

BAB II

PERENCANAAN PRODUK / JASA

2.1 Landasan Teori

Dasar-dasar landasan yang kuat mengenai berbagai macam teori berdasarkan beberapa penelitian, berikut ini merupakan landasan teori pariwisata, teori akomodasi penginapan, teori *glamping*, teori aspek lingkungan, teori sosial & budaya.

2.1.1 Teori Pariwisata

Pariwisata menjadi salah satu hal yang melekat dalam kehidupan manusia yang dimana kebutuhan manusia juga bisa terpenuhi dari pariwisata. Pariwisata dalam UU RI No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan bahwa kata wisata tersebut sebagai aktivitas perjalanan yang dimana sekelompok atau seseorang bepergian ke lokasi tertentu dengan tujuan yang bervariasi seperti melepas penat, rekreasi bersama keluarga atau teman, mengunjungi tempat wisata yang belum pernah dikunjungi, atau mempelajari daya tarik wisatanya. Pariwisata merupakan kata dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua kata yaitu pari dan wisata. Pari yang artinya adalah “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan untuk wisata yang berarti “pergi” atau “berpergian”. Prof. Salah Wahab (dalam Devi Munisari 2018:10) mengatakan bahwa kegiatan pariwisata merupakan aktivitas manusia yang dikerjakan secara sadar, yang setiap orangnya akan mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang di dalam negaranya sendiri maupun di luar negeri untuk mendapatkan kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda antara satu orang dengan orang lainnya. Pengertian ini yang berkorelasi dengan akomodasi penginapan memang akan selalu melekat dalam pariwisata.

Menurut UU No. 10/2009 tentang kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata sendiri adalah kegiatan dimana adanya

pemberian jasa untuk bisa dinikmati oleh orang-orang. Perlunya ada pemanfaatan daya tarik wisata dimana seperti Indonesia memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam yang dimana ini bisa dijadikan untuk banyak pengunjung melakukan wisata ke daerah-daerah di Indonesia.

2.1.2 Teori Akomodasi Penginapan

Unsur terpenting dalam kegiatan pariwisata selain dari mengunjungi objek wisata yaitu mencari sarana akomodasi, sebagai tempat untuk beristirahat atau menginap di daerah tujuan wisata. Macam-macam tempat menginap tersebut diantaranya hotel, penginapan, dan pondok wisata. Penginapan adalah usaha jasa layanan menginap yang disediakan sebagai akomodasi dalam rangka kegiatan pariwisata dengan tujuan untuk rekreasi, memperluas pengetahuan dan pengalaman serta tujuan lainnya. Akomodasi bangunan kini menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta fasilitas lainnya yang dikelola secara komersial. Menurut Milohnic & Bonifacic 2019, *trend glamping* ini kemudian membuat pengelola menyediakan keseluruhan persiapan dan peralatan berkemah, sehingga para pengguna *glamping* hanya membawa persiapan seperti akan berlibur atau menginap di hotel. Interior dalam akomodasi *glamping* diharapkan dapat memberikan kenyamanan sesuai standar menginap di hotel dengan fasilitas tidur sebagai hal utama yang harus diperhatikan. Tema interior, dekorasi dan ornamen yang inovatif menjadi hal penunjang untuk menarik minat pengunjung (N.K.Y Utami, 2020).

2.1.3 Teori Glamping

Glamping memiliki definisi lain yaitu, suku kata pertama dari kata *Glamour* dan suku kata kedua dari kata *Camping*, *glamping* adalah tren baru dalam wisata alam terbuka yang memadukan kemewahan, dan alam, kenyamanan dan penghargaan terhadap lingkungan, serta memberikan eksklusivitas dan keunikan dalam menawarkan akomodasi “*out of the*

box”, baik secara harfiah maupun kiasan (Andrey, C., Galera, H., Cabido, J. & Wiskey, W, 2014). Sekian banyaknya jenis akomodasi penginapan, kini menjadi *trend* baru untuk akomodasi penginapan yaitu *glamping* menjadi pilihan untuk rekreasi. *Glamping* sendiri sangat diminati oleh kalangan anak muda atau generasi saat ini untuk destinasi menginap. *Trend* wisata dengan cara *glamping* atau kepanjangannya dari *glamour camping* yang berarti berkemah dengan cara yang mewah. *Glamping* merupakan bagian dari wisata *nomad (nomadic tourism)* yang dimana artinya wisata yang berpindah-pindah. Terdapat 3 bagian utama dari *nomadic tourism*, yaitu: *nomadic tourism attraction, nomadic tourism amenities, dan nomadic tourism access* (Mahadewi, 2018).

Peminat kalangan anak muda terbukti dari salah satu *survey* yang memaparkan bahwa karakteristik orang yang menginap dengan akomodasi *glamping* oleh para milenial, memiliki pendidikan yang baik dan pekerjaan dengan tingkat perekonomian yang baik (N.K.Y Utami, 2020). Menurut Sinaga dan Fitri (2022) *Glamping* memiliki banyak jenis pilihan akomodasi yang menarik seperti:

1. Rumah pohon dapat diartikan sebagai rumah kecil yang dibangun diatas cabang-cabang pohon, yang dapat diakses melalui tangga atau jembatan gantung dan lantai kayu keras, yang dapat difasilitasi dengan tempat tidur dan TV kabel.
2. Tipis yaitu tenda yang berbentuk kerucut.
3. *Yurts* yaitu struktur bundar yang memiliki atap kubah dan dinding kain tenun.
4. *Airstreams* terkenal dengan rumah aluminium melengkung khasnya yang aerodinamis dan sangat bergaya.
5. *Bell tents* biasa dikenal sebagai tenda lonceng yang memiliki tiang penyangga pusat tunggal dan dindingnya dipisahkan oleh kabel tegangan yang dipasang ketanah.
6. *Tent cabins* terbuat dari bingkai yang terbuat dari pipa logam yang dihubungkan ke lantai kayu yang memiliki level sedikit tinggi dari tanah dan dilengkapi dengan dapur, air, dan listrik.

7. *Safari tent* adalah akomodasi seperti tenda yang nyaman bagi pengunjung yang melakukan tur mewah di Afrika.

2.1.4 Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan adalah hal yang sangat perlu diperhatikan dalam pembangunan suatu akomodasi penginapan. Dimana pengaruh lingkungan menjadi salah satu upaya untuk melestarikan alam sekitar. Penerapan CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability*) penting dilakukan untuk menjaga lingkungan sekitar. Desain dan arsitektur *glamping* dibuat dengan menyesuaikan pelestarian alam dengan cara dari penerapan memanfaatkan sumber daya alam dari segi cuaca dan lainnya.

2.2 Literature Review

Dalam sebuah bisnis, penting adanya perencanaan strategi bisnis yang matang dan dianalisa dengan baik. Banyak penelitian mengenai penerapan *Business Model Canvas* (BMC) dalam membuat bisnis mereka salah satunya Perusahaan Sandal Toyosima Singosari. Penulis mengatakan bahwa *Business Model Canvas* (BMC) merupakan alat yang tepat untuk merumuskan strategi pada perusahaan Toyosima karena dengan BMC perusahaan dapat mengetahui bagaimana setiap aspek dalam bisnisnya berhubungan (Alfarisi, 2019). Demikian *Business Model Canvas*, yang memuat tentang *key partners, key resources, key activities, value propositions, customer relationship, channels, customer segments, cost structure & revenue streams* dari Sawarga Glamping.

