

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Rekreasi menjadi kebutuhan dasar setiap manusia untuk mencapai kesejahteraan hidup. Tujuan rekreasi bermula pada peningkatan kualitas dan pencapaian kesejahteraan hidup manusia, oleh karenanya kegiatan rekreasi harus selaras dengan upaya yang menyehatkan kesehatan jiwa, fisik dan memperoleh kesenangan serta rileksasi dari rutinitas keseharian. Aktivitas olahraga sering dijadikan sebagai sarana untuk berekreasi terutama yang berhubungan dengan alam, salah satunya adalah olahraga pendakian gunung. Gunung saat ini menjadi lokasi yang banyak digemari dan dipilih masyarakat untuk melakukan aktivitas penjelajahan alam sebagai olahraga rekreasi.

Menurut Rahman dkk (2017) aktivitas pendakian gunung memberi manfaat kepada pendaki gunung, masyarakat sekitar gunung serta pemerintah. Beberapa manfaat aktivitas pendakian gunung sebagai olahraga rekreasi masyarakat diantaranya yaitu melatih fisik dan berolahraga, berekreasi mendapatkan kesenangan atau kepuasan, menyegarkan pikiran dan relaksasi fisik, mendekatkan diri kepada sang pencipta, belajar hidup mandiri, pembentukan karakter, dan sebagai sarana bersosialisasi. Beberapa manfaat dari wisata alam sebagai rekreasi masyarakat diantaranya yaitu meningkatkan kreativitas, membuat badan lebih bugar, membuat pikiran menjadi lebih tenang, suasana hati jadi lebih baik, dan meningkatkan konsentrasi. Sedangkan manfaat yang diperoleh bagi masyarakat disekitar gunung adalah peningkatan pendapatan dengan munculnya usaha mikro seperti pedagang makanan, pernak-pernik dan souvenir serta penyewaan kamar mandi toilet dan sebagainya. Bagi pemerintah setempat aktivitas pendakian gunung memberi manfaat terhadap pendapatan daerah melalui pendirian usaha-usaha mikro sekitar gunung dan untuk itu pemerintah memberikan dukungan dengan cara sosialisasi mengenai keindahan gunung sebagai daya tarik di industri wisata alam.

Pendirian usaha Jasacamping.com ditujukan untuk memberi kontribusi di industri pariwisata berbasis wisata alam era 4.0 yang termasuk di dalamnya adalah aktivitas pendakian gunung. Jasacamping.com berupaya memberikan kontribusi nyata terhadap permasalahan yang ada dengan penyediaan layanan penyewaan peralatan kemah atau perkemahan secara digital. Website Jasacamping.com dipublikasikan pada pertengahan tahun 2019 dan mendapat ijin usaha pada awal tahun 2021 berbentuk *Commanditaire Vennootschap* (CV) atau Persekutuan Komanditer. Layanan penyewaan peralatan perkemahan di Jasacamping.com tersedia dan dapat diakses di website Jasacamping.com dan aplikasi yang direncanakan akan dijual melalui playstore.

Segmen pasar Jasacamping.com terfokus pada wilayah di Indonesia yang saat ini ditargetkan di daerah wisata alam dan gunung yang terletak di Provinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari hasil survei diperoleh data bahwa di Provinsi Jawa Tengah terdapat 149 toko penyewaan peralatan kemah, 419 wisata alam dan 39 jalur pendakian gunung, sedangkan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta terdapat 41 toko penyewaan peralatan kemah, 123 wisata alam dan 1 jalur pendakian. Dari 149 toko penyewaan peralatan kemah di Provinsi Jawa Tengah dan 41 toko penyewaan peralatan kemah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta belum ada yang memiliki layanan penyewaan atau penjualan langsung yang sepenuhnya melalui website dan aplikasi.

Sedangkan konsumen yang akan melakukan pendakian gunung atau wisata alam di era 4.0 ini membutuhkan transaksi yang lebih mudah, cepat, praktis dan dapat diakses dari manapun. Menurut Wilujeng (2020) perilaku konsumen mengalami perubahan dari era dahulu dengan era digital 4.0 saat ini, para konsumen lebih ingin berbelanja secara mudah dimanapun mereka berada. Mudah di sini diartikan sebagai layanan yang cepat, praktis serta dapat di akses kapanpun dan dimanapun yang pada akhirnya turut merubah perilaku konsumen. Perubahan perilaku konsumen pada era digital ini disebabkan perkembangan teknologi yang memberi dukungan untuk sektor usaha salah satunya usaha berbasis *e-commerce* yang membuat konsumen lebih mudah dalam berbelanja. Menurut Suyanto (2019) memulai bisnis di era 4.0 seharusnya akan lebih cocok jika berbasis *e-commerce* dan digital karena internet dapat menjangkau pasar yang lebih luas, biaya untuk memulai bisnis dengan

internet lebih ekonomis, selain itu dengan internet yang tersedia 24 jam maka akan memungkinkan pelaku usaha menjual produk lebih banyak sehingga akan berdampak terhadap biaya operasional yang efektif dan memudahkan perusahaan merespon konsumen tanpa terbatas tempat dan waktu. Pada akhirnya kesemua hal tersebut akan meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan meningkatkan peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan loyalitas konsumen.

Berdasarkan hal tersebut, Jasacamping.com harus memiliki strategi yang tepat untuk menghadapi dinamika lingkungan bisnis di industri wisata alam era 4.0. Analisis *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* (SWOT) digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi daya saing perusahaan dan merumuskan gambaran besar strategi pengembangan usaha Jasacamping.com yang lalu diintegrasikan dengan pendekatan *Business Model Canvas* sebagai alat visualisasi strategi perusahaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) dengan menggunakan alat analisa *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* (SWOT) yang dapat mempengaruhi usaha Jasacamping.com, merumuskan strategi pengembangan usaha, dan menyusun pengembangan model bisnis Jasacamping.com menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* yang tersusun atas sembilan blok yaitu *customer segment*, *value proposition*, *customer relationship*, *key partnership*, *key activities*, *key resources* dan *cost structure* serta *revenue stream*. Pendekatan *Business Model Canvas* diperlukan sebagai alat bantu visualisasi atas upaya penyusunan strategi pengembangan usaha Jasacamping.com untuk mengoptimalkan tingkat penggunaan layanan.