

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Salah satu dari sepuluh kota besar Indonesia adalah Bandung. Banyak tempat menarik di ibu kota Jawa Barat yang menarik wisatawan lokal dan internasional. Sebagaimana dilaporkan oleh CNN Indonesia, pada tahun 2015, Bandung dinobatkan sebagai kota terpopuler di ASEAN. Hasil diperoleh melalui survei independen melalui jejaring Facebook yang melibatkan wisatawan domestik dan asing. Menurut artikel di [netral news.com](http://netralnews.com), Bandung adalah salah satu dari sepuluh tempat wisata yang paling banyak dikunjungi dari tahun 2024 hingga 2025.

Kota ini berada di urutan keenam setelah Labuan bajo, Yogyakarta, Ubud, Mandalika, dan Banyuwangi. Tahun 2024 Jumlah wisatawan yang datang ke Kota Bandung ada 8,5 juta pengunjung, menurut data yang dikumpulkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kota Bandung. Hasilnya meningkat sebesar 10,39 persen dari tahun sebelumnya. Oleh karena itu, tidak mengherankan bahwa selama akhir pekan, Kota Bandung penuh dengan wisatawan yang datang baik dengan transportasi umum maupun kendaraan pribadi.

Tidak hanya di Kota Bandung, Para Wisatawan pun ramai berdatangan ke Kabupaten Bandung. Menurut data yang dikumpulkan oleh Dinas Pariwisata

Ekonomi Kreatif Sumber Daya Manusia (Disparekraf) Kabupaten Bandung telah mendata jumlah para wisatawan yang berdatangan ke Kabupaten Bandung pada tahun 2024 adalah sebanyak 7.703.985 wisatawan domestic dan 12.782 wisatawan asing.

Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif Sumber Daya Manusia (Disparekraf) Kabupaten Bandung juga telah mendata jumlah para wisatawan yang berdatangan ke Kecamatan Rancabali pada tahun 2024 adalah sebanyak 1.646.552 wisatawan. Dan menurut dokumen RTRW (Rencana Tata Ruang Wilayah) Kabupaten Bandung dari 2016 hingga 2036, Kecamatan Rancabali dianggap sebagai Kawasan Pariwisata dan Pusat Pelayanan Kota yang berfungsi sebagai wisata alam. Salah satu tempat wisata alam populer di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, Rancabali terkenal dengan pemandangan pegunungan, udara sejuk, dan banyak objek wisata seperti Kawah Putih, Ranca Upas, Situ Patenggang, dan kebun teh yang luas. Hal ini menarik wisatawan lokal dan asing.

Dalam beberapa tahun terakhir, terutama setelah pandemi, tren wisata alam dan kegiatan luar ruangan telah meningkat, Menurut ANTARA kantor berita Indonesia, Wisata alam menjadi daya tarik utama wisatawan asal Indonesia. Sebanyak 75 persen wisatawan lebih memilih berlibur ke tempat wisata alam seperti pegunungan dan taman nasional, 65 persen wisatawan memilih berlibur ke pantai dan daerah pesisir, dan 37 persen lainnya ingin berlibur ke tempat wisata sejarah atau budaya. dengan banyak orang yang mencari alternatif liburan yang aman dan nyaman yang memungkinkan mereka

untuk lebih dekat dengan alam. Tujuan wisatawan saat berlibur adalah untuk bersenang-senang dan mencari pengalaman baru seperti camp ground bersama keluarga atau teman teman. *Camping ground* adalah salah satu jenis wisata yang populer karena menggabungkan sensasi berkemah dengan nyaman, aman, dan fasilitas yang lengkap.

Meskipun jumlah *Camping ground* di Rancabali sudah cukup banyak, ketersediaan tersebut belum sepenuhnya memenuhi tingginya permintaan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa kawasan tersebut masih memerlukan penambahan area camping dengan fasilitas yang lebih memadai.

Namun, beberapa pengunjung tidak memiliki perlengkapan berkemah sendiri seperti tenda, *sleeping bag*, matras, kompor portabel, dan perlengkapan pendukung lainnya.