Business Model Canvas

<p>Key Partners</p> <p>Stakeholders:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supplier bahan baku • Arsitek • Pemerintah daerah • Bank • Perusahaan online travel agent • Reviewer / vlogger • Perusahaan jasa Hotel Mu 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acara api unggun setiap hari Sabtu malam / malam Minggu • Merayakan bersama pada hari raya besar Indonesia • Fasilitas board game • Fasilitas kolam renang 	<p>Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjadi glamping pertama di daerah Desa Kutawaringin • Menjadi glamping dengan one stop service • Menawarkan harga terjangkau dengan fasilitas memadai • Membuka jalan bagi UMKM di Desa Kutawaringin • Satu-satunya penyedia fasilitas kolam renang air hangat di Desa Kutawaringin 	<p>Customer Relationship</p> <ul style="list-style-type: none"> • Free wedang jahe untuk setiap post+review di Google Review • Birthday Complimentary • Menerima kritikan atau komplain secara langsung maupun website 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uniseks, Dewasa muda dengan usia 18-35 tahun, Kelas menengah dengan pendapatan >Rp8,000,000 • Area Jabodetabek dan domisili Jakarta Barat & Jakarta Utara • Pecinta alam, nomadic traveller, memiliki komitmen menjaga alam, menyukai suasana alam terbuka dengan suara burung di pagi hari • Suka berkomunitas, eksplor alam, dan menyukai quality time / me-time, bepergian dengan kendaraan pribadi
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • Barang keperluan glamping (tenda, kasur, kursi, lampu, kayu, dsb) • Biaya bangunan dan perombakan • Maintenance • Sistem Hotel Mu • Gaji karyawan • Konsultasi & arsitek 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan akomodasi glamping • Layanan sewa sepeda • Paket self BBO (alat & bahan) • Penyewaan tempat untuk UMKM • Penjualan toiletries • Penyewaan entertainment area • Penyediaan outbound 		

Gambar 2.2 Business Model Canvas

Sama halnya dengan bisnis penginapan Sawarga Glamping yang telah menentukan strategi yang dapat berlaku di daerah ini untuk target market Sawarga Glamping. Dengan sumber kunci utama yaitu sumber daya manusia, Sawarga Glamping memiliki *owners* atau pemilik sekaligus pemegang yang menduduki tingkat tertinggi dalam sebuah kepemilikan bisnis, dengan merekrut manajer yang bertanggung jawab dalam departemennya masing-masing dan *supervisor* yang bertanggung jawab untuk operasional para staf. Sawarga Glamping juga memilih staf yang dapat bekerjasama dalam kurun waktu yang panjang, handal, dan dapat dipercaya.

Selain sumber daya, Sawarga Glamping juga akan memperhatikan *channels* yang akan digunakan dalam bisnis Sawarga Glamping. *Channels* akan berperan penting selama berada di era globalisasi ini dan baik untuk pemasaran. Untuk mempermudah tamu dalam mengontak pihak Sawarga Glamping, kelak akan digunakan aplikasi *messenger* terpercaya yang bernama WhatsApp dan Instagram, serta dapat terhubung melalui *e-mail* sebagai aplikasi untuk berkomunikasi. Sedangkan *channels* yang akan digunakan dalam media sosial mengenai keseharian Sawarga Glamping adalah aplikasi bernama Instagram, TikTok, dan YouTube. Selain itu, Sawarga Glamping akan menggunakan jasa *hotel management software* yang digunakan untuk sistem resepsionis *glamping* yang bernama Hotel Mu. Untuk melihat *review* dari para

tamu mengenai pengalaman menginap bersama Sawarga Glamping, bisa dilihat melalui aplikasi yang terpercaya di seluruh mancanegara yaitu Tripadvisor. Seluruh *channels* nantinya akan berhubungan erat dalam sehari-hari guna mendukung kelancaran media Sawarga Glamping.

Saat momen berkumpul, alangkah baiknya jika diisi dengan kegiatan positif dan menjauhi penggunaan *gadget*. Oleh karena itu, Sawarga Glamping menyediakan fasilitas permainan *board game* yang cocok dimainkan oleh para tamu untuk mengisi waktu luang selama menginap. Kegiatan lainnya yang bisa para tamu lakukan adalah untuk mengikuti acara malam api unggun yang Sawarga Glamping sediakan setiap hari Sabtu malam atau Malam minggu. Selain itu, kegiatan *occasional* yang akan diadakan adalah kegiatan bersama untuk merayakan hari besar Indonesia. Seluruh kegiatan ini disediakan sebagai fasilitas pelengkap di penginapan Sawarga Glamping. Selain itu, akan disediakan fasilitas kolam renang air hangat yang dapat digunakan oleh para tamu Sawarga Glamping.

Untuk memperkuat hubungan antara pihak *glamping* dengan *customer*, setiap *posting* dan *review* yang diberikan oleh para tamu, pihak Sawarga Glamping akan memberikan minuman penghangat ciri khas Nusantara yang memiliki khasiat baik untuk tubuh bernama Wedang Jahe. Selain itu, dipersiapkan sebuah *birthday complimentary* khusus untuk tamu spesial yang berulang tahun. Tamu akan mendapatkan dekorasi *glamping* yang unik dan berbeda yang dapat membuat tamu terkesan. Sawarga Glamping juga menerima kritik, saran, maupun komplain baik secara langsung maupun melalui Tripadvisor. Seluruh masukan akan ditampung dan dijadikan bahan evaluasi untuk kedepannya, agar dapat menjadi akomodasi pilihan dengan pelayanan terbaik.

Segmentasi tamu Sawarga Glamping terbagi dalam segmentasi demografis, geografis, psikografis, dan *behavioral*. Sawarga Glamping memiliki target tamu uniseks dewasa muda dari umur 18 hingga 35 tahun dengan strata ekonomi menengah, dengan pendapatan di atas Rp6,000,000. Target tamu adalah para tamu berdomisili di Jabodetabek, tepatnya wilayah Jakarta Barat dan Jakarta Utara. Selain itu, Sawarga Glamping berpotensi besar pada tamu

pecinta alam, *nomadic traveller*, memiliki komitmen menjaga alam, dan menyukai suasana alam terbuka dengan suara burung di pagi hari. Target *behavioral* tamu Sawarga Glamping adalah yang menyukai komunitas, menyukai eksplorasi alam, menyukai *quality time / me-time*, dan bepergian dengan kendaraan pribadi. Sawarga Glamping optimis dengan target market tersebut, para tamu akan sangat menyukai konsep *glamping* di Sawarga Glamping.

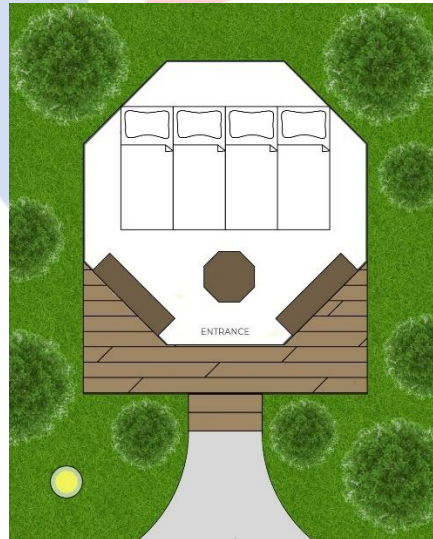
Perencanaan bisnis Sawarga Glamping tidak hanya berasal dari penjualan penginapan akomodasi *glamping* itu sendiri. Penyewaan sepeda disediakan untuk para tamu untuk beraktivitas. Untuk para tamu, kelak disediakan penyewaan *self-barbeque*, baik untuk penyewaan alat maupun penyewaan lengkap dengan bahannya. Sawarga Glamping juga memberikan penyewaan *stand* sebagai peluang bagi para pelaku UMKM sekitar untuk menjual berbagai makanan sesuai ketentuan dari Sawarga Glamping. Sawarga Glamping pun menjual beberapa makanan instan dan minuman di area kantin. Seluruh hal tersebut, diharapkan dapat menjadi sumber pemasukan Sawarga Glamping kedepannya. Selain itu, Sawarga Glamping juga menyediakan paket *spa & treatment* bagi para tamu yang membutuhkan. Keuntungan juga didapatkan dari hasil penyediaan layanan *outbound*, penyewaan paket acara, serta beberapa *packages* untuk mengadakan acara di Sawarga Glamping.

Tentu dalam sebuah bisnis, modal awal termasuk dalam perencanaan bisnis. Total biaya awal yang diperlukan untuk Sawarga Glamping adalah Rp29,771,802,858. Biaya tersebut akan dialokasikan untuk biaya *capital expenditure cost* atau *CAPEX* dan kebutuhan *operational expenditure cost* atau *OPEX*, yang sudah termasuk dalam perhitungan gaji karyawan, biaya konsultasi & arsitek, sistem HotelMu, *maintenance*, biaya pembangunan dan perombakan, serta barang keperluan eksterior maupun interior *glamping*.

