

**PERANCANGAN *CAMPERVAN* SEBAGAI SOLUSI
KETERBATASAN AKOMODASI PADA KEGIATAN WISATA
JELAJAH KEINDAHAN ALAM DI INDONESIA
(STUDI KASUS JAWA BARAT)**

ALI MASKUR
13117002
FAKULTAS TEKNIK DAN DESAIN
INSTITUT TEKNOLOGI SAINS BANDUNG
maskura56@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia menjadi negara yang dikenal dengan berbagai macam keindahan alamnya yang eksotis, hal ini akan mendorong masyarakat ramai-ramai melakukan kegiatan jelajah keindahan alam di Indonesia, namun adanya masalah berkenaan dengan akomodasi dan juga transportasi pada pariwisata sehingga wisatawan enggan bepergian ke tempat wisata, kehadiran *campervan* menjadi solusi sebagai moda transportasi sekaligus akomodasi sehingga wisatawan lokal maupun asing akan terdorong melakukan eksplorasi destinasi wisata di Indonesia. Aspek ergonomi menjadi tantangan guna memberikan rasa kenyamanan yang maksimal yang dapat dirasakan oleh pengguna *campervan*, Berbagai pertimbangan muncul untuk menentukan aspek ergonomi, aspek teknologi, aspek inovasi dan juga mempertimbangkan tata letak yang nyaman bagi pengguna *campervan* di Indonesia, tujuan dibuatnya laporan ini adalah untuk menentukan antropometri yang sesuai dengan kenyamanan masyarakat Indonesia, dan hasil penelitian dapat dijadikan sebagai acuan untuk diberlakukannya wisata menggunakan *campervan* sebagai moda transportasi di Indonesia agar terciptanya pengalaman berwisata yang menarik.

Kata Kunci : Antropometri, Berlibur, Campervan, Fasilitas, Wisata,

I. PENDAHULUAN

Keindahan alam di Indonesia menjadi daya tarik bagi wisatawan asing maupun wisatawan lokal, banyak sekali tempat berlibur dengan bertemakan keindahan alam yang menarik yang dapat dikunjungi di Indonesia seperti misalnya di daerah Jawa Barat. Jawa Barat memiliki berbagai macam tempat wisata yang indah seperti pegunungan, perbukitan, perkebunan, pemandian air panas, dan juga pantai, sayangnya banyak dari tempat-tempat indah tersebut belum memiliki fasilitas dan infrastruktur yang memadai seperti penginapan, dan juga toilet yang kebersihannya terjaga, wisatawan baik asing maupun lokal yang berlibur ke tempat-tempat tersebut terpaksa menginap menggunakan tenda yang keamanan dan kenyamanannya belum tentu bisa dirasakan bagi setiap orang, atau dengan terpaksa harus segera kembali ke rumah sedangkan hal tersebut sangat melelahkan dan membutuhkan tenaga berlebih.

Menjawab persoalan mengenai ditiadakannya mudik berbarengan dengan pembukaan obyek wisata lokal, *campervan* menjadi salah satu solusi yang bisa diterapkan di Indonesia

sebagai transportasi sekaligus akomodasi bagi siapa saja yang ingin berlibur tanpa takut merasa tidak aman menginap di tempat penginapan umum, dan menggunakan toilet umum di tempat publik. *Campervan* atau mobil *van* kemping kadang merujuk pada tempat kemping atau *caravan*, merupakan kendaraan yang menyediakan secara bersamaan transportasi dan juga akomodasi untuk tidur, biasanya digunakan untuk kemping dengan dilengkapi tempat tidur, tempat memasak, juga toilet di dalamnya, *van* ini digambarkan dengan karoseri yang dibuat khusus atau modifikasi yang dipasangkan pada *van* untuk digunakan sebagai akomodasi tersebut.

Campervan biasanya menggunakan pemodifikasian atap yang bisa dinaikkan saat kemping atau bisa menggunakan tipe *van* yang sudah tinggi bagian atapnya, *campervan* biasanya mempunyai dapur minimalis dilengkapi dengan kulkas (yang biasanya menggunakan daya dari gas, baterai, ataupun listrik) dan memiliki kompor gas, memiliki lampu *dual-voltage* yang bisa menyala menggunakan baterai siklus dalam

waktu luang, atau dari daya arus bolak balik yang dipasok di tempat perkemahan melalui kabel penghubung, model *van* yang lebih besar biasanya terpasang pemanas air, pemanas serta pendingin udara, toilet portabel dan bahkan mempunyai *shower* didalamnya. Model *van* kecil kadang hanya menggunakan “*porta-potty*” portabel toilet, dan kadang memiliki *shower* mandi eksternal yang digunakan dengan tirai yang menutupinya sebagai privasi.

Dilansir Antara (Sabtu, 11 Juli 2020) *campervan* menjadi solusi liburan bagi tenaga medis yang berbulan-bulan bekerja dalam tekanan tinggi karena COVID-19. Perawat sebuah rumah sakit di Spanyol, Yone Alberich dan suaminya menyewa *campervan* untuk berlibur, demi menghindari kerumunan dan tidak yakin jika harus menginap di hotel. "Idenya adalah menjauhkan diri dari orang-orang agar terhindar dari infeksi," kata perawat 32 tahun yang memiliki balita dan tinggal di Valencia, Spanyol. "Dengan adanya COVID-19, apa yang lebih baik dari berkeliling dengan 'rumah' yang dapat dibawa kemana saja?" Menurut warta AFP, 90 persen warga Spanyol tidak mau

berpergian ke luar negeri, dan sebesar 83 persen di antaranya memilih kendaraan pribadi jika terpaksa keluar rumah.