Pembelian peralatan *camp* umumnya membutuhkan biaya cukup tinggi serta perawatan khusus, yang jarang digunakan jika berkemah sesekali. Oleh karena itu, bagi wisatawan yang ingin menikmati camping tanpa harus membeli peralatan sendiri, penyediaan lahan camping dan peralatan menjadi solusi praktis dan murah. Kondisi Rancabali yang sejuk, pemandangan indah, dan luasnya lahan sangat membantu pertumbuhan bisnis camping ground ini. Rancabali juga dekat dengan pusat Kota Bandung ( $\pm 1,5-2$  jam perjalanan) sehingga cocok untuk liburan akhir pekan keluarga, pasangan, dan teman. Oleh karena itu, ini adalah kesempatan yang sangat baik karena berdasarkan informasi dan data di atas, penulis memiliki gagasan untuk mendirikan akomodasi camp ground dengan alatnya di wilayah perkebunan teh Rancabali.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Menurut (Napu dkk.,2023) “Bisnis pariwisata dipahami sebagai keseluruhan dari semua usaha yang secara langsung mengadakan barang atau jasa untuk memfasilitasi kegiatan wisata”. “Jelajah Camp” berfokus pada wisatawan lokal dan asing yang ingin menikmati keindahan alam Rancabali tanpa membawa perlengkapan sendiri. Kami menawarkan akomodasi *camping ground* berkualitas tinggi, paket camping siap pakai, dan tentunya dengan harga yang terjangkau bagi wisatawan.

Tempat camping ini juga sangat strategis karena dekat dengan tempat wisata seperti Ranca Upas, Kawah Putih, Situ patenggang dan lainnya. Selain itu, ”Jelajah Camp” ini memiliki toilet bersih, sumber air, tempat api unggun, area parkir yang luas, listrik dan penerangan, pos keamanan, mushola, Wi-Fi, dan tempat sampah terpisah. Semua fasilitas ini memastikan kenyamanan dan keamanan pengunjung selama berkemah.

### **2. Deskripsi Logo dan Nama**

Kesan pertama adalah kunci setiap hubungan, oleh karena itu, memiliki pengaruh yang kuat pada interaksi pertama konsumen sangat penting untuk keberhasilan merek. Nama merupakan hal pertama yang menarik minat konsumen, sehingga sangat penting untuk memastikan bahwa nama tersebut sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Nama yang baik dapat membangun kepercayaan pelanggan untuk perusahaan. Nama "Jelajah Camp"

dipilih untuk bisnis akomodasi berjenis camping ground ini karena arti "Jelajah" adalah "menempuh perjalanan atau mengarungi suatu wilayah untuk mengetahui, mengenal, atau menikmati suatu tempat. Penulis yakin bahwa "Jelajah camp" ini memiliki nama yang tepat, penulis berharap setiap pengunjung merasa segar dan mendorong mereka untuk mencoba hal-hal baru.

*First impression* kepada pelanggan adalah logo. Logo harus dibuat dengan makna yang kuat dan menarik sehingga menarik perhatian pelanggan dan membuat mereka tertarik untuk menginap di "Jelajah Camp". Penulis telah merancang logo untuk usaha ini, yang mengandung arti dan makna yang menarik bagi calon pelanggan.

**GAMBAR 1. 1**  
**LOGO JELAJAH CAMP**



Sumber: Olahan Penulis, 2025

a) Bentuk Lingkaran

Kebersamaan atau keabadian pengalaman yang tak terlupakan adalah dua hal yang akan didapatkan para pelanggan ketika menginap di tempat ini, yang membuat mereka memiliki pengalaman yang tak terlupakan.

b) Ilustrasi tenda, gunung, matahari, dan pohon pinus

Pohon pinus menunjukkan kekayaan flora dan nuansa pegunungan yang sejuk di Rancabali, sedangkan tenda menunjukkan camping, kebersamaan, dan kenyamanan di alam. Gunung menunjukkan tantangan, dan keindahan alam di Rancabali. Matahari terbit menunjukkan harapan baru, semangat, dan optimisme untuk menjelajahi alam.

