

EXECUTIVE SUMMARY

Happy Ground merupakan aktivitas *wellness* dan rekreasi yang berlokasi di dalam mal kota Bandung yaitu *Paris Van Java Mall*. *Happy Ground* dibangun bertujuan untuk memenuhi kebutuhan generasi milenial dalam melakukan aktivitas kebugaran dan rekreasi yang memberikan manfaat guna mengelola stres, kecemasan, emosi dan kepenatan untuk dapat kembali merasa bahagia, peningkatan produktivitas bekerja, dan menjaga kesehatan mental dengan baik.

Happy Ground menawarkan berbagai aktivitas *wellness* bagi kesehatan mental melalui pendekatan seni dengan aktivitas seni terapeutik (*art therapy*) dan kerajinan tangan Nusantara. Selain itu juga menawarkan *workshop* edukasi kesehatan mental dan konsultasi bersama psikolog dengan cara yang *fun*. *Happy Ground* menawarkan berbagai aktivitas yang terdiri atas *room of emotion* dan *comfort room*. *Room of emotion* berisi aktivitas pelampiasan emosi dan aktivitas seni terapeutik melalui media tulisan, seni dan kerajinan tangan.

Aktivitas yang akan dilakukan di *room of emotion* ini yaitu *wall of anger* (melampiaskan emosi melalui tulisan), *wall of motivation* (memotivasi diri melalui sebuah tulisan), *drawing and painting*, dan yang terakhir yaitu membuat kerajinan tangan Nusantara seperti membuat masker batik, perhiasan dari manik-manik, membuat tembikar, menganyam, membuat kerajinan kain perca. Pada aktivitas *comfort room* merupakan sebuah aktivitas *workshop* edukasi kesehatan mental dan konsultasi bersama psikolog yang diselingi dengan aktivitas permainan *claw machine* agar pengunjung tidak merasa bosan. Harga yang ditawarkan mulai dari Rp 24.999,00 dan harga tersebut berbeda-beda pada setiap aktivitasnya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengunjung serta manfaat yang akan didapatkan.

Happy Ground membutuhkan pendanaan sebagai modal investasi awal sebesar Rp 447.185.000,00. Modal investasi awal ini berasal dari 50% dana pribadi dan 50% kerja sama dengan investor dari total dana yang dibutuhkan dan akan mengalami *payback period* dalam jangka waktu 2 tahun 3 bulan.

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

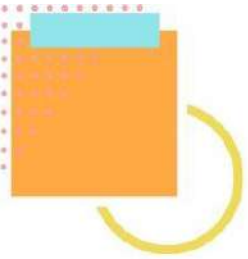
Perkembangan kehidupan di era modern terjadi dengan begitu cepat. Hal ini ditunjang oleh kemajuan teknologi yang serba canggih dan modern yang menyebabkan banyak perubahan gaya hidup. Kemajuan teknologi ini menyebabkan penggunaan media sosial yang berlebihan dan menjadi pemicu stres.

Faktor pemicu stres juga disebabkan oleh beban pekerjaan dan stres akibat akademik yang biasa dialami oleh mahasiswa, Menurut Sinaga (dalam Barseli dan Iffdil, 2017) stres akibat akademik ini bersumber dari proses pembelajaran antara lain nilai akhir, tugas yang berlebihan, serta ujian yang akan datang dan menyebabkan adanya tekanan yang dilimpahkan pada diri sendiri dan menyebabkan stres.

Menurut *United College Health Association* pada tahun 2014 menemukan bahwa kecemasan menimpa 61% mahasiswa. Kegelisahan ini tak hanya memberi dampak pada kesejahteraan, tetapi juga pada produktivitas (beritagar.id, 2017: Tersedia: <https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/ini-sebab-milenial-stres-dan-tidak-produktif>).

Faktor lainnya yang memengaruhi terjadinya stres dan gangguan mental adalah pandemi Covid-19 dan penerapan *social distancing* atau membatasi aktivitas di luar, hal ini membuat generasi milenial paling rentan mengalami gangguan mental karena *social distancing* membatasi pergerakan para milenial yang biasanya aktif bersosialisasi. Menurut perhimpunan Dokter Spesialis Kedokteran Jiwa akibat dari virus Covid-19 di Indonesia setidaknya sudah 1.522 orang yang tercatat mengalami depresi atau gangguan kesehatan mental (suara.com, 2020: Tersedia: <https://www.suara.com/news/2020/05/01/125216/data-psikiater-1522-orang-indonesia-depresi-akibat-corona?page=all>).

