

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu penyumbang pertumbuhan ekonomi terbesar di Indonesia. Menurut Prayogo & Febrianita (2018), pariwisata adalah perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu. Saat ini, ada begitu banyak destinasi pariwisata di Indonesia yang masih tersembunyi dan belum dikembangkan. Maka dari itu, perlu perhatian lebih dari pemerintah setempat untuk mengembangkan destinasi tersebut. Hal ini juga bertujuan untuk mengenalkan destinasi wisata kepada pengunjung setempat maupun mancanegara. Dengan pengembangan ini, secara tidak langsung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ikut bertumbuh dan mengembangkan usahanya serta mendukung pertumbuhan ekonomi di daerah tersebut.

Provinsi Jawa Barat yang merupakan salah satu dari 38 provinsi yang kaya akan sumber daya alam dan destinasi wisata. Secara administratif, provinsi Jawa Barat terdiri dari 18 kabupaten dan 9 kota. Ada banyak sekali potensi destinasi wisata alam, budaya, serta agro wisata yang masih terjaga keindahan dan keasriannya sehingga sayang sekali jika tidak dikembangkan. Hal ini tentunya membuka peluang positif bagi masyarakat Jawa Barat untuk meningkatkan potensi wisata yang ada serta menumbuhkan perekonomian di daerah tersebut.

Jawa Barat merupakan salah satu tempat yang cocok dijadikan tempat wisata, karena memiliki potensi destinasi wisata yang luar biasa. Ada banyak

sekali jenis wisata yang dapat menjadi pilihan wisatawan saat berkunjung, diantaranya wisata alam, sejarah, cagar alam, edukasi, serta petualangan. Semua jenis wisata ini tentunya menjadi minat tersendiri bagi wisatawan baik dari lokal maupun internasional. Hal ini tentunya akan meningkatkan potensi pengunjung khususnya didalam negeri. Dilihat dari data pengunjung yang terus meningkat setiap tahunnya, tentunya ini merupakan peluang yang baik yang harus dipertahankan dan terus di kembangkan.

Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah wisatawan lokal maupun mancanegara yang berkunjung ke Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2020 mencapai 3.440.529 kunjungan. Hal ini di ikuti tahun 2021 yang mencapai 2.202.146 kunjungan. Kunjungan wisatawan tahun 2022 mencapai 1.958.400. Sedangkan kunjungan wisatawan ke akomodasi di Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2020 mencapai 648.213 dan disusul tahun 2021 mencapai 363.463 kunjungan dan mengalami kelonjakan pesat di tahun 2023 sebanyak 59.332.100 kunjungan. Melihat hal ini, dapat disimpulkan bahwa tingkat kunjungan ke Kabupaten Bandung Barat cukup tinggi sehingga dibutuhkan jasa akomodasi yang strategis dan dekat dengan tempat wisata.

Desa Cibogo memiliki beberapa potensi destinasi, salah satunya destinasi wisata pemancingan dan wisata rawa. Pengembangan yang dilakukan yaitu ikan bogo dari rawa Cilalay yang diolah menjadi ikan asin bersama penduduk setempat dan dijual dengan harga yang tinggi. Hal ini tentunya dapat menumbuhkan perekonomian penduduk Desa Cibogo. Selain itu, diketahui bahwa ikan Bogo sendiri memiliki protein yang tinggi untuk dikonsumsi terutama oleh masyarakat Desa Cibogo. Potensi wisata lainnya yang terdapat

disekitar Desa Cibogo yaitu Orchid Forest Cikole, Rainbow Garden, dan Gunung Tangkuban Perahu. Sehingga daerah wisata ini perlu didukung oleh jasa akomodasi disekitarnya, dilihat dari tingginya minat masyarakat terhadap tempat wisata di sekitar Desa Cibogo.

Jasa Akomodasi merupakan sebuah tempat tinggal sementara untuk setiap orang yang melakukan perjalanan ke luar daerah maupun ke luar kota untuk berwisata maupun berbisnis. Menurut **Kotler (2000:428)**, “Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Definisi akomodasi menurut **Ismayanti (2011:72)** “akomodasi merupakan sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, serta dilengkapi dengan pelayanan makanan dan minuman sebagai sarana pendukung pariwisata untuk wisatawan.” Ada banyak sekali jenis akomodasi yang telah ada dan masih berjalan, salah satunya *villa*. *Villa* dibangun menyerupai rumah dan biasanya terdapat didekat tempat wisata. Menggunakan konsep *family friendly*, yang artinya kebanyakan pengunjung *villa* adalah keluarga dan lansia yang ingin menikmati liburan sekaligus pemeliharaan kesehatan di dekat tempat wisata.

Villa merupakan salah satu fasilitas penunjang yang dapat mendukung pengembangan daerah wisata di Desa Cibogo, Lembang. *Villa* adalah tempat penginapan berbentuk rumah yang disewakan dan terletak didekat tempat wisata. Perencanaan pembangunan ini tentunya bukan hanya memberikan pengalaman menginap kepada pengunjung, tetapi juga sebagai lapangan pekerjaan yang baru kepada tenaga pekerja lokal. Dengan adanya *villa* ini, secara tidak langsung destinasi di sekitarnya akan ikut dikenal dan dinikmati

oleh pengunjung. Hal ini tentunya membawa keuntungan tersendiri bagi pemerintah lokal dan setempat.

Villa ini dibangun dengan konsep *wellness tourism*. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, konsep *wellness tourism* adalah segmen pariwisata yang berfokus pada perjalanan untuk meningkatkan kesejahteraan fisik, mental, dan emosional. Hal ini diikuti oleh beberapa karakteristik yang tercakup dalam mendukung kesehatan seperti yoga, meditasi, spa, rekreasi alam, dan aktivitas fisik. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga mengintegrasikan kearifan budaya Indonesia dalam konsep *wellness tourism* ini seperti jamu, makanan sehat, dan pengobatan tradisional. Sehingga, penulis berencana membangun villa ini sesuai dengan makna dan karakteristik yang telah disebutkan. Penulis melengkapi villa ini dengan spa sebagai fasilitas tambahan dalam pemeliharaan kesehatan pengunjung.

