

BAB I

ANALISA BISNIS

A. Latar Belakang

Kegiatan berwisata bukan lagi barang mahal sehingga pasarnya pun semakin luas. Menurut *Good News From Indonesia* pada tahun 2023 data survei menyebutkan bahwa 69,73 % warga Indonesia melakukan perjalanan wisata sebanyak 1-3 kali dalam sebulan. Perjalanan wisata menjadi hal penting yang dilakukan warga Indonesia dengan tujuan untuk menghilangkan penat dan bersenang – senang bersama teman atau keluarga.

Perjalanan wisata tidak hanya dilakukan ke luar negeri. Mengingat wilayahnya yang begitu luas, Indonesia merupakan negara yang terkenal dengan destinasi wisatanya. Hampir berbagai wilayah di Indonesia memiliki *tourist attraction* yang sangat menarik untuk dijelajahi. Beberapa wilayah yang sering dijadikan tujuan wisata yakni Bali, Bandung, Bogor dan Yogyakarta. Menurut BPS DIY, Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri menerima wisatawan nusantara sebesar 34,29 juta akumulasi pada Januari - November 2024 yang didominasi oleh wisatawan luar provinsi (Impessa.id,2025).

Perjalanan wisata luar daerah yang dilakukan selama satu hari untuk pulang pergi sangat melelahkan. Disinilah jasa akomodasi dibutuhkan. Jenis akomodasi yang tersedia sangat beragam dengan berbagai dengan berbagai fasilitas yang menarik seperti hotel berbintang. Selaras dengan fasilitas yang semakin mewah, harga penginapan per malamnya pun semakin tinggi. Sedangkan untuk penginapan yang tradisional dan sederhana seperti pondok wisata dan rumah wisata dengan harga yang lebih terjangkau kadang tempat

istirahat dan kamar mandi yang merupakan kebutuhan utama tidak tersedia dengan layak seperti kualitas kasur yang tidak terlalu baik, kebersihan kamar mandi yang kurang dan timbulnya bau kurang sedap.

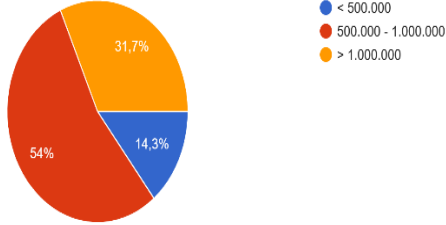
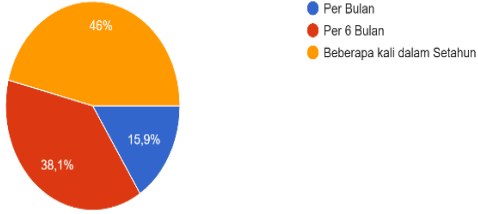
Daerah Umbulharjo, Kota Yogyakarta merupakan daerah wisata yang dikeliling dengan banyak destinasi pariwisata alam, budaya bahkan kuliner yang menarik untuk dikunjungi seperti Situs Warungboto, Gembira Loka Zoo, Bendung Lepen, Gudeg Pawon, Desa Wisata Tahunan, Embung Giwangan, Situs Tuk Umbul Warungboto, dan XT Square. Sehingga penulis ingin menyediakan akomodasi di daerah Umbulharjo, Kota Yogyakarta untuk wisatawan nusantara di area pemukiman yang mudah dijangkau.