Fabrizio Muzzati, pemilik usaha *campervan Aquiestoy Caravaning* mengatakan banyak orang yang memilih *campervan* sebagai alternatif wisata domestik. "Pada saat seluruh dunia sangat mencari rasa aman dan nyaman, banyak sekali orang yang mencoba (*campervan*) karena keadaan seperti pandemi ini." kata Fabrizio. Bisnis penyewaan *campervan* pun menjadi lebih ramai, kata asosiasi *campervan* ASEICAR, diprediksi bahwa bisnis itu dapat menghidupkan kembali pariwisata pada musim panas.

Pandemi COVID-19 membawa dampak terhadap berbagai lini, termasuk sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan dua sektor yang mengalami penurunan signifikan sejak merebaknya pandemi COVID-19. Padahal, kedua sektor ini mempunyai kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional, dalam mendukung industri pariwisata dan ekonomi kreatif di tengah pandemi yang belum juga usai, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

(Kemenparekraf) mengencarkan program CHSE agar kedua sektor tersebut dapat bangkit dan bertahan. penerapan protokol kesehatan yang berbasis pada *Cleanliness* (Kebersihan), *Health* (Kesehatan), *Safety* (Keamanan), dan *Environment Sustainability* (Kelestarian Lingkungan). Kemenparekraf sebagai lembaga yang menaungi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif mengencarkan protokol kesehatan CHSE agar dapat diimplementasikan oleh badan usaha masyarakat. (Batam Tourism Polytechnic, 2020).

Tanpa disadari bahwa kendaraan *campervan* sudah dilengkapi dengan protokol kesehatan CHSE tersebut, bagian *interior campervan* memiliki furnitur yang ringkas yang memudahkan untuk dibersihkan dan dirapikan, adanya dapur serta kompor, *microwave* dan semacamnya di dalam *campervan* dengan begitu segala macam makanan dapat dibuat, *campervan* juga dilengkapi dengan toilet portabel dengan penyimpanan air bersih sebagai urgensi untuk buang air tanpa perlu harus khawatir jika tidak disediakannya toilet umum, kendaraan *campervan* pun cukup aman karena memiliki ruang penyimpanan yang

hanya diketahui pengguna, dan kendaraan *campervan* juga menerapkan kelestarian pada lingkungan karena menyediakan tempat sampah tidak ada lagi membuang sampah sembarangan di tempat-tempat wisata yang fasilitasnya kurang memadai.

Wisata dengan penawaran penyewaan *campervan* sudah banyak dilakukan di beberapa negara di Eropa, seperti misalnya di Selandia Baru wisata dengan menyewa kendaraan kemping ini memberikan layanan kenyamanan disetiap perjalanan, pada setiap perkemahannya disediakan air bersih, pengisian daya listrik, dan juga tempat pembuangan kotoran, dan semua fasilitas itu terawat dengan baik, bahkan ada juga yang menyiapkan tempat *laundry* di perkemahannya. Sebelum perjalanan wisata itu dilakukan, diberikan peta yang berisikan tempat mana saja yang boleh disinggahi oleh *campervan*.

II. KAJIAN PUSTAKA

II.1 Pariwisata

Menurut Sugiana (2013), pariwisata adalah rangkaian aktivitas, dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain yang

ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. Perjalanan yang dilakukannya hanya untuk sementara waktu saja meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud beristirahat, berbisnis, atau untuk maksud lainnya. dapat ditarik kesimpulan bahwa pariwisata merupakan fenomena kebutuhan akan kesehatan dan pergantian suasana, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan khususnya bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat.

Orang/pelaku yang melakukan kegiatan wisata disebut sebagai wisatawan yang terdiri dari wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara (dalam negeri). Wisatawan mancanegara adalah orang yang bertempat tinggal di luar wilayah negara yang dikunjungi dengan durasi maksimal 1 tahun, dengan tujuan kunjungan dan bukan untuk bekerja/mencari penghasilan.

II.2 Wisata Jelajah Keindahan Alam

Indonesia adalah negara yang sangat luas dengan keanekaragaman suku, budaya dan keindahan alamnya. Indonesia yang dikenal sebagai negara kepulauan dengan luas sekitar 1.91 juta

Km² dan memiliki sebanyak 17.500 pulau dengan 5 pulau besar yaitu pulau Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua. Wilayah Indonesia membentang sepanjang 3.977 mil antara Samudera Hindia dan Samudera Pasifik, tak heran jika negeri Indonesia selalu memberikan kejutan-kejutan eksotis yang menyenangkan bagi para pelancong yang senang menjelajahi negeri Indonesia. Indonesia memiliki banyak sekali tempat-tempat wisata yang indah terbentang dari Sabang hingga Merauke. Tempat-tempat wisatanya pun meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata sejarah. Wisata alam nya menyuguhkan keindahan alam Indonesia yang memiliki banyak flora dan fauna yang hanya hidup di Indonesia, wisata budayanya tentang berbagai kebudayaan yang ada di Indonesia yang masih dilestarikan hingga sekarang, dan wisata sejarahnya berupa barang-barang peninggalan sejarah dari masa lalu seperti benteng-benteng, istana dan peninggalan-peninggalan lainnya.