Stres menurut (Vincent Cornelli, dalam Jenita DT Donsu, 2017) merupakan gangguan pada tubuh dan pikiran terhadap ancaman, tekanan atau perubahan yang terjadi ketika ada orang yang menuntut lebih dari apa yang bisa ditanggung dan menciptakan perasaan tertekan.

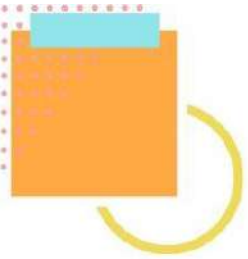


Generasi milenial Menurut Schoch (2012) adalah mereka yang lahir pada rentang tahun 1982 hingga 2000. Generasi milenial merupakan generasi yang mengalami pertumbuhan bersama dengan adanya perkembangan di bidang teknologi elektronik atau internet. *Digital Marketing Ramblings* (DMR) mengungkapkan bahwa, generasi milenial dapat menghabiskan 18 jam per minggu untuk menggunakan *smartphone* mereka (sehatq.com, 2020: Tersedia: <https://www.sehatq.com/artikel/generasi-milenial-generasi-yang-rentan-terhadap-gangguan-mental>).

Angka kecondongan gangguan mental dan depresi di Indonesia, berdasarkan Riskesdas 2018 memperlihatkan gangguan depresi terjadi mulai dari rentang usia remaja (15- 24 tahun). (Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan Indonesia: Tersedia: <https://pusdatin.kemkes.go.id>). Pada usia 15 tahun keatas angka kecondongan depresi meningkat dari 6 persen di tahun 2013 menjadi 9,8 persen di 2018. Angka ini terus meningkat sejalan dengan adanya stigma negatif pada mereka yang mengalami gangguan kesehatan mental (health.detik.com, 2019: Tersedia: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4795577/saat-remaja-bersahabat-dengan-depresi-dan-gangguan-jiwa>).

Berdasarkan penelitian *Mental Health Foundation* (MHF) menemukan generasi milenial lebih stres dibandingkan generasi lain. Penelitian itu mendapatkan data generasi milenial sebanyak 28 persen pada rentang usia 18-38 tahun merasa lebih tertekan dibandingkan dengan yang lain. Sedangkan sebanyak 34 persen generasi milenial merasa stres dan membuat mereka kurang produktif. Asosiasi Psikiater Amerika Serikat atau (APA) pada tahun 2018 mengemukakan bahwa generasi yang paling banyak menanggung kecemasan pada dekade terakhir yaitu generasi milenial.

Menurut sebuah riset dasar tahun 2019 yang dilakukan oleh Tim Psikiater Melinda Hospital, menunjukkan bahwa 36% dari 441 mahasiswa pada perguruan tinggi di Kota Bandung mengalami depresi. Adapun tingkatan rinciannya: 24 mahasiswa masih berpikir atau orang tersebut bahkan pernah mencoba untuk melakukan bunuh diri; 14 mahasiswa tersebut mempunyai ide untuk melakukan bunuh diri; sedangkan 80 mahasiswa lainnya mengalami depresi. Hasil ini menunjukkan bahwa di Indonesia, khususnya di kota Bandung pelajar atau generasi muda menghadapi masalah yang cukup



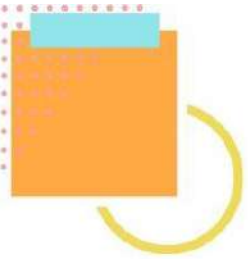
serius. Faktor pemicunya sangat beragam, melibatkan masalah keluarga, pekerjaan, pertemanan, dan masalah terkait lingkungan sosial lainnya.

Bandung merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat sekaligus menjadi kota metropolitan terbesar di Provinsi Jawa Barat, menjadi kota metropolitan mengakibatkan meningkatkannya kondisi perkotaan yang semakin tidak terkendali dan mengakibatkan adanya urbanisasi berlebihan yang menyebabkan bermacam-macam masalah yang muncul seperti kriminalitas, kemiskinan, pengangguran besar-besaran, pemukiman kumuh, susahny mencari lapangan pekerjaan, dan pergaulan bebas pada remaja. Masalah-masalah ini menjadi faktor pemicu stres.

Hambatan yang dialami pengidap depresi dalam mencari bantuan yaitu karena banyak stigma negatif pada masyarakat, merasa takut dan malu, dan berpikir apabila mencari bantuan akan dianggap tidak normal (health.detik.com, 2019: Tersedia: <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-4596181/156-juta-orang-indonesia-alami-depresi-cuma-8-persen-yang-berobat>).

