

# BAB I

## DESKRIPSI BISNIS

### A. Latar Belakang

Dalam dunia pariwisata suatu akomodasi merupakan bagian dari industri, ditengah berkembangnya kepariwisataan di Indonesia saat ini, akomodasi kerap kali menjadi tujuan utama wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan lokal, industri akomodasi disediakan untuk memenuhi kebutuhan manusia saat mereka bepergian, misalnya tempat menginap atau tempat tinggal sementara.

Industri akomodasi sendiri mempunyai pengertian yang merupakan suatu komponen industri pariwisata, dikarenakan akomodasi dapat berguna untuk para wisatawan yang akan membantu meningkatkan devisa negara. Industri akomodasi dapat berupa suatu tempat atau kamar dimana wisatawan dapat beristirahat, menginap, menetap, tidur, mandi bahkan makan dan minum serta menikmati jasa yang disediakan.

Adapun jenis akomodasi yang diatur secara komersil, semi komersil, dan juga non komersil. akomodasi tersebut sudah marak didirikan juga dapat ditemukan diperkotaan maupun pedesaan, akomodasi komersil yang biasa ditemukan yaitu seperti hotel berbeda dengan akomodasi semi komersil yang salah satu contohnya merupakan *homestay*, sedangkan akomodasi non komersil dapat berupa mess atau rumah panti asuhan.

Akomodasi semi komersil merupakan akomodasi yang dibangun dan dioperasikan bukan hanya untuk tujuan komersil saja, namun juga untuk

kebutuhan sosial, dalam hal ini, ada beberapa jenis akomodasi yang tergolong sebagai akomodasi semi komersial, antara lain merupakan *Homestay*, Graha Wisata Remaja, Asrama Mahasiswa/Pelajar, Pondok Pesantren, Wisma, Penginapan, dan bermacam akomodasi semi komersil lainnya.

Menurut Kemenpar (2016:56) “*Homestay* diartikan sebagai rumah tinggal penduduk yang salah satu kamarnya disewakan untuk tamu dalam skala waktu tertentu untuk mempelajari suatu budaya setempat atau aktivitas tertentu”.

*Homestay* dapat mendatangkan keuntungan lebih dari US\$15 miliar dan sudah lebih dari 60 juta wisatawan di seluruh dunia terhubung dengan penyedia penginapan secara daring. “*Homestay* dinilai sebagai salah satu sektor yang berkembang dengan sangat pesat, dinilai dari sektor penginapan swasta dunia.” berikut data yang dikutip oleh *homestay.com*.

Menjadikan *Homestay* sebagai salah satu pilihan dalam memilih akomodasi, adalah suatu hal yang dinilai belum populer di Indonesia, mengingat masyarakat yang cenderung memilih hotel. Menurut John Safenson (2018:10) “dari hasil Analisa traveloka, rata-rata orang memilih akomodasi hotel dan melihat dari beberapa faktor. Mereka cenderung melihat *star-rating*, melihat *detail* seperti apa *review* yang diberikan, juga dari sisi *budgeting*”.

Eksistensi sebuah *homestay* perlu diperhatikan mengingat dapat memecahkan masalah ekonomi yang ada, juga sebagai penyalur akomodasi ekowisata, wisata pedesaan, dan wisata budaya dimana wisatawan dapat tinggal dalam suatu suasana kekeluargaan dan dekat dengan tempat wisata yang dituju, Karenanya dapat diketahui bahwa sosialisasi yang diterapkan belum berjalan dengan baik, meskipun *homestay* dapat memberikan jasa yang

tidak kalah dari hotel dalam sisi ramah tamah juga dari nilai-nilai yang diterapkan.

Kurangnya sosialisasi akan adanya suatu akomodasi homestay, membuat suatu akomodasi ini tidak begitu pesat perkembangannya. Pasalnya, masyarakat lokal masih terpincut dengan adanya hotel yang bervariasi karakteristiknya, mengingat kondisi pandemi saat ini, untuk sekedar staycation, homestay merupakan pilihan yang tepat, karena dengan berjalannya penerapan protokol kesehatan yang berlaku, juga homestay menawarkan suatu pengalaman yang akan membuat tamu merasakan suatu aktivitas yang dapat dijalankan.