Penulis berharap dapat memberikan mereka pengalaman berkemah yang nyaman dan hangat, menikmati keindahan alam Rancabali yang menantang namun mempesona, merasakan semangat dan optimisme dari sinar matahari terbit, dan dikelilingi oleh kesejukan dan kekayaan alam pegunungan yang menenangkan. Simbol palu silang di sisi kanan dan kiri memberikan pesan kepada pelanggan bahwa mereka siap memberikan layanan terbaik dengan kerja keras, ketangguhan, dan semangat untuk membangun pengalaman berkemah yang berkesan.

c) Warna Coklat, Kuning emas, dan hijau tua

Coklat, yang berarti warna tanah, stabilitas, dan kehangatan, memberikan kesan alami dan dekat dengan alam. Ini cocok dengan gagasan petualangan di luar ruangan. Kuning emas, yang melambangkan kehangatan sinar matahari dan kebahagiaan, dan hijau tua, yang melambangkan kesejukan dan ketenangan alam di Rancabali. Tujuan dari perpaduan warna pada logo “Jelajah Camp” Rancabali

adalah untuk memberikan pesan rasa hangat dan nyaman kepada pelanggan, menumbuhkan semangat dan kebahagiaan untuk berpetualang, dan juga memberikan kesejukan dan ketenangan alam yang unik dari pegunungan Rancabali.

### 3. Identitas Bisnis

Salah satu hal penting yang harus dipertimbangkan saat membuka usaha adalah lokasinya. Lokasi harus strategis sehingga pelanggan dapat mencapainya. Menurut Dirman & Wahyuni (2020), “identitas bisnis perlu dibangun dengan baik karena dengan adanya identitas serta pengemasan produk yang baik pula akan meningkatkan dan menciptakan penjualan atau daya beli para konsumen”. Karena identitas bisnis akan menaikkan penjualan produk dan mengoptimalkan keuntungan dari tempat yang sudah ada, penulis menyimpulkan bahwa identitas bisnis sangat penting. “Jelajah camp” berada di tengah-tengah perkebunan teh, dekat dengan destinasi wisata, dan sangat strategis.

Alamat : Jl. Raya Patengan, Kec.Rancabali, Kabupaten Bandung,  
Jawa Barat, 40973

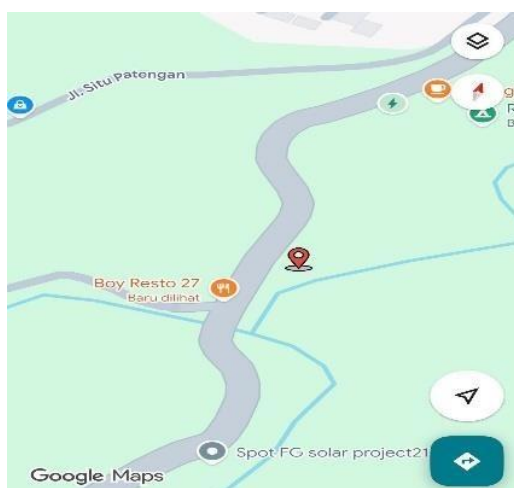
Whatsapp : 0812 2159 5945

Email : [Jelajahcamprancabali@gmail.com](mailto:Jelajahcamprancabali@gmail.com)

Instagram : @Jelajahcamprancabali

Tiktok : @jelajahcamprancabali\_

**GAMBAR 1. 2**  
**LOKASI DENAH**



Sumber: Google maps

### C. Visi Misi

Tujuan dan cita-cita bisnis penting saat membangun bisnis. Itu lah yang disebut "visi", yang merupakan kalimat pernyataan yang dibuat oleh perusahaan untuk mencapai tujuan. **Dr Fitri L dan M Hamdani (2011)** mengartikan visi merupakan “suatu keinginan dari individu/intitusi terhadap keadaan masa datang yang diinginkan /dicita-citakan oleh Individu / seluruh anggota anda diseluruh tingkatan level management”. Sedangkan misi adalah suatu proses atau langkah- langkah untuk mencapai visi tersebut.

