

BAB I

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Kegiatan pariwisata sekarang sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat untuk sejenak rehat dari aktivitas yang biasanya dilakukan. Selain itu kegiatan pariwisata menjadi salah satu kegiatan yang dapat memajukan roda ekonomi suatu Negara terutama Negara Indonesia yang kaya akan kebudayaannya sehingga menarik para wisatawan untuk datang dan menikmati keindahan dan keunikan Indonesia.

Berbagai macam pengertian pariwisata dikemukakan oleh para ahli, salah satunya adalah Menurut pernyataan dari **Koen Meyers (2009)** pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya. Berdasarkan pernyataan ahli diatas, kegiatan pariwisata memiliki kesinambungan yang erat dengan penyediaan penginapan. Ketersediaan akomodasi penginapan baik hotel berbintang maupun non bintang sangat dibutuhkan untuk para wisatawan untuk menunjang kegiatan pariwisata.

Dengan adanya akomodasi penginapan dapat mempermudah para wisatawan untuk tinggal secara sementara di satu Negara atau kota yang dituju.

Industri akomodasi penginapan khususnya di kota Bandung sudah sangat banyak, mulai dari akomodasi yang sudah berbintang hingga yang belum mempunyai bintang. Masyarakat Indonesia pada saat ini, sudah mulai sadar

bahwa bisnis akomodasi adalah suatu bisnis yang sangat menjanjikan karena kegiatan berwisata bukan lagi menjadi kegiatan pendukung tetapi sudah menjadi kebutuhan masyarakat pada umumnya.

Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang datang ke Jawa Barat, jumlah akomodasi penginapan baik hotel bintang maupun *non* bintang pun mengalami peningkatan. Hal tersebut bisa dilihat dari Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel, jumlah presentase untuk hotel bintang dan non bintang naik di tahun 2018 ke tahun 2019 yaitu 44,54% ke 48,32%, naik 3,78%

TPK Hotel non bintang di Jawa Barat pun dari tahun ke tahun selalu naik yaitu 29,05% di 2018 dan naik ke 31,29% di tahun 2019, mengalami penurunan di tahun 2020 dikarenakan adanya pandemic Covid-19. Walaupun mengalami penurunan di tahun 2020, tetapi kenaikan TPK untuk hotel non bintang di Jawa Barat pada tahun-tahun sebelumnya cukup signifikan.

Gambar 1. 1
Presentase Tingkat Penghunian Kamar Hotel

| Bulan dan Jumlah | Presentase Tingkat Penghunian Kamar Hotel | | | | | |
|------------------|---|-------|-------|-------------------|-------|-------|
| | Hotel Bintang & Non Bintang | | | Hotel Non Bintang | | |
| | 2020 | 2019 | 2018 | 2020 | 2019 | 2018 |
| Januari | 45.96 | 50.07 | 49.34 | 35.35 | 31.53 | 30.73 |
| Februari | 46.47 | 48.08 | 53.47 | 33.92 | 32.48 | 30.58 |
| Maret | 28.73 | 48.81 | 55.72 | 38.79 | 34.6 | 30.05 |
| April | 8.02 | 49.19 | 51.8 | 10.77 | 35.9 | 29.95 |
| Mei | 13.35 | 36.47 | 45.18 | 12.92 | 28.26 | 29.74 |
| Juni | - | 47.57 | 47.25 | - | 32.9 | 29.78 |
| Juli | - | 49.03 | 53.16 | - | 34.13 | 30.82 |
| Agustus | - | 46.26 | 51.79 | - | 36.35 | 32.97 |
| September | - | 47.57 | 56.99 | - | 36.51 | 35.12 |
| Oktober | - | 50.36 | 56.63 | - | 34.33 | 30.2 |
| November | - | 51.59 | 60.3 | - | 32.73 | 30.82 |
| Desember | - | 54.82 | 60.92 | - | 34.4 | 34.66 |
| Jumlah | - | 48.32 | 44.54 | - | 31.29 | 29.05 |

