

BAB 1

DESKRIPSI BISNIS

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata di Indonesia terus melakukan pengembangan dari segala aspek agar tetap kompetitif. Untuk mendukung pengembangan tentunya harus disertai dengan kemampuan sumber daya manusia yang kompeten. Hal ini sesuai dengan fokus pemerintahan pada periode 2019 – 2024 yaitu pembangunan sumber daya manusia. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memiliki dan mengelola Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata (PTNP) untuk menciptakan SDM unggul yang mampu melakukan pengembangan di sektor pariwisata agar tetap kompetitif di tengah perubahan yang terjadi sesuai dengan perkembangan zaman. PTNP yang dikelola oleh Kemenparekraf tersebar di 6 wilayah Indonesia yaitu Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung, Politeknik Pariwisata Bali, Politeknik Pariwisata Medan, Politeknik Pariwisata Makassar, Politeknik Pariwisata Palembang dan Politeknik Pariwisata Lombok.

Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) NHI Bandung adalah kampus tertua di Asia Pasifik yang mencetak lulusan dengan keahlian di bidang pariwisata. Untuk terus menciptakan lulusan yang kompeten dan kompetitif STP NHI Bandung memiliki Rencana Induk Pengembangan (RIP) pada tahun 2020 sebagai “*Strengthening Competencies and Entrepreneur Campus*” dan tahun 2024 menjadi “*Strengthening Entrepreneur and Digital Campus*”. STP NHI

Bandung mendorong dan mendukung mahasiswa menjadi lulusan yang memiliki pengetahuan terhadap kemajuan teknologi serta mempunyai daya saing sebagai pebisnis. Salah satunya menjadikan *Business Plan* tema dari karya ilmiah sebagai syarat kelulusan. Untuk mendukung program dari STP NHI Bandung maka penulisan mengusung tema *Business Plan* dan menggabungkan unsur teknologi.

Melihat dari perkembangan zaman saat ini tidak dapat dihindari kita sebagai manusia banyak berhubungan dengan teknologi. Termasuk penggunaan internet menjadi hal yang melekat pada kehidupan manusia di abad ke-21. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan *Internet World Stats* sebanyak 73,3% dari total populasi di Indonesia aktif menggunakan Internet. Artinya Indonesia termasuk dalam perubahan yang terjadi terhadap teknologi dan sudah siap menjadi target pasar untuk keperluan marketing melalui dunia maya. Berikut merupakan data dari *Internet World Stats* pada Januari 2021 terkait pengguna internet di Indonesia:

GAMBAR 1.1
PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA



Sumber: *Internet World Stats, 2021*

Perubahan-perubahan terus terjadi bukan dari sisi teknologi saja. Perubahan strategi dalam pengelolaan sumber daya manusia juga banyak penyesuaian terutama dalam masa pandemi COVID-19. Dampak dari adanya pandemi COVID-19 adalah sebagian hotel melakukan penghematan pengeluaran agar kelangsungan hidup perusahaan terus berjalan. Salah satunya menerapkan pola kerja *multi tasking* dan mengurangi jumlah pekerja atau mengurangi upah karyawan dengan cara cuti diluar tanggungan perusahaan (*unpaid leave*). Upah pegawai menjadi salah satu pengeluaran terbesar dari suatu perusahaan. Bahkan hanya satu divisi saja membutuhkan anggaran yang cukup besar. Berikut contoh dari anggaran yang harus disediakan untuk pengupahan karyawan departemen marketing dalam satu bulan:

TABEL 1. 1
ANGGARAN UPAH KARYAWAN

Jabatan	Gaji Pokok	BPJS Ketenagakerjaan	BPJS Kesehatan	Accrued THR	Uang Makan	Gross
Mgr. Marketing	Rp6.000.000	Rp392.400	Rp60.000	Rp500.000	Rp330.000	Rp7.282.400
Exc. Marketing	Rp3.700.000	Rp241.980	Rp37.000	Rp308.333	Rp330.000	Rp4.617.313
Graphic Design	Rp3.700.000	Rp0	Rp0	Rp0	Rp300.000	Rp4.000.000
TOTAL	Rp13.400.000	Rp634.380	Rp97.000	Rp808.333	Rp960.000	Rp15.899.713