Visi dan misi perusahaan adalah panduan untuk kemajuan oraganisasi. Ada banyak misi yang harus dilakukan agar visi tersebut tercapai. Visi dan misi membantu perusahaan merancang perubahan. Mereka berperan sebagai landasan sejarah atau fondasi untuk inovasi-inovasi yang mendorong perkembangan perusahaan. Oleh karena itu, hal itu menjaga agar tidak

menyimpang dari sasaran pokok bisnis dan memastikan bahwa seluruh aktivitas selaras dengan visi dan misi perusahaan. Visi dan misi “Jelajah Camp” tercantum di bawah ini.

### **VISI**

Menjadi destinasi *Camping Ground* terbaik di Rancabali yang menawarkan pengalaman berpetualang yang seru, nyaman, dan aman bagi wisatawan lokal dan internasional.

### **MISI**

1. Menyediakan fasilitas *camping* yang lengkap sesuai kebutuhan pelanggan.
2. Mengutamakan pelayanan yang ramah, profesional, dan penuh keramahan khas dari masyarakat Rancabali.
3. Menawarkan harga sewa yang terjangkau dengan berbagai paket yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.
4. Memberikan pengalaman wisata berbasis petualangan yang menarik dan berkesan.

## **D. SWOT Analisis**

Analisis kondisi internal dan eksternal sangat penting sebelum memulai bisnis. Dengan melakukan analisis yang tepat, bisnis akan berjalan dengan lancar karena kita sudah mengetahui peluang dan hambatan yang akan datang. Menurut (**Rangkuti, 2016**) “analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan”. Berikut merupakan

penjelasan dari SWOT :

- *Strenght* atau Kekuatan adalah kekuatan perusahaan yang dapat dilihat dari dalam, perusahaan juga dapat memenuhi kebutuhan pasar untuk konsumen.
- *Weakness* atau kelemahan perusahaan harus diperbaiki agar perusahaan dapat terus berkembang.
- *Oppurtunity* atau kesempatan adalah Kesempatan yang dapat dimanfaatkan jika kebutuhan pelanggan terpenuhi.
- *Theats* atau Ancaman adalah faktor lingkungan yang menimbulkan masalah dan menghambat pertumbuhan bisnis.

Dari penjelasan-penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa analisis SWOT memiliki peran yang sangat krusial untuk kelancaran dan pertumbuhan usaha baik dalam waktu dekat maupun jangka waktu Panjang. Berikut Analisis perencanaan bisnis “Jelajah Camp” :

**TABEL 1. 1**  
**IDENTIFIKASI SWOT**

<b><i>STREGHT</i></b>	<b><i>WEAKNESS</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki pemandangan luar biasa dari alam.</li> <li>• Memiliki karyawan yang siap membantu dan melayani dengan cara yang ramah dan profesional khas masyarakat Rancabali.</li> <li>• Fasilitas <i>camping ground</i> yang lengkap, ideal untuk pemula dan pengunjung tanpa perlengkapan dengan harga yang kompetitif,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kamar mandi yang tidak <i>private</i> (umum).</li> <li>• Ketersediaan listrik &amp; jaringan internet masih terbatas.</li> <li>• Biaya operasional tinggi untuk perawatan area dan fasilitas.</li> </ul>

<b><i>OPPURTUNITY</i></b>	<b><i>THREAT</i></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tren wisata alam dan petualangan meningkat, terutama setelah pandemi.</li> <li>• Permintaan dari wisatawan yang ingin mencoba camping tanpa repot untuk menyewa peralatan.</li> <li>• Lokasi yang strategis dekat dengan area wisata unggulan seperti Kawah Putih, Situ Patenggang, dll.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan harga dari penyedia camping/glamping lain yang lebih dulu dan lebih terkenal di Rancabali.</li> <li>• Cuaca yang tidak stabil yang dapat mengurangi kenyamanan dan keamanan pelanggan.</li> </ul>