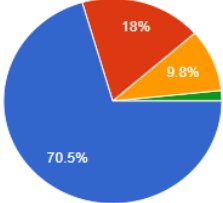
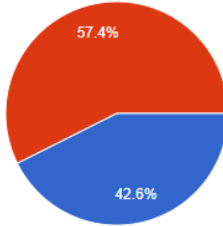
Keluarga dan lansia merupakan pangsa pasar utama dari bisnis ini. Dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti ramp, hand railing disetiap sudutnya, dan kotak p3k disetiap kamar telah menjadi keunggulan dari *villa* ini. Diharapkannya, setiap keluarga yang datang untuk menginap di *villa* bersama lansia, dapat menjadikan *villa* The Majestic sebagai pilihan utama untuk menginap. Fasilitas tambahan seperti spa, onsen dan sauna tentunya tidak hanya dapat dinikmati oleh lansia, tetapi juga oleh keluarga.

Maka dari itu, dirancanglah bisnis ini atas penelitian dan analisis lingkungan yang penulis lakukan. Bisnis *villa* “The Majestic” merupakan sebuah ide yang akan memberikan pengalaman menginap yang baru bagi pelanggan. Bisnis ini di rancang dengan konsep Bisnis Model Canvas (BMC).

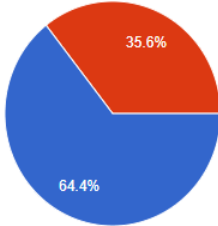
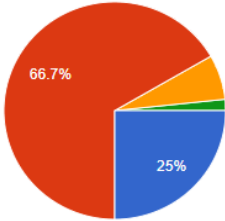
Menurut **Purnajaya (2016:9-10)**, Bisnis ialah”suatu kegiatan yang melakukan transaksi jual beli untuk saling mendapatkan keuntungan baik untuk konsumen atau pelaku bisnis”. Bisnis memiliki peran yang besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan, menumbuhkan perekonomian, serta mempromosikan destinasi wisata disekitarnya.

Berikut data yang penulis dapatkan melalui pra survey di Desa Cibogo untuk villa yang akan penulis buat :

Tabel 1.1 Hasil Riset Pasar *Villa The Majestic* di Desa Cibogo, Lembang

NO	DATA KUESIONER	KETERANGAN
1.	UMUR RESPONDEN 61 responses 	70,5% responden yang mendominasi adalah masyarakat berumur 55 tahun keatas, sedangkan 18% diisi dari umur 45-54 tahun, 9,8% diisi oleh umur 35-44 tahun
2.	ASAL DAERAH RESPONDEN 61 responses 	didominasi oleh responden dari luar bandung sebanyak 57,4% dan disusul responden yang berasal dari Bandung sebanyak 42,6%
3.	PEKERJAAN RESPONDEN	Sebanyak 50% responden merupakan lansia, sisanya diikuti oleh pegawai swasta

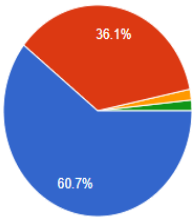
	<p>60 responses</p>	<p>31,7%, wiraswasta/peng usaha 8,3%</p>
4.	<p>PENGHASILAN RATA-RATA RESPONDEN</p> <p>59 responses</p>	<p>45,8% responden berpenghasilan 2-4 juta, 27,1% responden berpenghasilan 5 juta, 16,9% responden berpenghasilan 6-10 juta, sisanya diikuti oleh responden berpenghasilan 11-15 juta dan responden berpenghasilan diatas 16 juta</p>
5.	<p>APAKAH ANDA SUDAH PERNAH DATANG BERLIBUR KE LEMBANG, BANDUNG?</p> <p>61 responses</p>	<p>88,5% responden menjawab sudah pernah 11,5% responden menjawab belum pernah</p>
6.	<p>APAKAH ANDA SUDAH PERNAH MENGUNAKAN JASA AKOMODASI DALAM BENTUK APAPUN DI LEMBANG?</p>	<p>64,4% responden menjawab sudah pernah, sedangkan 35,6% responden menjawab belum pernah</p>

	<p>59 responses</p> 	
7.	<p>APABILA ANDA AKAN MENGINAP DI LEMBANG, JENIS AKOMODASI SEPERTI APA YANG AKAN ANDA TEMPATI?</p> <p>60 responses</p> 	<p>66,7% responden memilih <i>villa</i> sebagai jasa akomodasi yang akan di tempati saat berlibur ke Lembang, sisanya diikuti oleh hotel sebanyak 25%</p>
8.	<p>APAKAH ANDA SETUJU APABILA TERDAPAT PEMBANGUNAN JASA AKOMODASI <i>VILLA</i> DENGAN KONSEP WELLNESS TOURISM SEPERTI SPA? JELASKAN PENDAPA ANDA.</p> <p>65 responses</p> <p>setuju.</p> <p>YA</p> <p>Saya setuju dengan pembangunan jasa akomodasi villa dengan konsep wellness tourism di Lembang, terutama jika dirancang dengan baik dan memperhatikan keberlanjutan lingkungan.</p> <p>Ya saya setuju.</p> <p>tidak</p> <p>Iya</p> <p>Iyaa</p> <p>Menurut saya iya karena untuk pengalaman baru yang unik di daerah lembang sebagai wisatawan sebagai relaxasi dengan pemandangan yang cantik</p>	

Setuju
setuju
sangat setuju
Setujuu
Sangat setuju
Setuju
setuju sekali
Tidak
Setuju, karena dapat menarik banyak wisatawan untuk bisa mencoba konsep wellness tourism, yang di mana membuat pengunjung yg datang beristirahat dan meremajakan tubuh mereka
Bisa jadi
Setuju saja, sepertinya sangat menarik
ya
Setuju karena dapat menarik konsumen tidak hanya untuk menginap saja, tetapi juga konsumen mendapat layanan pijat dengan konsep tradisional
setuju, asalkan punya sistemasi yang jelas
Ya, Setuju.
setuju
Ya saya setuju
ssngat setuju
iya
ya saya sangat setuju
setuju.
YA
Saya setuju dengan pembangunan jasa akomodasi villa dengan konsep wellness tourism di Lembang, terutama jika dirancang dengan baik dan memperhatikan keberlanjutan lingkungan.
Ya saya setuju.

