

## **BAB I**

### **DESKRIPSI BISNIS**

#### **A. Latar Belakang Ide Bisnis**

Industri pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan signifikan, seiring dengan meningkatnya tren wisata berbasis pengalaman dan alam. Wisatawan masa kini tidak hanya mencari destinasi yang indah, tetapi juga menginginkan pengalaman yang autentik dan bermakna. Salah satu bentuk wisata yang berkembang pesat adalah glamping (glamorous camping) — perpaduan antara kenyamanan akomodasi modern dan nuansa alam terbuka yang menyegarkan (Kotler & Keller, 2019). Glamping menjadi pilihan menarik bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam tanpa harus berkompromi dengan kenyamanan dan keamanan (Mbulu & Rossi, 2023).

Melihat peluang tersebut, Glamping Camp Situ Rawa Abidin hadir sebagai alternatif destinasi wisata baru di kawasan Bekasi, Jawa Barat. Lokasi tepatnya berada di Jl. Karang Mulya, Kec. Bojongmangu, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17356, di tepian danau alami Situ Rawa Abidin yang memiliki potensi luar biasa untuk pengembangan wisata. Dengan lanskap berupa danau, dan vegetasi alami, kawasan ini sangat cocok untuk wisata berbasis alam dan komunitas. Selain itu, aksesibilitas lokasi cukup baik karena dekat dengan jalur utama menuju Cikarang dan Jakarta, menjadikannya strategis bagi wisatawan dari Jabodetabek (Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi, 2025).

Meskipun memiliki keunggulan geografis dan ekologi, kawasan ini masih minim fasilitas penunjang wisata, kurang inovasi dalam konsep destinasi, serta belum memiliki strategi promosi yang kuat (Infodata, 2024; Berita Cikarang, 2024). Oleh karena itu, pengembangan Glamping Camp Situ Rawa Abidin menjadi peluang strategis untuk menghadirkan destinasi wisata yang tidak hanya atraktif secara visual, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan sosial berbasis komunitas.

Sebagai langkah awal, pengembangan destinasi ini akan mengusung pendekatan Minimum Viable Product (MVP) berupa unit glamping standar berkapasitas dua orang dengan fasilitas dasar (kasur, toilet, dan area komunal), serta menyertakan aktivitas komunitas seperti workshop alam, diskusi tematik, dan kegiatan fandom. Dengan

konsep ini, wisatawan tidak hanya menginap, tetapi juga berpartisipasi dalam pengalaman yang bersifat personal dan kolektif, sesuai dengan minat dan gaya hidup mereka.

Model bisnis ini selanjutnya akan dijabarkan menggunakan kerangka Value Proposition Canvas (VPC) dan Business Model Canvas (BMC) untuk memastikan bahwa solusi produk yang ditawarkan benar-benar menjawab kebutuhan dan harapan segmen pasar yang dituju. Melalui pendekatan ini, Glamping Camp Situ Rawa Abidin diharapkan mampu menjadi destinasi wisata berbasis eco-eduwisata komunitas yang berkelanjutan dan memiliki dampak sosial yang positif.

Sebagai solusi atas permasalahan yang ada, pengembangan Glamping Camp di Situ Rawa Abidin akan mengusung konsep Minimum Viable Product (MVP) yang menekankan pada pengalaman wisata berbasis komunitas dan fandom activity (Ries, 2011; Jenkins, 2008). Dengan konsep ini, pengunjung tidak hanya menikmati pengalaman glamping, tetapi juga dapat berpartisipasi dalam berbagai aktivitas berbasis komunitas, seperti workshop ekowisata, kegiatan petualangan outdoor, serta acara tematik yang melibatkan komunitas pecinta alam (Irfan, 2024). Model ini memungkinkan wisatawan untuk memiliki keterikatan emosional dengan destinasi wisata, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta mempromosikan tempat ini secara organik melalui media sosial dan word-of-mouth marketing (Michalski, 2011). Selain itu, konsep bisnis ini juga akan mengadopsi prinsip

## **B. Gambaran Umum Bisnis**

### **1. Deskripsi Bisnis**

Glamping Camp Situ Rawa Abidin adalah unit usaha pariwisata berbasis alam dan komunitas yang berlokasi di kawasan danau alami Situ Rawa Abidin, Kabupaten Bekasi. Usaha ini diklasifikasikan dalam KBLI 55201 (Akomodasi Jangka Pendek) dan 93299 (Aktivitas Hiburan dan Rekreasi Lainnya). Glamping Camp hadir sebagai solusi wisata alternatif bagi generasi milenial, keluarga muda, dan komunitas, dengan menawarkan pengalaman glamorous camping (glamping) yang nyaman, inklusif, dan edukatif, berbasis pendekatan *Minimum Viable Product* (MVP).

