

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bisnis adalah aktivitas produktif yang dapat dilaksanakan oleh perorangan atau berkelompok dan bertujuan untuk memperoleh laba dengan cara menjual dan mengembangkan suatu produk atau jasa pelayanan. Tren berbisnis saat ini menjadi salah satu acuan dan tantangan bagi para generasi milenial untuk berfikir kreatif dan inovatif agar dapat menghasilkan keuntungan dari berbisnis. Akan tetapi ada beberapa hal yang harus dipertaruhkan untuk memulai bisnis itu sendiri, contohnya seperti mempertaruhkan waktu, modal awal dan juga berani mengambil resiko. Seperti yang dikatakan oleh **Sayuti, (2015:9)** “bisnis merupakan bentuk usaha manusia untuk mengelola faktor produksi agar terwujudkan barang dan jasa yang dapat menghasilkan profit.”

kegiatan berbisnis merupakan hal yang dapat dilakukan oleh setiap manusia, dibutuhkannya ide, niat dan perencanaan yang kuat agar bisnis yang kita jalankan bisa menghasilkan keuntungan sesuai target yang telah ditetapkan.

Kekayaan alam Indonesia mempunyai potensi yang dapat menunjang perkembangan bisnis pariwisata Indonesia jika dikelola dan dikembangkan dengan matang dan inovatif sehingga menjadikan kekayaan alam di Indonesia peluang untuk menarik wisatawan.

**Gambar 1.1**  
**Grafik Kunjungan Wisatawan**



**Sumber:** Kementerian Pariwisata dan Badan Pusat Statistik(BPS)

Hasil dari analisa website [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) menyatakan bahwa kunjungan wisatawan ke Indonesia berkembang dari tahun tahun sebelumnya dan masih dalam tahap proyeksi ditahun 2019. Hal ini juga menjadi salah satu penunjang perkembangan pembangunan akomodasi wisata Indonesia. Banyaknya akomodasi di Indonesia menjadi salah satu tantangan khusus bagi para pejuang bisnis akomodasi saat ini. Penulis mempunyai usulan dengan menyatukanya tren akomodasi dan kebutuhan wisatawan bisa menjadi peluang besar untuk berbisnis dibidang akomodasi wisata yaitu membangun akomodasi berkemah yang berkonsepkan *Glamour Camping* atau sering disebut juga dengan *Glamping*.

Menurut **Nenggala, (2006:83)** “Berkemah adalah salah satu kegiatan yang dapat dilakukan diluar ruangan, kegiatan berkemah merupakan sarana

berpetualang yang menarik dan unik yang berfokus pada sosial, spiritual dan mental dan berpengaruh dalam perkembangan fisik individu”. Dari definisi berkemah diatas dapat disimpulkan berkemah adalah suatu hal yang cukup menarik dan bermanfaat. Maka dari itu terciptalah ide bisnis berkonsepkan *Glamour Camping* atau Glamping.

*Beachside Glamping* adalah Ide bisnis penyediaan akomodasi wisata berkemah seperti pada umumnya akan tetapi konsep yang diberikan dari kata *glamorous* berartikan penyediaan fasilitas lengkap dengan konsep tenda yang unik dan klasik menjunjung estetika tempat dan juga adanya pelayanan yang *professional*, sehingga pengunjung merasakan sensasi dan pengalaman berbeda ketika berkemah dialam terbuka.

Namun biasanya akomodasi berkonsepkan Glamping di Indonesia khususnya Jawa Barat hanya dapat ditemukan didaerah dataran tinggi seperti pegunungan, disamping itu tidak sedikit orang yang memilih untuk berkunjung kepantai untuk berlibur dan menenangkan diri mereka dari sibuknya aktifitas sehari – hari. Maka dari itu terciptalah ide akomodasi dengan konsep glamping di pantai Jawa Barat. Dengan penyajian fasilitas berkemah dipinggir pantai pengunjung dapat merasakan sensasi dan pengalaman berbeda dari glamping pada umumnya. Dan juga konsep glamping di pantai Jawa Barat ini masih terbilang baru. Hal ini juga menjadi peluang dan salah satu alasan mengapa penulis mengangkat pantai untuk dijadikan tempat pembangunan *Beachside Glamping*.