Di era modern seperti sekarang tempat wisata yang populer yang sering dikunjungi adalah wisata alam berupa pegunungan, perbukitan, perkebunan, pemandian air panas, air terjun, pantai

dan masih banyak lagi, wisata alam tersebut banyak sekali bisa kita temukan di Indonesia khususnya daerah Jawa Barat, Jawa Barat memiliki puluhan wisata alam baik yang dikelola oleh swasta maupun oleh negara/pemerintah seperti salah satu contohnya adalah Curug Cipamingkis, Curug Cipamingkis adalah sebuah destinasi wisata di daerah Bogor, Jawa Barat yang dikelola langsung oleh Perum Perhutani yang segala sesuatunya sudah diatur dengan baik sehingga keindahan alamnya masih bisa dirasakan dengan nyaman.

II.3 Komponen Pariwisata

Komponen Pariwisata adalah unsur-unsur yang harus dimiliki oleh pariwisata atau obyek daya tarik wisata. Menurut UU nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait. Cooper dkk (1997) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi

wisata untuk pengembangan potensi kepariwisataan, yaitu:

- *Attraction* (Atraksi)

Atraksi merupakan produk utama sebuah destinasi. Menurut Karyono (1997) Atraksi atau daya tarik wisata berkaitan dengan apa yang bisa dilihat (*what to see*) dan dilakukan (*what to do*) oleh wisatawan di sebuah destinasi wisata. Diperkuat oleh Suwena (2010), atraksi wisata atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*) merupakan komponen yang secara signifikan menarik kedatangan wisatawan dan dapat dikembangkan di tempat atraksi wisata ditemukan (in situ) atau diluar tempatnya yang asli (ex situ).

- *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas merupakan sarana dan infrastruktur yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk bergerak dari satu daerah ke daerah lain. Faktor-faktor yang penting terkait dengan aspek aksesibilitas wisata meliputi petunjuk arah, bandara, terminal, waktu yang dibutuhkan, biaya perjalanan, dan frekuensi transportasi menuju lokasi wisata (Sunaryo, 2013). Individual tourist mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan travel agent sehingga sangat

bergantung kepada kemudahan akses dan fasilitas publik.

Akses jalan yang baik harus diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi dan kemudahan sarana informasi. Cross (2016) menjabarkan transportasi umum sebagai layanan angkutan penumpang yang digunakan oleh masyarakat umum seperti bus, kereta api, pesawat terbang, dan kapal laut. Sementara kemudahan komunikasi dikhususkan pada media sosial. Media sosial merupakan media online berupa aplikasi atau situs dimana setiap orang bisa membuat halaman pribadi, serta terhubung dengan individu atau kelompok untuk berbagi informasi dan berkomunikasi satu sama lain (Kaplan dan Haenlein 2010). Ditambahkan oleh Umami (2015) yang mengklasifikasi media sosial sebagai alat pemasaran baru yang dapat menciptakan komunikasi interaktif antara wisatawan dengan produk-produk pariwisata yang dengan sendirinya dapat meningkatkan kesadaran (*awareness*). Beberapa media sosial yang sangat digemari dan memiliki jutaan pengguna di Indonesia adalah Youtube, Facebook, Instagram dan Twitter (Wearesocial.com, 2017).

- *Amenity (Fasilitas)*

Sugiama (2011) menjelaskan bahwa fasilitas adalah segala macam sarana dan prasarana pendukung selama wisatawan berada di daerah tujuan wisata, meliputi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, gedung pertunjukan, tempat hiburan (*entertainment*), dan tempat perbelanjaan. Fasilitas bukan merupakan daya tarik bagi wisatawan, namun menjadi syarat yang menentukan durasi tinggal wisatawan dan kekurangan fasilitas akan menjadikan wisatawan menghindari destinasi tertentu.

Menurut Chuba (2012) penginapan merupakan fasilitas pendukung penting pada suatu destinasi wisata. Penginapan dapat ditemukan di mana pun wisatawan bepergian karena wisatawan membutuhkan lokasi beristirahat dan bersantai selama melakukan perjalanan sehingga dibutuhkan bangunan yang dapat sebagai tempat tinggal sementara atau penginapan. Lebih lanjut Chuba (2012) mengartikan penginapan sebagai subsektor terbesar dan paling umum di dalam bisnis pariwisata. Industri penginapan telah menyaksikan inovasi-inovasi reguler yang telah

menghasilkan berbagai macam diversifikasi produk dalam ukuran, jenis dan layanan yang diberikan.

- **Ancillary (Pelayanan Tambahan)**

Sugiama (2011) menerangkan bahwa *ancillary* atau pelayanan tambahan merupakan adanya lembaga kepariwisataan yang dapat memberikan wisatawan rasa aman dan terlindungi (*protection of tourism*). Pelayanan tambahan mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran dari suatu destinasi wisata. Organisasi yang terkait dalam hal ini antara lain pihak pemerintah seperti dinas pariwisata, komunitas pendukung kegiatan pariwisata, asosiasi kepariwisataan seperti asosiasi pengusaha perhotelan, biro perjalanan wisata, pemandu wisata, dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

II.4 Supply and Demand pada sektor Pariwisata

- **Penawaran (Supply)**

Kegiatan pariwisata pada dasarnya mencakup dua komponen yaitu supply dan demand. Sediaan Pariwisata mencakup segala sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan baik wisatawan yang aktual maupun

wisatawan yang potensial. Penyediaan dalam pariwisata menunjukkan aktraksi wisata alamiah dan buatan, jasa-jasa maupun barang-barang yang diperkirakan akan menarik perhatian orang-orang untuk mengunjungi suatu objek wisata tertentu dalam suatu negara (Wahab, 1975).