Keunikan sebuah akomodasi *homestay* sangat bervariasi, mengingat beragamnya karakteristik *homestay* yang disesuaikan dengan pemiliknya itu sendiri, dalam hal ini dapat juga bergantung kepada kondisi serta lokasi dari tempat dimana akomodasi *homestay* berada, terdapat 24 kota dari 9 negara yang terdaftar di *homestay.com* sebagai suatu *platform* online dimana wisatawan dapat mencari akomodasi yang dikhususkan untuk akomodasi *homestay*.

*Homestay* identik dengan ramah tamah dan juga kehangatan yang diberikan, karena konsep *homestay* yang menetap satu rumah antara tamu dengan tuan rumah. Tamu dapat mengikuti keseharian yang dilakukan oleh pemilik rumah dalam mempelajari kebudayaan serta adat yang berlaku, menyantap hidangan yang dibuat oleh tuan rumah, makan masakan tradisional yang berasal dari daerah tersebut, serta mengikuti sejumlah rutinitas dari pemilik rumah

Fungsi dari adanya suatu homestay, sebagai salah satu variasi dari adanya akomodasi pariwisata, wisatawan dapat memilih dimana mereka akan menetap dan tinggal. Dengan adanya homestay, wisatawan mendapatkan manfaat dengan adanya suatu pengalaman yang tidak didapatkan di hotel atau akomodasi pariwisata lainnya, homestay memberikan pengalaman yang unik sesuai dengan situasi dan kondisi dimana lokasi homestay didirikan.

Kota Bandung merupakan salah satu tempat yang pantas untuk beberapa warga lokalnya menjadikan rumahnya sebagai akomodasi *homestay*, mengingat Bandung menjadi suatu potensi juga sebagai salah satu tujuan destinasi banyaknya wisatawan, lokal maupun mancanegara. Dalam hal ini penulis melihat suatu potensi dan mempunyai suatu ide dalam mengembangkan eksistensi *homestay* atau membangun suatu jasa akomodasi *homestay*.

*Parta Porte Homestay* akan menjadi suatu akomodasi pariwisata yang dapat memberikan penawaran kepada tamunya dalam mempelajari bagaimana rutinitas menjadi seorang pengerajin kulit, dalam memproduksi benda yang berbahan dasar kulit dengan memiliki nilai jual yang tinggi. Tamu bukan hanya mendapatkan pengalaman menginap di *homestay* namun bisa mendapatkan pembelajaran.

Segementasi pasar pada *Parta Porte Homestay* dapat digolongkan sebagai customer yang spesifik, pasalnya terdapat beberapa customer dari Parta Porte sendiri yang langsung ingin mengetahui proses pembuatan produk yang dibuat. Customer yang mengunjungi workshop bukan hanya wisatawan atau warga

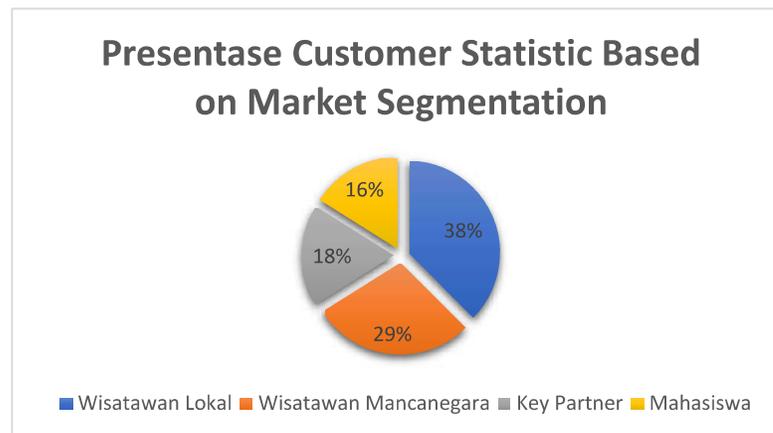
lokal saja, terdapat beberapa customer yang berasal dari eropa yang membawa keluarganya untuk singgah dan menetap dirumah pemilik Parta Porte.