## B. Gambaran Umum Bisnis

- **Deskripsi Bisnis**

*Beachside Glamping* adalah suatu bidang usaha akomodasi yang dipadukan dengan tren saat ini, tren akomodasi glamping merupakan penyediaan akomodasi berkemah menggunakan tenda dengan penyediaan fasilitas lengkap yang bertujuan memudahkan setiap orang yang ingin berkemah tanpa perlu repot untuk menyiapkan segala keperluan dan peralatan berkemah. *Beachside Glamping* juga berkonsentrasi dalam memberikan pelayanan terbaik, aman dan *professional* untuk para pengunjung sehingga pengunjung merasa puas dan nyaman ketika bermalam.

Berbeda dengan glamping di daerah Jawa Barat yang umumnya berlokasi di daerah dataran tinggi pegunungan, *Beachside Glamping* ini berlokasi di pantai yang terletak dipantai Jawa Barat yaitu Pantai Ciantir, Desa Sawarna di Kecamatan Bayah.

- **Deskripsi Nama**

Pemilihan nama pada perusahaan atau suatu usaha merupakan elemen penting yang harus diperhatikan, dengan adanya nama usaha masyarakat akan lebih mudah mengenal dan mengingat produk ataupun jasa usaha. Dibawah ini adalah paparan arti dari nama *Beachside Glamping*:

*Beachside Glamping* ini berdiri dari beberapa kata yang mempunyai arti sebagai berikut:

- “*Beachside*” yang berarti di pinggir pantai, sesuai dengan lokasi pembangunan akomodasi ini yang terletak dipinggir pantai Ciantir.

- “Glamping” merupakan singkatan dari *glamorous camping* yang memiliki arti berkemah secara mewah dengan penyediaan fasilitas lengkap dan pemberian pelayanan *professional*.

- **Deskripsi Logo**

Sebuah logo disuatu perusahaan adalah hal yang penting, logo merupakan gambaran dari bisnis dan identitas sebuah bisnis yang dapat membedakan dengan kompetitor lainnya. Logo juga dapat mempengaruhi minat pembeli. Maka dari itu kreatifitas, keunikan dan makna dari sebuah logo merupakan hal penting untuk suatu bisnis.

Berikut gambar logo dari *Beachside Glamping*:

**Gambar 1.2**  
**Logo Beachside Glamping**



*Sumber: Olahan Penulis, 2020*

Berikut adalah gambar logo *Beachside Glamping*. Di dalam logo tersebut terdapat gambar tenda klasik sebagai akomodasi yang menggambarkan kesan energik, keceriaan dan kegembiraan. Tidak lupa dengan gambar pohon kelapa

dan matahari yang menggambarkan suasana iklim tropis pantai yang cerah dan tenang yang akan dirasakan oleh pengunjung. Disamping itu adanya gambar perlengkapan mendukung seperti:

- Papan seluncur berwarna merah berkesan sebagai gambaran aktifitas yang dapat dilakukan ketika menghabiskan waktu luang di pantai dengan warna merah yang memberi arti kekuatan, keberanian dan gairah dalam melakukan hal tersebut.
- Bola bermain dengan kombinasi warna (*multi-color*) menggambarkan bahwa tidak hanya orang dewasa saja yang dapat merasakan keceriaan bahkan hingga anak kecilpun dapat merasakan keceriaan ketika bermalam di *Beachside Glamping*. Bola dengan warna *multi-color* ini memberikan kesan kebahagiaan dan keceriaan yang terpancar kuat.
- Kursi pantai dengan warna kuning melambangkan relaksasi yang diberikan ketika sedang bersantai dipinggir pantai, pemilihan warna kuning juga memberikan arti kebahagiaan dan kehangatan.