Menurut hasil riset yang dilakukan oleh *Curtin University* di Australia, melakukan kegiatan rekreasi seperti olahraga dan aktivitas rekreasi lainnya dapat menurunkan stres hingga 34 persen. Selain itu, studi lain yang dilakukan oleh *Mayo Clinic* di Amerika Serikat menyebutkan bahwa orang-orang dalam kelompok atau komunitas yang berpartisipasi dalam kegiatan rekreasi rutin dapat mengurangi stres yang berdampak pada perilaku (klikdokter.com, 2017: Tersedia: <https://www.klikdokter.com/infosehat/read/3115723/hati-hati-kurang-piknik-picu-dampak-buruk-bagi-kesehatan>)

Salah satu cara untuk mengurangi stres dan kecemasan yaitu dengan melakukan aktivitas rekreasi. Rekreasi merupakan sejumlah kegiatan, termasuk pengejaran sosial, pendidikan, olahraga, dan artistik. Rekreasi mengacu pada serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh seseorang selama beberapa waktu dan melibatkan istirahat dari kebiasaan atau kegiatan sehari-hari. Menurut Waichman (dalam Lía Rodriguez de la Vega & Walter N. Toscano, 2018) kegiatan rekreasi merupakan sebuah pilihan untuk menciptakan perasaan senang, hiburan, dan sukacita.

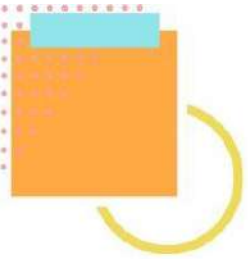


Aktivitas rekreasi yang dapat dilakukan yaitu melalui kegiatan *wellness tourism* atau wisata kebugaran. Menurut Kasper (dalam Mueller dan Kaufman, 2007) *wellness tourism* termasuk pada *illness prevention tourism* dan dikategorikan sebagai jasa kesehatan dan kebugaran, yang menawarkan sebuah produk berupa jasa pariwisata. Hal ini dapat dikembangkan atau dikreasikan jenisnya sesuai kondisi pada sebuah destinasi dari sisi lingkungan maupun sosial. Produk pada *wellness tourism* dikategorikan menjadi beberapa jenis yaitu: *mind mental activity* dan *education, health nutrition* atau diet, *body physical/ beauty care*, dan yang terakhir relaksasi/ meditasi.

Global Wellness Institute (2018) menunjukkan terdapat enam dimensi pada kebugaran sebagai pembentuk wisata kebugaran yaitu mental, spiritual, fisik, emosi, lingkungan, dan sosial. Dimensi- dimensi kebugaran tersebut akan sangat memengaruhi produk wisata kebugaran. Salah satu komponen pada dimensi emosi yaitu memahami perasaan dan mengatasi stres secara efektif, memerhatikan perawatan diri, relaksasi, pengurangan stress, dan belajar dari pengalaman. Pada dimensi emosi yaitu dengan melakukan peningkatan pribadi melalui *retreat*, pelatihan hidup, manajemen stres, membaca, menonton film, seni rupa, dan musik (Kemenparekraf, 2019: Tersedia: https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1593566358_Buku_Skenario_Perjalanan_Wisata_Kebugaran_Joglosemar,_Bali_dan_Jakarta.pdf).

Art therapy merupakan salah satu jenis aktivitas untuk manajemen stres yang melibatkan kegiatan mental dan edukasi. *Art therapy* banyak dilakukan, karena mudah dan bisa dilakukan untuk berbagai usia, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, bahkan bagi lanjut usia (lansia). Selain itu, *art therapy* tidak memerlukan kemampuan seni yang tinggi. *Art therapy* menjadi tren karena dapat membantu individu mengekspresikan emosi dan ketakutan secara visual yang tidak pernah dapat mereka ungkapkan melalui cara konvensional, dan memberi mereka rasa kendali atas perasaannya (Psychology Encyclopedia: Tersedia: Psychology.jrank.org).

Melihat kondisi tersebut *Happy Ground* hadir sebagai penyedia aktivitas kebugaran dan rekreasi yang dapat memenuhi kebutuhan generasi milenial dalam mengurangi stres, gangguan emosi, melampiaskan emosi dan kepenatan untuk dapat



kembali merasa bahagia, meminimalisasi terjadinya depresi dan peningkatan produktivitas dengan pelampiasan stres dan emosi melalui seni terapeutik dan kerajinan Nusantara serta menawarkan mini *workshop* mengenai kesehatan mental dan konsultasi bersama ahli dengan cara yang *fun* .