Sumber: <https://jabar.bps.go.id/site/resultTab>

Provinsi Jawa Barat terutama kota Bandung menjadi pilihan untuk para wisatawan sebagai tujuan liburan atau sekedar menghabiskan akhir pekannya. Salah satu tempat wisata yang terkenal adalah Saung Angklung Udjo dimana

wisatawan yang datang bukan hanya dari dalam negeri melainkan dari luar negeri. Tamu yang datang pun mulai dari *family* sampai *traveller* yang ingin mengetahui dan mengenal kebudayaan sunda. Lokasi Saung Angklung Udjo yang cukup jauh dari pusat kota Bandung menjadi masalah bagi sebagian wisatawan untuk mencari penginapan yang strategis. Beberapa tamu terutama *traveller* atau *backpacker* kesulitan untuk mencari penginapan yang ramah di kantong dan juga memiliki fasilitas yang sesuai.

Untuk melengkapi dan mempermudah kegiatan dari para wisatawan tentunya mereka memerlukan sebuah pelayanan akomodasi yaitu penginapan. Salah satunya adalah akomodasi *Guest House* atau biasa dikenal sebagai Pasanggrahan.

Guest House menjadi pilihan para wisatawan domestik maupun mancanegara untuk menginap tanpa harus mengeluarkan biaya yang mahal. Oleh karena itu, karena melihat TPK hotel non bintang di Jawa Barat g naik secara signifikan dan melihat kebutuhan dari para traveller yang datang, penulis berfikir untuk membuat akomodasi penginapan berupa *guest house* untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan dalam menyediakan akomodasi yang ekonomis dengan fasilitas yang memadai. Melihat adanya potensi bisnis akomodasi yang tepat di sekitar Saung Angklung Udjo khususnya di daerah Bandung Timur. Sehingga, *guest house* bisa menjadi pilihan untuk para tamu yang datang ke Bandung khususnya ke daerah wisata Saung Angklung Udjo untuk menginap dan megenal kebudayaan sunda dan mengetahui aktifitas warga sekitar.

B. Gambaran Umum Bisnis

1 Deskripsi Bisnis

Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan ada dalam industry (Afuah, 2004). Bisnis menurut kegiatannya dibagi menjadi 4 yaitu bisnis agraris, bisnis ekstraktif, bisnis jasa, dan bisnis industri. Salah satu bisnis jasa adalah sektor pariwisata yang dimana berkesinambungan dengan jasa akomodasi.

Guest house biasanya berupa rumah pribadi yang di alih fungsikan menjadi penginapan untuk kepentingan tamu dan lebih dikenal sebagai penginapan ala *backpacker*. Tetapi, beberapa *guest house* juga sengaja dibuat bangunan baru yang menyerupai akomodasi hotel lengkap dengan café atau restoran dan fasilitas pendukung lainnya. Dan kepemilikannya bersifat pribadi/perusahaan.

Guest House sendiri memiliki klasifikasi berbeda- beda sesuai dengan pasarnya. Biasanya memberikan fasilitas menginap yang sederhana, dan lebih memiliki konsep nyaman dan santai seperti sedang berada dirumah sendiri. Ada yang menyediakan dapur sendiri agar tamu bisa memasak sesuai keinginan mereka, ada pula yang memiliki restoran sendiri dan menyediakan makanan mulai dari breakfast sampai *a la carte*. Walaupun beberapa *Guest House* memiliki fasilitas yang setara dengan hotel bintang 1 atau 2, tetapi tetap saja berada di bawah Hotel dikarenakan rata-rata kamar yang tersedia pun terbatas.

Pemilihan akomodasi *Guest House* dipilih karena beberapa masalah yang timbul dan peluang usaha yang dinilai oleh penulis akan berpotensi di sekitar lokasi wisata Saung Angklung Udjo.