	<p>iya</p> <p>ya saya sangat setuju</p> <p>setuju.</p> <p>YA</p> <p>Saya setuju dengan pembangunan jasa akomodasi villa dengan konsep wellness tourism di Lembang, terutama jika dirancang dengan baik dan memperhatikan keberlanjutan lingkungan.</p> <p>Ya saya setuju.</p> <p>tidak</p> <p>Iya</p> <p>iyaa</p>	
9.	<p>APA HAL UTAMA YANG MENJADI PENENTU BAGI ANDA SEBAGAI TAMU APABILA AKAN MENGINAP DI SEBUAH VILLA DENGAN KONSEP WELLNESS TOURISM? JELASKAN PENDAPAT ANDA.</p> <p>65 responses</p> <p>kalau ada lebih baik dibuat dengan konsep alam yang tenang dengan suara air</p> <p>kelengkapan Fasilitas, pemandangan villa, harga yang affordable, berkapasitas banyak</p> <p>Pendapat saya setiap villa harus ada kolam biar yg liburan bisa berenang</p> <p>fasilitas, harga, view</p> <p>Ambiences</p> <p>Review orang-orang yang sudah pernah berkunjung</p> <p>Hal utama sebagai penentu dalam menginap di villa yaitu kenyamanan tempat yang bagus dan cantik sebagai penentu konsep tersebut</p> <p>Blaya yang terjangkau</p> <p>dari macetnya lembang akan sangat bagus jika ada fasilitas seperti itu di penginapan</p>	<p>Sebagian besar responden menjawab fasilitas & pelayanan yang baik, keadaan villa yang bersih, serta mobilitas untuk orangtua yang mendukung</p>

	<p>karena saya belum pernah menginap di villa yang memiliki fasilitas pijat tradisional dan akupuntur, sehingga saya tertarik dan hal ini akan menjadi sesuatu yang baru bagi saya</p> <p>pengalaman dan kenyamanan</p> <p>Hal utama yang menjadi penentu adalah kualitas layanan dan fasilitas yang ditawarkan, seperti pengalaman pijat tradisional dan akupuntur yang autentik. Selain itu, suasana yang tenang dan mendukung relaksasi juga sangat penting untuk meningkatkan pengalaman keseluruhan.</p> <p>Fasilitas dan layanan yang diberikan</p> <p>Ya, saya setuju dengan pembangunan jasa akomodasi villa dengan konsep wellness tourism seperti pijat tradisional dan akupuntur di Lembang. Lembang memiliki potensi besar untuk mengembangkan wisata kesehatan karena memiliki alam yang indah dan udara yang sejuk</p> <p>karena konsep pijat tradisional itu sendiri, so interesting</p> <p>harga</p> <p>Kenyamanan, profesionalitas karyawan</p> <p>Hal utama yang menjadi penentu bagi tamu yang akan menginap di villa dengan konsep *wellness tourism* di Lembang adalah kualitas dan keautentikan layanan pijat tradisional dan akupuntur, suasana dan lingkungan villa yang tenang dan asri, kebersihan dan kenyamanan fasilitas, reputasi dan ulasan positif dari tamu sebelumnya, serta aksesibilitas dan lokasi villa yang mudah dijangkau dan dekat dengan alam.</p> <p>Kebersihan, fasilitas</p> <p>Kualitas dan layanan yang tersedia. Karena 2 hal ini mempengaruhi wisatawan lebih tertarik untuk menginap di villa tersebut</p> <p>Nyaman aman</p> <p>Utamakan kebersihannya dan bila ada wellness facilities tentu skill dari pekerja jg menentukan</p> <p>Jarak dengan destinasi yang dituju, fasilitas nya juga</p> <p>kualitas layanan dan fasilitas wellness yang ditawarkan menjadi hal utama menjadi penentu bagi saya. Misalnya, apakah pijat tradisional dan akupuntur yang disediakan berkualitas tinggi dan dilakukan oleh terapis yang berpengalaman. Selain itu, suasana villa yang tenang, nyaman, dan mendukung relaksasi juga sangat penting.</p> <p>harga dan kualitas</p> <p>service nya</p> <p>harga, dan akses karena diutamakan ortu makanakses ke villa harus gampang,mudah dan fasilitas untuk orang tua di km mandi juga harus ada</p> <p>harga, fasilitas, akses jalan ke villa</p> <p>karna dengan adanya bisa untuk merelaksasi sehabis jalan2</p>	
--	---	--