Mengacu pada UU RI No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, usaha ini termasuk dalam kategori penyelenggara rekreasi alam dengan layanan penginapan semi-permanen berupa tenda modern berfasilitas lengkap, yang menyuguhkan panorama danau dan kawasan hijau yang alami.

Keunikan utama dari Glamping Camp Situ Rawa Abidin adalah penggabungan antara konsep *community-based tourism* dan aktivitas berbasis fandom, yang memungkinkan pengunjung tidak hanya berlibur di alam, tetapi juga ikut serta dalam kegiatan berbasis hobi seperti film, musik, otomotif, literasi, atau seni kreatif. Ini ditopang oleh pelibatan komunitas lokal dan UMKM sebagai bagian dari ekosistem wisata.

Produk dan layanan utama meliputi:

- 1) Penginapan glamping dengan kamar mandi pribadi
- 2) BBQ Night dan api unggun
- 3) *Workshop* seni dan kerajinan lokal
- 4) *Outdoor cinema* dengan tema komunitas
- 5) Tur edukatif danau & *eco-living* experience
- 6) Event komunitas tematik (cosplay, live acoustic, diskusi film, storycamp)
- 7) *Pop-up market* produk lokal & UMKM

Semua aktivitas dirancang untuk menciptakan suasana yang menyenangkan sekaligus memperkuat interaksi sosial dan kesadaran lingkungan.

Selain itu, Glamping Camp Situ Rawa Abidin dibangun di atas komitmen terhadap pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis komunitas. Usaha ini tidak hanya berfokus pada penyediaan akomodasi berstandar tinggi di alam terbuka, namun juga berperan aktif dalam pemberdayaan masyarakat lokal dan pelestarian lingkungan.

Sebagai bentuk komitmen sosial, Glamping Camp melibatkan masyarakat sekitar dalam berbagai aspek operasional, mulai dari staf pelayanan hingga pemandu wisata lokal. Selain itu, tempat ini menjadi ruang kreatif bagi pelaku seni, komunitas hobi, dan UMKM lokal yang difasilitasi untuk tampil dan menjual produk dalam kegiatan workshop, pertunjukan seni, hingga pasar kreatif mingguan. Pengelolaan kawasan



dilakukan dengan prinsip *eco-living* dan *low impact tourism*, memastikan bahwa setiap kegiatan wisata meninggalkan jejak yang minim terhadap lingkungan sekitar dan tetap menjaga kelestarian ekosistem danau Situ Rawa Abidin.

Dari sisi strategi pengembangan, pendekatan *Minimum Viable Product (MVP)* menjadi landasan utama. Model bisnis ini disusun secara bertahap berdasarkan riset pasar langsung, seperti kuesioner dan wawancara pengguna potensial. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 87% responden menempatkan kenyamanan fasilitas pribadi, seperti kamar mandi dalam dan akses Wi-Fi, sebagai hal esensial dalam memilih lokasi glamping. Selain itu, 90% responden menyatakan preferensi terhadap lokasi yang dekat dari Jabodetabek, memperkuat posisi Situ Rawa Abidin sebagai alternatif liburan strategis.

Wawancara lanjutan mengungkapkan bahwa segmen pasar utama, yakni generasi milenial, keluarga muda, dan komunitas, sangat menghargai kehadiran kegiatan tambahan yang bersifat interaktif dan edukatif, seperti workshop, pertunjukan musik akustik, hingga edukasi lingkungan. Temuan ini menjadi fondasi pengembangan fitur produk dan aktivitas yang relevan dan bernilai tambah tinggi.

