

BAB I

PENDAHULUAN

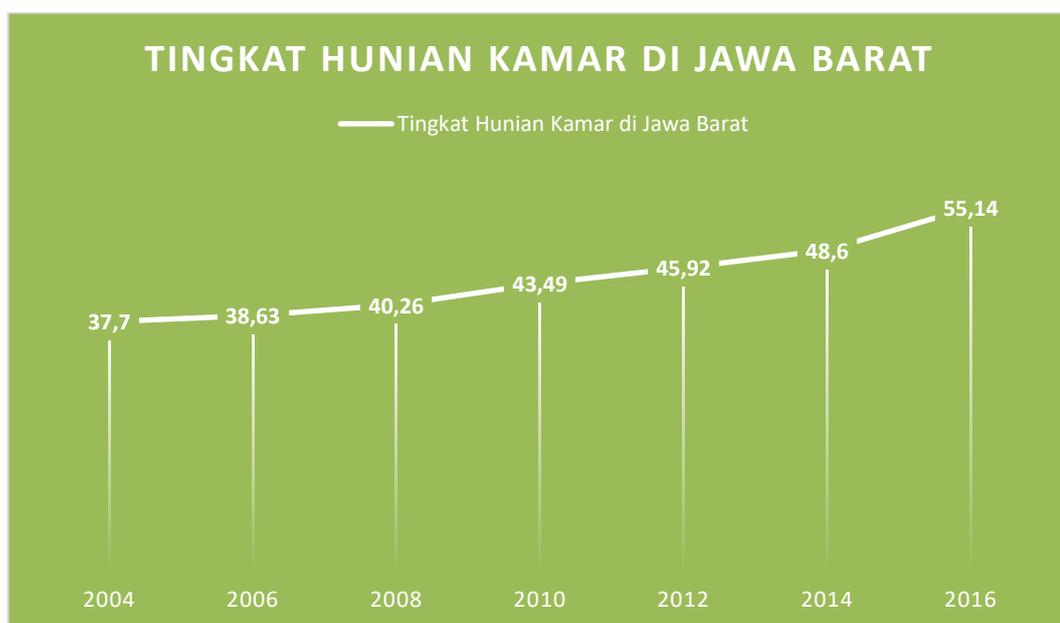
A. Latar Belakang

Naik - turunnya ekonomi di Indonesia bergantung pada kualitas dari manusia dan jasa atau produk yang diberikan, dengan terus menerus mengikuti negara luar yang bahkan lebih maju kehidupannya, dengan melihat negara tetangga kita yaitu Singapura dengan fasilitas dan kecanggihan dari fasilitas hingga jasa pelayanan akomodasi hotel, saat ini manusia-manusia kitapun sedang dituntut akan inovasi dan kreatifitas dalam sebuah usaha atau wirausaha, sehingga kita bisa bersaing tidak hanya dalam negeri tapi bahkan menyaingi kualitas luar negeri. Menurut Mas'ud Machfoedz dan Mahmud Machfoedz (2004:11) Wirausaha ialah seorang inovator yang mampu mengubah kesempatan menjadi sebuah ide yang bisa di jual, dapat memberikan nilai tambah melalui upaya, waktu, biaya, serta kecakapan dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Lalu untuk mendukung sebuah usaha yang akan dijalankan, maupun yang akan dibuat, maka dibuatlah suatu rincian mengenai perencanaan bisnis atau biasa disebut *Business Plan*. Perencanaan ini guna mendukung dan mengurangi resiko kesalahan atau terjadinya hal yang tidak diinginkan, serta menemukan kejelasan dan sebagai suatu usaha yang sah dan tidak terjadinya kecurangan. Perencanaan Bisnis (*Business Plan*) menurut M. Coulthard, A. Howell, G. Clarke, (1996:3) "*Business plan is a detailed of the organization's activities, which highlights where the organization has been, where it is owe and where it might get to in the future*

and incorporates an action program to achieve these results” dan yang dimaksud dengan teori diatas ialah suatu perencanaan yang jelas, rinci dan terorganisir mulai dari awal, proses hingga akhir, agar bisa mencapai suatu tujuan dari perusahaan tersebut, dan tentunya agar mendapatkan profit, rencana bisnis inipun bisa berubah kapanpun itu tergantung dari kesiapan, penelitian dan data dari lapangan, dan agar bisa menjaga kejelasan dari usaha yang akan dijalankan nanti.

