

BAB I





BAB I DESKRIPSI BISNIS

A. LATAR BELAKANG

Saat ini tren wisata di tanah air telah mengalami pergeseran dalam melakukan aktivitas wisata, dimana yang dahulu bersifat massal ke pariwisata yang bersifat khusus dan lebih berkualitas dengan tujuan tertentu disamping hanya untuk tujuan rekreasi. Berdasarkan hal tersebut, destinasi wisata yang berbasis alam dan memberikan manfaat lain misalnya seperti edukasi ataupun kesehatan serta mendapatkan nilai tertentu lebih diminati dibandingkan dengan kegiatan wisata yang biasa dilakukan sebelumnya. Hal tersebut di dukung oleh pernyataan Deputy Bidang Produk Wisata dan Penyelenggaraan Kegiatan Kemenparekraf Rizki Handayani bahwa se usai pandemi COVID-19, akan terjadi pergeseran minat wisatawan menjadi wisata minat khusus terutama *Wellness Tourism*. Kemenparekraf telah memprediksi produk *Wellness Tourism* akan banyak diminati wisatawan baik mancanegara maupun domestik, banyak orang akan membutuhkan sarana kebugaran di ruang-ruang terbuka. (Koran Tempo, 2020)

Global Wellness Institute memperkirakan bahwa *Wellness Tourism* akan mengalami pertumbuhan pada tingkat tahunan rata-rata mencapai 7.5% hingga tahun 2020, jauh lebih pesat dibandingkan perkiraan pertumbuhan pariwisata secara keseluruhan yang hanya berkisar 6,4% hingga tahun 2022. Selain itu berdasarkan *Global Wellness Institute*, wisatawan pada *Wellness Tourism* merupakan wisatawan dengan tingkat pengeluaran paling tinggi dibandingkan wisatawan pada wisata lainnya. Pada tahun 2017, wisatawan internasional pada *Wellness Tourism* rata-rata menghabiskan \$1.528 untuk tiap kali melakukan perjalanan, 53% lebih banyak dibandingkan wisatawan internasional pada wisata lainnya. Selain itu, untuk wisatawan domestik sendiri rata-rata menghabiskan \$609 untuk tiap kali melakukan perjalanan, 168% lebih banyak dibandingkan wisatawan domestik untuk kegiatan wisata lainnya.

Bisnis *Wellness Tourism* telah diperkirakan mengalami kenaikan, hal ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan *Global Wellness Economy Monitor* (GWEM) yang menyatakan bahwa wisata kesehatan akan mengalami kenaikan sebesar 7.5% dari USD 563.2 miliar menjadi USD 808,0 miliar (Sumber: Leonardi Lucky Kurniawan, 2018).

Saat ini tren *wellness tourism* di Indonesia juga tengah meningkat, dampak dari COVID-19 juga menyebabkan minat wisatawan di Indonesia mengarah kepada wisata





kebugaran dan kesehatan. Seperti dilansir oleh mantan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif periode 2019-2020 Wishnutama Kusubandio Wisata bertema *Wellness Tourism #DiIndonesiaAja* tengah menjadi tren baru. *Wellness tourism* adalah wisata minat khusus yang bertujuan untuk menjaga kebugaran tubuh wisatawan. Di Indonesia, pengembangan pariwisata di sektor kesehatan sebenarnya telah diinisiasi sejak tahun 2012 lalu. Harapannya, dapat mewujudkan Indonesia sebagai destinasi Pariwisata Kesehatan Dunia. (Okezone News, 2020)

Berdasarkan peluang yang ada, bisnis pariwisata kesehatan masih memiliki minat yang besar bagi wisatawan di Indonesia. Masyarakat khususnya saat ini setelah mengalami pandemi COVID-19 lebih rentan mengalami stress. Aktivitas wisata kesehatan yang terdiri dari SPA, olahraga, dan beberapa kegiatan wisata kesehatan lainnya dapat menjadi jawaban dari masalah yang saat ini terjadi di masyarakat sebagai dampak dari pandemi COVID-19.