Dari aspek legalitas, Glamping Camp Situ Rawa Abidin telah mengambil langkah-langkah administratif yang diperlukan untuk mendukung kelancaran operasional dan kerja sama bisnis ke depan. Saat ini, dokumen perizinan yang telah diajukan dan/atau dalam proses finalisasi meliputi:

- 1) Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem *Online Single Submission (OSS)*
- 2) Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU) dari pemerintah desa setempat
- 3) Izin Usaha Pariwisata yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi
- 4) Sertifikat Laik Sehat dari Dinas Kesehatan Kabupaten Bekasi yang berkaitan dengan standar sanitasi dan fasilitas penginapan

Sebagai bentuk entitas hukum, Glamping Camp direncanakan untuk beroperasi di bawah badan usaha CV Alam Rawa Sejahtera. Pemilihan struktur CV pada tahap awal didasarkan pada fleksibilitas dalam pembentukan dan kemudahan operasional, serta kemampuannya dalam menampung investor pasif tanpa kehilangan kendali oleh pemilik aktif. Struktur CV dipilih untuk tahap awal karena fleksibilitas dan



kemudahannya dalam pembentukan, serta kemampuan untuk mengakomodasi pemilik usaha aktif dan investor pasif.

## 2. Deskripsi Logo dan Nama

Nama Glamping Camp Situ Rawa Abidin menggabungkan konsep wisata alam berbasis kenyamanan dengan identitas lokal yang kuat. Kata Glamping merupakan singkatan dari Glamorous Camping, yaitu bentuk rekreasi berkemah yang menawarkan kenyamanan setara hotel namun tetap menjaga nuansa alam terbuka. Sementara itu, Situ Rawa Abidin merujuk langsung pada lokasi geografis wisata, yaitu danau alami (situ) yang menjadi pusat aktivitas lingkungan, komunitas, dan budaya lokal di wilayah tersebut.

Nama ini tidak hanya menjadi identitas tempat, tapi juga representasi dari pengalaman yang ditawarkan, yakni keindahan alam, kenyamanan fasilitas, dan kegiatan komunitas yang membentuk ekosistem wisata yang unik.



**Gambar 1.1 Logo Glamping Camp Situ Rawa Abidin**

Logo Glamping Camp Situ Rawa Abidin dirancang dengan gaya minimalis modern yang menggabungkan unsur alami, rekreatif, dan komunitas dalam satu visual berbentuk perisai. Setiap elemen memiliki makna simbolis yang mendalam:

1. Bentuk Perisai: Melambangkan perlindungan, kepercayaan, dan komitmen terhadap keselamatan serta kenyamanan pengunjung. Ini memperkuat kesan bahwa tempat ini aman untuk semua kalangan, terutama keluarga dan komunitas.



2. **Ikon Tenda:** Berada di tengah, tenda menjadi elemen utama yang menggambarkan inti dari kegiatan glamping itu sendiri: berkemah dengan kenyamanan maksimal. Ini juga menunjukkan bahwa tempat ini fokus pada *pengalaman menginap* yang immersif di tengah alam.
3. **Pohon Pinus:** Melambangkan kesegaran, keberlanjutan, dan lokasi yang berada di lingkungan alami. Ini mengisyaratkan bahwa pengunjung akan dikelilingi hutan dan panorama hijau yang mendukung aktivitas healing dan mindfulness.
4. **Bintang:** Simbol kualitas, keajaiban malam hari, dan momen-momen berkesan seperti melihat bintang di langit yang cerah. Bintang juga menyimbolkan harapan dan inspirasi.
5. **Balon Ucapan:** Melambangkan aspek komunitas dan interaksi sosial. Ini mencerminkan bahwa Glamping Camp ini juga menjadi ruang berkumpul, berdiskusi, atau menyelenggarakan acara fandom, gathering komunitas, hingga kelas kreatif.
6. **Simbol Daun/Kristal:** Memuat makna keunikan dan nilai tambah dari Glamping Camp, baik dari sisi estetika, edukasi, maupun kekayaan kontennya. Ini juga bisa dibaca sebagai simbol spiritualitas dan nilai-nilai lokal.
7. **Warna Hijau Tua:** Warna dominan logo menunjukkan hubungan yang kuat dengan alam, kesan natural, dan kedamaian. Warna ini juga menyampaikan keteduhan dan kenyamanan sebagai elemen utama dari pengalaman glamping.
8. **Tipografi Bold dan Melengkung:** Tipografi tebal dengan posisi melengkung menciptakan kesan kuat namun ramah, mudah dibaca dan diingat. Menekankan karakter profesional, kredibel, dan terbuka bagi semua kalangan.