Pada saat ini perkembangan Pariwisata di Indonesia cukup diminati, melihat dari pembangunan akses jalan dan destinasi wisata yang baru, melihat dari data Tingkat Hunian Kamar di Jawa Barat berikut ini:



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Lalu setelah pergantian menteri yang ada di Indonesia, pastinya banyak program-program baru yang akan dijalankan, dengan hal itu maka penulis memilibh untuk menciptakan sebuah wirausaha sekaligus lapangan pekerjaan bagi mereka

yang membutuhkan, berhubung banyak sekali tingkat pengangguran di Indonesia dan mereka mempunyai potensial dan berkualitas baik dalam bekerja, beberapa lulusan kampus ini pun akhirnya membuka lapangan pekerjaan sendiri, sayangnya ada beberapa yang tidak mengandungi di bidangnya seperti di bagian makanan, bank, kafe, maupun di restoran, lalu rencana bisnis ini dibuat sebagai gagasan inovasi yang baru dan mampu bersaing dengan usaha usaha yang ada, dengan memiliki keunikan dan daya saing yang pintar tentunya, dan khususnya di Bandung sendiri akan menjadi sebuah tantangan yang cukup sulit bagi penulis karena sudah banyaknya hotel maupun tempat penginapan yang sudah berdiri dan berkualitas Internasional.

Di Zaman era modern tentunya mendukung akan kemajuan dari teknologi dan mengurangi hasil limbah yang ada, beberapa hotel maju seperti di Jepang yang memiliki keunikan yaitu dengan berbasiskan robot, hotel yang memiliki Zero Carbon Building, lalu para pesaing *Chain Hotel Intertional* seperti Accor, Marriot akan menjadi sebuah tantangan dan juga sebagai referensi akan bagaimana caranya agar bisa bersaing dan tidak kalah dalam segi kualitas dan pelayanan yang ada, lalu Indonesiapun sedang menuju era 4.0 yang dimana kita dituntut untuk menciptakan kreatifitas dan inovasi yang baru, dan sebagai sebuah peralihan dari tangan manusia menuju tangan robot, akan tetapi sebuah jasa pelayanan atau servis akan terasa kurang dan terasa lepas apabila kita tidak memiliki dedikasi maupun perasaan, maka dari itu bidang jasa pelayanan akan terus bersaing dari manusia ke manusia lagi, bukan kepada sebuah robot yang di setting agar memiliki pelayanan yang baik,

ditambah tidak semua mahasiswa atau manusia di Indonesia memiliki pengetahuan mengenai robot dan sistem.

Akomodasi di Indonesia sangatlah banyak mulai dari Hotel – hotel besar berbintang, *Guest House*, *Mess*, Asrama, Villa, dan *Cottage*, maka dariitu hadirilah *The Great Green Cottage* sebagai pilihan penulis agar bisa bersaing di dunia usaha perhotelan, sebuah tempat penginapan yang kecil akan tetapi tamu bisa bersantai dan merasa rileks karena tempat yang akan dipilih yaitu di daerah pegunungan, lalu menurut **Munavizt Setzer : 2009** Akomodasi itu sendiri ialah menyediakan segala suatu untuk memenuhi kebutuhan seseorang pada saat berwisata, akomodasipun bisa berwujud seperti tempat seseorang yang berwisata agar bisa beristirahat, menginap dan lain-lain.

Penulis memilih *Cottage* karena di Bandung sendiri sudah banyak berdirinya hotel, ditakutkan kita akan *Over Supply* dan bisnis ini memiliki kelebihan apabila kita mendirikan di daerah pegunungan, pedesaan dan juga dekat dengan daerah tujuan wisata, lalu menurut **Downing A. Jackson : 1850** *Cottage* atau Pondok wisata adalah suatu tempat yang memiliki ukuran yang terbilang kecil dirancang menyerupai sebuah rumah, untuk ditempati oleh keluarga. Dengan menambahkan beberapa rancangan aktifitas, dan desain yang terbilang family friendly, menjadikan bisnis *cottage* ini memiliki sebuah keunikan sendiri.

Lalu target pasar yang dipilih ialah tamu luar kota, tamu keluarga, FIT, dan juga sekolah, karena selain menjadi tempat menginap, penulis pun merencanakan memiliki sebuah aktifitas pedesaan sehingga anak – anak bisa belajar mengenai

bertani maupun beternak yang tentunya akan dijelaskan oleh petaninya langsung maupun para peternak itu juga., dan hasil dari keuntungan itupun bisa menjadi pemasukan bagi para petani maupun peternak apabila para tamu memilih beberapa kegiatan yang ada disekitar tempat penginapan.