Source: Data Olahan Penulis, 2021

Melihat fakta yang ada mengenai perkembangan teknologi dan kebutuhan akan penghematan pengeluaran perusahaan, penulis mempunyai sebuah gagasan membuat bisnis dibidang jasa yaitu *Revan's - Digital Marketing Agency*. Dengan melibatkan agensi sebagai pihak ketiga bertujuan meningkatkan kinerja perusahaan untuk keperluan *marketing* menjadi lebih efisien dikarenakan dengan hanya sekali menyebarkan sebuah konten langsung dapat dilihat oleh orang banyak, tidak seperti cara konvensional yang harus

dilakukan secara satu per satu agar sampai di telinga atau mata target yang diinginkan untuk mengetahui tentang produk yang ditawarkan. Dengan begitu mampu menghemat pengeluaran operasional dan terpenuhinya kebutuhan akan marketing properti akomodasi.

Bisnis yang bergerak dalam bidang marketing akomodasi dengan media digital mempunyai peluang bisnis terhadap industri akomodasi di area Bandung dan sekitarnya. Berdasarkan survei yang dilakukan penulis terhadap dua hotel di kawasan Bandung Utara dan Bandung Selatan yang mempunyai jenis dan tema sama. Dua hotel ini tidak memiliki divisi marketing di dalamnya dan membutuhkan jasa pihak kedua untuk melakukan kegiatan marketing. Hotel yang berada di kawasan Bandung Utara mempunyai rekan bisnis marketing agensi serupa dengan *Revan's - Digital Marketing Agency* sementara hotel yang berada di kawasan Bandung Selatan tidak. Terdapat perbandingan 26 : 1 ketertarikan calon tamu berdasarkan pengikut media sosial dan skor 4,6 : 4,1 berdasarkan kepuasan pelanggan melalui *google reviews* kedua hotel tersebut. Bisa dikatakan bahwa adanya pasar dan kebutuhan akan jasa dari *Revan's - Digital Marketing Agency* untuk meningkatkan ketertarikan dan kepuasan dari target pasar dan konsumen.

B. Gambaran Umum Bisnis

1. Deskripsi Bisnis

Bisnis bernama *Revan's – Digital Marketing Agency* adalah usaha di bidang jasa dengan *branding* sebagai spesialisasi di bidang marketing

hospitaliti dengan alat digital yang menjadi pihak ketiga dari properti akomodasi untuk memperkenalkan dan membangun citra akomodasi melalui media dunia maya. Agensi akan memberikan layanan memaksimalkan tingkat pencarian di internet, pengelolaan *website* dan manajemen akun media sosial sebagai alat dari strategi marketing. Dengan strategi mempelajari pola-pola ketertarikan terhadap konten untuk melihat apa yang disukai kemudian dikembangkan sehingga menimbulkan minat. *Revan's – Digital Marketing Agency* mempunyai fungsi untuk menjangkau pengguna dunia maya yang asalnya adalah tamu potensi menjadi pengunjung properti akomodasi. Pengelolaan marketing dari properti akomodasi melalui dunia maya harus menjadi hal yang diperhatikan karena fungsinya yaitu sebagai berikut:

- a. Memperkenalkan *branding* dari properti akomodasi.
- b. Menimbulkan perhatian dan minat dari target pasar.
- c. Membangun kepercayaan dan pemahaman mengenai properti sebagai tujuan dan tempat akomodasi.
- d. Menjalinkan koneksi terhadap tamu potensial menjadi tamu hotel bahkan pelanggan setia.

Ada pula 9 pilar utama yang diperlukan dalam perencanaan bisnis. Tujuan 9 pilar utama yaitu menciptakan suatu bisnis mempunyai pedoman untuk menjalankan usahanya sehingga memunculkan kemampuan daya saing. Berikut merupakan tabel dari 9 pilar utama bisnis *Revan's - Digital Marketing Agency*:

TABEL 1. 2
9 PILAR UTAMA PERENCANAAN BISNIS

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segments</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Instagram. • Facebook. • <i>Influencer</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Hospitality Specialist Marketing.</i> • Memahami Pola-pola ketertarikan target market. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menawarkan penghematan anggaran pengupahan. • Terpenuhinya kebutuhan akan <i>marketing hospitality</i> pada properti akomodasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penilaian kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa marketing dengan alat digital untuk menjalin kerjasama yang berkelanjutan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Akomodasi penginapan. • Bisnis menengah ke bawah. • Area Kota Bandung
	<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pegawai • <i>Tools</i> (teknologi). 		Channels	
Cost Structure			Revenue Streams	
<ul style="list-style-type: none"> • Aset (kamera & laptop). • <i>Fixed Cost</i> (upah karyawan & sewa bangunan). • <i>Variable Cost</i> (<i>transportation</i>). 			<ul style="list-style-type: none"> • Hotel. • Vila. • <i>Guest House.</i> 	