	<p>Salah satu hal paling utama yang menjadi penentu bagi saya sebagai tamu yakni pada kualitas pelayanan yang baik. Bagi saya konsep Wellness Tourism seperti Pijat Tradisional atau Akupuntur ini dapat membuat para pengunjung menjadi lebih rileks dan sehat karena lelah perjalanan. Ini dapat membantu mengurangi stres, meningkatkan kualitas tidur, meningkatkan energi dan vitalitas, serta meningkatkan keseimbangan mental dan emosional. Dengan demikian, para pengunjung dapat menikmati waktu liburan mereka dengan lebih baik dan mendapatkan manfaat kesehatan yang positif.</p> <p>Hal utama yang akan menjadi penentu bagi saya terlepas dari konsep yang disebutkan di atas adalah kebersihan itu sendiri. Karena faktor kebersihan menurut saya menjadi penentu apakah saya akan menginap di suatu villa baik itu seperti konsep yang dijelaskan diatas ataupun konsep lainnya</p> <p>tidak bisa mengutarakan</p> <p>Kebersihan dan keamanan, estetika nomor dua</p> <p>Fasilitas dan jasa seperti pijat tradisional cukup menarik, dikarenakan tamu yang menginap akan lelah dan jika ada jasa pijat tamu tidak perlu cari keluar.</p> <p>Pelayanannya</p> <p>suasana, interior, ramah dari staf nya</p> <p>Pelayanan yang baik dan juga harga yang affordable</p> <p>kenyamanan</p> <p>Melihat fasilitasnya</p> <p>tempat senyap dengan suasana yang syahdu</p> <p>menurut saya hal. utama penentu adalah fasilitas, suasana Villa dan konsep, dan kenyamanan</p> <p>fasilitas</p> <p>kualitas dari kamar seperti tv ac dan kamar mandi yang bersih</p>									
<p>10.</p>	<p>BERAPA KISARAN HARGA YANG INGIN ANDA DAPATKAN APABILA MENGINAP DI <i>VILLA THE MAJESTIC</i>?</p> <p>61 responses</p>  <table border="1"> <caption>Survey Results for Villa Pricing</caption> <thead> <tr> <th>Price Range</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Rp1.000.000- Rp2.500.000</td> <td>60.7%</td> </tr> <tr> <td>Rp2.600.000- Rp5.000.000</td> <td>36.1%</td> </tr> <tr> <td>Other Price Ranges</td> <td>~3.2%</td> </tr> </tbody> </table>	Price Range	Percentage	Rp1.000.000- Rp2.500.000	60.7%	Rp2.600.000- Rp5.000.000	36.1%	Other Price Ranges	~3.2%	<p>Sebanyak 60,7% responden menjawab di angka Rp1.000.000- Rp2.500.000, disusul 36,1% responden menjawab Rp2.600.000- Rp5.000.000</p>
Price Range	Percentage									
Rp1.000.000- Rp2.500.000	60.7%									
Rp2.600.000- Rp5.000.000	36.1%									
Other Price Ranges	~3.2%									

Sumber : Data olahan penulis, 2025

Data ini diambil oleh penulis berdasarkan riset pasar disekitar Desa Cibogo, Kota Lembang. Dapat dilihat dari banyaknya responden yang tertera diatas, minat masyarakat terhadap *Villa The Majestic* didominasi oleh pelajar maupun mahasiswa, disusul pegawai negeri dan wiraswasta. Sehingga, dapat diambil kesimpulan bahwa *Villa The Majestic* ini juga menarik perhatian kalangan muda untuk mendapatkan pengalaman menginap yang baru yang dilengkapi layanan pijat tradisional dan akupuntur.

Sementara itu, penulis juga mengumpulkan data terhadap satu orang ahli dalam bidang yang sama dengan bisnis penulis, yang dapat memberikan dasar, dorongan, dan masukan terhadap kelebihan dan kekurangan bisnis penulis di Desa Cibogo :

Tabel 1.2 Hasil wawancara dengan para ahli di Desa Cibogo, Lembang

NO.	DAFTAR PERTANYAAN	KETERANGAN
1.	Nama Pemilik <i>Villa</i>	Eti Rohaeti
	Nama <i>Villa</i>	<i>Villa Raspberry Garden</i>
	Alamat <i>Villa</i>	Jl. tangkuban perahu no 156
	Sudah berapa lama anda mendirikan <i>villa</i> ?	10 tahun
	Apa alasan anda mendirikan <i>villa</i> ?	Bisnis dan investasi
	Apa saja fasilitas yang disediakan untuk penyewa?	Kolam renang, karaoke, wifi, alat masak, ruang terbuka hijau
	Apa hal yang sering dikeluhkan para penyewa selama anda mendirikan bisnis <i>villa</i> ?	Akses jalan kecil, macet
	Apa saja kesulitan yang sering anda hadapi selama mendirikan bisnis <i>villa</i> ini?	Selama ini tidak ada kesulitan
	Bagaimana cara anda dalam mempromosikan bisnis <i>villa</i> ini?	Melalui media sosial dan situs booking online
	Bagaimana sistem pembayaran di <i>villa</i> anda? apakah pembayaran penuh di awal atau pembayaran di muka?	Pembayaran di muka

	Apakah anda pernah mengatasi penyewa <i>villa</i> yang menunggak pembayaran?	Tidak pernah
	Apabila pernah, bagaimana cara anda mengatasinya?	Tidak pernah
	Apa saran anda kepada orang lain yang akan membuka usaha <i>villa</i> seperti anda ?	Utamakan kenyamanan dan fasilitas yang memadai
	Berapa perkiraan omset dari <i>villa</i> anda dalam sebulan?	Rp 10.000.000,00,-

Sumber : Data olahan penulis, 2025

Data ini diambil oleh penulis terhadap satu para ahli yang mendirikan bisnis *villa* sejenis dengan bisnis penulis. Harapannya agar data ini menjadi penguat bahwa bisnis *villa* ini masih eksis dan mendapatkan banyak peminat di sekitar Desa Cibogo. Data diatas juga dapat menjadi dukungan bagi penulis dan memberikan sedikit dukungan alih alih kegagalan dalam membangun bisnis *villa* The Majestic ini.