B. GAMBARAN UMUM BISNIS

1. DESKRIPSI BISNIS

Melihat kondisi aktual yang ada saat ini, peluang untuk mendirikan perusahaan yang bergerak di bidang wisata kesehatan khususnya SPA dinilai sangat menjanjikan. Hal ini tidak dipungkiri karena banyaknya masyarakat yang memiliki minat yang besar terhadap aktivitas wisata kesehatan. Oleh sebab itu, penulis merencanakan untuk membangun sebuah usaha SPA & Retreat. Usaha tersebut nantinya akan berbentuk CV dengan nama CV Obelix. CV Obelix merupakan penyedia aktivitas wisata kesehatan yang berupa SPA dan berbagai aktivitas kesehatan pendukung lainnya yang bernama Soufre Spa & Retreat. Soufre Spa & Retreat merupakan destinasi spa dimana nantinya wisatawan akan diajak melakukan berbagai kegiatan dengan tujuan kesehatan dan kebugaran dengan konsep *digital detox holiday*. Wisatawan nantinya akan melakukan berbagai aktivitas wisata mulai dari membuat essential oil & sabun organik, treatment untuk membantu *sleep recovery*, olahraga virtual, serta kelas untuk mengatur pola makan dan gaya hidup sehat. Setelah lelah melakukan aktivitas seharian, wisatawan dapat menikmati treatment massages & relaksasi dengan berbahan dasar belerang. Selain dapat melakukan berbagai rangkaian aktivitas wisata kesehatan serta treatment massages, wisatawan dapat beristirahat di Firefly Eco Lodge yang merupakan akomodasi yang tersedia di Soufre Retreat & Spa. Tentunya selama melakukan





Soufre Spa & Retreat



rangkaian aktivitas karena Soufre Spa & Retreat menerapkan konsep digital detox holiday, semua gadget yang dibawa oleh wisatawan akan dititipkan terlebih dahulu selama rangkaian aktivitas wisata berlangsung untuk mengurangi penggunaan gadget pada wisatawan.

2. Deskripsi Logo dan Nama



Gambar 1. 1 Logo Bisnis
Sumber: Olah Data Penulis, 2021

Soufre Spa & Retreat diartikan sebagai tempat SPA & Retreat yang menggunakan bahan dasar sulfur atau belerang. Soufre Spa & Retreat memanfaatkan belerang untuk merepresentasikan Kawasan Wisata Baturraden yang terkenal dengan pemandian air belerangnya.

3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan : CV. Obelix

Bidang Usaha : Pariwisata

Jenis Usaha : Usaha Kawasan SPA

Kontak : (0281) 655057 / 0851 5624 7749

Alamat Email : info@soufrespa.com

Alamat Perusahaan : Kawasan Wisata Baturraden, Kab.Banyumas





C. Visi & Misi

Visi

Menjadi perusahaan penyedia jasa aktivitas wisata dengan tujuan kesehatan & relaksasi terbaik dengan konsep *digital detox holidays*.

Misi

- Merancang dan menawarkan program wisata kesehatan & relaksasi terbaik
- Mengusung konsep *digital detox holidays*
- Mempersiapkan SDM berkualitas dan berpengalaman
- Memperkenalkan Kawasan Wisata Baturraden kepada masyarakat luas
- Menjalin hubungan baik dengan customer melalui *customer relationship*
- Merencanakan inovasi produk, layanan dan promosi secara berkala
- Menjadi mitra kerja sama yang baik bagi partner & masyarakat sekitar

D. ANALISIS SWOT

1. *STRENGTHS*

- Menerapkan konsep *Digital Detox Holiday*
- Tersedia berbagai pilihan program aktivitas sesuai kebutuhan dan keinginan
- Lokasi berbasis alam di kaki Gunung Slamet
- Memanfaatkan bahan utama belerang yang merupakan ciri khas dari Baturraden
- Staff & Terapis professional

2. *WEAKNESSES*

- Nama *brand* yang belum dikenal
- Struktur organisasi masih sederhana

3. *OPPORTUNITIES*

- Belum ada penyedia jasa SPA & Retreat di Kawasan Wisata Baturraden
- Adanya peningkatan minat *Wellness Tourism* di Indonesia
- Kawasan Wisata Baturraden merupakan lokasi unggulan pariwisata di Kab, Banyumas

4. *THREATS*

- Terciptanya penyedia jasa sejenis di Kawasan Wisata Baturraden
- Pandemi Global





TOWS MATRIX

TOWS Matrix merupakan kerangka analisis yang memadankan antara keunggulan dan kelemahan perusahaan dengan ancaman dan peluang yang timbul di lingkungan eksternal.