- **Identitas Bisnis**

Selain nama dan logo, suatu usaha harus memiliki identitas bisnis, hal yang berkaitan dengan identitas bisnis adalah lokasi. Memilih lokasi yang tepat adalah prioritas penting bagi pelaku bisnis karena pemilihan lokasi usaha bersifat permanen dan pemilihan lokasi yang tepat dapat mempengaruhi keberhasilan dan pencapaian target bisnis.

*Beachside Glamping* akan didirikan di Pantai Ciantir Sawarna, alasan penulis memilih lokasi tersebut dikarenakan pantai tersebut memiliki potensi

wisata alam yang memukau sehingga memiliki nilai jual yang dapat menarik pasar dan juga pantai Ciantir Sawarna memiliki jalan masuk yang cukup mudah baik oleh kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.

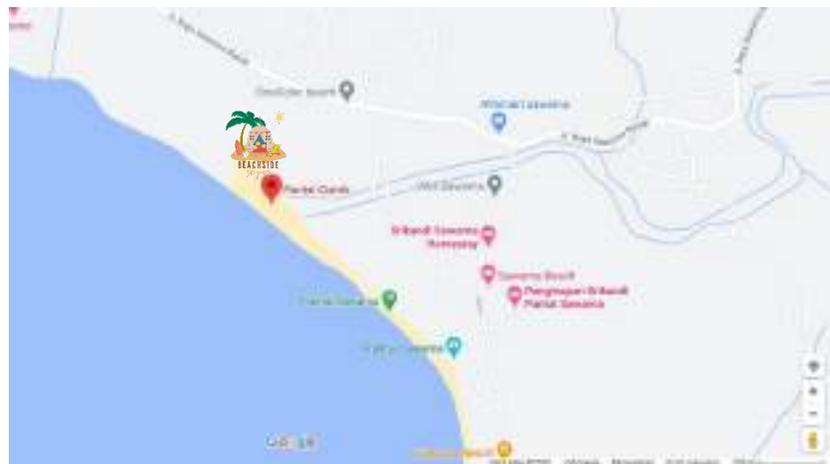
Alamat : Sawarna, Bayah, Kabupaten Lebak, Banten 42393

Reservasi : +62 813 8880 0966

Instagram : beachside.glamping

E-mail : beachsideglamping@gmail.com

### **Gambar 1.3** **Lokasi Beachside Glamping**



*Sumber: Google Maps*

### **C. Visi dan Misi**

Visi dan misi adalah bagian penting dari suatu usaha, hal tersebut dapat membuat bisnis berjalan terstruktur, visi itu sendiri adalah sebuah gambaran target suatu organisasi, perusahaan atau lembaga di masa yang akan mendatang sedangkan misi adalah suatu rancangan yang terdiri dari hal yang perlu dilakukan sehingga perusahaan dapat mencapai visi yang telah ditentukan.

Berikut adalah visi dan misi *Beachside Glamping*:

### **Visi**

Menjadikan *Beachside Glamping* tujuan utama konsumen yang ingin berlibur dan memberikan pengalaman tidak terlupakan bagi para konsumen.

### **Misi**

- Memberikan pelayanan terbaik dan professional dengan tulus hati sehingga tamu merasa nyaman.
- Memaksimalkan kinerja dalam upaya menjaga keamanan dan kebersihan area sekitar.
- Menerima segala masukan yang diberikan konsumen dan melakukan evaluasi terhadap karyawan.

### **D. SWOT Analysis**

SWOT *analysis* adalah singkatan dari 4 kata yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Menurut **Rangkuti, (2006:18)** “SWOT *analysis* dapat digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis agar dapat meningkatkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) dan mengurangi kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) yang dapat menjadi pertimbangan perencanaan dalam suatu bisnis agar menentukan strategi bisnis terbaik”

Analisis menggunakan metode SWOT merupakan analisis yang cukup rinci sehingga dapat memberikan arahan untuk mempertahankan dan mengembangkan kekuatan sehingga dapat menjadi peluang untuk menambah

keuntungan. Disisi lain analisis SWOT juga berperan penting untuk melihat persoalan dari 4 sisi yang berbeda sehingga dapat membantu untuk menemukan pemecahan masalah dan penetapan strategi terbaik.