Akomodasi *Guest house* ini tentunya akan bekerja sama dengan Saung Angklung Udjo untuk memberikan ruang kepada para tamu yang datang mengenal kebudayaan Sunda seperti Angklung, wayang golek, dan kegiatan lainnya yang tersedia. Memberikan pengalaman dan edukasi kepada para tamu bahwa kebudayaan di Jawa Barat ini sangat kaya.

a. Nama

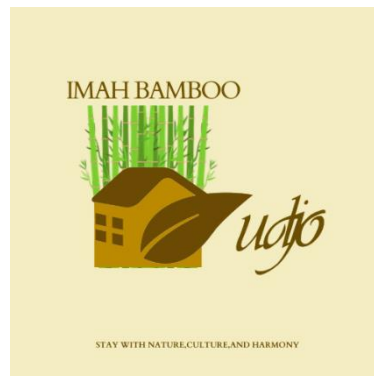
Nama menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi perusahaan atau penyedia jasa tersebut agar lebih mudah dikenal oleh masyarakat dan menjadi identitas untuk bisnis itu sendiri. Nama **Imah Bamboo Udjo** diambil karena lokasi usaha yang berada tepat di dalam Saung Angklung Udjo. *Furniture* dan *interior* yang ada di dalam kamar adalah bambu untuk menyesuaikan dengan suasana yang ada di Saung Angklung Udjo dan akan membuat kesan seperti zaman dahulu. Selain itu juga karena nama Udjo yang memang sudah cukup dikenal oleh masyarakat umum sehingga memudahkan para calon tamu untuk mengetahui dan mengingat nama perusahaan.

2. Logo Usaha

Logo adalah salah satu usaha untuk para pengusaha mengenalkan produk atau jasanya ke masyarakat umum. Dengan adanya logo dapat menjadi pembeda dan mendeskripsikan sebuah bisnis atau tempat usaha

tersebut. Kreatifitas, keunikan dan kesesuaian sebuah logo menjadi faktor utama karena dapat menjadi daya tarik sebuah perusahaan bagi para pelanggan.

Di bawah ini adalah logo dari *Imah Bamboo Udjo*



Gambar 1. 2 *Imah Bamboo Udjo*

Logo ini dibuat oleh penulis dengan sederhana yang dimana logo tersebut menjelaskan bisnis yang akan dibuat secara umum. Diatas nama **Imah Bamboo Udjo** terdapat beberapa *element* yang dipilih penulis untuk mendeskripsikan perusahaannya. Bentuk rumah dipilih karena menggambarkan akomodasi penginapan yang berbasis rumah yaitu **Imah Bamboo Udjo** dimana akan membuat para tamu yang datang maerasa seperti ada di rumah sendiri. Kemudian, gambar daun dipilih karenadaun memiliki filosofi yang teduh, mudah beradaptasi, dan memancarkan kebaikan. Gambar bamboo dipilih karena bangunan dan aksen di dalamnya pun rata-rata terbuat dari bamboo.

Pemilihan warna pun sangat penting dalam membuat sebuah logo. Warna dominan coklat dipilih karena warna coklat menggambarkan kesan yang aman,nyaman dan hangat. Warna hijau dipilih karena memberikan kesan tenang,sejuk dan kembali ke alam. Warna hijau dan coklat pun

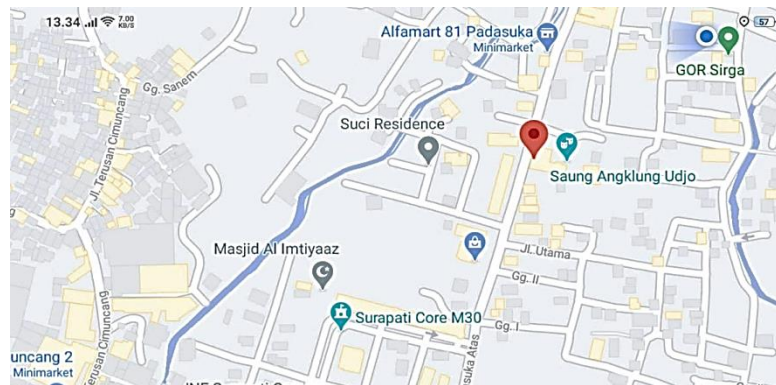
sangat mudah berkombinasi karena menggambarkan unsur dari bumi. Sehingga diharapkan **Imah Bamboo Udjo** akan menjadi tempat akomodasi yang sejuk, nyaman dan aman seolah mereka sedang berada di rumah pribadinya sendiri. Membuat para tamunya beradaptasi dengan mudah karena lingkungan yang nyaman dan memancarkan kebaikan dengan memberikasn service yang baik.