2.2.1 Deskripsi Produk / Jasa



Gambar 2.2.3.1 *Layout Sawarga Glamping*



Gambar 2.2.3.2 *Glamorous Camping*

Glamorous camping atau yang biasa dikenal dengan *glamping* merupakan sebuah aktivitas tinggal di alam terbuka dengan konsep unik yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Sawarga Glamping sendiri memiliki konsep penginapan *outdoor* yang dilengkapi dengan pelayanan dan fasilitas yang nyaman untuk para tamu untuk menginap. Sawarga

Glamping memilih konsep penginapan di daerah pegunungan yang masih asri sebagai lokasi yang tepat untuk penginapan *glamping* ini. Dengan luasan seluruh penginapan sebesar 3,000 meter persegi, yang dilengkapi dengan pemandangan bukit yang hijau dengan pepohonan yang rimbun membuat suasana *glamping* akan sangat disukai banyak masyarakat umum. Di samping itu, Sawarga Glamping sangat memperhatikan kebutuhan para tamu selama menginap, kenyamanan para tamu, serta keamanan tamu selama berada di penginapan Sawarga Glamping. Oleh karena itu, penginapan dirancang sedemikian rupa agar tamu dapat mempercayai pelayanan Sawarga Glamping dan menyukai penginapan Sawarga Glamping.

Dengan konsep tenda yang disediakan, Sawarga Glamping yakin tenda ini akan sangat cocok untuk para tamu yang datang bersamaan dengan teman, relatif, maupun sanak keluarga. Sawarga Glamping menyediakan jumlah total 20 (dua puluh) tenda penginapan yang telah dilengkapi dengan fasilitas utama di dalam tenda, yaitu lampu, meja, *charging station*, tempat tidur, selimut, bantal, dan *amenities*. Tenda ini juga dilengkapi dengan bahan *cordura couting*, dengan diameter alas 400 cm, tinggi total 275 cm yang dilengkapi dengan 2 buah jendela atap & 4 buah jendela dinding pada setiap tendanya.

Letak Sawarga Glamping adalah di Kampung Tipar, Desa Cibodas, Kecamatan Kutawaringin, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40911. Jarak antara Sawarga Glamping dengan Stadion Si Jalak Harupat hanya sejauh 1,9 km atau 2 km dari jalan tol keluar Jakarta, sehingga dapat dikatakan bahwa lokasi Sawarga Glamping cukup strategis. Kawasan Desa Cibodas dikelilingi kekayaan alam yang memang menjadi daya tarik bagi wisatawan yang datang.



Gambar 2.2.3.3 *Google Maps* Lokasi Sawarga Glamping

Fasilitas Sawarga Glamping:

1. Resepsionis

Resepsionis Sawarga Glamping akan melayani tamu dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB. Resepsionis disediakan di area *lobby*, sehingga tamu yang akan melakukan *check-in & check-out* akan berada disini. Bagi para tamu yang ingin meminjam beberapa fasilitas permainan, seperti monopoli, congklak, *board game*, dan sebagainya, maka mereka dapat mengambilnya di area *lobby*. Sedangkan para tamu yang ingin mengonfirmasi tambahan paket, mereka dapat menginformasikannya langsung pada bagian resepsionis di *lobby* tersebut.



Gambar 2.2.3.4 Resepsionis Sawarga Glamping



Gambar 2.2.3.5 *Lobby Lounge* Sawarga Glamping

2. Toilet & Ruang Bilas

Fasilitas toilet dan ruang bilas yang tersedia bagi pengunjung Sawarga Glamping berada di bangunan terpisah dan tidak berada di dalam tenda masing-masing. Toilet dan ruang bilas yang disediakan dalam Sawarga Glamping terbuka untuk umum bagi para tamu yang menginap di Sawarga Glamping, yang dipisah berdasarkan jenis kelamin. Toilet dan ruang bilas saling berhadapan satu sama lain yang dibatasi oleh pintu.



Gambar 2.2.3.6 Eksterior Toilet & Ruang Bilas



Gambar 2.2.3.7 Toilet & Ruang Bilas



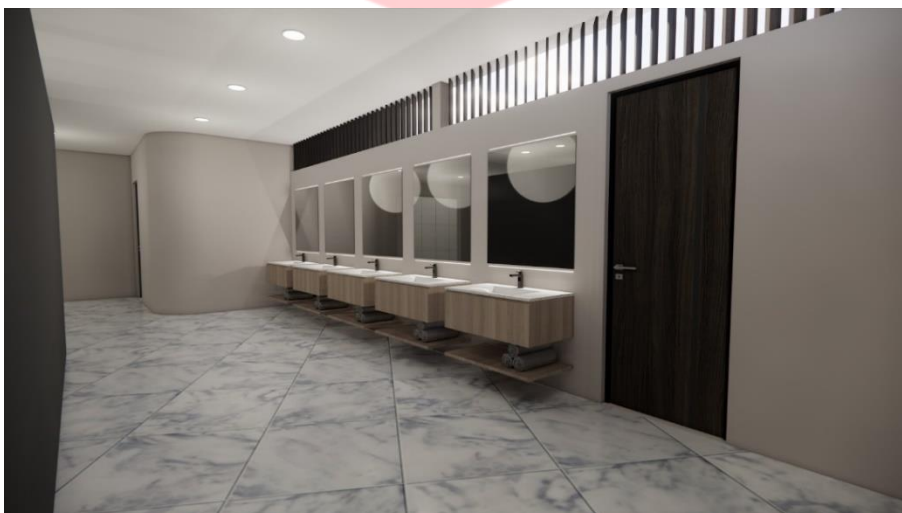
Gambar 2.2.3.8 Toilet & Ruang Bilas Wanita



Gambar 2.2.3.9 Ruang Bilas Pria



Gambar 2.2.3.10 Toilet Pria



Gambar 2.2.3.11 Interior Toilet Pria

3. Loker

Fasilitas loker terdapat di bangunan yang sama dengan toilet dan ruang bilas. Lokasinya berada di pintu masuk menuju toilet dan ruang bilas (antara bilik laki-laki dan perempuan). Fasilitas loker yang disediakan Sawarga Glamping hanya diberikan kepada tamu sesuai dengan jenis akomodasi yang dipesan dan tidak berdasarkan jumlah orang yang menginap dalam suatu tenda.



Gambar 2.2.3.12 Eksterior Loker Sawarga Glamping



Gambar 2.2.3.13 Interior Loker Sawarga Glamping



Gambar 2.2.3.14 Referensi Loker Kaca

4. Penyewaan Sepeda

Jasa sewa sepeda disediakan bagi tamu Sawarga Glamping yang ingin berkeliling di Desa Cibodas menggunakan sepeda. Perlu diketahui bahwa Desa Cibodas, Kutawaringin merupakan salah satu destinasi bagi para pesepeda dari Bandung maupun diluar Bandung dikarenakan jalur bersepeda di desa tersebut cukup menantang, dengan perpaduan pesawahan dan pegunungan yang melengkapi *track* bersepeda. Apabila tamu ingin merasakan sensasi menikmati sepeda di Desa Cibodas, mereka berhak untuk menyewa sepeda di Sawarga Glamping sebesar Rp50,000 per hari.



Gambar 2.2.3.15 Tempat Parkir Penyewaan Sepeda Sawarga Glamping

5. Kantin

Tempat makan para tamu yang Sawarga Glamping sediakan adalah berupa kantin yang terdiri dari 10 (sepuluh) *stand* makanan milik UMKM penduduk desa Cibodas yang menyewa *stand* di lahan yang sudah disediakan. Kantin yang Sawarga Glamping sediakan juga menjadi lapangan pekerjaan bagi masyarakat setempat. Makanan yang dijual akan bervariasi sesuai dengan kemampuan masyarakat sekitar. Sawarga Glamping juga memiliki *stand* khusus untuk menjual aneka minuman hangat dan minuman dingin, serta makanan / mie instan. Adapun harga yang ditawarkan untuk penyewaan sebuah *stand* di kantin adalah sebesar Rp500,000 per bulan dalam tahun pertama pembukaan. Harga sewa tersebut sudah termasuk harga listrik, air, serta perlengkapan meja & kursi permanen dalam *stand*.