Tabel 1. 1 TOWS Matrix

	Kekuatan	Kelemahan
TOWS MATRIX	<ul style="list-style-type: none"> • Menerapkan konsep <i>Digital Detox Holiday</i> • Tersedia berbagai pilihan program aktivitas sesuai kebutuhan dan keinginan • Lokasi berbasis alam di kaki Gunung Slamet • Staff & Terapis professional • Memanfaatkan belerang sebagai bahan dasar yang merupakan ciri khas Baturraden 	<ul style="list-style-type: none"> • Nama <i>brand</i> yang belum terkenal • Struktur organisasi dan tenaga kerja masih sederhana
Peluang	Kekuatan-Peluang	Kelemahan-Peluang
<ul style="list-style-type: none"> • Belum ada penyedia jasa SPA & Retreat di Kawasan Wisata Baturraden • Adanya peningkatan minat <i>Wellness Tourism</i> di Indonesia • Kawasan Wisata Baturraden merupakan lokasi unggulan 	<ul style="list-style-type: none"> • Bekerja sama dengan Dinporabudpar Banyumas untuk meningkatkan potensi Kawasan Wisata Baturraden • Memanfaatkan potensi peluang <i>Wellness Tourism</i> di Kab. Banyumas • Menghadirkan pelayanan yang berkualitas dan 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan reputasi <i>brand</i> di masyarakat • Mengatur SDM yang tersedia secara optimal untuk tetap memberikan pelayanan maksimal





Soufre Spa & Retreat



pariwisata di Kab, Banyumas	berorientasi pada kepuasan pengunjung	
Ancaman	Kekuatan-Ancaman	Kelemahan-Ancaman
<ul style="list-style-type: none"> • Pandemi Global • Terciptanya usaha wisata sejenis di Kawasan Wisata Baturraden 	<ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan inovasi produk yang bervariasi secara berkala • Penerapan protokol kesehatan yang ketat untuk meminimalisir potensi penyebaran virus di area 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kompetensi dan daya saing dengan melakukan pelatihan serta peningkatan kualitas SDM secara berkala • Memperluas saluran pemasaran serta pengembangan produk secara berkala

Sumber: Olah Data Penulis, 2021

Langkah selanjutnya yang perlu dilakukan setelah mengetahui strategi yang dapat diterapkan oleh *Soufre Spa & Retreat* dalam menghadapi peluang serta ancaman yang mungkin saja dapat terjadi, selanjutnya *Soufre Spa & Retreat* akan melakukan pembobotan dari faktor internal dan eksternal perusahaan. Pembobotan dilakukan dengan untuk mengetahui apakah faktor eksternal dan internal perusahaan yang ada akan memberikan dampak yang menguntungkan atau merugikan bagi perusahaan.

Tabel 1. 2 Pembobotan Kekuatan

Kekuatan			
Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Penerapan konsep Digital Detox Holidays	30	4	120
Tersedia berbagai program aktivitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan	15	3	45
Lokasi berbasis alam di Kawasan Wisata Baturraden	10	2	20
Memanfaatkan bahan utama belerang yang merupakan khas dari Kawasan Wisata Baturraden	30	4	120





Soufre Spa & Retreat



Staff serta tenaga ahli berkualitas & profesional	15	3	45
Jumlah	100		350

Sumber: Olah Data Penulis, 2021

Tabel 1. 3 Pembobotan Kelemahan

Kelemahan			
Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Nama <i>brand</i> belum terkenal	50	4	200
Struktur organisasi masih sederhana	50	2	100
Jumlah	100		300

Sumber: Olah Data Penulis, 2021

Tabel 1. 4 Pembobotan Peluang

Peluang			
Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Belum ada penyedia jasa usaha <i>SPA & Retreat</i> di Kawasan Wisata Baturraden	50	4	200
Peningkatan minat <i>wellness tourism</i> di Indonesia	30	3	90
Kawasan Wisata Baturraden merupakan lokasi pariwisata unggulan di Kab.Banyumas	20	3	60
Jumlah	100		350

Sumber : Olah Data Penulis, 2021

Tabel 1. 5 Pembobotan Ancaman

Ancaman			
Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Tersedia penyedia jasa sejenis di Kawasan Wisata Baturraden	50	3	150
Pandemi Global	50	2	100
Jumlah	100		250