Source: Data Olahan Penulis, 2021

2. Deskripsi Logo dan Nama

Nama dan logo perusahaan menjadi salah satu hal yang harus dirancang dalam perencanaan bisnis. Nama dan logo menjadi identitas dan alat pengenalan kepada publik. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa pemasaran hospitaliti menggunakan alat digital ini bernama *Revan's - Digital Marketing Agency*. Penamaan perusahaan menggunakan nama penulis dengan penambahan apostrof diikuti huruf s mengartikan kepemilikan perusahaan dalam bahasa Inggris. Adapun logo dari *Revan's - Digital Marketing Agency* adalah sebagai berikut:

GAMBAR 1.2
LOGO PERUSAHAAN



Source: Data Olahan Penulis, 2021

Penjelasan makna logo:

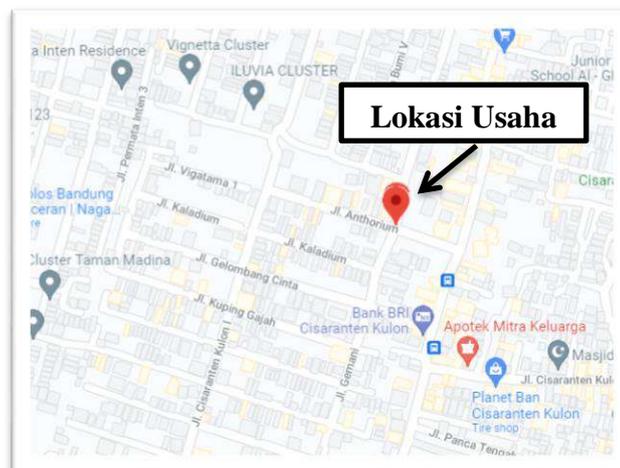
- a. Logo bertuliskan nama pemilik perusahaan dari *Revan's – Digital Marketing Agency*.
- b. Tanda seru pada logo bertujuan mengundang perhatian untuk menunjukkan eksistensi perusahaan.
- c. Warna biru tua yang pekat bermakna sebagai keteguhan perusahaan dalam melayani.

3. Identitas Bisnis (Kontak dan Alamat Perusahaan)

Identitas bisnis berupa kontak dibutuhkan suatu perusahaan agar memudahkan kegiatan usaha serta memudahkan para konsumen mendapatkan informasi dan berkomunikasi dengan *Revan's - Digital Marketing Agency*. Begitu pula dengan tempat usaha dibutuhkan agar perusahaan mampu melakukan kegiatan operasional. Berikut merupakan identitas, kontak dan alamat dari *Revan's – Digital Marketing Agency*:

Nama Perusahaan : *Revan's – Digital Marketing Agency*
Developer / Owner : CV. Karya Pertama
Telepon : +62 881-0235-00171
Email : @revansagency.com
Alamat : Jln. Anthorium No. 7B RT/RW 04/04,
Kota Bandung, Jawa Barat 40293.

GAMBAR 1. 2
LOKASI PERUSAHAAN



Source: Data Olahan Penulis, 2021

C. Visi dan Misi

1. Visi

Visi dari *Revan's – Digital Marketing Agency* adalah mampu beradaptasi secara cepat terhadap segala perubahan yang terjadi di sekitar ruang lingkup hospitaliti, marketing dan teknologi.

2. Misi

Misi dari *Revan's – Digital Marketing Agency* diantaranya sebagai berikut:

- a. Menjadi jawaban untuk kebutuhan akan marketing pada properti akomodasi.
- b. Tumbuh berdampingan dengan perkembangan zaman sehingga dapat terus bersaing untuk mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan.
- c. Peka terhadap setiap perubahan yang terjadi di sekitar industri hospitaliti, marketing dan teknologi.
- d. Berfokus pada pelayanan untuk meningkatkan efektivitas perusahaan pelanggan.