B. Gambaran Umum Bisnis

CV *Happiness* adalah perusahaan penyedia usaha aktivitas rekreasi dan kebugaran di dalam mal yang bernama “*Happy Ground*” , *Happy Ground* menawarkan berbagai aktivitas kebugaran pada dimensi emosi menggunakan pendekatan seni terapeutik untuk manajemen stres dengan rangkaian kegiatan edukasi mental dan rekreasi melalui seni dan kerajinan tangan Nusantara.

Menurut *British Association of Psychotherapists*, *art therapy* didasarkan atas keyakinan bahwa ekspresi diri melalui kreasi yang artistik memiliki nilai terapeutik untuk memahami bagaimana warna, tekstur, dan berbagai media seni yang dapat membantu mengungkapkan pikiran dan perasaan seseorang (art.art/blog, 2019: Tersedia:<https://art.art/blog/art-therapy-growing-trend>).

Happy Ground akan dikembangkan di dalam mal. Pemilihan lokasi bisnis *Happy Ground* mempertimbangkan beberapa aspek. Pilihan Bandung sebagai lokasi dibangunnya *Happy Ground* karena Bandung merupakan kota pariwisata terbaik dan telah mendapatkan penghargaan sebagai kota pariwisata terbaik oleh penyelenggaraan *Indonesia Attractiveness Award (IAA)* pada tahun 2018. *Paris Van Java Mall* dipilih karena berada di lokasi strategis dan dekat dengan pusat kota, konsep *resort lifecycle place* yang memadukan wisata belanja, kuliner, dan hiburan dalam satu kawasan yang menjadi daya tarik untuk berkunjung khususnya generasi milenial karena bentuk bangunan yang unik.

Happy Ground bertujuan untuk untuk menghadirkan sebuah aktivitas rekreasi yang dapat mengurangi stres dan meminimalisasi terjadinya depresi melalui kegiatan kebugaran dan proses pelampiasan stres, kecemasan, dan amarah sampai dengan proses

calming, menawarkan aktivitas bermain *indoor* dan memiliki konsep “*Express your feeling through craft & art*”.

Aktivitas ini sebagai kegiatan *wellness* dan rekreasi yang dapat mengurangi stres dan kepenatan dengan cara menyalurkannya secara langsung melalui tulisan, karya seni, kerajinan khas Nusantara, dan mini *workshop* mengenai kesehatan mental dan konsultasi bersama psikolog. Kehadiran psikolog berperan sebagai tempat bercerita dan memberi rasa ketenangan, agar tidak merasa kesepian, merasakan dukungan orang-orang di sekitarnya, mencegah situasi menjadi lebih buruk, maupun memberikan solusi.

Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1.1 Logo *Happy Ground*

Sumber: Olah data, 2021

Nama “*Happy Ground*” berasal dari kata “*happy*” (bahagia) dan “*ground*” (tempat) yang artinya, perusahaan ingin membuat sebuah tempat rekreasi yang dapat membuat pengunjung dapat merasakan kebahagiaan dan terhindar dari stres. Selain itu, lambang bohlam lampu yang di dalamnya berisi kuas cat diambil sebagai simbol munculnya ide atau perasaan yang ingin diungkapkan melalui seni dan kerajinan sebagai sebuah metode yang digunakan perusahaan. Adapun metodenya berupa *art therapy* melalui aktivitas seni terapeutik pada aktivitas membuat kerajinan Nusantara serta belajar mengenai kesehatan mental melalui edukasi yang menyenangkan dan inovatif.

C. Visi dan Misi

1. Visi:

Menjadi Pelopor penyedia aktivitas kebugaran dan rekreasi di Bandung bagi generasi milenial untuk melepas stres dan kecemasan dengan memberikan pengalaman bermain dan edukasi yang *fun*, kreatif, dan inovatif.

2. Misi:

- a. Menciptakan aktivitas rekreasi yang dapat mengurangi stres bagi generasi milenial.
- b. Meningkatkan kesadaran bagi pengunjung akan kesehatan mental.
- c. Memberikan aktivitas bermain melalui seni dan pelayanan yang beragam.
- d. Menciptakan rasa cinta terhadap seni dan kerajinan khas Nusantara.