Menurut Salah Wahab (1975). Penyediaan pariwisata memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 1) Penyediaan jasa-jasa, artinya produk yang ditawarkan tidak bisa dipindahkan sehingga wisatawan harus mendatangi lokasi wisata tersebut.
- 2) Produk yang di tawarkan bersifat baku, artinya bahwa dalam usaha pengadaannya untuk keperluan wisata, sulit sekali untuk mengubah sasaran penggunaan di luar pariwisata
- 3) Penyediaan pariwisata harus bersaing, artinya bahwa pariwisata belum menjadi kebutuhan pokok bagi manusia sehingga terdapat kemungkinan akan terjadinya substitusi barang dan jasa wisata.

- **Permintaan (Demand)**

Demand berarti sejumlah barang-barang ekonomi yang dapat dibeli pada saat tertentu dengan harga tertentu pula.

Adakalanya istilah *demand* diartikan pula sebagai sejumlah barang dan jasa yang diminta dengan harga tertentu. Menurut Soekadijo *demand* atau permintaan dapat diartikan sebagai sejumlah barang dan jasa yang tersedia untuk dijual pada pasar, pada waktu dan harga tertentu (R.G. Soekadijo,1995:101).

Dalam bidang kepariwisataan pengertian *demand* tidak semudah pengertian *demand* terhadap barang manufaktur biasa. Hal ini tidak lain karena sifat dan bentuk dari "*product*" industri pariwisata itu sendiri, yang banyak berbeda dengan *product* industri lainnya. Akan tetapi pada hakekatnya yang dimaksud dengan permintaan adalah wisatawan dan segala sesuatu yang melekat pada diri wisatawan yang ditimbulkan oleh berbagai faktor yang kemudian membentuk yang disebut dengan citra wisata.

Permintaan (*demand*) dalam kepariwisataan sendiri terdiri dari berbagai macam unsur yang satu dengan lainnya tidak hanya berbeda sifat dan bentuk, tetapi juga manfaat dan kegunaannya bagi pariwisata. Lebih jauh lagi *demand* dalam pengertian pariwisata tidak hanya

terbatas selama masa/periode perjalanan (*tours*) dilakukan, tetapi unsur *demand* yang terpenting juga sebelum perjalanan tersebut diselenggarakan. Misalnya seperti informasi, *travel document*, tiket, *hotel reservations* dan uang. *Demand* dalam kepariwisataan dapat berupa benda bebas, diperoleh tanpa membelinya namun menjadi daya tarik bagi wisatawan sebagai objek pariwisata, misalnya pemandangan alam yang indah, udara yang segar, cahaya matahari, laut, danau, sungai dan sebagainya (R.G. Soekadijo,1995:101).

Dari segi wisatawan, semua yang termasuk unsur-unsur *demand* tersebut yang membedakan adalah berbentuk *free-goods* atau *tourist-service*, semuanya merupakan sesuatu yang harus dibeli. Unsur-unsur tersebut saling berhubungan erat serta saling tergantung satu sama lain. *Demand* dalam kepariwisataan pada dasarnya dibagi dua bagian, yaitu :

- a. *Potential demand*, yaitu sejumlah orang yang memenuhi syarat minimal untuk melakukan perjalanan pariwisata, karena mempunyai banyak uang, keadaan fisik yang masih kuat, hanya belum

mempunyai senggang untuk bepergian sebagai wisatawan .

- b. *Actual demand*, adalah sejumlah orang yang sedang melakukan pariwisata kesuatu daerah dengan tujuan tertentu. Ada banyak perbedaan antara *potential demand* dengan *actual demand*. Pada *potential demand*, orang-orang masih berada di tempat kediamannya. Agar ia mau melakukan perjalanan pariwisata, masih diperlukan kegiatan marketing yang diharapkan dapat memengaruhinya. Sedangkan pada *actual demand* orang-orang sedang melakukan perjalanan, karena itu demand harus disesuaikan dengan kebutuhan seseorang, selama dalam perjalanan.

II.5 Kendaraan Kemping / Campervan / Motorhome

Menurut Jim Morrison (2010) RV diperkenalkan kembali oleh Kevin Ewert dan Angie Kaphan sepasang kekasih yang selalu merayakan “*nomadiversary*”, ulang tahun pernikahan mereka dengan nafsu berkelana di setiap tanggal 15 Desember mendiskusikan apakah akan

menghabiskan tahun selanjutnya dengan mengendarai kendaraan rekreasi setinggi 40 kaki.

Menurut Asosiasi Industri Kendaraan Rekreasi, sekitar 8,2 juta rumah tangga sekarang memiliki RV. Mereka melakukan perjalanan selama 26 hari dan rata-rata 4.500 mil setiap tahun, menurut penelitian Universitas Michigan tahun 2005. Lembaga tersebut memperkirakan sekitar 450.000 di antaranya adalah pengguna RV penuh waktu seperti Ewert dan Kaphan.