b. Slogan

Tag line dalam dunia marketing adalah hal yang sangat umum karena meruakan deskripsi singkat suatu produk atau jasa yang ingin dipasarkan. Slogan dari “Imah Bamboo Udjo” sendiri adalah “*Stay with nature,culture,and harmony*” dimana diharapkan akan memberikan kesan yang membuat para tamu merasakan kesejukan dari alam sekitar terutama rindagnya pepohonan, kebudayaan masyarakat sekitar yang bisa dikatakan masih tradisional , juga harmonisasi dari seni khas Jawa Barat yaitu Pagelaran Angklung.

3. Identitas Bisnis

Selain beberapa poin diatas yang sudah dijabarkan oleh penulis tentunya ada hal yang tidak kalah penting yaitu Identitas Bisnis. Dimana letak suatu bisnis harus difikirkan secara matang agar mendapatkan tempat atau lokasi yang strategis. Lokasi dari **Imah Bambu Udjo** berada di daerah Bandung tepatnya di Jl. Padasuka No.118, Pasirlayung, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40192.



Gambar 1. 3
Lokasi Usaha

Imah Bamboo Udjo berada di dalam daerah wisata Saung Angklung Udjo sehingga alamatnya pun sama. Perusahaan ini akan terdiri dari 2 lantai, yang dimana lantai 1 sudah tersedia bisnis café dan resto, sedangkan untuk letak guest house akan berada di lantai 2. Akses untuk ke lantai 2 pun terhubung oleh tangga.

Penulis memilih lokasi ini karena melihat peluang yang baik karena sudah ditunjang dengan beberapa fasilitas yang sudah tersedia. Fasilitas yang tersedia diantaranya café dan resto, coffee shop, dan tempat wisata.

4 VISI dan MISI

Setiap perusahaan wajib memiliki visi dan misinya sendiri sehingga tujuan dan pencepainya akan lebih jelas dan terfokuskan. Berikut adalah Visi dan Misi dari **Imah Bamboo Udjo**

➤ **Visi Imah Bamboo Udjo**

- Menjadi *Guest House* tradisional sunda yang dikenal sampai Asia Tenggara.
- Menjadi penyedia layanan akomodasi khas tanah Sunda.

➤ **Misi Imah Bamboo Udjo**

- Mengenalkan kebudayaan sunda lewat ke khasan **Imah Bamboo Udjo**
- Menjadi perusahaan yang juga menghidupkan lingkungan sekitar.
- Memberikan edukasi kepada tamu tentang kebudayaan sunda lewat **Imah Bamboo Udjo**
- Melestarikan kebudayaan sunda dengan cara mengenalkannya ke masyarakat umum.

C. SWOT Analysis

SWOT atau *Strength, Weakness, Opportunities, dan Treath* merupakan alat yang sederhana untuk menganalisis bisnis yang akan dimulai. Dengan cara menganalisis SWOT pelaku bisnis akan lebih mudah untuk melakukan pengembangan pada bisnisnya.

Strengths (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) berasal dari *internal* yang lebih mudah dikontrol oleh pemilik perusahaan.

Opportunities (peluang) dan *Threats* (ancaman) berasal dari *eksternal* yang bisa dicegah oleh pemilik perusahaan tetapi kita tidak bisa merubahnya.