D. SWOT Analysis

Perencanaan bisnis harus mempunyai poin-poin untuk menganalisis secara mendalam hal-hal yang mendukung kegiatan usaha dan tantangannya sehingga dapat melakukan tindakan-tindakan yang memampukan perusahaan bisa beroperasi dan bersaing di industri komersial. Mengetahui kekuatan, kekurangan, peluang dan ancaman dalam menjalankan bisnis menjadikan perusahaan peka dan tahu langkah strategi yang harus disiapkan serta dilakukan.

Hal-hal tersebut dikenal dengan istilah *SWOT analysis*. Menurut Suryatama (2016:130) *SWOT analysis* dapat digunakan dengan cara menganalisis dan memisahkan berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya. Keempat faktor inilah yang mampu membantu untuk merencanakan & mengevaluasi suatu strategi. Berikut ini merupakan *SWOT analysis* dari *Revan's – Digital Marketing Agency*:

1. *Strength* (Kekuatan)

- a. Mampu meningkatkan efektivitas dan kinerja perusahaan pelanggan
- b. Mampu mengikuti perkembangan zaman mengenai digitalisasi.
- c. Memiliki pegawai dengan klasifikasi keahlian hospitaliti, digital marketing dan dunia kreatif.
- d. Lebih murah dibanding jasa marketing lainnya karena tidak menggunakan perhitungan komisi.

2. *Weakness* (Kelemahan)

- a. Nama dari agensi ini belum terkenal.
- b. Keterbatasan modal usaha.
- c. *Networking* perusahaan masih terbatas.

3. *Opportunities* (Peluang)

- a. Pengguna internet di Indonesia 73,3% dari keseluruhan populasi.
- b. Di Kota Bandung banyak hotel menengah ke bawah yang sistem manajemennya tidak menggunakan jasa operator.
- c. Pesaing tidak membidik secara khusus manajemen akomodasi sebagai target pasarnya.

4. *Threats* (Ancaman)

- a. Tren penggunaan *platform* sebagai produk marketing yang digunakan cepat berubah-ubah.
- b. Pelaku bisnis akomodasi kurang berminat melakukan kerjasama karena kurang pemahaman akan digital marketing.
- c. Mudah ditiru oleh pesaing.

E. Spesifikasi Produk/Jasa

Revan's – Digital Marketing Agency adalah agensi yang menawarkan jasa marketing properti akomodasi dengan *branding* sebagai spesialisasi hospitaliti marketing dengan alat digital. Agensi ini mempunyai 3 layanan yang ditawarkan untuk menjadi alat marketing berbasis teknologi pada properti akomodasi. Berikut merupakan spesifikasi produk dan jasa yang ditawarkan:

1. *Manajemen* media sosial

Manajemen media sosial adalah jasa mengelola akun seperti instagram dan facebook agar memuat konten yang menarik perhatian sehingga memunculkan minat menginap di properti tersebut. Tujuan dari layanan ini adalah memaksimalkan tingkat interaksi pada akun media sosial yang dimiliki properti akomodasi sehingga lebih dikenal publik.

2. Pembuatan *website*

Menawarkan jasa pembuatan dan perawatan *website*. *Website* dibutuhkan untuk menjadi wajah dari properti akomodasi dalam dunia maya. Dengan adanya *website* diharapkan properti akomodasi dapat melakukan pemasarannya secara independen dengan mengarahkan pemesanan langsung kepada properti tanpa membutuhkan *Online Travel Agent* (OTA) sebagai perantara *marketing* dan pemesanan kamar sehingga mampu menambah pendapatan akomodasi.

3. *Search Engine Optimization* (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) adalah jasa yang menawarkan perencanaan marketing berbasis teknologi untuk pemaksimalan mesin

telusur di internet. SEO dapat menjadikan properti akomodasi tersebut ada di halaman pertama yang keluar di internet saat melakukan pencarian oleh target pasar di dunia maya. Agensi ini akan melakukan riset melalui kebiasaan dan pola-pola kata pencarian yang sering digunakan oleh pengguna dunia maya dalam mencari rekomendasi properti akomodasi.

F. Jenis Badan Usaha

Menurut **Undang-Undang Cipta Kerja No. 11/2020** “badan usaha adalah badan usaha berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum yang didirikan di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia dan melakukan usaha dan/atau kegiatan pada bidang tertentu”. Badan usaha yang termasuk dalam golongan berbadan hukum adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Perseroan Terbatas (PT), yayasan dan koperasi. Sedangkan badan usaha yang tidak berbadan hukum yaitu *Commanditaire Vennootschap* (CV), Firma dan persekutuan perdata.

