menyeberangi jembatan kayu dan berakhir menikmati keindahan dan kesejukan air terjun.

Earthing (Membumi)

Program *earthing* (membumi) akan membawa wisatawan untuk kembali membumi, mensyukuri nikmat Tuhan dan memahami nilai kehidupan. Program ini mengajak wisatawan untuk berkomitmen dalam menjaga alam, melestarikan kebudayaan serta menciptakan lingkungan hidup yang sehat.



Gambar 1.5 Gambaran Produk *Earthing*

Relaxing (Relaksasi)



Gambar 1.6 Gambaran Produk *Relaxing*

“*Men sana in corpore sano*”: Ecoventure Nusantara sepenuhnya meyakini bahwa di dalam tubuh wisatawan yang bugar, tertanam jiwa yang sehat. Kegiatan petualangan yang dilakukan selama sehari penuh akan menyita cukup banyak energi dan mengaktifkan banyak otot untuk bergerak. Program *relaxing* (relaksasi) dirancang bagi wisatawan untuk memulihkan tubuh dan mengurangi kelelahan pasca kegiatan yang cukup aktif.



E. Badan Usaha

Ecoventure Nusantara merupakan perusahaan dengan badan usaha berbentuk Persekutuan Komanditer (CV). Pemilihan bentuk badan usaha ini merupakan keputusan dari pertimbangan sebagai berikut :

a. Tidak Ada Batas Minimum Modal

Modal seringkali menjadi hambatan dalam langkah awal mendirikan bisnis yang legal. Badan usaha berupa Persekutuan Komanditer (CV) memiliki keunggulan dimana tidak memiliki syarat khusus berupa modal minimum yang harus disetorkan untuk dapat berdiri dan beroperasi sebagai perusahaan yang sah secara hukum. Dengan demikian, bentuk badan usaha ini cocok untuk dipilih oleh bisnis dengan level mikro, kecil dan menengah (Sumber: izin.co.id, 2017).

b. Efisiensi Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan serta perubahan akta pada perusahaan dengan badan usaha Persekutuan Komanditer (CV) dapat dilakukan dengan lebih cepat dan efisien, tanpa melalui serangkaian rapat yang rumit dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemegang saham. Dengan demikian, eksekusi dari berbagai keputusan dapat segera dilaksanakan agar kepentingan perusahaan dapat terpenuhi dalam waktu yang lebih singkat (Sumber: izin.co.id, 2017).