Analisis SWOT *Beachside Glamping*:

### 1. **Strength (Kekuatan)**

- *Beachside Glamping* memiliki konsep yang unik dengan gaya desain klasik yang berkesan elegan dan estetik sehingga gaya desain bangunan dapat dikatakan *instagramable*, yang dimana tempat - tempat yang memiliki desain estetik memiliki nilai jual yang lebih dan dapat menarik perhatian pengunjung.
- Penyediaan fasilitas lengkap seperti kamar mandi, TV, *Wi-fi*, *amenities* hingga penyediaan alat baberkyu mempermudah pengunjung yang menginap.
- *Beachside glamping* memastikan kenyamanan dan keamanan yang terjamin bagi pengunjung pada saat pengunjung sedang bermalam.
- Memiliki aktivitas penunjang olahraga air seperti *jetski*, *banana boat*, *parasailing*, *surfing*.

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

- Modal awal untuk pembangunan *Beachside Glamping* ini terbilang besar.
- Banyak biaya yang dikeluarkan untuk pemasaran dikarenakan *Beachside Glamping* belum dikenal oleh masyarakat sehingga

memerlukan konsep dan pemasaran yang menarik dan luas untuk menarik pengunjung.

### 3. *Opportunities* (Peluang)

- *Beachside Glamping* merupakan glamping pertama yang berlokasi di pantai daerah Jawa Barat sehingga berpeluang untuk menjadi bisnis berkembang dan menjadi *trendsetter*.
- Berpeluang untuk menarik pengunjung yang menyukai estetika dan tempat untuk berfoto, yang dimana secara tidak langsung pengunjung yang *upload* foto mereka akun media sosial pribadinya melakukan promosi terhadap *Beachside Glamping*.
- Membuka lapangan kerja baru khususnya untuk masyarakat yang sedang dalam masa pengangguran.

### 4. *Threats* (ancaman)

- Masyarakat lebih memilih untuk menginap ditempat yang terbangun seperti hotel pada umumnya karena tidak terbiasa dengan tenda sehingga menimbulkan kegelisahan.

## E. Spesifikasi Produk

Spesifikasi produk merupakan pembahasan secara terperinci mengenai produk yang ditawarkan kepada target pasar sebagai gambaran konseptual dan pemahaman subyektif yang disampaikan oleh pemilik usaha atau bisnis tersebut. Berikut spesifikasi produk *Beachside Glamping*:

*Beachside Glamping* merupakan akomodasi yang nawarkan konsumen merasakan suasana berbeda dari hotel pada umumnya, *Beachside Glamping* memiliki konsep akomodasi yang menyatu dengan alam pinggir pantai dengan bentuk bangunan berupa tenda berkemah yang telah dirancang menjadi lebih aman dan nyaman, memudahkan konsumen yang ingin berkemah tanpa perlu bersusah payah mempersiapkan tenda dan peralatan lainnya sendiri.

*Beachside Glamping* berlokasi di Pantai Ciantir Sawarna, Banten, Jawa Barat pantai ini merupakan pantai yang indah dan suasana yang asri untuk dijadikan tempat berlibur.

Target pasar *Beachside Glamping* adalah pasangan, *honeymoon couple*, *traveler* dan keluarga yang ingin menghabiskan waktu luang untuk berlibur dan menikmati keindahan alam dan merileksasikan tubuh dari rutinitas sehari-hari, fasilitas penunjang yang ditawarkan oleh *Beachside Glamping* merupakan *watersport*, setiap mengunjung bisa menyewa aktivitas *watersport* yang ditawarkan seperti *jetski*, *banana boat*, *parasailing* dan papan selancar. Selain itu *Beachside Glamping* menawarkan Coconut Spa yang dimana bisa menjadi pilihan lain untuk merileksasikan tubuh.