3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan : *CV Happiness*

Email : yourhappiness@gmail.com

Website : www.yourhappiness.com

Alamat Perusahaan: Jln. Sukajadi No.131-139, Cipedes, Kec. Sukajadi, Kota
Bandung, Jawa Barat 40162

Bidang Usaha : Pariwisata

Jenis Produk : Aktivitas wisata kebugaran untuk manajemen stres

D. SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, tetapi pada saat yang sama meminimalkan kelemahan dan ancaman. (Rangkuti, 2013: 19).

Unsur-unsur SWOT Menurut Dj. Rusmawati (2017: 918) antara lain:

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan (*Strengths*) adalah potensi yang dimiliki oleh perusahaan dalam proses mendukung pengembangan perusahaan, seperti fasilitas-fasilitas perusahaan baik bagi SDM maupun bagi konsumen, dan kualitas sumber daya manusia. Faktor-faktor kekuatan antara lain yaitu kompetensi khusus yang dimiliki oleh organisasi dan memberikan keunggulan komparatif.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Analisis kelemahan yaitu situasi dan kondisi yang termasuk kelemahan pada suatu perusahaan, tepatnya terdapat kekurangan pada kondisi internal perusahaan yang mengakibatkan kegiatan-kegiatan perusahaan belum bisa terlaksana secara maksimal.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan faktor-faktor eksternal pada setiap situasi lingkungan yang ada dan dapat menguntungkan bagi perusahaan atau satuan bisnis.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman yang bisa terjadi di lapangan seperti harga bahan baku yang fluktuatif, adanya pesaing baru di pasar, pertumbuhan pasar yang lambat dan lain-lain.

Happy Ground melakukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Setelah mengetahui empat komponen SWOT, hal ini bertujuan membantu *Happy Ground* untuk mengembangkan strategi bisnis yang tepat. Berikut komponen analisis SWOT yang dimiliki *Happy Ground*:

1. Kekuatan

a. Lokasi yang strategis di pusat Kota Bandung

Lokasi *Happy Ground* yang terletak di dalam mal yaitu *Paris Van Java Mall* Bandung yang terletak di pusat kota dan memudahkan pengunjung untuk menjangkau tempat tersebut.

b. Beragam variasi aktivitas

Tersedianya beragam variasi aktivitas yang membuat pengunjung mendapatkan pengalaman yang menyenangkan saat bermain.

c. Terdapat tenaga ahli psikolog yang akan menemani pengunjung

Memiliki tenaga ahli psikolog yang berkualifikasi pada *art therapy* yang *friendly* dan interaktif akan membuka komunikasi yang baik dan membuat pengunjung bebas untuk bercerita atau melakukan konsultasi mengenai masalah yang sedang dialami dengan perasaan nyaman dan privasi yang terjamin.

d. Peralatan aktivitas yang lengkap

Menyediakan peralatan aktivitas melukis dan menggambar yang lengkap seperti yaitu *drawing paper*, cat air, spidol, *oil pastels*, *canvas*, dan lain-lain yang dapat dipilih oleh pengunjung sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung.

e. Suasana ruang aktivitas yang nyaman dan *fun*

Membuat suasana setiap ruang bermain senyaman mungkin untuk pengunjung melalui dekorasi boneka agar terciptanya perasaan yang rileks dan *fun*.

2. Kelemahan

a. Modal yang terbatas karena usaha baru didirikan

Sumber modal yang terbatas menjadikan kekurangan dari *Happy Ground* dikarenakan usaha yang baru saja didirikan.

b. Kapasitas jumlah pengunjung yang terbatas

Happy Ground menerapkan sistem kapasitas kunjungan dikarenakan adanya pandemi Covid-19 dan keterbatasan ruangan yang dipakai serta demi menjaga privasi pengunjung pada sesi konsultasi agar terciptanya perasaan nyaman dan mencegah munculnya perasaan yang dihakimi oleh sesama pengunjung.

c. *Brand* reputasi yang belum dikenal oleh pengunjung

Belum mempunyai reputasi yang baik sebagai penyedia aktivitas rekreasi dan kebugaran yang dapat mengelola stres, kecemasan, dan emosi.