Gambar 2.2.3.16 Kantin UMKM Sawarga Glamping

6. *Barbeque Kit*

Salah satu fasilitas yang juga disediakan oleh Sawarga Glamping adalah penyewaan alat *barbeque* bagi tamu yang ingin merasakan sensasi *barbeque* dengan teman maupun keluarga di malam hari. Sawarga Glamping juga menjual bahan mentah daging sapi, ayam, sosis, dan jagung untuk mempermudah tamu agar tidak perlu mencari bahan keluar dari area *glamping*. Biaya tambahan untuk menyewa alat *barbeque* sebesar Rp35,000 dan untuk *set* alat termasuk bahan untuk 2 orang sebesar Rp100,000 yang terdiri dari (2 buah jagung, 2 sosis, 200 gram potongan daging ayam marinasi dan 200 gr potongan daging sapi marinasi).



Gambar 2.2.3.17 *Self Barbeque* (Clarke, 2018)

7. Api Unggun

Fasilitas selanjutnya yang Sawarga Glamping sediakan adalah api unggun. Sawarga Glamping menyediakan fasilitas ini karena melihat fakta bahwa rata-rata suhu di lokasi *glamping* dapat mencapai 21 derajat *celcius* pada malam hari, sehingga dengan adanya api unggun diharapkan agar dapat menghangatkan tubuh para tamu. Selain itu, pengalaman bermain dengan api unggun dapat meningkatkan kebersamaan / *bonding* bersama. Dengan adanya api unggun, para tamu juga diperbolehkan untuk menghangatkan tubuh pada malam hari. Fasilitas api unggun disediakan gratis di setiap hari Sabtu malam untuk para tamu.



Gambar 2.2.3.18 Lokasi Api Unggun Sawarga Glamping

8. *Entertainment Area*

Fasilitas lainnya yang Sawarga Glamping sediakan adalah *entertainment area*. Area ini dapat dijadikan area bermain dan berkumpul bersama dengan keluarga, pasangan, teman, maupun relasi. Sawarga Glamping menyediakan sebuah gazebo serta perlengkapan *karaoke* di tengah *entertainment area* yang dapat digunakan oleh seluruh tamu Sawarga Glamping. Sawarga Glamping akan menyediakan penyewaan fasilitas *entertainment area* per jam dengan harga Rp500,000.



Gambar 2.2.3.19 Entertainment Sawarga Glamping

9. Musholla

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, tempat musholla sangat diperlukan bagi para tamu yang ingin beribadah setiap harinya. Musholla diperlukan sebagai fasilitas pendukung untuk digunakan oleh para tamu.



Gambar 2.2.3.20 Musholla Wanita & Pria Sawarga Glamping

10. Kolam Renang Air Hangat

Sebagai pencetus pertama kolam renang air hangat di Desa Kutawaringin, pihak Sawarga Glamping sangat merekomendasikan fasilitas ini agar dapat memenuhi kebutuhan para tamu. Melihat fakta bahwa daerah Sawarga Glamping adalah daerah sejuk, Sawarga Glamping

menghadirkan hal baru untuk dicoba di daerah tersebut. Para tamu Sawarga Glamping dapat menikmati fasilitas ini dengan durasi *unlimited*.



Gambar 2.2.3.21 Kolam Renang Air Hangat Sawarga Glamping



Gambar 2.2.3.22 Kolam Renang Air Hangat Sawarga Glamping

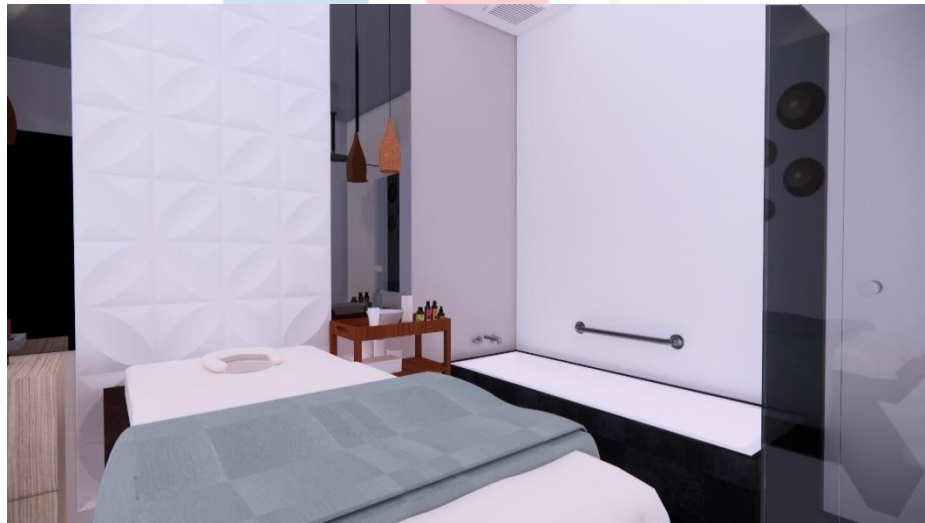
11. *Spa & Treatment*

Untuk mewujudkan Sawarga Glamping sebaik-baiknya, spa kesehatan mendukung kebutuhan tamu dengan menciptakan pengalaman, bukan hanya serangkaian perawatan yang mempertimbangkan fasilitas, perawatan, dan program yang kami usulkan harus diintegrasikan secara mulus ke dalam pengalaman tamu yang dirancang secara pribadi (O'Fallon dan Rutherford, 2011). Sawarga Glamping menyediakan fasilitas lainnya untuk memenuhi kebutuhan para tamu, fasilitas ini adalah

Spa & Treatment. Fasilitas *Spa & Treatment* buka pada waktu tertentu, yaitu pada hari Senin - Minggu pukul 10.00 WIB - 17.00 WIB. Harga tambahan yang diperlukan untuk menggunakan fasilitas ini adalah berkisar Rp100,000 hingga Rp180,000 per orang dengan durasi selama 1 (satu) jam.



Gambar 2.2.3.23 Eksterior *Spa & Treatment* Sawarga Glamping



Gambar 2.2.3.24 *Bed Spa & Treatment* Sawarga Glamping



Gambar 2.2.3.25 Interior *Spa & Treatment* Sawarga Glamping



Gambar 2.2.3.26 Referensi *Spa Outdoor*



Gambar 2.2.3.27 Referensi *Spa* Alam Terbuka

12. *Outbound*

Fasilitas berikutnya yang disediakan oleh Sawarga Glamping adalah *outbound facility*. Fasilitas ini dapat digunakan oleh perusahaan yang telah melakukan reservasi dengan Sawarga Glamping sebelumnya. Sawarga Glamping menyediakan 2 (dua) pilihan *outbound* berdasarkan jumlah peserta, yaitu 30 *pax* dan 50 *pax*. Harga tambahan peserta adalah sebesar Rp100,000. Seluruh biaya *outbound* telah mencakup biaya penggunaan lapangan, biaya penggunaan gazebo, *ice breaking & trainer*, penggunaan fasilitas penunjang permainan, dan sebagainya.

13. Penyewaan Paket Acara

Fasilitas selanjutnya yang disediakan oleh Sawarga Glamping adalah penyewaan paket acara. Bagi tamu yang ingin menggunakan area Sawarga Glamping untuk mengadakan acara pribadi, maka tamu dapat melakukan reservasi sebelumnya dengan pihak Sawarga Glamping. Sawarga Glamping menyediakan 2 (dua) pilihan paket acara sesuai kebutuhan, yaitu *birthday package* dan *wedding package*. Kebutuhan paket ini dapat dibahas bersama dengan tim Sawarga Glamping.