### 3. Identitas Bisnis

Nama Perusahaan	: Glamping Camp Situ Rawa Abidin
Alamat	: Jl. Karang Mulya, Karangmulya, Kec. Bojongmangu, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17356
Jenis Produk	: Layanan glamping, wisata alam, dan rekreasi keluarga
Social Media	: @RawaAbidinCamp (Instagram, Tiktok, Facebook)
Website	: <a href="http://www.RawaAbidinCamp.co.id">www.RawaAbidinCamp.co.id</a>

## C. Visi dan Misi

### Visi

Menjadi destinasi glamping alam terbaik di Jawa Barat yang menghadirkan pengalaman menginap yang nyaman, menyatu dengan alam, dan penuh kehangatan bagi seluruh keluarga.

### Misi

1. Menyediakan fasilitas glamping yang aman, bersih, dan nyaman dengan pelayanan terbaik.
2. Mengembangkan program wisata alam yang edukatif dan menyenangkan untuk semua usia.
3. Mendorong pemberdayaan masyarakat lokal melalui kerja sama dan pelibatan dalam operasional.
4. Menjaga kelestarian lingkungan sekitar dengan menerapkan prinsip pariwisata berkelanjutan.
5. Menciptakan suasana rekreasi yang hangat, ramah, dan berkesan bagi setiap pengunjung.

## D. Porter Five Forces Analysis

Industri glamping di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, didorong oleh meningkatnya permintaan akan pengalaman wisata berbasis alam yang tetap menawarkan kenyamanan (Mbulu & Rossi, 2023). Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai destinasi glamping bermunculan di berbagai wilayah, terutama di kawasan wisata unggulan seperti Bali, Yogyakarta, dan Bogor (Dianovita, et al., 2024). Meskipun demikian, pasar ini masih memiliki celah bagi konsep inovatif yang mengutamakan keunikan pengalaman dan keterlibatan komunitas sebagai nilai tambah utama (Jenkins, 2008). Untuk memahami daya saing bisnis glamping di Situ Rawa Abidin, analisis menggunakan Porter's Five Forces dapat memberikan wawasan mendalam mengenai tingkat persaingan industri ini (Porter, 1980).

### 1) *Threat of New Entrants*

Industri glamping memiliki hambatan masuk yang relatif rendah, terutama dalam hal modal awal dan ketersediaan lahan wisata. Namun, diferensiasi dalam konsep



wisata dan pengalaman pelanggan menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis glamping (Kotler & Keller, 2019). Destinasi seperti Glamping Forest Garden Batulayang di Bogor dan Bali Beach Glamping telah menetapkan standar baru dalam industri ini, menciptakan tantangan bagi bisnis baru yang ingin masuk ke pasar (Soemarni, et al., 2024).

**Tabel 1.1 Threat of New Entrants**

Indikator	Analisis	Tingkatan
Persaingan Baru	Saat ini, Glamping Camp Situ Rawa Abidin menghadapi potensi persaingan baru dari usaha glamping yang mulai bermunculan di wilayah sekitar. Salah satunya adalah <i>Natura Escape Camp</i> , yang menawarkan konsep ekowisata dengan teknologi ramah lingkungan, serta fasilitas glamping modern yang terintegrasi dengan kegiatan edukasi alam. Keunikan ini bisa menarik segmen pasar baru yang juga menjadi sasaran Rawa Abidin.	<i>Natura Escape Camp</i> <b>Tingkat Tinggi</b>