B. Gambaran Umum Usaha Sejenis

Di Indonesia sendiri tebilang sudah cukup banyak jenis usaha cottage didirikan, khususnya di daerah wisata pegunungan, dan di bandung sendiri, cukup banyak berdiri di daerah Lembang, Subang, Dago, dan wilayah perbukitan lainnya, lalu berikut gambaran umum usaha sejenis Cottage lainnya:

1. De Maya Cottage by HouseinBandung



Gambar 1.1

De Maya Cottage by HouseinBandung

Beralamat: Jalan Bukit Pakar Timur H-16, Dago Atas, Bandung, Jawa Barat, Indonesia, Nomor telepon: 082117891088.

Merupakan salah satu cottage yang direkomendasikan diberbagai macam travel agent, dengan lokasinya yang dekat dari berbagai macam lokasi wisata seperti farmhouse, Floating market, dan lain sebagainya.

2. Hawadesa Villa & Cottage



Gambar 1.2

Hawadesa Villa & Cottage

Beralamat: Jl. Terusan Sersan Bajuri No.108, Cihideung, Kec. Parongpong, Kota Bandung, Jawa Barat 40561 Nomor telepon: (022) 22782367

Sama persis seperti namanya, dengan bernuansa pedesaan dengan kamar dan kasur yang nyaman, Hawadesa menawarkan suasana yang berbeda, dengan tema yang nyaman dan terlihat seperti di pedesaan pada umumnya, menjadikan Hawadesa tempat yang baik dan direkomendasikan di berbagai tempat

3. Rumah Kayu Cottage Syariah



Gambar 1.3

Rumah Kayu Cottage Syariah

Beralamat: Jl. Terusan Sersan Bajuri No.102, Cihideung, Kec. Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40559 Nomor telepon: 0823-0720-0038

Masih berada di Bandung, tempat penginapan tersebut dekat juga dengan berbagai macam tempat wisata seperti farm house lembang, dusun bambu, destinasi wisata curug dago pakar, dan wisata lainnya

Dengan adanya berbagai macam cottage yang sudah berdiri di Indonesia, menjadikan sebuah peluang yang baik karena Masyarakat Indonesia sudah aware dengan adanya bisnis akomodasi cottage ini, akan tetapi bisnis ini pun akan terasa sulit mengingat sudah cukup banyaknya bisnis cottage yang sudah berdiri di Indonesia khususnya di daerah Bandung.

C. Analisa Peluang dan Hambatan (SWOT) validasi

1. Pengertian Analisa SWOT

Dalam membuat sebuah rencana usaha, tentunya kita harus mempertimbangkan dari sisi SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat*) yang menurut **Fred. R. David (2008:8)** “semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis” dan menurut **Ferrel, Harline (2005:12)** lalu ada beberapa faktor yang mempengaruhi dari SWOT tersebut, yaitu:

- a) Faktor internal (Kekuatan dan kelemahan), seperti organisasi internal maupun bisnis.
- b) Faktor eksternal (Peluang dan ancaman) seperti lingkungan sekitar dan para pesaing.

Dari dua faktor di atas, keduanya sangatlah penting dan harus banyak pertimbangan, karena apabila salah-satunya sangatlah tidak mendukung, maka bisnis yang akan dijalankan akan terlihat tidak sehat dan tidak berjalan dengan baik, oleh karena itu faktor ancaman dan kekurangan harus di minimalisir sekecil mungkin, dan terus mendukung faktor peluang dan kekuatan dari usaha tersebut, bila mungkin memiliki keunikan sendiri sehingga orang menginginkan dan merasakan tinggal di hotel kami, lalu berikut ialah penjelasan dari SWOT itu sendiri:

- a) *Strength* (S) ialah kekuatan, kelebihan atau keunggulan dari sebuah perusahaan maupun produk tersebut, sehingga bisa terus melakukan profit.
- b) *Weakness* (W) ialah kelemahan, titik vital dari sebuah produk atau perusahaan yang dimana harus segera diperbaiki atau jika bisa ditutupi.
- c) *Opportunities* (O) ialah sebuah faktor yang mendukung atau memiliki peluang yang dimiliki sebuah produk atau perusahaan.
- d) *Threat* (T) ialah faktor negatif yang memukul mundur perusahaan, menghambat jalannya perusahaan, dan merupakan sebuah ancaman yang harus diselesaikan dengan segera apabila memungkinkan.