B. GAMBARAN UMUM BISNIS

1. Deskripsi Bisnis

Jenis bisnis yang akan dibangun yaitu jasa akomodasi *villa*. Bisnis *Villa* The Majestic yang akan dibangun oleh penulis saat ini, merupakan penginapan pengobatan yang diperuntukkan kepada pelanggan lanjut usia dengan beberapa program kesehatan, tetapi tetap bisa dinikmati oleh

pengunjung diluar usia tersebut. Bisnis ini dirancang untuk memberikan pengalaman menginap bersama pengobatan yang dapat memberikan kelegaan dan kerileksan saat pelanggan menginap di *villa* ini.

Villa The Majestic ini menawarkan beberapa jenis layanan spa sebagai pemeliharaan kesehatan yang bertujuan mengurangi rasa pegal dan kaku pada tubuh, meningkatkan sirkulasi darah, memberikan ketenangan dan kualitas tidur yang lebih baik. Di *villa* ini, pelanggan dapat memilih salah satu atau beberapa layanan spa sesuai dengan kebutuhan.

“*Get Your Own Health*” yang merupakan tagline dari *villa* The Majestic ini dapat dinikmati oleh pelanggan yang ingin menginap baik melalui pemesanan online ataupun langsung ke tempat. Dengan cara ini, pelanggan dapat memilih ruangan yang diinginkan sebagai bagian dari mengekspresikan kebahagiaan mereka.

Layanan spa ini tentunya tidak hanya dapat dinikmati saat pengunjung menginap, tetapi pengunjung juga dapat memesan paket terapi spa secara terpisah dengan harga yang telah ditentukan. Selain pelanggan dapat datang langsung ke *villa* untuk menginap dan terapi, penulis menggunakan sistem pemasaran *online* melalui media sosial yang biasanya digunakan semua kalangan, yaitu *Website, Traveloka, Google, Instagram, Tiktok, dan Facebook*. Bagi pelanggan yang datang langsung tanpa pemesanan diawal, resepsionis tentunya akan memberikan bimbingan penuh dalam pemilihan jenis terapi yang tepat.

2. Deskripsi Logo dan Nama

Logo dan Nama merupakan hal yang sangat penting dalam dunia bisnis. Karena hal ini merupakan suatu ciri atau identitas sebuah bisnis, dan menjadi sebuah *brand* yang mudah diingat oleh masyarakat luas. Menurut Kotler, dkk (2020), “*Brand* adalah nama, istilah, tanda, simbol, atau desain yang mengidentifikasi pembuat atau penjual produk atau layanan”. Sedangkan, Menurut Aaker (2018), *Brand* adalah nama dan simbol yang membedakan barang dari seorang penjual atau sebuah kelompok penjual tertentu. Dari kedua pendapat para ahli ini, dapat disimpulkan bahwa logo atau brand sangat mempengaruhi citra sebuah bisnis dimata masyarakat luas baik saat ini maupun dimasa mendatang.

Penulis memilih nama brand *Villa* ini dengan “The Majestic”, yang memiliki arti agung, mulia. Alasan penulis mengambil nama ini dikarenakan bisnis ini ditujukan kepada orangtua atau lansia, yang menduduki tahta tertinggi dalam silsilah keluarga. Jadi, sama halnya di keluarga, penulis ingin para lansia merasakan arti The Majestic melalui pelayanan yang prima dan kesehatan yang disediakan seperti terapi pijat dan akupuntur, sembari menginap dalam suasana yang asri dan tenang.



Gambar 1.1 Logo villa The Majestic

Sumber : Kreasi Penulis, 2025

3. Identitas Bisnis

Menurut **Miftah (2020:153)** “Keberhasilan usaha suatu kondisi dan keadaan dimana usaha yang lebih baik dari pada keadaan sebelumnya serta dalam mencapai tujuan yang diharapkan.”



Gambar 1.2 Lokasi Villa The Majestic

Sumber : Google Maps

Lokasi usaha penulis berada di Jalan Raya Tangkuban Perahu Manggala Giri, Cibogo, Kec. Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40391

Lokasi ini dipilih oleh penulis di tengah-tengah kecamatan Lembang yang cukup strategis. Terdapat beberapa perumahan penduduk dan sekolah disekitarnya. Terutama karena jalan ini biasanya dilalui oleh pengunjung yang ingin berwisata ke Gunung Tangkuban Perahu, sehingga hal ini menjadi salah satu peluang yang cukup besar dalam mendukung kesuksesan bisnis ini. *Villa The Majestic* melakukan pemasaran melalui media sosial, seperti :

Telephone : +6281276719190

Email : themajesticvilla@gmail.com

Instagram : @themajesticofficial

Tiktok : *villathemajestic*

C. Visi Misi *Villa The Majestic*

Visi misi merupakan hal yang sangat penting dalam membangun sebuah bisnis. Hal ini juga merupakan sebuah gambaran dan tujuan bisnis tersebut dimasa yang akan datang. Dalam hal ini motivasi penulis dalam mempertahankan bisnis tersebut sangat penting. Selain mencapai kesuksesan, penulis juga berharap bisnis ini memberikan dampak positif bagi pelanggannya.

Menurut **Kotler** dalam visi yang dikutip oleh **Nawawi (2017:12)**, "Visi adalah pernyataan tentang tujuan organisasi yang diekspresikan dalam produk dan layanan yang ditawarkan, kebutuhan yang dapat ditanggulangi, kelompok masyarakat yang dilayani, nilai-nilai yang diperoleh, serta aspirasi dan cita-cita masa depan". Sedangkan, menurut **Peter Drucker (2000:87)** seperti dikutip dalam **Nawawi (2017:14)** , "Pada dasarnya misi merupakan alasan mendasar eksistensi suatu organisasi". Sehingga dapat disimpulkan bahwa visi merupakan cara dan taktik bagaimana mencapai kesuksesan dari sebuah bisnis. Sedangkan misi merupakan gambaran jangka panjang dan tujuan dari bisnis tersebut.