Sumber : Olah Data Penulis, 2021



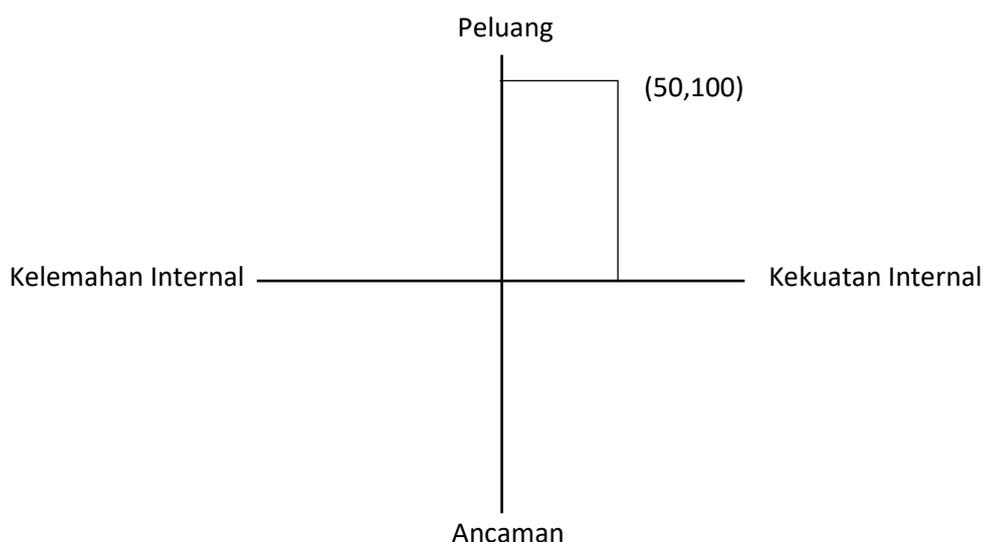


Tabel 1. 6 Nilai SWOT Soufre Spa & Retreat

Indikator	Nilai
Kekuatan	350
Kelemahan	300
Selisih Kekuatan-Kelemahan	50
Peluang	350
Ancaman	250
Selisih Peluang-Ancaman	100
Selisih Kekuatan-Kelemahan, Peluang-Ancaman	(+) 50, (+) 100

Sumber: Olah Data Penulis, 2021

Aspek SWOT Soufre Spa & Retreat berada pada nilai yang positif baik aspek internal maupun aspek eksternal perusahaan. Posisi kuadran matriks berada pada kuadran positif dengan nilai (50, 100). Hal ini menandakan bahwa Soufre Spa & Retreat berada pada posisi kuat, memiliki kekuatan yang baik dalam menjalankan bisnisnya serta memiliki peluang yang baik.



Gambar 1. 2 Kuadran Matriks

Sumber: Olah Data Penulis, 2021





E. SPESIFIKASI PRODUK/JASA

Soufre Spa & Retreat menyediakan berbagai aktivitas wisata kesehatan yang dapat dilakukan baik pria maupun wanita usia remaja sampai dewasa, Keunikan yang ditawarkan oleh *Soufre Spa & Retreat* yaitu treatment spa yang memanfaatkan sulfur atau belerang sebagai bahan dasarnya. Selain itu *Soufre Spa & Retreat* juga menerapkan konsep *Digital Detox Holidays* bagi wisatawan selama melakukan rangkaian aktivitas wisata, dimana nantinya wisatawan tidak diperkenankan menggunakan gadget selama rangkaian aktivitas wisata berlangsung. Hal tersebut bertujuan untuk mengurangi penggunaan gadget. Untuk penjelasan lebih lanjut mengenai spesifikasi produk/jasa akan dijelaskan pada bagian pembahasan produk.

F. JENIS BADAN USAHA

Obelix adalah perusahaan dengan badan usaha yang berbentuk persekutuan komanditer atau *Comanditaire Venootschap (CV)*. Pemilihan bentuk badan usaha CV merupakan keputusan yang diambil berdasarkan beberapa pertimbangan berikut ini :

a. Modal

Dalam mendirikan CV tidak diperlukan modal yang besar serta dapat dikembangkan menjadi PT di kemudian hari. Pada beberapa bisnis, modal seringkali menjadi hambatan dalam memulai atau mendirikan suatu bisnis yang legal. Badan Usaha yang berupa Persekutuan Komanditer atau *Comanditaire Venootschap (CV)* tidak memiliki syarat khusus mengenai batas minimum modal yang harus dikeluarkan dalam mendirikan dan mengoperasikan suatu badan usaha yang legal dan sah secara hukum.