3. Peluang

a. Minat melakukan rekreasi sebagai penghilang stres pada generasi milenial

Berdasarkan studi oleh *Curtin University* di Australia, olahraga dan aktivitas rekreasi dapat menurunkan stres hingga 34% yang artinya minat melakukan rekreasi saat sedang stres dan emosi akan terus meningkat

b. Kebutuhan generasi milenial di Bandung untuk mengurangi stres, amarah dan kepenatan

Menurut sebuah riset dasar tahun 2019 yang dilakukan oleh Tim Psikiater Melinda Hospital, menunjukkan bahwa 36% dari 441 mahasiswa pada perguruan tinggi di Kota Bandung mengalami depresi. Adapun tingkatan rinciannya: 24 mahasiswa masih berpikir atau orang tersebut bahkan pernah mencoba untuk melakukan bunuh diri; 14 mahasiswa tersebut mempunyai ide untuk melakukan bunuh diri; sedangkan 80 mahasiswa lainnya mengalami depresi

Hal ini menjadikan peluang bagi *Happy Ground* sebagai aktivitas rekreasi untuk memenuhi kebutuhan milenial khususnya mahasiswa dan pekerja (karyawan dan pengusaha) untuk mengurangi stres, amarah dan kepenatan.

Selain itu Studi terkini menyebutkan bahwa generasi milenial menempatkan kesehatan dan kebugaran menjadi prioritas kedua dalam keseharian (53%) setelah isu keluarga (79%), milenial mengalokasikan uang lebih banyak untuk membuat dirinya lebih sehat dan lebih bugar (Kemenparekraf, 2019: Tersedia: https://www.kemenparekraf.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1593566358_Buku_Skenario_Perjalanan_Wisata_Kebugaran_Joglosemar,_Bali_dan_Jakarta.pdf).

c. Usaha Pemerintah mengurangi stres

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan kesehatan jiwa pemerintah melakukan segala cara. Salah satunya dengan membuat layanan psikologi nasional untuk mengantisipasi terjadinya stres atau depresi. Melihat hal itu *Happy Ground* dapat membantu untuk mengurangi stres, kepenatan, amarah khususnya generasi milenial di Bandung.

d. Prediksi peningkatan minat wisata kebugaran

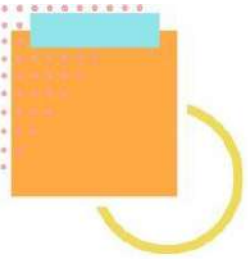
Berdasarkan *Global Wellness Economy Monitor* menunjukkan bahwa terdapat 691 juta jumlah perjalanan wisata kebugaran. Indonesia merupakan pasar terbesar yang kedua di Asia Tenggara dengan pengeluaran wisatawan kebugaran pada tahun 2017 sebesar USD 6,9 Miliar, Sedang pertumbuhan pasar wisata kebugaran Asia Pasifik tumbuh paling cepat, di mana perjalanan kebugaran (*wellness trip*) melonjak 33% pada 2015 hingga 2017.

Estimasi pertumbuhan pasar wisata kebugaran di Asia Pasifik pada 2017 hingga 2022 akan tumbuh berlipat ganda dari USD 137 miliar menjadi USD 252 miliar dengan Tiongkok, India, Malaysia, Filipina, Vietnam dan Indonesia sebagai pasar potensial. Selain itu pandemi Covid-19 menyebabkan terjadinya stres, kecemasan serta kepenatan menjadikan wisata kebugaran akan terus meningkat salah satunya melalui aktivitas wisata untuk manajemen stres yang bisa dilakukan untuk peningkatan pribadi dan mengurangi stres serta kecemasan.

4. Ancaman

a. Penurunan jumlah kunjungan ke pusat perbelanjaan atau mal

Menurut Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia atau (APPBI) DPD Jawa Barat kondisi pusat perbelanjaan atau mal di wilayah Jawa Barat selama pandemi Covid-19 mengalami keadaan “mati suri” atau banyak *tenant* yang mengalami gulung tikar. Namun untuk okupansi mal di Kota Bandung sudah bisa 50 persen bahkan wahana permainan sudah



bisa dibuka yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan (antaranews.com, 2021: Tersedia: <https://www.antaranews.com/berita/2076506/pandemi-appbi-jabar-sebut-pusat-perbelanjaan-alami-mati-suri>).

Hal ini menjadikan ancaman bagi *Happy Ground* dalam pengembangannya pada industri pariwisata.

b. Adanya pesaing yang menyediakan produk serupa

Tersedianya usaha sejenis yang menjadikan ancaman bagi *Happy Ground* untuk bersaing dengan usaha sejenis.

c. Bencana alam di Bandung

Bencana alam yang tidak dapat diprediksi kedatangannya seperti cuaca ekstrim, banjir, gempa bumi dan pergerakan sesar lembang yang akan memberikan dampak pada *Happy Ground*.