Berikut adalah analisis SWOT yang telah diamati oleh penulis untuk “Imah Bamboo Udjo”:

Tabel 1. 1
Analisis SWOT

| | |
|---------------------|---|
| Strength (kekuatan) | <ul style="list-style-type: none"> • Kelebihan dari “Imah Bambu Udjo” adalah sudah memiliki pasar karena berada di dalam tempat wisata. • Sudah memiliki kerja sama dengan salah satu tempat wisata yaitu Saung |
|---------------------|---|

| | |
|-------------------------|--|
| | <p>Angklung Udjo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berbaur dengan pemilik rumah dan masyarakat sekitar. • Fasilitas yang lengkap dan tersedia akomodasi lain yaitu café ditempat yang sama. • Memberikan service yang professional. |
| Weakness (kelemahan) | <ul style="list-style-type: none"> • Kendala aksesibilitas yang tidak terlalu mudah dijangkau karena berada di area padat penduduk. • Jauh dari pusat kota. • View kamar yang kurang bagus. |
| Opportunities (Peluang) | <ul style="list-style-type: none"> • Menjadi pelopor akomodasi Guest House di area sekitar Saung Angklung Udjo. • Mengembangkan akomodasi Guest House. • Membuka lapangan kerja baru untuk masyarakat sekitar. • Menjadi penyedia akomodasi bagi tamu yang datang ke Saung Angklung Udjo. • Menjadi pilihan bagi para keluarga dan traveler dari luar negeri yang tertarik akan kebudayaan sunda. |
| Threats (Ancaman) | <ul style="list-style-type: none"> • Persaingan antar pengusaha sejenis di daerah Bandung Barat yang memberikan view yang bagus. • Usaha akomodasi <i>guest house</i> lain yang rata-rata dekat dengan pusat kota. • Kondisi situasional dari dampak pandemic Covid-19. |

Sumber : Olahan penulis,2020

D. Spesifik Produk/Jasa

Spesifikasi untuk usaha “Imah Bamboo Udjo” adalah usaha akomodasi *guesthouse* yang merubah fungsi rumah menjadi sebuah penginapan. **Imah Bamboo Udjo** pun akan didukung oleh fasilitas yang lengkap dan service yang professional. Sesuai dengan beberapa poin yang telah dijabarkan oleh penulis diatas, **Imah Bamboo Udjo** menjadi penyedia akomodasi yang ramah di kantong dan memberikan pengalaman yang berbeda kepada para tamu atau pengunjung. Berinteraksi dengan warga sekitar dan mengenal kebudayaan Sunda menjadi salah satu aktifitas utama di “Imah Bamboo Udjo”. Menyajikan makanan dan minuman khas dari Jawa Barat, sehingga para tamu mengenal kebudayaan sunda mulai dari kesenian, lingkungan sekitar hingga makanan dan minuman.

Dalam bisnis ini, **Imah Bamboo Udjo** menyediakan 2 tipe kamar yang sudah masuk ke dalam paket. Berikut ini adalah spesifikasi produk dari Imah Bamboo Udjo :

*Gambar 1.4
Tampak depan Imah Bamboo Udjo*



Sumber : Olahan penulis, 2020

1. *Angklung Package*

Fasilitas yang didapat di Angklung Room hampir sama dengan Arumba Room tetapi ukuran kamar dari angklung room lebih kecil dan dengan tersedianya twin bed. Aktifitas yang disediakan di angklung package yaitu melihat pagelaran angklung, melihat pembuatan angklung, berkeliling kampung sekitar, melihat aktifitas persiapan dari para pemain Saung Angklung Udjo.

Gambar 1.5
Tampak luar Angklung Room



Sumber : Olahan penulis, 2020

2. *Arumba Package*

Tipe kamar ini dikhususkan untuk *family* sehingga disediakan beberapa fasilitas yang lebih lengkap dari Angklung Room yaitu tersedia *living room* dengan bed Queen double bed. Aktifitas yang ditawarkan dalam paket ini hampir sama dengan Angklung Package tetapi ada tambahan aktifitas lain yaitu memasak makanan dan minuman khas Sunda.

Gambar 1.6
Tampak luar Arumba Room



Sumber : Olahan penulis,2020

E. Jenis Badan Usaha

Jenis badan usaha sangat penting bagi sebuah perusahaan, **Jhon M. Echols (2000)** mengartikan Badan Usaha adalah sebuah bisnis yang berbentuk sebuah badan usaha yang akan mendapatkan keuntungan dari kegiatan yang dilakukan dalam badan usaha itu. Adapun jenis badan usaha yaitu :

- Perum.
- Perso.
- Perusahaan Terbatas PT.
- Firma FA.
- *Commanditaire Vennootschap CV.*
- Koperasi.