Visi

Menjadikan *Villa The Majestic* sebagai penyedia jasa akomodasi dengan layanan paket pijat tradisional terkhusus bagi pelanggan lanjut usia dan keluarga yang ditangani oleh terapis *professional* dibidangnya.

Misi

- Sebagai penyedia jasa akomodasi yang strategis dan dekat dengan tempat wisata
- Memberikan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan dalam melayani tamu secara *professional*
- Berkomitmen dalam memberikan pelayanan dan pengobatan tradisional yang berkualitas dan terpercaya
- Berkomitmen dalam menghasilkan produk obat-obatan tradisional yang tidak melewati uji BPOM dan bersertifikasi halal
- Memberikan pelayanan cepat tanggap dalam setiap kebutuhan tamu untuk mencapai kepuasan mereka

D. SWOT Analysis

1. Pengertian SWOT Analysis

Menurut **Rangkuti (2019:19)**, “Analisis SWOT adalah “Identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang digunakan untuk mengevaluasi (Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats) dalam suatu proyek atau usaha”. Analisis SWOT merupakan cara untuk membentuk strategi atas peluang dan ancaman yang ada disekitar lokasi usaha. mengidentifikasi Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) yang biasanya digunakan dalam perencanaan sebuah bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan identifikasi perbandingan peluang antara faktor internal dan eksternal serta menjadi faktor evaluasi

sebuah perusahaan dalam membangun bisnis. Sehingga, analisis SWOT adalah salah satu komponen yang tidak boleh dilewatkan karena menjadi suatu faktor penting keberhasilan suatu bisnis.

2. SWOT Analysis Villa The Majestic

Strength (Kekuatan) :

- Bisnis ini dibuat di *villa* dengan konsep wellness tourism, dimana *villa* merupakan tempat yang jauh dari keramaian dan hiruk pikuk kota, sehingga *villa* ini dapat menjadi salah satu pilihan bagi pelanggan yang selain mendapat ketenangan alam, juga mendapat layanan kesehatan
- Tren wisata kesehatan dan kebugaran yang sedang berkembang di masa kini, membuat kalangan wisatawan mencari perawatan holistic, sehingga hal ini akan mendukung keberhasilan bisnis penulis
- Tamu tidak hanya mendapatkan pengalaman menginap tetapi juga manfaat kesehatan dari pijat tradisional dan akupunktur yang disediakan
- Terdapat mini klinik dimana lansia maupun pelanggan yang menginap dapat memeriksakan kesehatan nya setiap hari secara gratis, dan terdapat tenaga kesehatan yang *stand by* untuk mendukung dan menjadi tempat pertolongan pertama bagi pelanggan
- Terdapat *call center emergency* disetiap kamar yang akan terhubung langsung dengan perawat di klinik untuk melakukan pengecekan segera ke kamar pelanggan
- Memberikan manfaat yang luar biasa bagi lansia, sehingga memiliki kemungkinan besar bagi mereka untuk kembali dan merekomendasikan tempat ini kepada teman atau keluarga.

Weakness (kelemahan) :

- Tidak semua lansia dan keluarga percaya dengan terapi tradisional
- Biaya pemeriksaan kesehatan gratis bagi pelanggan yang menjadi pembelajaran bagi penulis dalam menyeimbangkan pengeluaran dan pendapatan yang masuk

Opportunities (Peluang) :

- Menjangkau pelanggan dalam memberikan pengetahuan, manfaat, serta mendapatkan kepercayaan mereka terhadap terapi tradisional dan akupuntur ini melalui komunitas lansia, agen perjalanan khusus, serta layanan kesehatan untuk mendorong mereka mendapatkan layanan terapi tambahan secara tradisional melalui pendekatan offline
- Mnejangkau pelanggan terkhusus keluarga yang akan berlibur ke Desa Cibogo bersama lansia pendekatan online
- Wellness tourism sedang menjadi tren liburan yang memiliki minat yang tinggi saat ini, dikarenakan banyak orang mencari pengalaman menginap yang baru yang tentunya bisa mendukung kesehatan fisik dan mental mereka
- Kompetitor yang sedikit terutama dalam lingkup *villa* yang menawarkan layanan kesehatan akan membantu penulis dalam mendapatkan izin khusus terutama dari ahli terapis dan akupuntur terpercaya dan bersertifikat di bidangnya
- Terdapat klinik kesehatan di dekat *villa* yang bekerjasama dalam memeriksakan kesehatan pelanggan. Tentunya biaya yang dikeluarkan

oleh pelanggan untuk menginap sudah termasuk biaya pemeriksaan kesehatan berdasarkan lamanya mereka menginap.

- Mendapatkan perhatian dan menjadi daya tarik bagi keluarga yang bepergian bersama lansia, sehingga rasa kekhawatiran mereka sedikit berkurang dan dapat bersama-sama menikmati fasilitas yang diberikan.

Threat (Ancaman) :

- Hotel atau resort besar yang mulai menawarkan layanan spa dan kesehatan bisa menjadi kompetitor berat.
- Klinik medis atau spa kesehatan yang menawarkan terapi serupa dengan teknologi lebih canggih bisa menarik pelanggan yang mencari solusi medis modern.
- Praktik akupuntur dan terapi pijat bisa memerlukan izin khusus, dan jika tidak memenuhi standar kesehatan, bisa berisiko ditutup atau dikenakan sanksi
- Lansia memiliki kondisi kesehatan yang lebih rentan, seperti tekanan darah tinggi, osteoporosis, atau penyakit jantung, yang bisa mempengaruhi respons mereka terhadap pijat dan akupuntur.
- Jika ada kejadian medis yang tidak diinginkan (seperti cedera akibat terapi), bisa berdampak buruk pada reputasi *villa* penulis
- Terapis pijat dan ahli akupuntur bersertifikat bisa sulit ditemukan, terutama di daerah terpencil

E. Spesifikasi Produk atau Jasa

The Majestic merupakan sebuah jasa akomodasi yang menawarkan penginapan berbasis *wellness tourism*. *Villa The Majestic* memiliki penawaran dalam akupuntur dan spa dengan tagline “*Get your own health*”, dalam artian pelanggan tidak hanya dapat menikmati pengalaman menginap, tetapi juga mendapat manfaat kesehatan. Bisnis ini melakukan pemasaran dalam bentuk offline dan online untuk mendapatkan pelanggan sebanyak banyak nya.