b. Efisiensi Perpajakan

Sistem perpajakan pada bisnis dengan badan usaha berbentuk CV juga lebih mudah. Pajak hanya akan dikenakan satu kali setiap akhir tahun, sebagai pajak perusahaan dikenakan dari laba yang diperoleh oleh CV dan laba yang diperoleh oleh pemilik CV tidak dikenakan pajak. (Sumber : money.kompas.com, 2020).





c. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dan perubahan akta pada perusahaan dengan bentuk badan usaha Persekutuan Komanditer (CV) dapat dilakukan dengan lebih mudah, cepat, dan efisien, tidak perlu melalui serangkaian rapat yang rumit dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemegang saham. Dengan demikian, pelaksanaan dari berbagai keputusan tersebut dapat segera dilaksanakan agar kepentingan perusahaan dapat terpenuhi dalam waktu yang lebih efektif dan efisien (Sumber: izin.co.id, 2017).

Menurut Pasal 20 KUHD mengenai Sekutu Komanditer dengan penanaman modal, dimana bahwa status dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut:

1. Tidak mencampuri pengurusan perusahaan atau tidak bekerja dalam CV tersebut.
2. Sekutu Komanditer ini hanya menyediakan modal atau uang untuk mendapatkan keuntungan dari laba perusahaan, sehingga Sekutu Komanditer disebut juga sekutu penanam modal terbatas.
3. Kerugian CV yang ditanggung oleh Sekutu Komanditer, hanya terbatas pada sejumlah modal atau uang yang disetorkan atau ditanamkan.
4. Nama Sekutu Komanditer tidak boleh diketahui, itu sebabnya disebut komanditer atau *commanditeire vennoot* yang berarti *sleeping partner* atau *silent partner*.

G. ASPEK LEGALITAS

Dalam membentuk suatu perusahaan dengan bentuk kepemilikan *Comanditaire Vennootschap* (CV) dibutuhkan aspek-aspek legalitas sebagai berikut :

1. Akta Pendirian Badan Usaha (CV)

Akta Pendirian Badan Usaha (CV) merupakan bukti tertulis yang terdiri dari informasi mengenai suatu badan usaha serta bukti atas pendirian suatu CV yang merupakan syarat legalitas berdirinya CV.





Soufre Spa & Retreat



Gambar 1. 3 Akta Pendirian Usaha

Sumber: issuu.com, 2019

2. Surat Keterangan Domisili Perusahaan

Surat Keterangan Domisili Perusahaan merupakan bukti tertulis atau surat keterangan resmi dari kelurahan dan atau kecamatan setempat yang berisikan mengenai penjelasan bahwa benar adanya suatu usaha berlokasi di alamat tertentu.

Gambar 1. 4 Surat Keterangan Domisili Perusahaan

Sumber : academia.edu





3. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atas nama perusahaan

Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atas nama perusahaan merupakan dokumen yang digunakan oleh suatu perusahaan guna mengurus administrasi perpajakan, digunakan sebagai identitas ketika melakukan kewajiban untuk membayar pajak.



Gambar 1. 5 NPWP Perusahaan

Sumber: kaskus.co.id, 2020

4. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)

Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) merupakan dokumen tertulis resmi yang berisikan izin operasional bagi perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang perdagangan, yaitu berupa kegiatan jual beli barang maupun jasa. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI No.46/2009, SIUP diwajibkan bagi setiap usaha dengan kekayaan bersih di atas Rp 50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha). Namun usaha dengan kekayaan bersih di bawah Rp 50 juta dapat mengajukan SIUP jika pelaku usaha menghendaki, misalnya dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mendapatkan pinjaman.





Soufre Spa & Retreat



Gambar 1. 6 Surat Izin Usaha Perdagangan
Sumber: UKM Indonesia, 2019

5. Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP)

Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) merupakan dokumen yang menjadi bukti tanda daftar yang wajib dimiliki oleh berbagai jenis usaha yang bergerak di sektor pariwisata, yang termasuk dalam Daftar Usaha Pariwisata.



Gambar 1. 7 Tanda Daftar Usaha Pariwisata
Sumber: madreview.net, 2020