Ketika mobil menjadi lebih dapat diandalkan sebagai transportasi sekaligus akomodasi, orang-orang semakin banyak bepergian menggunakan mobil. Meningkatnya popularitas taman nasional menarik wisatawan yang menginginkan lebih banyak tempat perkemahan. David Woodworth seorang mantan pengkhotbah baptis yang pernah memiliki 50 RV yang dibangun antara 1914 dan 1937, yang menjual banyak diantaranya ke *Museum RV* berkata pada tahun 1922 ”Anda dapat mengunjungi perkemahan di Denver yang memiliki 800 tempat perkemahan, lapangan golf sembilan lubang, salon rambut dan bioskop”.

“Evolusi RV telah mengikuti hampir semua teknologi,” kata Woodworth. Ia juga mengatakan bahwa RV selalu nyaman mungkin selama jangka waktu tertentu. Saat RV menjadi lebih canggih, kata Hesselbart, mereka menarik generasi baru penggemar yang tidak terlalu tertarik berkemah dan lebih tertarik pada tujuan, seperti *Disney World* dan Branson, Missouri. Saat ini, tampaknya hanya anggaran yang membatasi kenyamanan RV. Rumah motor modern memiliki oven konveksi, *microwave*, pembuangan sampah, mesin cuci dan pengering, tempat tidur *king-size*, bak mandi dan pancuran air panas dan antena parabola. "RV telah berubah, tapi alasan pemilihan RV tetap konstan sepanjang waktu," kata Woodworth. "Anda bisa berhenti tepat di tempat Anda berada dan berada di rumah."

II.6 Jenis-jenis *Campervan*

Muha (2017) menulis pada halaman *web*-nya, mengatakan bahwa seiring perkembangan zaman, *campers car* atau *recreational van* memiliki jenis-jenis lainnya yang dibedakan dengan fasilitas/fitur yang ditawarkan seperti :

1. *Motorhome*

Motorhome berukuran cukup besar setara dengan *bus long base*. Selain menggunakan kendaraan berbasis *bus*, *motorhome* juga bisa dibuat dari *truck* berukuran besar bahkan dengan penggerak roda lebih dari 4×4. *Motorhome* yang dibangun menggunakan *truck* biasanya adalah *motorhome adventure* yang dapat digunakan bukan hanya di jalanan aspal saja melainkan di tanah perbukitan, gurun, bahkan lumpur.



Gambar 2.5 *Motorhome*
(Kompas.com. Alasan RV dengan Sasis Truk 4 Roda Paling Ideal di Indonesia, 2020)

2. *Campervan*

Campervan hampir mirip dengan *motorhome*, namun *campervan* biasa disematkan untuk mobil berukuran kecil sampai besar tapi masih normal. Mobil yang digunakan bisa mulai dari *city car*, SUV, MPV, dan *big MPV* yang tentunya lebih leluasa untuk menaruh barang-barang,

contohnya seperti Hyundai H1, Alphard, Hiace, dll.



Gambar 2.6 *Campervan* (C.C. Weiss, 2020)

3. *Pick-up Campers*

Camper car dengan memodifikasi bagian ”bak” mobil *pick-up*, dibuat kotak dengan *drawer* penyimpanan yang di atasnya dipasang kasur, lalu pelindung atapnya menggunakan kanopi. Mobil *pick-up* ini hanya bisa memuat dua orang saja didalamnya.



Gambar 2.7 *Pick-up Camper* (Marshall Wendler, 2020)

4. *Big SUV Campers*

Hampir mirip dengan *Campervan*, namun di dalamnya didesain lebih lengkap, dan area *campernya* tidak berada di dalam mobil, melainkan di atap mobil. Dapat memodifikasi atap dengan

dipotong, atau biarkan adanya dengan dipasang *top roof tent* saja. Sayangnya, di Indonesia mobil yang tersedia sangat terbatas, Landcruiser seri 70; tidak dijual di Indonesia, lalu Land Rover Defender; harganya sangat mahal untuk dijadikan *campers car*. Alternatifnya, dapat menggunakan mobil *D-Cab* dengan dimodifikasi mirip seperti SUV *campers*.



Gambar 2.8 *Big SUV Camper* (Indian Auto Team, 2019)

5. *Cabin Campers*

Cabin Campers adalah mobil yang menggunakan *cabin* yang ditarik menggunakan *prime mover car*, *cabin campers* ini sulit untuk digunakan di Indonesia dikarenakan jalanan Indonesia yang masih terbilang kecil dan sering macet.



Gambar 2.9 *Cabin Campers Car*
(Raza Wakil, *RVing Planet*, 2018)

Dari kelima jenis *campers car* di atas, dapat disimpulkan bahwa semua kendaraan dapat dikonversikan menjadi *campervan/campers car* dengan spesifikasi yang disesuaikan dengan keinginan pengguna. (Just Muha, 2017).

II.6 Segmentasi Pasar *Motorhome* / *Campervan*

Di Amerika pasar *motorhome* bernilai hingga USD 9,35 miliar pada tahun 2020. Pasar diperkirakan akan mencapai USD 12,26 miliar pada tahun 2026 nanti, dengan *compound annual growth rate (CAGR)* atau tingkat pertumbuhan tahunan gabungan lebih dari 4,5% selama periode perkiraan, 2021-2026.

Wabah COVID-19 dan *lockdown* telah memengaruhi pasar *motorhome* di beberapa negara. Dampak negatif pandemi terlihat dari angka penjualan beberapa bulan pertama tahun 2020 di pasar utama. Namun, mulai Juni dan seterusnya, pasar *motorhome* mulai

mendapatkan momentumnya, karena para pekemah mulai memilih liburan mengendarai motor yang lebih aman, pertumbuhan tersebut diperkirakan akan terus berlanjut di tahun-tahun mendatang.