Dalam hal ini, penulis melihat suatu peluang untuk membangun *Homestay* yang akan memfasilitasi market yang ada, sebagai informasi terdapat pula mahasiswa yang berasal dari Jepang yang sedang menempuh Pendidikan di Kota Bandung, membuat kerajinannya langsung di *Workshop* Parta Porte dan berjalan selama 1 minggu lamanya, tempat yang berdekatan dengan tempat tinggalnya di Kota Bandung, membuat mahasiswa tersebut merasa tertarik dan menghabiskan waktu liburnya untuk dipergunakan melakukan aktivitas yang berada di workshop Parta Porte.

Melihat market dan rekam jejak yang telah ditempuh oleh perusahaan *Parta Porte* membuat penulis semakin yakin akan target *market* yang dituju, mengingat pembuatan benda yang berasal dari bahan kulit, akan memakan waktu yang cukup lama, sesuai dengan tingkat kesulitan dalam proses pembuatannya.

Dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar yang menjadi target utama perusahaan *Parta Porte Homestay*, merupakan Wisatawan Lokal yang mempunyai ketertarikan kepada *homestay*, pengerajin kulit juga kepada Suku *Native's American*. Berikutnya merupakan Wisatawan Mancanegara yang telah menjadi *repeater customer* kepada perusahaan *Parta Porte*, tidak jarang mereka mempromosikan prodak ini kepada teman nya yang membuat semakin meluasnya pasar yang ada. Juga *Key Partner* yang berjalan bersamaan dengan perusahaan yang sedang berjalan, dan para mahasiswa, sesuai bedasarkan data yang ada.

**GAMBAR 1.1**  
**PRESENTASE *CUSTOMER* BERDASARKAN SEGMENTASI PASAR**



Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2021.

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

*Homestay* merupakan suatu jenis akomodasi yang berupa suatu bangunan rumah namun salah satu kamarnya diperuntukan sebagai suatu kamar yang dijual kepada tamu, pada saat ini *homestay* dapat dikembangkan di Indonesia, terutama Jawa Barat – Kota Bandung, mengingat wisatawan lokal maupun mancanegara banyak menjadikan Kota Bandung sebagai salah satu tujuan destinasinya untuk berlibur. Melihat peluang yang ada, penulis melakukan inisiatif untuk dapat membangun suatu akomodasi *Homestay* yang berlokasi di tengah Kota Bandung. *Homestay* adalah salah satu akomodasi yang sangat unik, karena mempunyai suatu perbedaan yang jelas terlihat adanya jika dibandingkan dengan *Hotel*, *Guest House* maupun Wisma, sebab *homestay* mempunyai suatu kegiatan aktivitas yang dapat diikuti sertakan langsung oleh tamu yang

menetap. Tamu yang menetap disuatu homestay cenderung mengabdikan lebih dari 1 malam, sesuai dengan preferensi tamu yang bersangkutan. Dalam hal ini, Parta Porte *Homestay* merupakan suatu akomodasi yang di *design* akan memberikan pelayanan dengan bersanding langsung antara tamu dan pemilik rumah itu sendiri, dengan mengikuti protokol kesehatan yang ada. Parta porte sendiri merupakan suatu lokal *brand* yang bergerak dibidang kulit. Parta Porte Homestay menawarkan pelayanan khusus kepada tamu untuk dapat bisa mengikuti kebiasaan atau rutinitas sebagai pengrajin kulit, Homestay yang bertempat di Kawasan Kota Bandung ini, akan memberikan pengalaman yang berbeda dan dapat langsung mempelajari bagaimana cara pembuatan tas, sepatu, jaket, dan barang berbahan kulit lainnya yang mempunyai nilai jual yang kompetitif.

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

Parta Porte *Homestay* adalah suatu akomodasi yang bergerak di industri pariwisata yang biasa disebut *homestay*. Akomodasi ini bukan hanya memfasilitasi kamar disebuah bangunan rumah di Kota Bandung untuk disinggahi oleh tamu, tetapi juga menawarkan pengalaman serta pembelajaran sebagai pengrajin kulit yang akan mempelajari secara langsung bagaimana cara membuat benda yang memiliki nilai jual yang tinggi dari bahan dasar kulit. *Parta Porte Homestay* yang bertemakan *Native's American Art* menambah nilai keunikan juga daya tarik untuk kalangan masyarakat tertentu.