Sumber: Olahan penulis, 2025

**TABEL 1 2**  
**ANALISIS MATRIKS SWOT**

<b>Internal / Eksternal</b>	<b><i>Opportunities</i></b>	<b><i>Threats</i></b>
<b><i>Strengths</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat promosi tentang adanya “Jelajah camp” kepada warga sekitar dan di share melalui internet.</li> <li>• Memanfaatkan lokasi strategis dekat Kawah putih, Situ patenggang, dll.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberi petunjuk arah di pinggir jalan raya untuk memudahkan pelanggan.</li> <li>• Menggunakan area camping yang lengkap, area memasak aman untuk mengurangi dampak cuaca buruk.</li> </ul>
<b><i>Weakness</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan fasilitas kamar mandi menjadi lebih <i>private</i>.</li> <li>• Pemasangan infrastruktur listrik dan internet bertahap.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perbaikan toilet bertahap untuk menghindari komplain.</li> <li>• Pembuatan SOP perawatan area agar biaya lebih terkendali.</li> </ul>

Sumber : Olahan Penulis, 2025

## E. Spesifikasi Produk/Jasa

Spesifikasi produk sangat penting untuk memfokuskan pemasaran yang akan kita lakukan, jadi suatu rencana bisnis harus dibuat dengan hati-hati dan cermat agar produk yang akan kita tawarkan memenuhi kebutuhan pelanggan *Campground* “Jelajah Camp” Rancabali menawarkan pengalaman berkemah yang nyaman dan aman di tengah keindahan pegunungan Rancabali. Dengan area yang luas, udara sejuk, dan pemandangan alam yang indah, *campground* ini cocok untuk keluarga, komunitas, perusahaan, atau generasi milenial atau Gen Z. *Campground* ini memiliki banyak fasilitas untuk pengunjung seperti:

- Toilet Umum
- Mushola
- Area parkir kendaraan
- Sumber listrik dan penerangan.
- Area Camping
- Wifi

Selain fasilitas-fasilitas yang disebutkan di atas, pelanggan juga memiliki kesempatan untuk menikmati aktivitas ekstrim seperti *trekking* ke lokasi di sekitar Rancabali dan mengabadikan momen dengan foto atau video.

## F. Jenis Badan Usaha

Badan usaha adalah entitas hukum dan ekonomi yang terdiri dari komponen produksi yang bertujuan untuk mencapai keuntungan. Sebuah "Akte Pendirian" yang disahkan oleh notaris dengan tandatangan di atas materai dan

segel memungkinkan sebuah usaha dianggap berbadan hukum. Menurut artikel OCBC (2023), ada empat jenis perusahaan di Indonesia berdasarkan kepemilikan modal, antara lain:

1. Badan Usaha Milik Negara (BUMN)

Adalah badan usaha dengan modal yang dimiliki atau dikendalikan oleh negara atau pemerintah pusat.

2. Badan Usaha Milik Daerah (BUMD)

Adalah badan usaha dengan modal yang dimiliki atau dikendalikan oleh daerah, Pemerintah daerah memiliki atau mengawasi modal badan usaha ini.

3. Badan Usaha Milik Swasta (BUMS)

Adalah jenis badan usaha yang kepemilikan modalnya dimiliki oleh sektor swasta, termasuk investor dari luar negeri. Contoh BUMS adalah Perjanjian Perdagangan, PT, Firma, dan CV.

4. Badan Usaha Campuran

Pemilik modalnya adalah kombinasi antara sektor pemerintah dan swasta.

Dalam usaha camping ground ini, penulis akan memilih Jenis Badan

Usaha CV ( *Commanditaire Vennootschap* ) dengan alasan ;

- Mendapat modal dari orang lain karena CV sendiri akan melibatkan dua orang atau lebih (pesero aktif dan pasif). Pesero aktif bertanggung jawab untuk semua harta pribadinya, sementara pesero pasif hanya bertanggung jawab untuk modal yang disetorkan ke CV.
- Tidak ada biaya pendirian yang signifikan karena tidak ada badan hukum

yang membedakan.