TOWS MATRIX

Tabel 1.1 TOWS Matrix

TOWS Matrix	Kekuatan	Kelemahan
	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi strategis dalam Mal dekat pusat kota b. Memiliki beragam variasi aktivitas c. Peralatan aktivitas yang lengkap d. Suasana ruang aktivitas yang nyaman dan <i>fun</i> e. Terdapat tenaga ahli psikolog atau <i>art therapist</i> yang akan mendampingi pengunjung. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Modal yang terbatas karena usaha baru didirikan b. Kapasitas jumlah pengunjung yang terbatas c. <i>Brand</i> reputasi yang belum dikenal oleh pengunjung
Peluang	Kekuatan-Peluang	Kelemahan-Peluang
<ul style="list-style-type: none"> a. Minat melakukan rekreasi sebagai penghilang stres pada generasi milenial b. Kebutuhan generasi milenial di Bandung untuk mengurangi stres, amarah dan kepenatan khususnya mahasiswa. c. Usaha pemerintah mengurangi stres pada masyarakat d. Prediksi peningkatan minat wisata kebugaran. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Memanfaatkan peluang yang ada untuk menghadirkan aktivitas wisata kebugaran bagi generasi milenial dengan aktivitas seni terapeutik dan kerajinan untuk mengelola stres 	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan kerja sama dengan investor b. Meningkatkan <i>brand</i> reputasi melalui pemasaran dan bekerja sama dengan komunitas peduli kesehatan mental untuk mempromosikan <i>Happy Ground</i>
Ancaman	Kekuatan-Ancaman	Kelemahan-Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> a. Penurunan jumlah kunjungan ke pusat perbelanjaan atau mal b. Adanya pesaing yang menyediakan produk sejenis. c. Bencana alam di Bandung 	<ul style="list-style-type: none"> a. Menerapkan protokol CHSE dan jumlah kapasitas kunjungan yang dibatasi untuk mencegah terjadinya penularan. b. Membuat produk yang beragam, inovatif, dan kreatif c. Melakukan pelatihan kepada seluruh SDM dalam menanggulangi bencana yang bisa datang kapan saja. 	<ul style="list-style-type: none"> a. Mengatur kapasitas pengunjung agar terciptanya pelayanan yang baik, aman dan optimal. b. Memperluas promosi pemasaran untuk menarik pasar.

Sumber: Olah data, 2021

Matrix Pembobotan

Tabel 1.2 Pembobotan Kekuatan

Kekuatan			
Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Lokasi strategis dalam Mal dekat pusat kota	25	3	75
Memiliki Beragam variasi aktivitas	15	2	30
Peralatan aktivitas yang lengkap	10	2	20
Suasana ruang aktivitas yang nyaman dan <i>fun</i>	10	2	20
Terdapat tenaga ahli psikolog atau <i>art therapist</i> yang akan mendampingi pengunjung.	40	4	160
Jumlah	100		305

Sumber: Olah data, 2021

Tabel 1.3 Pembobotan Kelemahan

Kelemahan			
Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Modal yang terbatas karena usaha baru didirikan	45	3	135
Kapasitas jumlah pengunjung yang terbatas	25	2	50
<i>Brand</i> reputasi yang belum dikenal oleh pengunjung	30	2	70
Jumlah	100		255

Sumber: Olah data, 2021

Tabel 1.4 Pembobotan Peluang

Peluang			
Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Minat melakukan rekreasi sebagai penghilang stres pada generasi milenial	20	4	80
Kebutuhan generasi milenial di Bandung untuk mengurangi stres, amarah dan kepenatan khususnya mahasiswa.	25	3	75
Usaha Pemerintah mengurangi stres pada masyarakat	25	4	100
Prediksi peningkatan minat wisata kebugaran.	30	4	120
Jumlah	100		375