**GAMBAR 1.2**  
**LOGO DARI PARTA PORTE *HOMESTAY***



Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2021.

Adapun logo tersebut dibuat atas dasar filosofi yang ada, mulai dari sebuah nama, bentuk logo hingga warna, mempunyai fungsi dan artinya tersendiri diantaranya yaitu:

a. Parta Porte

Parta Porte berarti 6 keajaiban atau 6 kelebihan diambil dari kata Parta yang diambil dari Bahasa Jawa Kuno dan Porte dari Bahasa Latin

b. Teepee

*Teepee* merupakan suatu rumah *Native American* pada jamanannya, ini melambangkan sebagai suatu *homestay*.

c. Matahari

Sebagai suatu kekuatan magis pada saat masa *Native American* yang membantu mereka melangsungkan kehidupannya.

d. Ornamen Bulat

Sebagai suatu tekat akan kuatnya suatu eksistensi akomodasi *homestay* yang dapat berkembang seiring berkembangnya waktu.

### 3. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

Keberadaan suatu bisnis terutama di bidang industri akomodasi pariwisata sangat penting keberadaannya. Lokasi *Parta Porte Homestay* sendiri berada di Jl. Nyengseret No.18 Nyengseret, Astana Anyar, Kota Bandung, Jawa Barat. 40242.

**GAMBAR 1.3**  
**LOKASI DARI PARTA PORTE *HOMESTAY***



Sumber: Google Maps, 2021

### C. Visi dan Misi

#### 1. Visi dari Parta Porte *Homestay*

Menjadikan penyedia akomodasi *homestay* yang dapat memberikan edukasi juga pengalaman menjadi pengerajin kulit pertama di Kota Bandung.

#### 2. Misi dari Parta Porte *Homestay*

- a. Membangun eksistensi *homestay* pada masyarakat dalam memberikan pengalaman serta pembelajaran yang bermanfaat.
- b. Memberikan pengalaman kepada masyarakat untuk bagaimana membuat kerajinan berbahan dasar kulit.

- c. Memecahkan permasalahan ekonomi dengan bergerak di suatu bidang industri akomodasi.
- d. Ikut serta dalam mewujudkan penambahan devisa negara dengan mendatangkan wisatawan mancanegara dengan menjual pengalaman menarik.

#### **D. Analisis Peluang dan Hambatan (SWOT)**

Analisis SWOT adalah suatu perencanaan untuk menganalisa sebuah system yang berlaku di dalam usaha yang akan didirikan. SWOT mempunyai singkatan, sebagai berikut; *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman). Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal serta untuk peluang dan ancaman merupakan sebuah faktor eksternal.

Pengertian analisis SWOT menurut Kotler & Armstrong (2008:64) “Penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) suatu perusahaan. Salah satunya yang kita bahas adalah strategi promosi dan penempatan produk”.

Tujuan dari analisis ini adalah cara untuk dapat menganalisa bagaimana kekuatan dan kelemahan yang suatu perusahaan miliki melalui cara observasi terhadap kondisi internal perusahaan, serta menganalisa tentang peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan melalui metode observasi kondisi eksternal perusahaan. Berikut ini terdapat penjelasan analisis *S.W.O.T* dari Parta Porte *Homestay*:

##### **1. *Strength* (kekuatan)**

- a. Sumber daya manusia yang terlatih dibidang pelayanan

- b. Dapat merasakan pengalaman baru dengan berbaur dengan pemilik rumah
- c. Pemesanan dapat dilakukan secara online
- d. Dapat langsung mendapatkan pengalaman serta pembelajaran menjadi seorang pengrajin kulit
- e. Lokasi *homestay* yang strategis di Kota Bandung

## 2. **Weakness (Kelemahan)**

- a. Lokasi sekitaran *homestay* kurang memiliki lahan yang luas, hanya dapat menampung 1 mobil di *homestay* tersebut
- b. Belum mengetahui betul bagaimana tuan rumah menerapkan program *homestay* dengan tamu, yang dimana harus menjadikan tamu sekana sebagai bagian dari keluarga di suatu bangunan tersebut
- c. *Parta Porte Homestay* yang bertempat di tengah pemukiman warga membuat terbatasnya kapasitas tamu yang dapat membuat suatu prodak
- d. Lokasi yang kurang mudah diakses