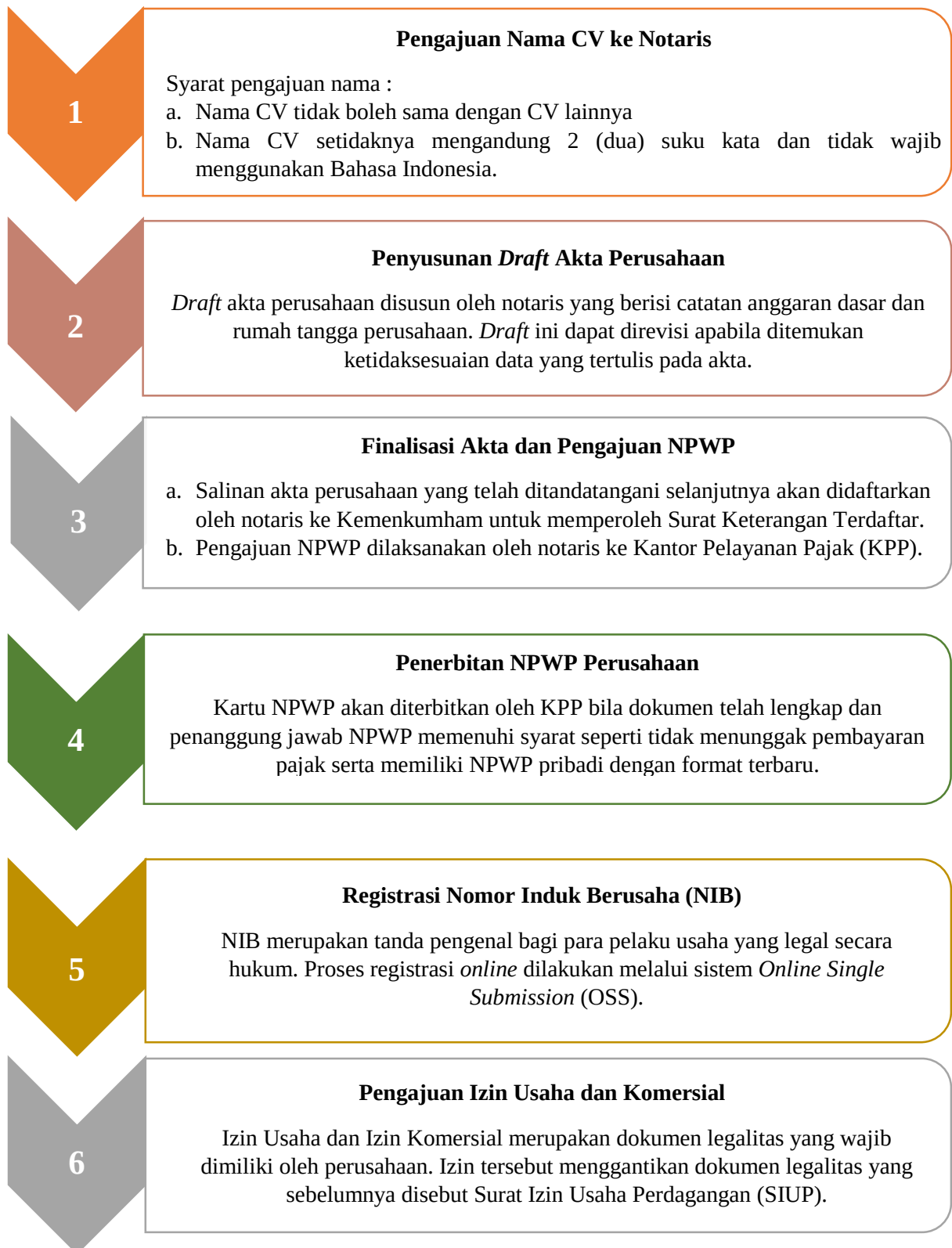
c. Efisiensi Perpajakan

Badan usaha berbentuk Persekutuan Komanditer (CV) memperoleh keuntungan dalam aspek perpajakan, dimana pajak hanya dibebankan kepada perusahaan sebanyak 1 (satu) kali dalam setahun. Pajak tersebut hanya dibebankan kepada laba perusahaan, sedangkan porsi laba yang diterima oleh pemilik tidak dibebankan pajak dan tidak termasuk dalam objek pajak penghasilan (PPh) (Sumber: izin.co.id, 2017).



F. Proses Legalitas Usaha

Legalitas CV



(Sumber: izin.co.id, 2019)

Bagan 1.1 Prosedur Legalitas CV

Legalitas Usaha Rekreasi – Wisata Ekstrim

Berdasarkan petunjuk teknis pendaftaran Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) yang dirilis oleh Kementerian Pariwisata pada tahun 2019, wisata petualangan tergolong dalam aktivitas wisata ekstrem. Adapun persyaratan legalitas yang harus dipenuhi antarlain :

- a. Fotocopy akta pendirian perusahaan
- b. NPWP Perusahaan
- c. Surat Pemberitahuan Pendirian Usaha yang ditujukan kepada Kelurahan
- d. Surat Pernyataan bahwa pemilik usaha akan mengurus rekomendasi laik sehat dari instansi berwenang maksimal 3 (tiga) bulan setelah TDUP diterbitkan
- e. Surat pernyataan keabsahan dokumen pendaftaran
- f. Rekomendasi dari instansi yang berwenang dan membidangi UMKM
- g. Fotokopi izin teknis berupa IMB, HO, SPPL dan Izin Lingkungan.