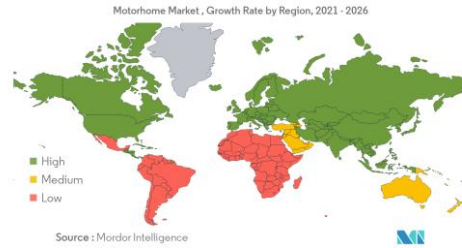
Amerika Utara menguasai pangsa utama lebih dari 50% pasar *motorhome* global pada tahun 2020, karena meningkatnya jumlah rumah tangga yang memiliki *motorhome* (mayoritas dimiliki oleh milenial) dan meningkatnya permintaan untuk persewaan motor di wilayah tersebut.

Amerika Serikat adalah pusat produksi *Recreational Van* di seluruh dunia. Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Asosiasi Industri Kendaraan Rekreasi, kepemilikan *RV* di Amerika Serikat meningkat pesat. Menurut survei produsen *The Recreation Vehicle Industry Association (RVIA)* Desember 2020, jumlah total pengiriman *RV* pada Desember 2020 diperkirakan mencapai 40.382 unit, meningkat 46,8% dari 27.516 unit yang dikirim pada Desember 2019. Di antara *RV*, jumlah total kemping mobil yang dikirim pada Desember 2020 diperkirakan sebanyak 3.878 unit, meningkat 35,3% dibandingkan dengan 2.867 unit yang

dirancang di Amerika Serikat pada Desember 2019.

Motorhome digunakan secara luas di banyak negara, tidak hanya untuk perjalanan liburan tetapi juga untuk *tailgating/social gathering*, bepergian dengan hewan peliharaan, bisnis, dan dijadikan sebagai moda transportasi yang disukai dalam olahraga luar ruangan dan kegiatan rekreasi lainnya. Peningkatan jumlah perkemahan menggambarkan meningkatnya preferensi untuk perjalanan rekreasi dengan *motorhome/campervan*.

Peningkatan tingkat adopsi *motorhome* oleh generasi muda, munculnya *motorhome* dengan peningkatan teknologi, dan ekonomi yang sehat diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan pasar selama periode perkiraan. Selain itu, penjual memberikan penawaran dan keuntungan yang menguntungkan tidak hanya pada model *motorhome* baru tetapi juga pada unit bekas, bersama dengan fasilitas pembiayaan yang mudah untuk peminjam yang memenuhi syarat.



Gambar 2.18 *Motorhome Market* (Sumber : Mordor Intelligence)

III. PENGOLAHAN DATA

III.1 Curug Cipamingkis

Campervan dapat difungsikan sebagai transportasi sekaligus akomodasi yang bisa membantu kegiatan jelajah wisata alam, contoh lokasi yang cocok untuk menjadi destinasi wisata bagi kendaraan kemping ini adalah Curug Cipamingkis.

Curug Cipamingkis adalah sebuah destinasi wisata di daerah Bogor, Jawa Barat, yang memiliki fasilitas memadai yang lengkap, sehingga para pengunjung dapat menikmati suasana dengan nyaman. Kelebihan dari Curug Cipamingkis adalah dari pengelolanya. Jika biasanya sebuah wisata curug/air terjun dikelola oleh warga sekitar maupun organisasi tertentu, Cipamingkis sudah dikelola oleh Perum Perhutani, maka tak heran bila segala layanan di dalamnya begitu memuaskan.



Gambar 3.1 Curug Cipamingkis
(Dokumentasi Pribadi)

Lokasi Curug Cipamingkis berada di Desa Wargajaya, Kecamatan Sukamakmur, Bogor, Jawa Barat. Jarak dari pusat Kota Bogor kurang lebih 44 kilometer. Membutuhkan waktu dengan perkiraan 1,5 jam sampai 2 jam untuk sampai ke titik lokasi. Sebagai obyek wisata yang memiliki wahana sangat lengkap, tempat ini memiliki daya tarik yang mengagumkan yang menjadi incaran para pecinta jelajah wisata alam.

III.2 Fasilitas Umum di Curug Cipamingkis

Curug Cipamingkis memiliki fasilitas umum yang lengkap sehingga wisatawan dapat merasa puas bila berkunjung pada wisata ini, fasilitas tersebut berupa :

1. Air Terjun Cipamingkis

Daya tarik paling utama yakni adalah air terjunnya. Curug Cipamingkis berasal dari kata *Curug* dan *Cipamingkis*. *Curug* merupakan bahasa Sunda yang

berarti air terjun. Sedangkan *Cipamingkis* diambil dari kata 'pamungkas' yang artinya terakhir. *Curug* ini berasal dari pertemuan 2 buah sungai yang mengalir Bogor, yaitu Sungai Cipamingkis dan Sungai Cisarua. Nama air terjun tersebut diambil dari salah satu nama sungai tersebut.

Air terjun Cipamingkis sendiri memiliki tebing yang tidak terlalu tinggi. Sekitar 10 – 15 meter saja. Para pengunjung pun masih aman untuk merasakan pancuran air terjun maupun bermain air di sekitarnya. Debit air juga lumayan deras, sehingga ketika musim kemarau pun masih mengalir, sedangkan bila musim hujan, air kemungkinan menjadi sedikit keruh.