2.2.2 Stakeholder

Dalam sebuah bisnis, *stakeholder* akan banyak terlibat antara satu pihak dengan pihak lainnya dalam menyukseskan bisnis tersebut. Pihak eksternal yang dapat berperan penting ini akan mempengaruhi dan berhubungan erat dalam menjalankan proses. Dalam perencanaan bisnis ini, beberapa pihak penting akan terlibat untuk menjalin kerjasama erat bersama Sawarga Glamping, antara lain yaitu:

1. Arsitektur

Menjalin kerjasama dengan arsitek berpengalaman, yang nantinya diharapkan dapat membahas tentang bahan atau material khusus yang akan dipilih untuk tenda *glamping*, desain 3D tenda, *prototype*, perencanaan alur bangunan infrastruktur utama, hingga pemilihan vendor. Konsep Sawarga Glamping dan desain bangunan diharapkan agar dapat terintegrasi dengan baik.

2. *Supplier* Bahan Baku

Pemilihan material atau bahan baku yang tepat dalam pembangunan *glamping*, akan sangat berdampak setelah beberapa tahun kedepannya. Kualitas yang bermutu akan memberikan dampak yang jauh lebih baik pada tenda *glamping* maupun bangunan utama penginapan. Kuantiti pemesanan bahan pada penginapan *glamping* juga akan terbilang banyak dalam skala jumlah grosir. Karena hal inilah, Sawarga Glamping akan bekerjasama dengan *supplier* yang terpercaya untuk memesan bahan baku selama tahun-tahun berikutnya dan mempercayakan pada satu *supplier* utama.

3. Pemerintah Daerah

Hubungan antar pihak pemerintahan dengan Sawarga Glamping juga akan sangat penting untuk tujuan hal perizinan pembangunan usaha, pendaftaran resmi usaha, maupun pengawasan perizinan. Kedepannya, Sawarga Glamping akan berhubungan erat untuk membayar iuran Pajak Bumi dan

Pembangunan setiap tahunnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu, pihak Sawarga Glamping juga akan kooperatif dalam mengikuti peraturan yang berlaku dalam Rukun Tetangga dan Rukun Warga Desa Kutawaringin, seperti dengan adanya iuran bulanan dalam hal keamanan maupun kebersihan daerah.

4. Bank

Kerjasama antar bank lokal Indonesia dengan pihak Sawarga Glamping akan menjadi sebuah mutualisme yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Dengan target pengguna yaitu para pengunjung yang datang, Sawarga Glamping mengharapkan agar dapat memberikan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan kartu debit maupun kredit bank.

5. Perusahaan *Online Travel Agent*

Dengan adanya perusahaan *online travel agent*, para calon tamu Sawarga Glamping akan lebih mudah menemukan penginapan Sawarga Glamping dan dapat memesan hanya dengan menggunakan aplikasi ternama yang sudah dikenal khalayak umum di Indonesia. Karena itulah, penginapan *glamping* Sawarga Glamping akan didaftarkan pada beberapa *online travel agent* di Indonesia, seperti perusahaan Tiket.com, Traveloka, dan Agoda.

6. *Reviewer / Vlogger*

Pihak eksternal lainnya yang akan berhubungan dengan Sawarga Glamping adalah *reviewer / vlogger*. Hal ini sesuai dengan target pasar penginapan, yaitu para tamu yang berusia dewasa muda ke atas, sehingga sangat yakin dengan adanya bentuk kerjasama ini maka akan sangat menguntungkan, terlebih pada era digitalisasi modern ini dimana media yang baik dapat menarik perhatian para pengguna media sosial lainnya.

7. Perusahaan Jasa HotelMu

Berlangganan dengan perusahaan jasa HotelMu, yaitu sebuah *software* hotel yang dapat membantu mengontrol, meningkatkan,

serta memaksimalkan pendapatan hotel. Sawarga Glamping akan berlangganan Paket Business dengan harga Rp900,000 per bulan yang sudah termasuk sistem manajemen hotel, sistem reservasi terpusat, laporan & analisa, *mobile apps* untuk *owner*, *intelligent revenue manager*, *channel manager*, integrasi sistem hotel.

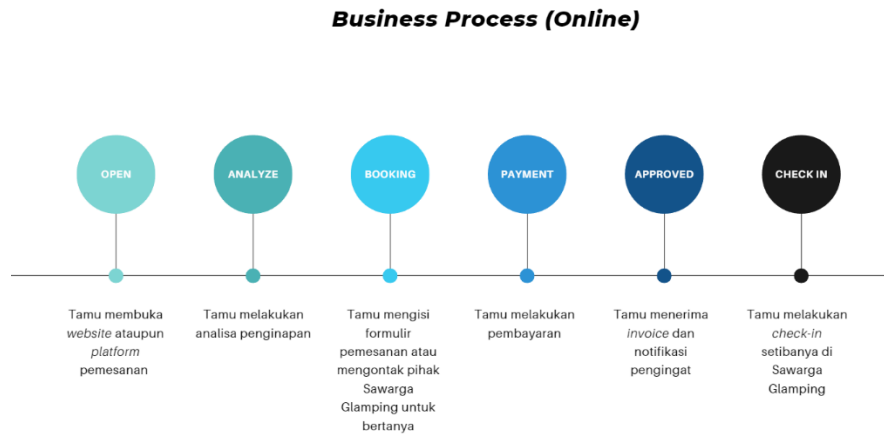
2.2.3 Business Process

Proses bisnis ini dapat menggambarkan sebuah proses yang akan dimulai dari pertama kali kontak pihak Sawarga Glamping dengan calon *customer* hingga mereka tiba di penginapan Sawarga Glamping. Pada realisasinya, alur proses bisnis Sawarga Glamping ini terbagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu:

1. Online Process

Proses daring adalah sebuah proses di mana calon tamu akan mengunjungi *website*, *online travel agent*, atau pencarian mengenai Sawarga Glamping secara daring. Lalu, calon tamu akan berada di fase untuk menelusuri lebih dalam mengenai penginapan Sawarga Glamping, seperti foto-foto tenda, suasana Sawarga Glamping, fasilitas yang tersedia di penginapan, *review* mengenai Sawarga Glamping, dan lain sebagainya sebagai bahan acuan pertimbangan. Sebelum mereka menyetujui untuk melakukan *online booking*, mereka akan mengisi formulir yang memuat tentang data diri, tanggal penginapan, paket penginapan dan *additional*, serta pembayaran via *online*. Beberapa dari tamu akan memilih untuk mengontak langsung pihak Sawarga Glamping untuk mengajukan beberapa pertanyaan sebelum memesan. Setelah tamu setuju, mereka akan melakukan pembayaran yang akan diarahkan langsung oleh *website* maupun *online travel agent*, selanjutnya mereka akan mendapatkan verifikasi dan *invoice* yang terhubung langsung dengan *e-mail* mereka. Tamu akan mendapatkan notifikasi pengingat tepat 1 (satu) hari sebelum kedatangan. Saat tamu datang ke Sawarga Glamping sesuai dengan tanggal

penginapan, mereka akan bertemu dengan para staf yang mengarahkan menuju lobi untuk melakukan proses *check-in*.