## 3. **Opportunities (Peluang)**

- a. Mengembangkan akomodasi *homestay*
- b. Menghidupkan eksistensi *homestay*
- c. Sebagai suatu wadah bagi masyarakat yang ingin mempelajari dan membuat kerajinan dari kulit
- d. Sebagai suatu pilihan yang bervariasi dari banyaknya akomodasi yang ada

## 4. **Threat (Ancaman)**

- a. Kurangnya masyarakat memilih *homestay* sebagai tujuan menginap

- b. Pandemi Covid-19
- c. Eksistensi suatu homestay yang cenderung kurang berkembang
- d. Mayoritas wisatawan memilih *hotel* sebagai tujuan destinasi akomodasi yang dipilih

#### **E. Spesifikasi Produk/Jasa**

Dalam hal spesifikasi produk/ jasa pada suatu usaha yang ditawarkan harus mencapai titik jelas, terutama belum maraknya masyarakat yang mempunyai pengalaman tinggal disebuah *homestay*. dikarenakan masyarakat pada era ini menginginkan sesuatu yang jelas dan pasti tentang suatu produk yang ditawarkan, baik informasi umum serta informasi detail tentang produk tersebut. Berikut adalah spesifikasi prodak/jasa yang disediakan oleh Parta Porte *Homestay*:

##### 1. 7 Kamar Tamu

Kamar tamu yang disediakan mempunyai konsep native American yang kental, di *design* sedemikian rupa selaras dengan identitas homestay yang bergerak beriringan dengan pengrajin kulit. Kamar yang ditawarkan terdapat kelasnya masing masing, mulai dari kamar yang diperuntukan untuk individu maupun untuk keluarga.

##### 2. 4 Kamar Mandi Tamu

Kamar mandi yang disediakan terdapat beberapa yang berada disuatu kamar tamu, untuk tipe keluarga, kamar mandi berada didalam suatu kamar sedangkan untuk yang individu, kamar mandi disediakan diluar kamar.

### 3. *Workshop* Parta Porte

Workshop ini telah dibangun pada tahun 1987 dengan berkembangnya peralatan dari masa ke masanya, untuk saat ini Workshop disediakan untuk tamu sebagai salah satu aktivitas yang dapat ditawarkan, tamu dapat berperan sebagai pengrajin kulit, yang langsung dapat membuat kerajinan atau benda bernilai jual dengan model, bahan dan karakter yang mereka inginkan.

### 4. Parta Porte *Store*

Parta Porte *Store* merupakan tempat penjualan *offline* seluruh barang yang diproduksi oleh parta porte. Selain bergerak di *market place*, parta porte juga menyediakan *offline store* yang juga bisa dijadikan suatu tempat pembelian *merchandise* yang diproduksi oleh parta porte.

## **F. Jenis/Badan Usaha**

Menjadi seorang wirausahawan di era yang bergantung kepada teknologi atau yang dikenal dimasa era 4.0 begitu populer. Banyak orang berlomba untuk menciptakan suatu lapangan pekerjaan. Aspek penting yang dilakukan ketika sudah siap menjadi wirausahawan adalah menentukan jenis/badan usaha yang akan diambil. Tetapi banyak *wirausahawan* yang cenderung kebingungan dalam menentukan jenis/badan usaha yang ada, dan sesuai dengan bidang yang digarapnya, karena suatu bentuk usaha yang dapat berjalan dengan baik terbentuk juga dari jenis/badan usaha yang sepadan dengan modal usaha dan sektor usahanya itu sendiri.

Adapun pernyataan di atas membuat penulis menentukan pilihan untuk menentukan jenis badan usaha dengan mengangkat *Commanditaire*

Venootschap disingkat CV yang berarti dalam bahasa Indonesia adalah Persekutuan Komanditer.