2. Lahan Parkir

Tersedianya lahan parkir yang sangat luas untuk mobil sehingga pengunjung curug cipamingkis dapat melakukan piknik dan melakukan kegiatan barbeku dekat dari mobil.



Gambar 3.2 Lahan Parkir
(Dokumentasi Pribadi)

3. Wahana *Spot* Foto

Daya tarik selanjutnya adalah didirikannya berbagai wahana *spot* foto mengagumkan. Pembangunan wahana-wahana ini berhasil menarik perhatian para pengunjung. Terutama bagi mereka yang memiliki hobi *hunting* foto.

Beberapa *spot* tersebut adalah Gardu Pandang, Foto Bintang, Jembatan Cinta, Perahu Asmara, *Stone Garden*, Taman Barathayuda dan Rumah Pohon.



Gambar 3.3 Spot Foto
(Dokumentasi Pribadi)

4. Akomodasi

Curug Cipamingkis memiliki berbagai macam akomodasi yang menarik juga, dikutip dari situs web curugcipamingkis.com fasilitas

akomodasi tersebut berupa bermacam-macam Villa yaitu Villa djawa aula yang dapat menampung 30 orang, Villa djawa bambu yang dapat menampung 10 hingga 15 orang, Villa djawa kamar yang dapat menampung 5 orang, Villa segitiga warna warni dapat menampung 13 orang, dan akomodasi terbaru yaitu tenda Indian dengan kapasitas 3 orang.



Gambar 3.4 Penginapan
(Dokumentasi Pribadi)

5. *Camping Ground*

Fasilitas yang tak kalah mengagumkan di Curug Cipamingkis ini adalah tersedianya *camping ground*. Meskipun sudah banyak penginapan yang dibangun di sekitar Curug, akan tetapi pengalaman berkemah akan menjadi hal yang menyenangkan bila dicoba, berkemah di area *camp ground* inilah yang banyak diminati anak muda yang ingin merasakan tidur beralaskan

rumput dengan suasana hutan disekitarnya.



Gambar 3.5 Area Camp Ground (Dokumentasi Pribadi)

6. Pemandian Umum

Selain dapat berendam dibawah air terjun, Curug Cipamingkis juga menyediakan pemandian umum sebagai fasilitas penunjang yang banyak diminati pengunjung, kolam renang ini terdiri dari kolam renang untuk dewasa dan untuk anak-anak.



Gambar 3.6 Kolam Renang (Dokumentasi Pribadi)

7. Warung Makan

Untuk memenuhi kebutuhan makan pengunjung, Curug Cipamingkis menyediakan tempat atau area peristirahatan yaitu warung makan yang menyediakan berbagai macam jajanan serta masakan.



Gambar 3.7 area warung makan (Dokumentasi Pribadi)

8. Fasilitas lain

Tersedianya musholla yang bersih dan nyaman untuk kebutuhan beribadah bagi umat muslim, selain itu Curug Cipamingkis juga menyediakan 3 toilet di berbeda tempat yaitu dekat dengan lahan parkir dan kolam renang, didekat penginapan, serta satu didekat air terjun.



Gambar 3.8 Musholla (Dokumentasi Pribadi)

III.3 Karakteristik Wisatawan Curug Cipamingkis

Karakteristik wisatawan didapatkan dengan mendatangi lokasi wisata Curug Cipamingkis dan mengamati wisatawan yang datang ke Curug Cipamingkis dan telah didapatkan data lapangan sebagai berikut :

- **Aktivitas Wisatawan di Curug Cipamingkis**

1. Piknik/barbeku

Biasanya wisatawan pada Curug Cipamingkis yang datang menggunakan mobil melakukan piknik disekitar mobil di lahan parkir Curug.

2. Berenang

Curug Cipamingkis menyediakan dua kolam renang, diantaranya adalah kolam renang untuk anak kecil dan kolam renang untuk

dewasa, wisatawan dapat melakukan kegiatan renang di tempat sejuk ini.

3. Menginap

Penginapan yang disediakan oleh Curug pun beragam dari mulai villa hingga tenda kemping, tak sedikit juga wisatawan yang menginap didalam mobil yang mereka kendarai untuk menghemat uang pengeluaran ataupun wisatawan yang tidak menyewa di jauh

III.4 Spesifikasi Kendaraan

Tabel 3.1 Matriks Perbandingan Kendaraan (Google, 2021)

	Hyundai H1	ELF NLR 5 BLX	Mercedez Sprinter	Hiace Premio
Panjang	5.125 (mm)	6.170 (mm)	5.910 (mm)	5.915 (mm)
Lebar	1.920 (mm)	1.835 (mm)	1.993 (mm)	1.950 (mm)
Tinggi	1.925 (mm)	2.170 (mm)	2.790 (mm)	2.280 (mm)
Gross Vehicle Weight (GVW)	2.260 (kg)	5.100 (kg)	3.000 (kg)	3.300 (kg)

Berdasarkan data diatas terpilihlah kendaraan yang cocok dijadikan campervan adalah Hiace Premio, karena ukurannya yang tidak terlalu besar dan seri nya yang baru akan memberikan kenyamanan lebih jika dijadikan campervan, tak hanya itu mesin pada Hiace Premio juga

unggul dibandingkan dengan kendaraan lain, seperti yang dijelaskan pada gambar berikut.