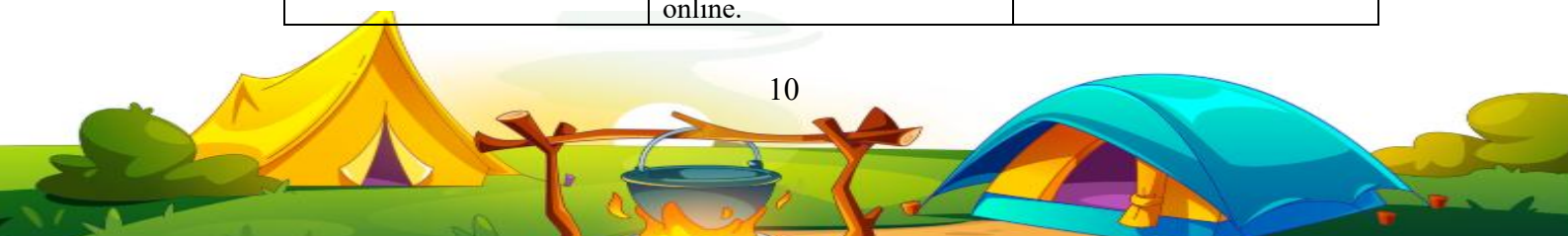
Sumber: Diolah Peneliti, 2025

## 2) *Bargaining Power of Supplier*

Pemasok dalam industri ini mencakup penyedia infrastruktur, layanan kebersihan, serta tenaga kerja lokal. Di Indonesia, banyak perusahaan yang menawarkan jasa pembangunan tenda glamping berkualitas tinggi dengan harga kompetitif, sehingga tidak ada dominasi pemasok tertentu dalam industri ini (Al-Bakry, 2024).

**Tabel 1.2 Bargaining Power of Supplier**

Indikator	Analisis	Tingkatan
Tingkat dominasi supplier	Pemasok bahan utama seperti tenda, kasur lipat, alat camping, dan perlengkapan outdoor tidak didominasi oleh satu supplier besar. Barang-barang tersebut mudah didapatkan dari banyak produsen lokal maupun online.	Tingkat tekanan rendah



Alternatif supplier	Tersedia banyak pilihan supplier alternatif, baik dari marketplace dalam negeri maupun distributor khusus perlengkapan glamping. Hal ini memberikan keleluasaan dalam negosiasi harga dan kualitas.	Tingkat tekanan rendah
Lokasi	Lokasi glamping yang berada di kawasan wisata Situ Rawa Abidin relatif mudah dijangkau oleh supplier lokal di wilayah Jawa Barat, memudahkan proses logistik dan distribusi.	Tingkat tekanan rendah
Perlengkapan	Perlengkapan seperti tenda glamping premium, alat penerangan tenaga surya, dan furnitur kayu outdoor tersedia dalam banyak varian dan tidak hanya dimonopoli oleh satu brand atau vendor.	Tingkat tekanan rendah

Sumber: Diolah Peneliti, 2025.

### 3) *Bargaining Power of Buyer*

Pelanggan glamping didominasi oleh generasi milenial dan Gen Z, yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap konsep wisata berbasis pengalaman dan komunitas (Wibawa, et al., 2024). Oleh karena itu, strategi pemasaran yang efektif perlu memanfaatkan pendekatan digital dan media sosial untuk menarik perhatian segmen ini (Maharani & Nisa, 2024).

**Tabel 1.3 *Bargaining Power of Buyer***

Indikator	Analisis	Tingkatan
<i>Volume &amp; Karakter Pembeli</i>	Pelanggan glamping didominasi oleh generasi milenial dan Gen Z, yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap wisata berbasis pengalaman, kenyamanan, dan nilai komunitas. Meskipun segmen ini cukup besar dan potensial, daya tawar mereka cenderung rendah jika pengelola mampu menawarkan pengalaman unik serta memanfaatkan strategi	Tingkat tekanan rendah



	pemasaran digital yang efektif (Maharani & Nisa, 2024).	
--	---	--

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

#### 4) Ancaman Substitusi

Alternatif wisata lain seperti resort, homestay desa wisata, dan eco-lodge menawarkan kenyamanan serupa dengan glamping, menciptakan persaingan tidak langsung bagi bisnis ini (Mbulu & Rossi, 2023). Namun, konsep berbasis *fandom activity* dapat memberikan diferensiasi unik yang sulit ditemukan di alternatif wisata lainnya (Jenkins, 2008).