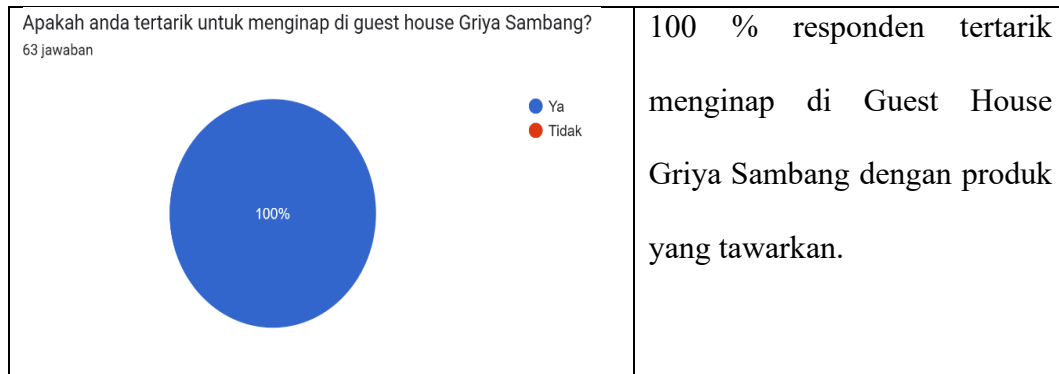
Di Indonesia ada banyak jenis akomodasi yang sudah berkembang dengan berbagai peminatnya masing-masing. Diantaranya ada wisma, pondok wisata, dan *guest house*. Wisma adalah bangunan milik instansi yang menyediakan akomodasi bagi tamu, pegawai, atau pekerja yang sedang menjalani kegiatan bisnis atau rekreasi (KBBI, 2016). Fasilitasnya mencakup kamar tidur serta layanan makanan dan minuman, dan berfungsi sebagai tempat istirahat yang nyaman. Menurut KBBI No. 55199, Pondok wisata/*homestay* adalah salah satu jenis akomodasi berupa rumah tinggal milik penduduk yang disewakan sebagian atau seluruhnya kepada wisatawan untuk jangka waktu harian. Penginapan ini dikelola secara pribadi dan menawarkan pengalaman menginap di lingkungan lokal dengan fasilitas yang sesuai standar setempat. Sedangkan *guest house* adalah bangunan yang lebih sederhana dari hotel yang berfungsi sebagai tempat menginap dan umumnya terletak di dekat rumah utama yang dihuni oleh pemiliknya (Pramitha H, 2016). Berbeda dengan

homestay, di mana pemilik rumah menyewakan tempat tinggal untuk pengalaman lokal dan lebih sering bersinggungan dengan pemiliknya, *guest house* lebih menyerupai akomodasi mandiri dengan layanan yang lebih fleksibel dan profesional. Berdasarkan pengertian tersebut, penulis memilih *guest house* sebagai jenis akomodasi yang dipilih dalam perencanaan bisnis ini.

Dalam proses validasi pasar, minat konsumen belum tentu langsung menjadi tindakan pembelian. Hal ini dijelaskan dalam model AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), di mana konsumen perlu melewati beberapa tahap sebelum benar-benar melakukan transaksi (Kotler & Keller, 2016). Teori ini juga didukung oleh Schiffman & Kanuk (2010) yang menyebutkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kemampuan finansial, kebiasaan perilaku konsumen dan minat,.

Tabel 1. 1 Persentase Minat Pasar

Chart Minat Pasar	Keterangan
<p>Berapa biaya yang biasa anda keluarkan untuk akomodasi saat berwisata 63 jawaban</p>  <p>Legend: ● < 500.000 ● 500.000 - 1.000.000 ● > 1.000.000</p>	<p>54% biasanya mengeluarkan biaya antara Rp500.000–Rp1.000.000 per malam untuk akomodasi, 31,7% di atas Rp1.000.000, dan hanya 14,3% di bawah Rp500.000.</p>
<p>Dalam satu tahun, biasanya berapa kali anda melakukan perjalanan wisata? 63 jawaban</p>  <p>Legend: ● Per Bulan ● Per 6 Bulan ● Beberapa kali dalam Setahun</p>	<p>46% bepergian beberapa kali dalam setahun, 38,1% setiap 6 bulan sekali, dan 15,9% setiap bulan.</p>



Sumber : Olahan Penulis, 2025

Berikut adalah hasil survei awal pada 63 responden mengenai peminatan pasar pada bisnis ini. Maka:

- $63 \text{ orang} \times 84,1\% = 53 \text{ orang}$ yang cukup aktif berwisata 2/+ Kali
- $53 \text{ orang} \times 68,3\%$ (yang sesuai budget Rp.462.000) = ±36 orang
36 dari 63 orang = 57% dari total responden yang benar-benar mungkin akan menginap jika semua kondisi ideal terpenuhi.

Seiring dengan pertumbuhan kunjungan wisatawan domestik yang terus meningkat serta berkembangnya industri pariwisata di Kota Yogyakarta, kebutuhan akan akomodasi yang layak juga semakin besar. Hal ini menjadi peluang bagi “Griya Sambang Guest House” untuk menyediakan hunian yang nyaman dan berkualitas bagi para wisatawan.