Sumber: Olah data, 2021

Tabel 1.5 Pembobotan Ancaman

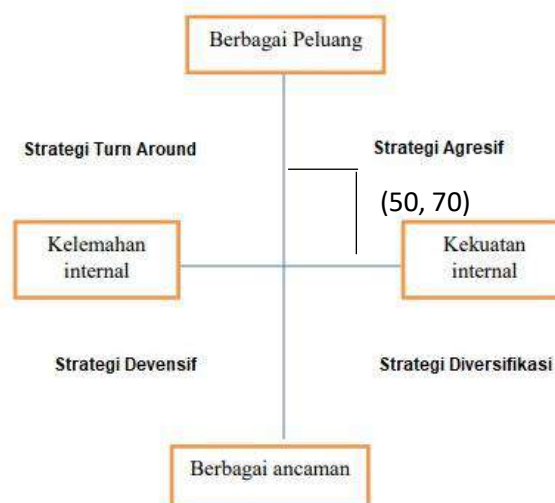
Ancaman			
Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Penurunan jumlah kunjungan ke pusat perbelanjaan atau mal	30	4	120
Adanya pesaing yang menyediakan produk/jasa sejenis	25	2	50
Bencana alam di Bandung	45	3	135
Jumlah	100		305

Sumber: Olah data, 2021

Tabel 1.6 Nilai SWOT *Happy Ground*

Indikator	Nilai
Kekuatan	305
Kelemahan	255
Selisih Nilai kekuatan-kelemahan	50
Peluang	375
Ancaman	305
Selisih Nilai Peluang-ancaman	70
Selisih Nilai Kekuatan-Kelemahan, Peluang-ancaman	50,70

Sumber: Olah data, 2021



Gambar 1.2 Kuadran *Matrix Happy Ground*

Sumber: Olah data, 2021

Hasil Analisis SWOT *Happy Ground* berada pada kuadran 1 (positif, positif) dengan nilai (50, 70) menandakan bahwa *Happy Ground* berada pada posisi yang menguntungkan dan memiliki peluang serta kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan adalah pertumbuhan yang agresif.

E. Gambaran Umum Produk dan Jasa

Happy Ground menawarkan aktivitas rekreasi dan kebugaran dengan kegiatan seni, di dalamnya terdapat dua *room* aktivitas dengan berbagai kegiatan yang dapat dilakukan oleh pengunjung yaitu ruang emosi dengan empat kegiatan seperti *wall of anger*, *wall of motivation*, melukis dan menggambar, serta membuat kerajinan tangan Nusantara.

Pada ruang aktivitas yang kedua yaitu ruang kenyamanan yang merupakan ruangan *workshop* edukasi kesehatan mental dan konsultasi bersama psikolog dan dilengkapi dengan aktivitas bermain melalui mesin permainan penjepit boneka atau *claw machine* yang disediakan untuk aktivitas selingan pengunjung agar tidak bosan. Keunikan yang ditawarkan *Happy Ground* yaitu terletak pada suasana ruang aktivitas yang didesain dengan nyaman mungkin bagi pengunjung melalui dekorasi boneka-boneka besar atau *giant teddy bear* yang dapat dipeluk ataupun dimainkan oleh pengunjung untuk menciptakan suasana nyaman.

Happy Ground juga menawarkan paket aktivitas yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pengunjung melalui dua paket aktivitas yaitu *happiness package* dan *delight package*.

F. Legalitas Usaha

Bentuk perusahaan yang akan dipilih yaitu perusahaan dengan badan usaha berbentuk *Commanditaire Vennootschap (CV)* atau persekutuan komanditer. Menurut Wijatno (2009: 110) *Commanditaire Vennootschap (CV)* atau persekutuan komanditer merupakan suatu bentuk perjanjian kerja sama yang digunakan untuk mengatur suatu perusahaan dan mempunyai tanggung jawab penuh atas kekayaan pribadinya dengan orang-orang yang memberikan pinjaman dan tidak bersedia memimpin perusahaan serta bertanggung jawab terbatas pada kekayaan yang diikutsertakan dalam perusahaan tersebut. Kelebihan badan usaha berbentuk *Commanditaire Vennootschap (CV)* atau persekutuan komanditer

1. Proses untuk mendirikan CV bisa dikatakan sangat mudah.
2. Kemampuan manajemen berbentuk CV pada umumnya lebih besar.

3. Modal yang dikumpulkan terbilang besar dengan struktur modal yang besar tersebut badan usaha CV mudah mendapatkan kredit.
4. Badan usaha berbentuk CV lebih mudah berkembang karena manajemennya diisi oleh profesional sehingga dalam pengelolaannya lebih baik.
5. Risiko perusahaan ditanggung secara bersama-sama oleh sekutu.

Dokumen yang harus dilengkapi untuk mendirikan CV

- a. Copy KTP dan NPWP,
- b. Copy perjanjian sewa atau kepemilikan tanah,
- c. Surat keterangan domisili pengelola,
- d. Surat keterangan RT dan RW.