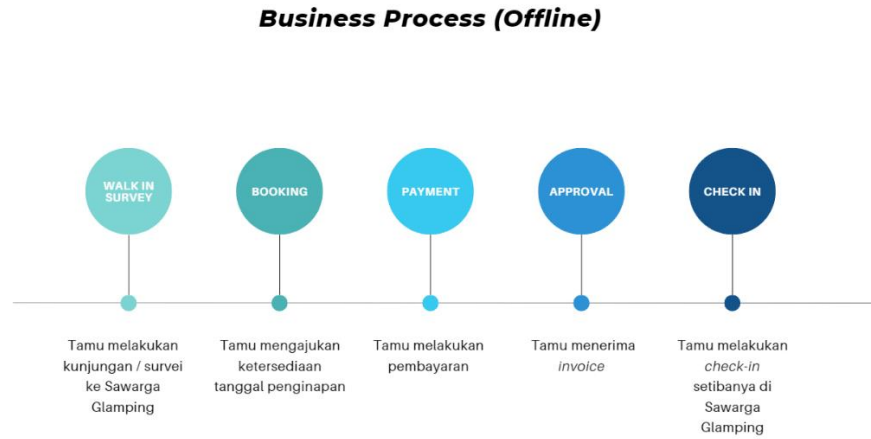


Gambar 2.2.3.1 *Business Process (Online)*

2. *Offline Process*

Proses luring adalah sebuah di mana calon tamu akan melakukan kunjungan secara langsung ke Sawarga Glamping. Mereka bisa melakukan survei untuk mengetahui lebih rinci mengenai penginapan Sawarga Glamping, seperti tenda *glamping*, suasana Sawarga Glamping, fasilitas yang tersedia di penginapan, ukuran, dan lain sebagainya sebagai acuan bahan pertimbangan. Dalam tahap ini, mereka akan diarahkan langsung oleh staf Sawarga Glamping agar dapat diberikan informasi tambahan mengenai Sawarga Glamping. Setelah tamu setuju untuk menginap di Sawarga Glamping, maka staf akan membantu untuk memeriksa ketersediaan tanggal penginapan. Staf akan membantu tamu agar dapat melakukan pendataan tamu serta pembayaran deposit sebesar 50% dari total harga, yang dibantu oleh sistem. Setelah tamu melakukan pembayaran, pihak Sawarga Glamping akan memberikan *invoice* sebagai bukti pembayaran yang rinci dan resmi. Tamu akan mendapatkan notifikasi pengingat tepat 1 (satu) hari sebelum kedatangan. Saat tamu datang ke Sawarga Glamping sesuai dengan tanggal penginapan, mereka akan bertemu dengan

para staf yang mengarahkan menuju lobi untuk melakukan proses *check-in*.



Gambar 2.2.3.2 *Business Process (Offline)*

2.2.4 Value Proposition

Sawarga Glamping akan memberikan nilai-nilai yang dapat menjadikan suatu alasan para tamu memilih penginapan Sawarga Glamping dibandingkan dengan penginapan *glamping* lainnya yang berlokasi di daerah Bandung Selatan dan sekitar. Hal istimewa yang dipilih ini adalah dengan menjadikan penginapan Sawarga Glamping yang pertama di Desa Kutawaringin. Jika kita telusuri lebih lanjut, daerah Ciwidey memang terbukti ialah daerah yang masih asri dan terjaga. Tidak heran masih banyak orang awam yang belum mengetahui letak lokasi daerah ini. Hal ini dapat dijadikan suatu kenangan indah dengan pengalaman menginap di bawah tenda pertama di daerah ini.

Penginapan dan sektor pariwisata di Indonesia telah berkembang pesat pada akhir-akhir ini. Tidak heran jika kita menemukan banyak penawaran penginapan akomodasi dengan harga yang relatif tinggi, meskipun hanya dengan fasilitas standar yang disediakan. Melihat permasalahan ini, Sawarga Glamping yakin untuk membuat target pasar dengan harga yang relatif terjangkau akan menjadi ciri khas penginapan. Meskipun harga yang ditawarkan terbilang terjangkau, fasilitas

penginapan yang disediakan dapat terbilang sangat memadai. Sawarga Glamping menawarkan *one stop service* yang berbeda dari kompetitor lain, sehingga sangat yakin bahwa Sawarga Glamping dapat menjadi sebuah penginapan yang dapat bertahan lama dan bersaing dengan kompetitor lain.

Seperti yang sudah disebutkan sebelumnya, bahwa Sawarga Glamping memberikan fasilitas yang lengkap untuk memperhatikan kebutuhan para tamu, yang salah satunya adalah dengan penyediaan fasilitas loker. Tentu para tamu akan khawatir dengan barang-barang yang mereka bawa selama menginap, terlebih dengan ukuran tenda yang cukup terbatas jika tamu membawa barang-barang yang berlebihan. Karena itulah Sawarga Glamping memahami betul dengan kondisi tersebut, sehingga akan disediakan loker khusus yang dijaga ketat dengan kamera pengawas yang akan beroperasi selama 24 (dua puluh empat) jam setiap harinya. Loker ini dapat berfungsi untuk menitipkan barang-barang bawaan mereka dengan menggunakan pin, sehingga tidak perlu repot menggunakan kunci yang berpotensi hilang ataupun berpindah tangan kepada orang lain. Fasilitas loker akan disediakan di satu bangunan terpisah dengan akses terbatas dan lebih tertata rapi. Selain itu, Sawarga Glamping adalah akomodasi penyedia kolam renang air hangat pertama yang ada di Desa Kutawaringin, Cibodas, Bandung Selatan. Sawarga Glamping mengharapkan para tamu dapat memiliki pengalaman berharga selama menginap di akomodasi.

Penginapan Sawarga Glamping akan sangat memperhatikan kenyamanan para tamunya, oleh karena itu Sawarga Glamping akan menjaga kebersihan lingkungan penginapan semaksimal mungkin. Kebersihan akan diperhatikan dari pintu masuk, *lobby* utama, kantin, fasilitas loker, toilet, maupun area tenda. Sawarga Glamping akan menyiapkan tempat sampah organik dan anorganik di seluruh area. Selain itu, pemasangan pewangi ruangan otomatis di daerah fasilitas loker tamu dan *lobby* utama. Penyediaan tempat cuci tangan atau wastafel di beberapa area, seperti area kantin, area tenda, dan toilet. Selain itu, perawatan akan

dilakukan di beberapa area untuk menjaga kualitas fasilitas tetap layak digunakan para tamu.

Dengan para tamu memilih penginapan Sawarga Glamping sebagai penginapan, maka secara tidak langsung para tamu akan berkontribusi dalam memajukan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Desa Kutawaringin. Hal ini terjadi karena Sawarga Glamping membuka jalan untuk menjalin kerjasama antar pihak penginapan dengan penduduk lokal setempat untuk mendirikan sebuah kantin bersama. Dengan adanya hal ini, pihak Sawarga Glamping menyediakan lowongan pekerjaan bagi para penduduk lokal agar dapat menggunakan kantin ini dengan sistem sewa bulanan dengan harga terjangkau. Mereka dapat menjual makanan ringan untuk camilan para tamu ataupun makanan berat sekalipun. Pihak penginapan akan menyediakan kantin dengan beberapa *stand* kecil untuk digunakan para pelaku bisnis UMKM tersebut.

2.3 Strategi Penentuan Harga

Memilih strategi yang benar dalam penentuan harga penginapan akan berpengaruh pada keputusan para tamu dalam memilih akomodasi yang akan mereka gunakan. Sawarga Glamping telah memilih harga yang sesuai dan telah dianalisa sesuai dengan target market. Penentuan harga pada penginapan *glamping* akan terbagi menjadi 4 (empat), yaitu penginapan regular, superior, deluxe, dan paket perlengkapan sebagai berikut:

1. Penginapan Regular

Untuk penginapan regular, akan dijual dengan harga Rp650,000 per malam. Para tamu yang memilih penginapan regular akan menerima fasilitas sebagai berikut;

- 1 (satu) buah tenda regular
- 2 (dua) buah bantal & selimut besar berukuran 160cm x 200cm
- 1 (satu) buah kasur *twin bed* berukuran 100cm x 200cm
- 2 (dua) buah *amenities* (sikat gigi, handuk, & air mineral)
- 1 (satu) buah loker

- Fasilitas Api Unggun, Kolam Renang, Toilet, dan Kantin

2. Penginapan Superior

Untuk penginapan superior, akan dijual dengan harga Rp850,000 per malam. Para tamu yang memilih penginapan superior akan menerima fasilitas sebagai berikut;

- 1 (satu) buah tenda reguler
- 4 (empat) buah bantal & selimut besar berukuran 160cm x 200cm
- 2 (dua) buah kasur *twin bed* berukuran 100cm x 200cm
- 4 (empat) buah *amenities* (sikat gigi, handuk, & air mineral)
- 2 (dua) buah loker
- 2 (dua) buah *voucher* makanan di kantin
- Fasilitas Api Unggun, Kolam Renang, Toilet, dan Kantin