*Beachside Glamping* memiliki 2 tipe tenda yaitu Bantam Tent dan Batavia Tent, 2 tipe kamar ini sudah termasuk *set up* peralatan baberkyu sesuai dengan permintaan tamu. Dan Berikut penjelasan mengenai fasilitas yang diberikan disetiap kamarnya:

- **Bantam Tent** merupakan tipe kamar Deluxe yang memiliki fasilitas kamar mandi *shower* dengan air hangat, TV, Wifi, tempat tidur *queen bed* atau *twin bed* dan lengkap dengan *guest amenities* didalamnya.

**Gambar 1.4**

**Tampak Depan Bantam Tent**



*Sumber: olahan penulis, 2020*

- **Batavia Tent** merupakan tipe kamar dengan standar Suite yang dilengkapi dengan kamar mandi *shower* air hangat, TV, Wifi, King size Bed dan juga *guest amenities*. Batavia Tent juga memiliki private pool di halaman depan tenda dan juga tipe kamar ini sudah termasuk 1 tiket untuk memainkan papan selancar.

**Gambar 1.5**  
**Tampak Depan Batavia Tent**



*Sumber: olahan penulis, 2020*

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

Perseroan Terbatas (PT). merupakan jenis badan usaha yang dimiliki oleh *Beachside Glamping*, PT adalah suatu badan hukum untuk menjalankan suatu usaha dengan modal yang berasal dari saham yang ditanamkan.

Perseroan Terbatas (PT) memiliki kredibilitas tinggi sehingga memiliki peluang lebih untuk mengembangkan bisnis atau usaha dengan cara berpartisipasi dalam tender yang diselenggarakan. Selain itu, PT merupakan

salah satu usaha berbadan hukum dengan sumber modal usaha tersebut terbagi dari saham yang ditanamkan, maka dari itu pemegang saham dapat menjual atau memindah tangankan sahamnya kepada pihak lain tanpa mempengaruhi kegiatan usaha PT.

Badan usaha PT juga lebih mudah mendapatkan modal dari investor atau pinjaman modal dari instansi keuangan dengan cara memberikan jaminan berupa asset PT dan terpisah dari asset pribadi karena PT merupakan badan hukum yang dapat berdiri sendiri.

### **G. Aspek Legalitas**

Untuk menjadi badan usaha Perseroan Terbatas (PT) *Beachside Glamping* harus memenuhi syarat – syarat sebagai berikut:

#### **1. Mempersiapkan Data Pendiri PT**

Hal yang harus disiapkan untuk data pendiri PT yaitu nama dari PT tersebut, kedudukan dan tempat PT, tujuan dari pendirian PT tersebut, pengurus PT serta struktur modal PT.

#### **2. Mengurus Pembuatan Akta Perusahaan**

Pada umumnya akta perusahaan dibuat oleh bantuan jasa notaris dan pendiri PT wajib menandatangani akta pendirian Akta perusahaan yang dibuat oleh notaris secara langsung.

#### **3. Pengesahan SK Menteri Pendirian PT**

Tahap berikutnya setelah pembuatan Akta Perusahaan adalah pengajuan pengesahan badan hukum PT oleh notaris kepada Kemenkumham. Jika

Surat Keputusan sudah dikeluarkan oleh menteri, PT telah secara resmi menjadi badan hukum dan dapat melakukan kontrak dengan pihak ketiga.

4. Mengurus Domisili Kelurahan

Surat Domisili Kelurahan terdiri dari alamat PT, jumlah tenaga kerja dan jenis usaha.

5. Mengurus NPWP di Kantor Pajak

PT. harus menyiapkan 2 dokumen yang terkait dengan kewajiban perpajakan, yaitu nomor pokok wajib pajak (NPWP) dan surat keterangan terdaftar pajak (SKT Pajak).

6. Membuat Surat Izin Usaha

Usaha produk bisa berjalan setelah PT. memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

7. Mengurus Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

TDP dapat diurus setelah SIUP selesai namun pada Pemerintahan Daerah tertentu TDP dapat diurus secara bersamaan dengan SIUP dengan syarat melampirkan sertifikat BPJS ketenagakerjaan.