B. Gambaran Umum Bisnis

a.) Deskripsi Bisnis

“Griya Sambang Guest House” adalah penginapan sederhana yang berbentuk rumah wisata. Penginapan ini memiliki 8 kamar dengan kamar mandi. Ke-8 kamar merupakan tipe kamar yang sama, dengan 6 kamar *double bed* dan 2 kamar *twin bed*. Kedelapan kamar tersebut memiliki interior yang berbeda pada masing-masing kamarnya. Interior kamar

bertemakan suku-suku di Indonesia. Selain itu penginapan ini memiliki restoran untuk sarapan, kolam renang, tempat parkir, ruang tamu bersama dan juga dapur bersama.

b.) Deskripsi Logo dan Nama Usaha

1. Deskripsi Logo

Gambar 1. 1 Logo Usaha



Sumber : Olahan penulis. 2025

- Inisial GS disini merepresentasikan nama *guest house* yaitu Griya Sambang.
- Ilustrasi atap diharapkan agar tempat ini mampu memberikan perlindungan keamanan dan kenyamanan bagi para penghuninya.
- Harapan dan impian yang tinggi sehingga mampu bersinar menjadi makna potret ini.

2. Deskripsi Nama Usaha

Nama bisnis ini adalah “Griya Sambang Guest House”. Dalam bahasa Jawa, kata “griya” berarti rumah atau tempat tinggal, sedangkan “sambang” berarti berkunjung atau mengunjungi. Jadi, Griya Sambang dapat diartikan sebagai rumah atau tempat yang digunakan untuk saling bertemu dan berkumpul.

c.) Identitas Bisnis (Alamat dan Kontak Perusahaan)

Identitas bisnis adalah informasi dasar yang menunjukkan eksistensi dan legalitas sebuah perusahaan. Identitas ini akan memudahkan calon konsumen dan partner bisnis untuk menghubungi dan menemukan perusahaan.

Lokasi “Griya Sambang Guest House” berada di Jl. Lowanu No.53, Sorosutan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasinya berada di area pemukiman warga yang ramai juga dekat dengan minimarket. Akses jalan memadai dan berada di tengah Kota Yogyakarta. Mitra bisnis dan juga calon penyewa dapat menghubungi “Griya Sambang Guest House” melalui *Whatsapp* dan *Email* berikut untuk lebih mengenal produk dan untuk melakukan pemesanan kamar.

Whatsapp : +62 857 6272 5202

Email : Griyasambangghouse@gmail.com

Website : www.griyasambangghouse.com

Gambar 1. 2 Lokasi Usaha



Sumber : *Google Satelit, 2025*

C. Visi & Misi Perusahaan

- Visi

Menjadi *Guest House* andalan wisatawan domestik saat berkunjung ke D. I. Yogyakarta yang dapat memberikan pengalaman menginap yang menyenangkan.

- Misi

1. Memberikan pelayanan terbaik bagi setiap *customer* yang menginap.
2. Terus beradaptasi dan berinovasi mengikuti perkembangan industri perhotelan tanpa menghilangkan warna Indonesia.
3. Aktif dalam melakukan pemasaran untuk mencari pelanggan baru.

D. Analisis SWOT

Nazarudin (2020) menyatakan bahwa SWOT merupakan alat perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai berbagai faktor yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan organisasi, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Analisis ini mencakup empat komponen utama, yaitu kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*).

Tabel 1. 2
Analisis SWOT

<i>Strenghts</i>	<i>Weaknesses</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang mudah dijangkau.. 2. Target pasar yang jelas yakni wisatawan domestik. 3. Konsep kamar yang tradisional. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bisnis baru yang belum ada rekam jejak. 2. Biaya perawatan interior konsep tradisional.
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan destinasi wisata di Yogyakarta. 2. <i>Trend</i> wisata dengan akomodasi yang lebih terjangkau. 3. Sarana promosi dan reservasi dengan platform online semakin berkembang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pesaing sejenis di Kota Yogyakarta. 2. Daya beli masyarakat yang menurun berdampak pada penurunan aktivitas wisata. 3. Perubahan <i>trend</i> wisata dapat mempengaruhi tingkat hunian.

Sumber : Olahan Penulis, 2025

E. Spesifikasi Produk Jasa

“Griya Sambang Guest House” merupakan jasa akomodasi tradisional yang memiliki 1 produk yakni kamar dengan 8 jenis interior yang bisa disewa. Dengan kapasitas untuk dua orang dan dilengkapi dengan kamar mandi pribadi, meja, kursi santai dan juga lemari. Selain itu ada fasilitas umum yang dapat dinikmati seperti sarapan yang sudah termasuk harga kamar, area parkir, ruang tamu bersama, dan dapur umum.