3. Penginapan Deluxe

Untuk penginapan deluxe, akan dijual dengan harga Rp1,100,000 per malam. Para tamu yang memilih penginapan deluxe akan menerima fasilitas sebagai berikut;

- 1 (satu) buah tenda reguler
- 4 (empat) buah bantal & selimut besar berukuran 160cm x 200cm
- 2 (dua) buah kasur *twin bed* berukuran 100cm x 200cm
- 4 (empat) buah *amenities* (sikat gigi, handuk, & air mineral)
- 2 (dua) buah loker
- 4 (empat) buah *voucher* makanan di kantin
- Fasilitas Api Unggun, Kolam Renang, Toilet, dan Kantin

4. Paket Perlengkapan

Para tamu yang memilih paket perlengkapan sebagai opsional tambahan akan mendapatkan beberapa pilihan, yaitu;

- Paket Barbeku
- Paket *Toiletries*
- Paket Sewa Sepeda

- Paket *Spa & Treatment (Half Body Massage, Full Body Massage, atau Reflexology & Half Body Massage)*

Dengan disediakan berbagai paket perlengkapan, para tamu dapat memilih paket sesuai dengan kebutuhan mereka selama menginap. Harga yang ditawarkan pun bervariasi pada setiap penawaran pakatnya.

2.3.1 COGS / Harga Pokok Penjualan

Tabel 2.3.1.1 COGS *Room Package*

<i>Regular Room Package</i>	
Nama Barang	COGS
Bathroom kit	Rp2,400
Laundry (per kg)	Rp10,000
Water Bottle (2 bottle @600 ml)	Rp2,625
Total	Rp15,025
Miscellaneous (7%)	Rp1,052
All Total	Rp16,077

<i>Superior Room Package</i>	
Nama Barang	COGS
Bathroom kit	Rp4,800
Laundry (per kg)	Rp20,000
Water Bottle (4 bottle @600 ml)	Rp5,250
Voucher makanan (2 pcs)	Rp50,000
Total	Rp80,050
Miscellaneous (7%)	Rp5,604
All Total	Rp85,654

<i>Deluxe Room Package</i>	
Nama Barang	COGS
Bathroom kit	Rp4,800
Laundry (per kg)	Rp20,000
Water Bottle (4 bottle @600 ml)	Rp2,625

Voucher makanan (4 pcs)	Rp100,000
BBQ Package	Rp146,700
Total	Rp274,125
Miscellaneous (7%)	Rp19,189
All Total	Rp293,314

Total COGS untuk 1 (satu) kamar regular *room package* adalah Rp16,077, superior *room package* adalah Rp85,654, dan deluxe *room package* adalah Rp293,314. Seluruh total biaya COGS telah termasuk biaya *miscellaneous* sebesar 7% yang mencakup biaya air, biaya listrik, dan *maintenance*.

Tabel 2.3.1.2 COGS *Barbeque Package*

<i>Barbeque Package</i>	
Nama Barang	COGS
Meat set	Rp56,000
Batu Arang	Rp1,700
Bumbu Marinasi	Rp2,400
Kecap Manis	Rp4,000
Lada	Rp1,000
Kecap Asin	Rp2,250
Mentega	Rp3,400
Saus Sambal	Rp1,000
Saus Tomat	Rp1,600
Total	Rp73,350

Total COGS untuk 1 (satu) paket *barbeque package* adalah Rp73,350. Paket ini sudah termasuk seluruh alat dan bahan yang disediakan dari pihak Sawarga Glamping.

Tabel 2.3.1.3 COGS *Half Body Massage*

<i>Half Body Massage</i>	
Nama Barang	COGS
Minyak Massage (100 ml)	Rp5,500

Massage Cream (100 ml)	Rp5,500
Laundry (per kg)	Rp10,000
Aromatherapy	Rp200
Lilin (1pcs)	Rp700
Total	Rp21,900

Total COGS untuk 1 (satu) kali pelayanan *half body massage* adalah Rp21,900. Harga ini sudah termasuk minyak & krim urut, biaya *laundry*, aromaterapi, dan lilin yang disediakan dari pihak Sawarga Glamping.

Tabel 2.3.1.4 COGS *Full Body Massage*

<i>Full Body Massage</i>	
Nama Barang	COGS
Minyak Massage (200 ml)	Rp11,000
Massage Cream (200ml)	Rp11,000
Laundry (per kg)	Rp10,000
Aromatherapy	Rp200
Lilin (1pcs)	Rp700
Total	Rp32,900

Total COGS untuk 1 (satu) kali pelayanan *full body massage* adalah Rp32,900. Harga ini sudah termasuk minyak & krim urut, biaya *laundry*, aromaterapi, dan lilin yang disediakan dari pihak Sawarga Glamping.

Tabel 2.3.1.5 COGS *Reflexology + Half Body Massage*

<i>Reflexology + Half Body Massage</i>	
Nama Barang	COGS
Minyak Massage (250 ml)	Rp13,250
Massage Cream (200 ml)	Rp11,000
Lilin (1 pcs)	Rp700
Aromatherapy (4 ml)	Rp200
Laundry (per kg)	Rp10,000
Total	Rp35,150

Total COGS untuk 1 (satu) kali pelayanan *reflexology + half body massage* adalah Rp35,150. Harga ini sudah termasuk minyak & krimurut, biaya *laundry*, aromaterapi, dan lilin yang disediakan dari pihak Sawarga Glamping.

Tabel 2.3.1.6 COGS *Outbound*

<i>Outbound</i>	
Jenis Jasa	COGS
Trainer (1)	Rp10,000
Peralatan Games	Rp5,000
Konsumsi	Rp30,000
Total	Rp45,000

Total COGS untuk 1 (satu) kali jasa pelayanan *outbound* adalah Rp45,000. Harga ini sudah termasuk biaya jasa *trainer* dan peralatan *games* yang disediakan dari pihak Sawarga Glamping.

Tabel 2.3.1.7 COGS *Packages*

<i>Birthday Package</i>	
Jenis Jasa	COGS
MC (1)	Rp1,000,000
Dekorasi	Rp3,000,000
Konsumsi	Rp3,000,000
Total	Rp7,000,000

<i>Wedding Package</i>	
Jenis Jasa	COGS
MC (2)	Rp2,000,000
Dekorasi	Rp4,000,000
Konsumsi	Rp4,000,000
Total	Rp10,000,000

Total COGS untuk 1 (satu) kali jasa pelayanan *birthday package* adalah Rp7,000,000, sedangkan *wedding package* adalah Rp10,000,000. Harga ini sudah termasuk biaya jasa MC, dekorasi, dan konsumsi.

2.3.2 Tabel Harga Jual

Tabel 2.3.2 Harga Jual Sawarga Glamping

Tabel Harga Jual						
Glamping						
No	Nama Barang	Unit		Modal	Margin	Harga Jual
1	Regular	1	Tenda	Rp16,077	Rp633,923	Rp650,000
2	Superior	4	Pax	Rp85,654	Rp674,346	Rp850,000
3	Deluxe	4	Pax	Rp293,314	Rp806,686	Rp1,100,000
4	Barbeque Package	2	Pax	Rp73,350	Rp26,650	Rp100,000
5	Sewa alat barbeque	1	Set	Rp7,000	Rp28,000	Rp35,000
6	Sewa sepeda	1	Pax	Rp7,500	Rp42,500	Rp50,000
7	Half Body Massage	1	Pax	Rp21,900	Rp78,100	Rp100,000
8	Full Body Massage	1	Pax	Rp32,900	Rp147,100	Rp180,000
9	Reflexology + Half Body Massage	1	Pax	Rp35,150	Rp144,850	Rp180,000
10	Outbound	1	Pax	Rp5,000	Rp95,000	Rp100,000
11	Sewa Gazebo	1	Hour	Rp20,000	Rp480,000	Rp500,000
12	Sewa Tenant	1	Month	Rp100,000	Rp400,000	Rp500,000
13	Birthday Package	1	Pax	Rp7,000,000	Rp13,000,000	Rp20,000,000
14	Wedding Package	1	Pax	Rp10,000,000	Rp20,000,000	Rp30,000,000
Kantin						
No	Nama Barang	Unit		COGS	Margin	Harga Jual
1	Popmie	1	Pcs	Rp5,070	Rp4,930	Rp10,000
2	Air mineral	1	Pcs	Rp2,625	Rp875	Rp3,500
3	Wedang Jahe	1	Pcs	Rp3,568	Rp1,850	Rp7,000
4	Teh Manis	1	Pcs	Rp898	Rp4,102	Rp5,000
5	Teh Tawar	1	Pcs	Rp763	Rp3,237	Rp4,000
6	Kopi Hitam	1	Pcs	Rp1,303	Rp3,697	Rp5,000
7	Kopi Susu	1	Pcs	Rp2,322	Rp3,678	Rp6,000
8	Cokelat Panas	1	Pcs	Rp1,492	Rp5,508	Rp7,000