**Tabel 1.4 Threats of Substitutes**

Indikator	Analisis	Tingkatan
Ancaman produk pengganti	Alternatif wisata lain seperti resort, homestay desa wisata, dan eco-lodge menawarkan kenyamanan yang serupa dengan glamping, sehingga menciptakan persaingan tidak langsung bagi Glamping Camp Situ Rawa Abidin (Mbulu & Rossi, 2023). Pengunjung bisa saja beralih ke akomodasi tersebut karena faktor harga, fasilitas, atau lokasi. Namun demikian, konsep kegiatan berbasis <i>fandom activity</i> yang diusung oleh Glamping Camp menjadi nilai unik yang tidak dimiliki oleh pengganti lain (Jenkins, 2008). Oleh karena itu, inovasi tematik menjadi kunci untuk menjaga keunggulan.	Tingkat tekanan sedang–tinggi

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

#### 5) Competitive Rivalry

Persaingan di industri glamping semakin ketat, terutama dengan meningkatnya jumlah destinasi yang mengusung konsep serupa. Oleh karena itu, pengembangan bisnis di Situ Rawa Abidin harus berfokus pada keunikan konsep wisata, pengalaman



berbasis komunitas, serta strategi pemasaran yang efektif (Darmayasa, et al., 2024; Irfan, 2024).

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, pengembangan Glamping Camp di Situ Rawa Abidin memiliki peluang besar untuk bersaing di industri ini, asalkan mampu menghadirkan konsep wisata yang inovatif dan berorientasi pada pengalaman unik bagi pelanggan (Ries, 2011).

**Tabel 1.5 Competitive Rivalry**

Indikator	Analisis	Tingkatan
Jumlah Pesaing	Persaingan di industri glamping semakin ketat, seiring bertambahnya jumlah destinasi serupa di kawasan Jawa Barat dan sekitarnya. Banyak glamping site bermunculan dengan konsep alam, relaksasi, dan kenyamanan serupa. Hal ini menuntut Glamping Camp Situ Rawa Abidin untuk memperkuat keunggulan kompetitifnya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bobocabin</li> <li>2. Dusun Bambu Glamping</li> <li>3. Legok Kondang Lodge</li> <li>4. Trizara Resort</li> </ol> <p>Tingkat tekanan tinggi</p>
Diferensiasi Produk	Glamping Camp Situ Rawa Abidin memiliki potensi diferensiasi kuat melalui konsep wisata berbasis komunitas dan pengalaman tematik, seperti kegiatan <i>fandom</i> , gathering komunitas alam, atau wisata edukatif. Konsep unik ini dapat menjadi pembeda yang signifikan di tengah persaingan pasar yang homogen (Darmayasa et al., 2024; Irfan, 2024; Ries, 2011).	<p>Karena keunikan dan pendekatan pengalaman yang berbeda, peluang unggul tetap besar</p> <p>Tingkat tekanan sedang</p>

Sumber: Diolah Peneliti, 2025





**Gambar 1.2 *Five Forces Analysis***  
 Sumber: Diolah Peneliti, 2025

### 1.1 Peluang Pasar Pengembangan Glamping Camp

Pariwisata berbasis alam di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, sejalan dengan meningkatnya minat wisatawan terhadap ekowisata dan pengalaman berbasis alam (Darmayasa, et al., 2024). Di Kabupaten Bekasi, Situ Rawa Abidin merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan, terutama dalam konsep glamping yang menggabungkan kenyamanan akomodasi modern dengan pengalaman alam terbuka (Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi, 2025).

Saat ini, fasilitas di Situ Rawa Abidin masih terbatas, dengan minimnya infrastruktur yang mendukung kenyamanan wisatawan, seperti penginapan yang memadai, layanan wisata terpadu, serta atraksi berbasis pengalaman (Pemkab Bekasi, 2021). Padahal, tren wisatawan saat ini menunjukkan kecenderungan untuk memilih wisata yang memberikan pengalaman unik dan tidak hanya sekadar menikmati pemandangan (Wibawa, et al., 2024). Selain itu, peluang pasar untuk glamping di wilayah ini masih terbuka luas, mengingat sebagian besar destinasi glamping di Indonesia terkonsentrasi di kawasan wisata seperti Bali, Yogyakarta, dan Bogor (Dianovita, et al., 2024). Dengan pengembangan yang tepat, Glamping Camp di Situ Rawa Abidin dapat mengisi kesenjangan pasar, terutama bagi



wisatawan yang mencari pengalaman eksklusif tanpa harus bepergian jauh dari Jabodetabek.