Gambar 1. 3 Fasilitas Kamar



Sumber : <https://lnk.ink/fNTUx>, Intagram, 2025

Konsep yang digunakan untuk Griya Sambang adalah tradisional sedangkan kamar-kamarnya adalah Etnik Nusantara. Etnik yang akan diadaptasi untuk tampilan di dalam kamar yakni Tradisi Bali, Toraja, Tradisi Dayak, Tradisi Asmat, Tradisi Minangkabau, Baduy, Sasak, dan Betawi. Dengan menggunakan banyak ornamen khas, seperti patung ondel ondel mini *size* sebagai aksesoris kamar Betawi, pajangan kepala kerbau di kamar Tojara dan lain sebagainya. Setiap kamar juga dihiasi batik dan atau kain khas sesuai tema interior yang akan memberikan wawasan dan suasana tradisional.

F. Jenis Badan Usaha

Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, badan usaha dapat berupa badan hukum maupun bukan badan hukum, selama didirikan di wilayah Indonesia dan menjalankan kegiatan usaha di sektor industri tertentu. Badan usaha yang ada di Indonesia dibagi menjadi 2 jenis kelompok besar, yakni sebagai berikut,

1. Badan Usaha Berbadan Hukum

Sebuah perusahaan yang memiliki status hukum sendiri, terpisah dari status hukum pemiliknya, sehingga bila terdapat masalah pada perusahaan atau utang, pemilik tidak harus bertanggung jawab dengan harta pribadinya. Contoh badan usahanya seperti Perseroan Terbatas, Yayasan, Koperasi, BUMN, dan BUMD.

2. Badan Usaha Tidak Berbadan Hukum

Cirinya adalah mengharuskan pemilik bertanggung jawab penuh atas segala kewajiban dan utang perusahaan dengan aset pribadinya. Yang termasuk Badan Usaha Tidak Berbadan Hukum adalah Firma, CV (Persekutuan Komanditer), Persekutuan Perdata, dan Perseorangan.

Dalam hal ini, “Griya Sambang Guest House” adalah bisnis akomodasi yang berbadan usaha CV (*Commanditaire Vennootschap*). Menurut Pasal 19 Kitab Undang- Undang Hukum Dagang (KUHD), persekutuan komanditer merupakan bentuk persekutuan yang terbentuk melalui peminjaman uang, di mana terdapat satu atau lebih sekutu yang bertanggung jawab penuh secara pribadi, serta satu atau lebih sekutu lainnya yang hanya memberikan modal atau pinjaman dana. Diantara

dua/lebih sekutu ini ada yang menjadi sekutu aktif/ yang menjalankan bisnis dan sekutu pasif atau yang memberi modal.

G. Aspek Legalitas

Legalitas menjadi dasar informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya mengenai identitas dan kegiatan usaha perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Hal ini menjadi penting agar perusahaan menjadi legal dan sah sehingga diakui oleh masyarakat. Sebagai usaha pada bidang pariwisata, “Griya Sambang Guest House” memiliki beberapa aspek legalitas yang harus dilengkapi bagi perusahaan berbadan usaha CV.

a. Pendirian CV

Dokumen yang diperlukan:

- Kartu Identitas & NPWP semua pendiri (minimal 2 orang: sekutu aktif & pasif).
- Akta Pendirian CV yang dibuat oleh Notaris.
- SK Pengesahan CV dari Kementerian Hukum dan HAM (melalui AHU Online).
- Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui OSS (Online Single Submission).
- Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU) dari Kelurahan atau Kecamatan.
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Perusahaan dari Kantor Pajak.

b. Perizinan Usaha *Guest House*

Karena *guest house* termasuk dalam sektor perhotelan dan pariwisata, maka

perizinan yang dibutuhkan meliputi:

1. Perizinan Dasar:

- Surat Izin Lokasi
- Persetujuan Bangunan Gedung (PBG) (pengganti IMB)
- Surat Keterangan Tata Ruang

2. Perizinan Operasional:

- Sertifikat Standar Usaha Pariwisata dari Kementerian Pariwisata.
- Izin Usaha Pariwisata (IUP) melalui OSS.
- Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) dari Dinas Pariwisata Yogyakarta.
- Sertifikat Laik Sehat dari Dinas Kesehatan.
- Surat Izin Lingkungan (UKL-UPL atau SPPL) tergantung skala usaha.

3. Perizinan Pendukung:

- Izin Reklame jika memasang papan nama atau billboard.
- Izin Penggunaan Air Tanah jika menggunakan sumur bor.
- Izin Gangguan (HO) (jika masih berlaku di daerah setempat).
- Izin Ketertiban & Keamanan dari kepolisian setempat.

c. Aspek Perpajakan dan Keuangan

- NPWP Badan Usaha
- PKP (Pengusaha Kena Pajak) jika omzet >4,8 Miliar/tahun
- Pajak Hotel & Restoran (terutama jika menyediakan makanan)
- Laporan Pajak Bulanan & Tahunan