Menurut **Wijatno (2009:69)** “Persekutuan Komanditer atau Commanditaire Venootschap sebuah bentuk dari perjanjian kerjasama yang bertujuan untuk mengelola perusahaan yang bertanggung jawab sepenuhnya dengan menggunakan kekayaan pribadi serta orang lain yang memberikan suatu pinjaman tetapi tidak mau untuk menjadi pemimpin perusahaan, yang artinya hanya memiliki tanggung jawab terbatas pada kekayaan yang diikuti sertakan kepada perusahaan.” Berikut adalah ciri – ciri dari perusahaan CV, yaitu:

1. Terdapat dua jenis keanggotaan, yaitu kolega aktif & kolega pasif, yang dimaksud dengan kolega aktif ialah anggota yang menjalankan perusahaan tersebut, sedangkan kolega pasif adalah anggota yang tidak ikut dalam menjalankan perusahaan, kolega pasif hanya menanamkan modal diperusahan yang bersangkutan..
2. Kolega aktif memiliki lebih besar tanggung jawab daripada kolega pasif.
3. Perusahaan yang memiliki jenis/badan usaha CV harus merupakan Warga Negara Indonesia (WNI)

Dalam setiap jenis/badan usaha tentu saja ada kelebihan & kekurangan, berikut merupakan contoh dari kelebihan & kekurangan dari jenis badan usaha CV, yaitu :

**TABEL 1.1**  
**KELEBIHAN DAN KEKURANGAN DARI JENIS BADAN USAHA CV**

Kelebihan CV	Kekurangan CV
Proses pendiriannya terbilang mudah.	Dapat menimbulkan suatu masalah antara para kolega.
Resiko dibangunnya ditanggung oleh seluruh kolega.	Proses pengawasan yang dinilai kompleks.
Dapat berkembang secara mudah.	Sulitnya menarik modal yang sudah ditanam.
Memakan banyaknya modal yang terkumpul.	Kolega akan menanggung hutang yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Sumber: Hasil Olahan Penulis 2021.

### **G. Aspek Legalitas**

Aspek legalitas merupakan suatu hal yang sangat penting adanya, mengingat suatu badan usaha harus mengesahkan usahanya. Dokumen – dokumen yang diperlukan sebagai syarat legalitas suatu usaha di Indonesia adalah Surat Keputusan yang diberikan oleh Kementerian Hukum & HAM, Surat Ijin Perdagangan (SIUP), akta pendirian, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP), adapun dokumen yang diperlukam, namun disesuaikan kepada jenis perusahaan yang akan bergerak dibidang yang bersangkutan.

Berikut adalah prosedur yang akan dihadapi ketika membuat sebuah perusahaan CV, yaitu :

1. Pemesanan & pengecekan nama perusahaan oleh notaris.

Sebelum pembuatan draft akta perusahaan notaris akan melakukan proses pemeriksaan di sistem yang bernama Administrasi Hukum Umum (AHU).

2. Pembuatan Draft Akta Perusahaan oleh notaris.

Proses ini merupakan proses pengumpulan data perusahaan yang diajukan oleh calon pemilik perusahaan, data tersebut yang harus dilampirkan antara lain yaitu nama dari perusahaan CV, alamat domisili perusahaan, maksud & tujuan didirikannya usaha tersebut.

3. Finalisasi Dengan Mentandatangani Akta Perusahaan di Depan Notaris.

Setelah draft akta perusahaan sudah sesuai dengan persyaratan, maka calon pemilik perusahaan akan mentandatangani akta perusahaan tersebut dihadapan notaris. Kolega aktif dan kolega pasif harus turut hadir pada proses pengesahan akta tersebut, dikarenakan setelah proses tersebut notaris akan langsung mendaftarkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP).

4. Pengambilan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan Surat Keterangan Terdaftar (SKT). Ketika NPWP & SKT perusahaan selesai didaftarkan dan dinyatakan sesuai dengan syarat yang sudah ditetapkan, maka akan diberikan kartu NPWP & SKT yang diedarkan oleh Kantor Pelayanan Pajak (KPP)

5. Melakukan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB).

Nomor Induk berusaha atau yang disingkat NIB adalah nomor pengenal bagi pelaku usaha, yang pendaftarannya melalui sistem Online Single Submission (OSS).

6. Pengajuan Izin Komersial & Izin Usaha

Izin Usaha merupakan penggantian dari Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang sebelumnya terlampir sebagai syarat dokumen perizinan usaha yang dikeluarkan oleh Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP). Adapun

proses sebelum melakukan izin komersial, para pelaku usaha harus mengajukan izin usahanya terlebih dahulu.