Bentuk badan usaha disesuaikan dengan kemampuan dan keperluan perusahaan. Dalam perencanaan bisnis yang dibuat, penulis memilih CV Sebagai bentuk dari *Revan's – Digital Marketing Agency*. Menurut Purba (2015:32) *Commanditaire Vennootschap* merupakan badan usaha yang didirikan oleh satu atau beberapa orang dengan sistem permodalan terbatas, dimana pemodal mempercayakan uang atau barangnya untuk dikelola oleh yang bertindak sebagai pemimpin atau direktur baik satu atau beberapa orang untuk menjalankan perusahaan.

Berdasarkan pengamatan penulis CV adalah jenis badan usaha yang cocok untuk *Revan's - Digital Marketing Agency*, kemudian jika perusahaan berkembang akan diubah menjadi Perseroan Terbatas (PT). CV merupakan jenis badan usaha yang dipergunakan untuk usaha kecil menengah (UMKM). Berikut merupakan hal-hal yang penulis pertimbangkan mengenai CV sebagai jenis usaha yang cocok:

1. Tidak adanya modal minimal yang ditentukan untuk mendirikan CV.
2. Lebih mudah untuk mendapatkan pinjaman bank dibandingkan dengan firma.
3. Adanya sekutu pasif dan aktif memudahkan pengambilan keputusan saat menjalankan usaha.

G. Aspek Legalitas

Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) adalah negara hukum. Hal ini tertulis dalam Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 Pasal 1 Ayat 3. Dapat diartikan bahwa setiap kegiatan di dalam atau di luar wilayah Negara Indonesia diatur dalam aspek legalitas. Sebuah badan usaha harus didaftarkan legalitasnya dalam bentuk-bentuk yang telah ditetapkan, salah satunya adalah Perseroan Komanditer atau *Commanditaire Vennootschap (CV)*. Menurut Indra, R., Fahamsyah, E., & Pratama, R. H. (2020) untuk membuat dan mendaftarkan CV sebagai badan usaha yang sah adalah sebagai berikut:

1. Nama Badan Usaha CV

Mengajukan nama CV kepada notaris dengan ketentuan penulisan nama badan usaha menggunakan huruf latin, tidak menggunakan nama yang mirip atau sama dengan lembaga-lembaga kenegaraan baik pemerintahan Indonesia maupun Internasional dan belum digunakan oleh badan usaha lain secara sah.

2. Pembuatan Akta Pendirian Perusahaan

Sesuai dengan UU No. 2/2014 tentang jabatan notaris. Badan usaha didaftarkan melalui notaris sebagai pejabat umum untuk pembuatan akta pendirian perusahaan. Ada beberapa dokumen yang harus disiapkan untuk pembuatan akta tersebut. Berikut dokumen yang harus dilengkapi untuk pembuatan akta:

- a. Kartu Tanda Penduduk (KTP) seluruh pendiri badan usaha CV.
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) seluruh pendiri badan usaha CV.
- c. Pas foto (3 cm x 4 cm) seluruh pendiri badan usaha CV.
- d. Kartu Keluarga (KK) Direktur perusahaan.

3. Pendaftaran Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Perusahaan

Badan usaha diwajibkan memiliki NPWP perusahaan untuk menghindari dari sanksi pidana dan mempermudah administrasi dalam menjalankan kegiatannya. NPWP sesuai dengan Peraturan Direktorat Jenderal Pajak No. PER-04/PJ/2020 terbagi menjadi 3 kategori. Berdasarkan jenisnya *Revan's - Digital Marketing Agency* termasuk kategori badan usaha berorientasi laba

4. Izin Usaha

Badan usaha dapat mulai menjalankan kegiatan komersialnya setelah mendaftarkan perizinan berusaha melalui *Online Single Submission* (OSS). Perizinan berusaha diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No.24/2018 tentang pelayanan perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik. Setelah mendaftar melalui OSS, kemudian akan diterbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) yang mengatasnamakan lembaga pemerintah kementerian, gubernur dan bupati atau walikota kepada pelaku usaha melalui Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu satu Pintu (DPMPTSP).