2. Tujuan Analisis SWOT

Dari ke-empat elemen tersebut kita sudah mengetahui akan tujuan dari SWOT tersebut, yaitu untuk mengetahui sejauh mana kekuatan atau kelebihan dari usaha itu sendiri, seberapa banyak peluang yang ada dan diperoleh oleh perusahaan, lalu seberapa manakah tingkat ancaman dari usaha yang akan dijalankan, perkiraan

ancaman apa saja yang akan terjadi, lalu untuk mengetahui kelemahan yang kita punya, agar kita terus memperbaiki dan usaha kita bisa terus berjalan dengan baik.

3. Analisis SWOT THE GREAT GREEN COTTAGE

a) *Strenght* (kekuatan)

1. Mudahnya akses yang terjangkau dan tempat rekreasi yang cukup dekat dengan lokasi Cottage
2. Menjaga kelestarian alam sekitar
3. Adanya Berbagai macam Aktifitas di Cottage tersebut, dan tidak hanya menginap begitu saja.
4. Program Interaksi antara tamu dengan kegiatan di cottage dengan kegiatan-kegiatan seperti di pedesaan pada umumnya

b) *Weakness* (kelemahan)

1. Akan sangat bergantung pada alam ataupun cuaca, khususnya musim, karena berbagai aktifitas atau apabila musim hujan, maka aktifitas Outdoor akan terhentikan.
2. Masih banyaknya kekurangan dikarenakan pengalaman dan baru berdirinya perusahaan ini.
3. Membutuhkan modal yang besar dan izin yang sulit.

c) *Opportunities* (Peluang)

1. Belum adanya Cottage yang memiliki aktifitas tersendiri
2. Membuka pekerjaan baru bagi masyarakat.

d) *Threat* (Ancaman)

1. Persetujuan antara desa dengan warga yang cukup sulit.

2. Suasana kemacetan di kota Bandung yang kian memburuk.

D. Jenis Badan Usaha

Perusahaan ini merupakan lembaga usaha berbentuk Persekutuan komanditer (bahasa Belanda: Commanditaire vennootschap (CV) biasanya didirikan dengan akta dan harus didaftarkan. Namun persekutuan ini bukan merupakan badan hukum (sama dengan firma), sehingga tidak memiliki kekayaan sendiri. **Murti Sumarni (1997:3)** Perusahaan adalah sebuah unit kegiatan produksi yang mengolah sumber daya ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan perkembangannya, bentuk perseroan komanditer adalah sebagai berikut:

- Persekutuan komanditer murni

Bentuk ini merupakan persekutuan komanditer yang pertama. Dalam persekutuan ini hanya terdapat satu sekutu komplementer, sedangkan yang lainnya adalah sekutu komanditer.

- Persekutuan komanditer campuran

Bentuk ini umumnya berasal dari bentuk firma bila firma membutuhkan tambahan modal. Sekutu firma menjadi sekutu komplementer sedangkan sekutu lain atau sekutu tambahan menjadi sekutu komanditer.

- Persekutuan komanditer bersaham

Persekutuan komanditer bentuk ini mengeluarkan saham yang tidak dapat diperjualbelikan dan sekutu komplementer maupun sekutu komanditer mengambil satu saham atau lebih. Tujuan dikeluarkannya saham ini adalah untuk menghindari terjadinya modal beku karena dalam persekutuan komanditer tidak mudah untuk menarik kembali modal yang telah disetorkan.

Dalam KUH Dagang tidak ada aturan tentang pendirian, pendaftaran, maupun pengumumannya, sehingga persekutuan komanditer dapat diadakan berdasarkan perjanjian dengan lisan atau sepakat para pihak saja (Pasal 22 KUH Dagang). Dalam praktik di Indonesia untuk mendirikan persekutuan komanditer dengan dibuatkan akta pendirian/berdasarkan akta notaris, didaftarkan di Kepaniteraan Pengadilan Negeri yang berwenang dan diumumkan dalam Tambahan Berita Negara RI. Dengan kata lain prosedur pendiriannya sama dengan prosedur mendirikan persekutuan firma.