1. Bangunan *Villa The Majestic*

Bangunan villa ini memiliki 2 tipe kamar yang terdiri dari 5 bangunan dengan 2 kamar tidur disetiap bangunan Interior menggunakan kaca riben dan kayu pinus

2. Produk dan Fasilitas yang di tawarkan di *Villa The Majestic*

- Kamar tidur ukuran 4x5 m²
- Onsen berukuran 12x5 m² yang terdiri dari dua ruangan
- Sauna berukuran 6m x 5m²

Villa merupakan produk utama dari bisnis penulis. *Villa* ini di desain untuk keluarga yang biasanya berlibur bersama orangtua lanjut usia. Interior dinding *villa* yang menggunakan kaca yang langsung menghadap perkebunan strawberry memberikan pemandangan asri dan sejuk kepada pelanggan yang menginap. Ruangan dan fasilitas yang disediakan tentunya mendukung lansia dalam beraktivitas selama menginap di *villa* ini. Adapun karyawan yang bekerja di *villa* ini sudah terlatih untuk melayani pelanggan lansia.

3. Layanan spa yang ditawarkan di *Villa The Majestic*

- Spa body scrub
- Spa Facial
- Spa Body Wrap
- Spa Massage
- Spa Manicure
- Spa Pedicure
- Hair Spa

4. Layanan Akupuntur yang ditawarkan di *villa The Majestic*

- Akupuntur wajah
- Akupuntur kaki
- Akupuntur punggung

5. Layanan Villa sebagai pendukung

- Pemeriksaan Kesehatan Gratis
- Layanan Klinik Amanda Lembang 24 Jam

Terapi kesehatan spa ini dilakukan oleh terapis yang ahli dibidangnya. Hal ini dapat dilakukan pada lansia setelah melakukan pemeriksaan terlebih dahulu terhadap kondisi lansia, khususnya kondisi kulit dan kondisi psikologis nya. Terapi ini dilakukan dengan pijatan lembut untuk menekan otot dan sendi pada lansia. Ada banyak sekali manfaat spa ini salah satunya mengurangi stress dan hingga meningkatkan sirkulasi darah.

F. Jenis Badan Usaha

Menurut (Masrohatin, 2014, p. 18) “Badan Usaha adalah didefinisikan sebagai organisasi yang terstruktur dalam mengelola faktor-faktor produksi untuk mendapatkan keuntungan. Pengertian lain Badan Usaha adalah kesatuan yuridis dan ekonomi yang menggunakan faktor produksi untuk menghasilkan barang dan jasa dengan tujuan mencari keuntungan.” Badan Usaha merupakan suatu badan organisasi yang bertujuan mendapatkan laba semaksimal mungkin dan memberikan dampak positif untuk konsumennya. Badan Usaha terdiri dari beberapa bentuk, diantaranya Koperasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan Badan Usaha Milik Swasta (BUMS).

Badan Usaha Milik Swasta (BUMS) adalah badan usaha yang dikelola oleh pihak swasta sebagai pemilik modalnya. Jenis badan usaha ini dimiliki oleh individu, keluarga, investor swasta, perusahaan, tanpa keterlibatan pemerintah. Badan Usaha Milik Swasta ini juga terdiri atas beberapa bentuk, diantaranya :

- Commanditaire Vennootschap (CV)

Badan usaha ini biasanya dijalankan oleh dua orang atau lebih, dan terdiri dari pelaku aktif dan pasif. Dalam hal ini, pelaku aktif adalah yang memimpin perusahaan, sedangkan pelaku aktif ialah yang memberikan modal untuk dikelola.

- Firma

Badan usaha yang didirikan oleh beberapa orang yang beratasnamakan nama bersama dan bertanggung jawaban yang sama terhadap perusahaan. Hal ini juga berefek terhadap kekayaan perusahaan maupun pribadi, karena tidak ada pemisah diantaranya. Apabila terdapat kerugian, kedua belah

pihak bertanggung jawab dalam menjaminkan kekayaannya untuk menutupi kerugian perusahaan.

- Perusahaan Perseorangan (PO)

Badan usaha yang dipimpin, dipertanggung jawabkan, dan dipenuhi modalnya oleh satu orang yaitu pendiri usaha tersebut. Tentunya ada banyak sekali kelebihan dalam badan usaha ini, selain daripada kebebasan untuk mengambil keputusan dan rahasia-rahasia perusahaan terjamin, keuntungan perusahaan tentunya lebih besar dan dapat dikelola sendiri untuk menghasilkan keuntungan yang lainnya.

- Perseroan Terbatas (PT)

Badan usaha ini didirikan atas beberapa orang yang menanamkan saham di perusahaan sebagai modal, dimana hak mereka hanya sebatas besarnya modal yang ditanam kepada perusahaan. Apabila terdapat kerugian perusahaan, setiap pemegang saham hanya bertanggung jawab sebesar saham yang mereka miliki.

Dalam kesempatan ini, penulis akan membangun bisnis dengan jenis usaha perseroan terbatas, yang artinya bisnis ini mendapatkan modal dan dukungan serta tanggung jawab penuh oleh kedua pihak sebagai pendiri bisnis ini.