Dengan mempertimbangkan aspek ini, pengembangan glamping di Situ Rawa Abidin bukan hanya menjadi peluang bisnis yang menjanjikan, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik wisata daerah serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

### **E. Gambaran Umum Produk/Jasa**

Glamping Camp Situ Rawa Abidin menawarkan layanan akomodasi wisata berbasis glamorous camping (glamping), yaitu konsep perkemahan mewah yang menggabungkan suasana alam terbuka dengan fasilitas modern setara hotel. Produk utama ini dirancang untuk memberikan pengalaman liburan yang menyatu dengan alam tanpa mengorbankan kenyamanan, keamanan, maupun estetika visual.

Setiap unit glamping berbentuk tenda mewah atau kabin semi-permanen yang dibangun dengan prinsip keberlanjutan. Unit-unit ini dilengkapi dengan tempat tidur ukuran queen atau king-size menggunakan kasur premium, bantal ergonomis, dan selimut tebal. Untuk menunjang kenyamanan, setiap tenda juga memiliki kamar mandi pribadi dengan air panas, wastafel modern, serta peralatan mandi ramah lingkungan. Selain itu, tersedia pula aliran listrik stabil, lampu baca, colokan USB, dan jaringan Wi-Fi untuk menunjang aktivitas pengunjung, termasuk kebutuhan remote working.

Secara desain, interior glamping mengadopsi gaya rustic minimalis yang menyatu dengan nuansa alam, namun tetap fotogenik dan Instagramable. Sementara itu, dari sisi eksterior, tenda-tenda diletakkan secara strategis menghadap langsung ke panorama danau Situ Rawa Abidin, lengkap dengan area duduk outdoor dan fasilitas api unggun pribadi.

Selain akomodasi, Glamping Camp menyediakan aktivitas pendukung yang bersifat rekreatif dan edukatif, antara lain:

- 1) Hiking ringan menyusuri jalur hutan sekitar
- 2) Kayaking di danau alami
- 3) Bersepeda melalui jalur desa wisata
- 4) Workshop tanaman herbal, edukasi konservasi, dan pengolahan limbah rumah tangga



Untuk kenyamanan pengunjung, disediakan juga layanan makanan & minuman dengan menu khas Jawa Barat yang dimasak menggunakan bahan segar dari petani lokal. Makanan disajikan di restoran semi-terbuka di area tengah glamping, dengan layanan pesan antar untuk tamu yang ingin bersantai di dalam tenda.

Sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat, Glamping Camp juga menghadirkan area UMKM lokal dalam bentuk toko souvenir dan pop-up market yang menjual produk khas Karangmulya seperti anyaman bambu, batik, madu hutan, dan kopi organik. Inisiatif ini mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif serta memperkuat identitas lokal sebagai bagian dari pengalaman wisata.

Dari sisi segmentasi, layanan glamping ini menasar:

- 1) Keluarga muda dan pasangan yang menginginkan pengalaman liburan alam dengan kenyamanan maksimal
- 2) Komunitas tematik seperti fotografi, yoga, astronomi, hingga fandom musik/film
- 3) Wisatawan urban Jabodetabek yang mencari relaksasi alam tanpa perlu bepergian jauh

Sebagai penawaran strategis, tersedia berbagai paket tematik:

- 1) Paket Reguler: untuk pengalaman glamping standar
- 2) Paket Family: dengan aktivitas edukatif untuk anak & keluarga
- 3) Paket Healing & Retreat: fokus pada ketenangan dan mindfulness
- 4) Paket Komunitas & Fandom: mendukung gathering bertema komunitas tertentu

Dengan pendekatan ini, produk dan jasa Glamping Camp Situ Rawa Abidin tidak hanya menawarkan akomodasi, tetapi menciptakan sebuah *experience ecosystem* yang mendukung pariwisata berkelanjutan, pemberdayaan lokal, dan tren wisata personal berbasis minat.

## F. Jenis/Badan Usaha

Bentuk badan usaha yang dipilih untuk operasional Glamping Camp Situ Rawa Abidin adalah *Commanditaire Vennootschap* (CV) dengan nama CV Alam Rawa



Sejahtera. Pemilihan bentuk ini didasarkan pada fleksibilitas struktur CV yang memungkinkan keterlibatan dua jenis pihak:

- 1) Sekutu aktif, yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan operasional harian usaha, serta
- 2) Sekutu pasif, yang berkontribusi dalam bentuk penyertaan modal tanpa terlibat langsung dalam pengambilan keputusan operasional.