- Sesuai untuk bisnis keluarga, kemitraan, atau bisnis wisata skala menengah, dan pihak ketiga dapat diambil tanpa potongan pajak

### **G. Aspek Legalitas**

Dalam membangun sebuah bisnis atau usaha, legalitas sangat penting dan penting karena merupakan identitas yang mengesahkan keadaannya suatu perusahaan sehingga dapat diakui oleh masyarakat. Artinya, undang-undang ini harus sesuai dengan peraturan dan undang-undang saat ini, dan perusahaan ini harus memiliki dokumen yang sah di bawah hukum pemerintah yang berwenang. Berikut ini adalah beberapa syarat yang diperlukan untuk mendirikan bisnis yang legal:

- Akta untuk mendirikan sebuah CV
- Rekening perusahaan
- Nama dan Merk perusahaan
- Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL)
- Surat keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)
- Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- Surat Izin Tempat Usaha (SITU)
- Tanda Daftar Perusahaan atau Nomor Induk Berusaha
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)
- Surat Pernyataan / Persetujuan Tetangga / RT / RW

Semua elemen di atas diperlukan untuk mendirikan bisnis yang sah dan legal sesuai dengan hukum pemerintah yang berlaku.

**TABEL 1. 3**  
**BUSINESS MODEL CANVAS**

<b>JUDUL</b> JELAJAH CAMP DI RANCABALI	<b>DESKRIPSI BISNIS : Jelajah Camp Rancabali</b> adalah usaha jasa camping yang menyediakan, paket camping ground, serta kegiatan wisata alam berbasis petualangan di kawasan Rancabali, Kabupaten Bandung. Dengan konsep “berpetualang tanpa repot”, Jelajah Camp menawarkan solusi praktis dan nyaman bagi wisatawan, keluarga, komunitas, maupun perusahaan yang ingin menikmati keindahan alam Rancabali melalui kegiatan camping, outing, hingga gathering, sekaligus mendukung ekowisata berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat lokal.			
<b>KEY PARTNERSHIPS</b> Model: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategic alliance, buyer-seller relationship</li> <li>• Instansi pemerintahan sektor perhutani Rancabali dan pariwisata.</li> <li>• Komunitas pecinta Alam</li> <li>• Agen perjalanan</li> </ul>	<b>KEY ACTIVITIES</b> Problem solving: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengelola alat outdoor &amp; paket camping.</li> <li>• Production: -Perawatan &amp; penyimpanan alat.</li> <li>• Menyiapkan area camping &amp; fasilitas camping.</li> </ul>	<b>VALUE PROPOSITIONS</b> Model: -Experience <ul style="list-style-type: none"> <li>• Convience</li> <li>• Cost reduction</li> <li>• Menawarkan pengalaman berkemah yang seru, aman, dan nyaman.</li> <li>• Staff profesional dan lokasi yang asri dengan pemandangan alami di rancabali.</li> <li>• Fasilitas lengkap dari tenda, toilet, area api unggun dan perlengkapan camping.</li> <li>• Kegiatan outbond, gathering perusahaan, dan acara special.</li> </ul>	<b>CUSTOMER RELATIONSHIPS</b> Model: Customer loyalty, personal assistance, Co-creation <ul style="list-style-type: none"> <li>• Loyalti program seperti promo opening.</li> <li>• Pelayanan terbaik kepada pelanggan</li> <li>• Ulasan atau testimonial di medsos akan mendapatkan diskon di kunjungan berikutnya.</li> </ul>	<b>CUSTOMER SEGMENTS</b> Model; Mass market <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wisatawan lokal &amp; Mancanegara yang datang ke Rancabali.</li> <li>• Family &amp; Couple di Indonesia.</li> <li>• Gen Z, Millennial di Indonesia.</li> <li>• Komunitas pecinta alam di Indonesia.</li> <li>• Kelompok Outing di Indonesia.</li> </ul>
<b>COST STRUCTURE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fixed Costs: Gaji karyawan, Pajak, Biaya sewa lahan, Biaya listrik dan air, Internet, Maintenance, Marketing.</li> <li>• Variabel Costs: biaya makanan dan minuman, Guest supplies, Cleaning Supplies.</li> </ul>	<b>REVENUE STREAMS</b> Model: Usage fee, Asset sale, Renting <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiket Masuk</li> <li>• Sewa area camping ground</li> <li>• Sewa peralatan api unggun, peralatan Bbq.</li> <li>• Penjualan fast food &amp; instan food</li> </ul>			

Sumber: Olahan Penulis, 2025