9	Teh Tarik	1	Pcs	Rp1,917	Rp5,083	Rp7,000
10	Shampoo Sachet	1	Pax	Rp442	Rp558	Rp1,000

Harga jual Sawarga Glamping terbagi menjadi 2 jenis pembagian berdasarkan penjualan unit *glamping* dan penjualan produk di kantin. Untuk penjualan satu unit tenda *glamping* adalah berkisar dari harga Rp650,000 hingga Rp1,100,000 per malam. Harga penjualan *barbeque package* adalah Rp100,000 untuk 2 *pax*. Harga penyewaan satu set alat *barbeque* adalah Rp35,000, sedangkan harga penyewaan sepeda adalah Rp50,000 per malam. Harga *spa & treatment* tersedia dari Rp100,000 hingga Rp180,000 per orang. Penjualan perlengkapan eceran serta penjualan makanan dan minuman instan tersedia pada kantin Sawarga Glamping. Sedangkan untuk harga jual pada kantin Sawarga Glamping cukup bervariasi, yang dimulai dari harga Rp1,000 hingga Rp10,000.

2.4 Branding

Sebuah bisnis akan memperhatikan konsep *branding* yang akan berpengaruh besar pada sebuah bisnis ataupun pemasaran produk. *Branding* dapat menciptakan sebuah keunikan dan nilai tersendiri sebagai unsur pembeda dalam sebuah produk maupun jasa. Hal ini dapat menentukan posisi bisnis menjadi kuat dan sebagai penentu pasar (Hosting J, 2022). Selain dapat memperkuat posisi market, *branding* yang baik juga dapat menjadi salah satu objek promosi yang dapat mempengaruhi psikologi dalam menilai suatu *brand*. Karena itulah, *branding* yang baik dapat meningkatkan nilai loyalitas *customer* dalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

2.4.1 Brand

Sawarga Glamping memiliki makna dan arti yang tersirat dalam setiap katanya. Dalam bahasa sansekerta, sawarga berarti surga. Surga merupakan sebuah tempat istirahat yang memiliki kesan baik, damai, tenang, dan disukai semua orang. Oleh karena itu, nama Sawarga adalah pilihan tepat untuk mengartikan penginapan *glamping* sebagai destinasi ataupun tempat istirahat bagi para pengunjung untuk merasakan suasana

tenang dan damai. Suasana tenang dan damai ini dapat tercipta dari kondisi lingkungan yang dipilih, terlebih karena daerah ini memiliki kualitas udara yang sejuk serta pepohonan dan daerah yang masih asri.

Visi dari Sawarga Glamping adalah meningkatkan daya tarik Desa Kutawaringin Cibodas dengan menawarkan pelayanan penginapan dengan *service excellent* agar menjadi salah satu pilihan tempat wisata bagi para *traveler*. Sedangkan misi Sawarga Glamping adalah menyediakan aktivitas kepada tamu agar dapat merasakan keindahan alam terbuka & memberikan layanan yang hangat selama tamu menginap di Sawarga Glamping.

2.4.2 Logo

Sebuah bisnis produk maupun jasa akan dikenal jika memiliki identitas sebagai ciri khas, yang salah satunya adalah logo untuk mendeskripsikan bisnis perusahaan. Logo Sawarga Glamping memiliki warna dasar coklat. Filosofi dibalik warna coklat muda melambangkan hangat, nyaman, dan aman. Sebagai warna yang mencerminkan kehangatan ini, Sawarga Glamping menjadikan dasar warna dari logo. Semangat dan antusiasme yang tinggi akan diterapkan oleh para staf Sawarga Glamping dan dibawakan dengan kehangatan *excellent service*. Logo Sawarga Glamping lebih mengacu pada tulisan, sedangkan huruf A yang digunakan pada logo dapat menggambarkan 3 (tiga) jenis *glamping* yang disediakan di Sawarga Glamping. Segitiga disini dapat digambarkan sebagai pegunungan maupun bentuk dasar *glamping*. Pegunungan yang mencerminkan lokasi penempatan Sawarga Glamping yang masih asri dan tenda mencerminkan bisnis ini, yaitu *glamping*.

SAWARGA

Gambar 2.4.2 Logo Sawarga Glamping

2.4.3 Tagline

Sawarga Glamping memiliki *tagline* “*Heaven on Earth*”, yang jika diartikan dalam Bahasa Indonesia adalah surga di bumi. Kata ini memiliki banyak arti tersirat yang dipilih untuk penginapan Sawarga Glamping. Surga sendiri selaras dengan arti dari kata Sawarga, sedangkan bumi adalah tempat di mana manusia tinggal di dalamnya. Sehingga, penginapan Sawarga Glamping ini dapat mencerminkan suasana surgawi yang dapat ditemukan di bumi. Selain memiliki makna yang indah, *tagline* ini digunakan agar mudah diingat oleh para tamu yang dapat bertujuan untuk *branding*.

2.4.4 Identitas Visual

Dalam sebuah elemen desain visual, memilih dan menata huruf akan menjadi sebuah perhatian dari para pembacanya. Terlebih pada penataan *website* maupun identitas bisnis seperti logo dan lain sebagainya. Pesan dan informasi harus tersampaikan dengan baik dan rinci. Oleh karena itu, Sawarga Glamping memilih jenis huruf yang sesuai untuk mempermudah para pembaca untuk mengerti dan nyaman untuk dibaca. Sawarga Glamping memilih jenis *font* Cinzel Decorative sebagai judul dari logo Sawarga Glamping, Cinzel, dan Montserrat, karena bentuk tulisan yang jelas dan mudah dibaca oleh semua kalangan umur.



Gambar 2.4.4.1 Identitas Visual Font Sawarga Glamping

Pemilihan warna yang cocok juga dapat menarik perhatian awal para pembaca. Di Sawarga Glamping sendiri, beberapa warna utama dipilih sebagai acuan warna identitas dimana warna dasarnya adalah coklat. Coklat adalah warna bumi dimana warna ini dapat memberikan kesan yang hangat, nyaman dan juga aman. Namun selain itu, coklat juga dekat dengan warna emas maka dari itu, warna coklat juga dapat memberikan kesan mahal dan eksklusif pada desain logo dengan kombinasi warna coklat muda. Dan tidak lupa, arti warna logo coklat juga bisa memberikan nuansa dapat diandalkan dan kuat. Sawarga Glamping akan menggunakan beberapa warna pada desain interior maupun eksterior, warna pertama adalah #65411F. Jenis warna ini merupakan warna utama yang paling gelap dari ketiga warna lainnya. Warna ini akan banyak dijadikan warna dasar pada desain Sawarga Glamping. Selanjutnya adalah warna #CB9A6E. Jenis warna ini mengarah ke warna coklat terang yang serasi dipadukan dengan warna terang maupun gelap lainnya. Warna selanjutnya adalah #F5AA4C. Jenis warna oranye yang sangat cocok dipadukan dengan ketiga warna lainnya dan memberikan kehangatan serta semangat untuk menyelaraskan warna lainnya. Warna terakhir adalah #F4D9A8. Jenis warna ini lebih mengarah ke warna *cream* dan menjadi warna dasar paling terang diantara yang lainnya.



Gambar 2.4.4.2 Identitas Visual Warna Sawarga Glamping