G. Aspek Legalitas

Menurut (Purnawan, 2020, p. 3) “Aspek Legalitas merupakan unsur terpenting, karena legalitas merupakan jati diri yang melegalkan atau mengusahakan suatu badan usaha ditengah masyarakat. Dengan kata lain,

legalitas perusahaan harus sah menurut undang-undang dan peraturan, dimana perusahaan tersebut dilindungi atau dipayungi dengan berbagai dokumen hingga sah di mata hukum pada pemerintahan yang berkuasa saat itu.”

Berdasarkan jenis badan usaha di atas, penulis akan membuat badan usaha Perseroan Terbatas. Berikut merupakan persyaratan yang harus dipenuhi sebagai aspek legalitas dalam mendirikan badan usaha Perseroan Terbatas :

- Pengajuan Nama Perseroan Terbatas

Pengajuan ini dilakukan oleh notaris melalui Sistem Administrasi Badan Hukum. Hal ini bertujuan agar nama PT yang akan didaftarkan tidak mirip dengan nama PT yang telah ada. Hal ini juga untuk mendapatkan persetujuan dari Kemenkumham dan Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2011 mengenai Tata Cara Pengajuan dan Pemakaian Nama Perseroan Terbatas.

- Pembuatan Akta Pendirian PT

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membuat akta PT ini diantaranya : pendiri minimal 2 orang atau lebih, menetapkan maksud dan tujuan, minimal 1 direktur dan 1 komisaris, dan menetapkan jangka waktu berdirinya PT.

- Pembuatan SKDP

Permohonan diajukan kepada kantor kelurahan setempat sebagai bukti keberadaan perusahaan. Persyaratan lainnya yang dibutuhkan adalah Izin Mnediirkan Bangunan (IMB), Kartu Tanda Penduduk (KTP) Direktur, dan photocopy Pajak Bumi dan Bangunan (PBB).

- Pembuatan NPWP

Pendaftaran NPWP diajukan sesuai domisili perusahaan. Persyaratan yang dibutuhkan diantaranya NPWP pribadi Direktur PT, photocopy KTP Direktur, SKDP, dan akta pendirian PT.

- Pembuatan Anggaran Dasar Perseroan

Hal ini diajukan kepada Kemenkumham untuk mendapatkan pengesahan. Persyaratan yang dibutuhkan diantaranya bukti setor bank senilai yang tertera dalam akta pendirian, Bukti Penerimaan Negara Bukan Pajak, dan Akta Ali pendirian.

- Mengajukan Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Hal ini dimiliki sebagai bukti bahwa perusahaan telah melakukan wajib daftar sesuai Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.37/M-DAG/PER/9/2007 tentang Penyelenggaraan Pendaftaran Perusahaan.

- Berita Acara Negara Republik Indonesia

Apabila perusahaan telah mendapatkan pengesahan dari Menteri Kemenkumham, maka harus diumumkan BNRI dari perusahaan yang telah diumumkan, dan statusnya telah sempurna sebagai badan hukum.

H. Business Model Canvas

NAMA BISNIS : VILLA THE MAJESTIC 5 villa dengan fasilitas kamar tidur, kamar mandi & onsen didalamnya serta sauna.		PERMASALAHAN : Lansia dan keluarga yang pergi berlibur bersama banyaknya mengalami kesehatan yang menurun seperti kesulitan tidur dan otot yang kaku, sehingga dibangunnya bisnis ini agar pelanggan tetap bisa menikmati liburan sembari mendapatkan layanan pemeliharaan kesehatan yang baik.		
KEY PARTNERSHIPS Strategic Alliance -Outsourcing terapis akupunktur (Aliya Akupunktur) -Outsourcing spa (Zen Spa) -Engineering	KEY ACTIVITIES -Menjaga suasana disekitar villa tetap asri & nyaman -Memastikan permintaan tamu terpenuhi dari proses check in check out -Membuat konten promosi dan menjalin kerjasama dengan agen online seperti traveloka	VALUE PROPOSITIONS -Newness Villa kami menyediakan fasilitas lengkap seperti onsen, sauna serta akupunktur dan spa yang akan memanjakan pengunjung dan memberikan relaksasi yang menyatu dengan keindahan alam	CUSTOMER RELATIONSHIPS -Memberikan diskon 10% untuk pelanggan saat pertama kali menginap -Mengadakan program membership "Majestic Wellness Club" bagi pelanggan yang telah menginap 2 kali dengan potongan 12% saat pemesanan berikutnya	CUSTOMER SEGMENTS -Niche Market Target market adalah family guest yang berlibur bersama lansia berusia 60 tahun keatas yang berasal dari seluruh Indonesia, yang datang berlibur ke Lembang
	KEY RESOURCES -Physical Bangunan villa, keamanan, kenyamanan, kelestarian lingkungan dengan fasilitas yang disediakan ditengah suasana Desa Cibogo yang tenang -Human Karyawan lokal yang direkrut dan dilatih dalam memahami kebutuhan lansia dan keluarga -Intellectual SOP kerja di Villa The Majestic sebagai pelopor wisata kesehatan yang unik -Finansial Pendanaan milik pribadi sebagai fondasi pengembangan villa		CHANNELS -Online Pembelian dan pemasaran melalui Website, Tiktok, IG, online travel agent -Delivery/offline Bangunan villa dimana tamu datang langsung untuk menginap maupun menikmati spa dan akupunktur yang ada	
COST STRUCTURE Value Driven -Fixed Cost : Biaya POMEK (listrik & air), biaya gaji karyawan -Variabel Cost : Biaya promosi, biaya operasional (amenities & supplies)		REVENUE STREAMS Fixed Menu Pricing -List Price : harga tetap untuk produk (kamar) yang dijual -Usage Fee : <ul style="list-style-type: none"> • Pendapatan tergantung fasilitas/program yang diambil customer • Menyewakan tempat untuk layanan spa dan akupunktur 		