F. Commanditaire Vennootschap (CV).

Badan usaha **Imah Bamboo Udjo** adalah CV (Persekutuan Komanditer) yang dimana usaha ini biasanya berbentuk persekutuan yang dibangun oleh beberapa orang atau perseorangan. Pemilik CV beranggotakan beberapa orang yang bersifat pasif dan yang aktif, dimana pemilik yang pasif biasanya orang

yang mendanai berdirinya satu bidang usaha tersebut sedangkan yang aktif adalah orang yang dipercaya untuk mengelola bidang usaha tersebut.

1. Berikut ini terdapat beberapa ciri-ciri cv, sebagai berikut :
 - a) CV memiliki dua jenis yaitu anggota yang bersifat aktif dan pasif.
 - b) Sekutu aktif dapat dikatakan pengelola perusahaan.
 - c) Sekutu pasif dapat dikatakan semata-mata hanya sebagai investor saja.
 - d) Adanya perjanjian dalam pasal 15 KUHD yakni perjanjian membangun usaha bagi para orang yang bersedia.
 - e) Sekutu kerja bertanggung jawab terhadap eksternal faktor (Pasal 19 KUH Dagang).
2. Di bawah ini terdapat beberapa kelebihan dari CV , yaitu :
 - a) Dalam proses pembangunannya tidak rumit.
 - b) Jika membutuhkan modal akan mudah untuk dipenuhi.
 - c) CV lebih mudah meraih kredit.
 - d) Sekutu pasifs sangat mudah untuk kembali mendapatkan modal dan menambah kembali modal.

G. Aspek Legalitas

Aspek legalitas adalah syarat yang mendasar yang paling penting untuk sebuah perusahaan mendirikan bisnisnya . Setiap badan usaha harus terdaftar dan sesuai dengan peraturan di setiap daerah yang berlaku.

Imah Bamboo Udjo sendiri adalah anakan perusahaan dari Saung Angklung Udjo, yang dimana akan menjadi bisnis tambahan dari perusahaan Saung Angklung Udjo.

Berikut adalah hal-hal yang harus disiapkan untuk persyaratan legalitas usaha:

- a) Akta pembuatan atau pendirian CV
- b) Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP)
- c) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Perusahaan
- d) Tanda Daftar Perusahaan
- e) Surat Keterangan Domisili Perusahaan (SKDP)
- f) Pengesahan Pengadilan

Yang nantinya dokumen tersebut akan diolah dan akan menjadi dokumen yang wajib dimiliki oleh para pengusaha sehingga usahanya terdaftar dan terlegalisasi.

Selanjutnya, para pemilik usaha mikro baik makro wajib mengurus izin gangguan atau (HO). Izin tersebut menjelaskan dimana usaha akan dijalankan dan akan didapatkan di kantor dinas perizinan. Para Pengusaha akomodasi tersebut harus memiliki Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) apabila anda memiliki izin tersebut dapat diperoleh bagi para pengusaha yang berbentuk CV, PT, Koperasi namun perlu diperhatikan adalah jumlah modal yang berbeda-beda bagi setiap golongannya (pasal 5 ayat 2 Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia nomor 18 tahun 2016).

Apabila legalitas usaha *guest house* telah didapatkan, beberapa hal harus diperhatikan oleh para pengelola akomodasi penginapan, salah satu yang paling penting adalah kebersihan. Melakukan pembersihan setiap hari atau secara periodik adalah cara untuk menjaga dan merawat kebersihan *guest house* dan hal ini akan menjadi pertimbangan apakah usaha tersebut layak atau tidak.

Dari beberapa aspek diatas penulis memilih badan usaha CV karena dirasa tepat untuk jenis usaha akomodasi *guest house* yang tentunya harus mempunyai modal yang cukup dan akan mudah diberikan pinjaman, juga proses pembangunannya tidak rumit.