Sebagai usaha rintisan berbasis pelayanan dan pengalaman, pendirian CV dinilai lebih efisien dibandingkan dengan Perseroan Terbatas (PT). CV tidak mensyaratkan modal awal yang besar, proses pendiriannya relatif cepat, serta lebih sederhana dalam hal administratif dan perpajakan.

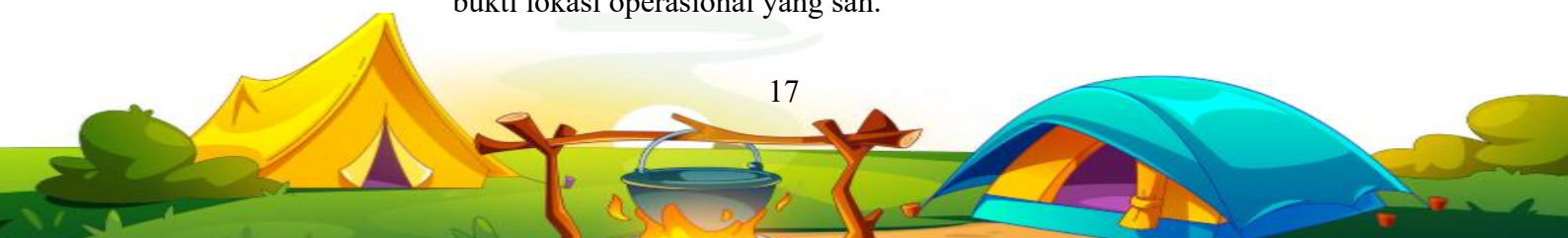
Pemilihan bentuk usaha ini juga membuka peluang partisipasi investor atau mitra lokal secara legal dan terstruktur, sembari menjaga kelincahan manajerial dalam tahap awal pengembangan bisnis. Ke depannya, apabila usaha berkembang dan ekspansi diperlukan, badan hukum dapat ditingkatkan menjadi PT untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang dan skala operasional yang lebih luas..

## **G. Aspek Legalitas**

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Glamping Camp Situ Rawa Abidin dikelola oleh badan usaha CV Alam Rawa Sejahtera yang dibentuk berdasarkan akta notaris dan didaftarkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sebagai usaha yang bergerak di bidang pariwisata dan akomodasi, aspek legalitas menjadi fokus utama untuk menjamin kepastian hukum, kelayakan operasional, serta kemudahan dalam menjalin kemitraan strategis.

Legalitas usaha ini mencakup beberapa komponen utama, antara lain:

- 1) Akta Pendirian CV yang mencantumkan struktur kepemilikan dan ruang lingkup usaha.
- 2) Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) atas nama badan usaha sebagai dasar kewajiban perpajakan.
- 3) Nomor Induk Berusaha (NIB) yang diterbitkan melalui sistem OSS sebagai izin usaha utama, sekaligus mencakup SIUP dan TDUP.
- 4) Surat Keterangan Domisili Usaha (SKDU) dari pemerintah desa sebagai bukti lokasi operasional yang sah.



- 5) Izin Usaha Pariwisata dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi, sebagai bentuk legalisasi atas aktivitas wisata dan akomodasi yang dijalankan.
- 6) Sertifikat Laik Sehat dari Dinas Kesehatan yang menjadi prasyarat untuk operasional penginapan dan sanitasi publik berbasis alam.
- 7) Pendaftaran merek dagang untuk nama “Glamping Camp Situ Rawa Abidin” guna melindungi identitas bisnis secara hukum.
- 8) Perjanjian kerja sama/lisensi dengan pihak pengelola kawasan wisata Situ Rawa Abidin, serta kemitraan formal dengan pelaku UMKM lokal untuk mendukung pemberdayaan masyarakat.

Seluruh dokumen legal ini sedang dalam tahap finalisasi sebagai bagian dari persiapan operasional penuh. Struktur legalitas ini diharapkan dapat menjadi fondasi kokoh bagi pengembangan usaha yang profesional, berkelanjutan, dan terpercaya di mata investor maupun konsumen.