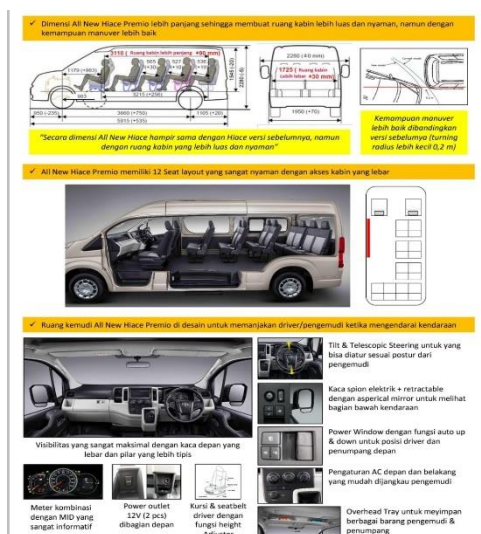
3. PERFORMA MESIN YANG POWERFUL

All New Hiace kini menggunakan mesin baru 1GD-FTV dengan power dan torsi maksimum yang lebih besar dibanding generasi sebelumnya

ITEMS	NEW	CURRENT
Engine Type	1GD-FTV (Diesel)	2KD-FTV (Diesel)
No. & arrg. of cyl.	4 Cylinder, in-line type	4 Cylinder, in-line type
Valve Mechanism	16-Valve, DOHC	16-Valve, DOHC
Displacement (cc)	2775	2494
Max. Output (hp/rpm)	156.4 / 3600	102 / 3600
Max. Torque (kgm/rpm)	42.8 / 1600-2200	26.5 / 1600-2400
Transmission	Manual 6-Speed	Manual 5-Speed

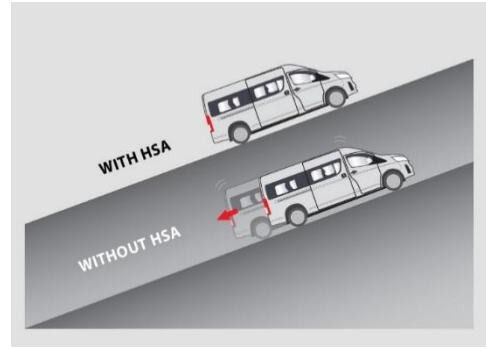
Gambar 3.9 Mesin Hiace Premio (Google, 2021)

Selain mesin, Hiace Premio juga memiliki fitur canggih yang membuat pengguna Hiace akan merasakan kenyamanan yang maksimal, seperti *tilt & telescopic steering*, kaca spion elektrik, *power window*, kursi dan *seatbelt driver* dilengkapi dengan *adjustable height*.



Gambar 3.10 Fitur pada Hiace Premio (Google, 2021)

Hiace Premio juga dilengkapi dengan HSA atau *Hill-Start Assist* yang berfungsi untuk menahan kendaraan tidak mundur saat transisi dari berhenti ke berjalan pada saat berjalan menanjak, fitur ini sangat dibutuhkan untuk campervan yang akan digunakan untuk mendaki bukit.



Gambar 3.11 sistem HSA (Toyota.astra.co.id, 2021)

Alasan lain pemilihan Hiace Premio sebagai basis kendaraan pada mobil kemping ini, dikarenakan bobot kendaraannya yang tidak terlalu berat yaitu pada *Gross Vehicle Weight (GVW)* 3.300 kg, kendaraan dengan berat total dibawah 3.500kg ini akan menggunakan Surat Izin Mengemudi (SIM) A yang mana akan memudahkan wisatawan yang ingin menyewa kendaraan tersebut.

III.5 Surat Izin Mengemudi

Setiap pengemudi kendaraan bermotor wajib memiliki SIM, peraturan ini tercantum pada Pasal 18 (1) UU No. 14 Th 1992 tentang Lalu-lintas dan Angkutan Jalan, bahwa setiap pengemudi kendaraan bermotor diwilayah wajib memiliki Surat Izin Mengemudi (SIM). Sesuai dengan pasal 211 (2) PP 44 / 93, SIM digolongkan menjadi beberapa golongan, yaitu :

- a. Golongan SIM A

- SIM A atau surat izin yang biasa dilihat dan dimiliki ini adalah surat izin untuk kendaraan bermotor dengan roda 4 dan berat yang diperbolehkan tidak lebih dari 3.500 Kg.
 - SIM A Khusus adalah SIM untuk kendaraan bermotor roda 3 dengan karoseri mobil (Kajen VI) yang digunakan untuk angkutan orang / barang (bukan sepeda motor dengan kereta samping)
- b. Golongan SIM B
- SIM B1 adalah surat izin yang ditujukan untuk kendaraan bermotor dengan berat total melebihi 3.500kg seperti mobil bus perseorangan. Bisa juga diberikan untuk pengendara mobil angkutan barang perseorangan.
 - SIM B2 adalah SIM untuk kendaraan bermotor yang menggunakan kereta tempelan dengan berat total melebihi 3.500kg
- c. Golongan SIM C, berdasarkan perpol nomor 5 tahun 2021,
- SIM C kini dibagi menjadi 3 golongan, yakni :
- SIM C adalah SIM untuk kendaraan bermotor roda 2 yang dirancang dengan kecepatan lebih dari 40 Km / Jam, dan memiliki volume ruang silinder dibawah 250 cc
 - SIM C1 merupakan SIM yang diperuntukkan untuk pengemudi motor dengan volume ruang silinder diatas 250 cc hingga 500 cc.
 - SIM C2 merupakan SIM C yang diperuntukkan untuk pengemudi motor yang memiliki volume ruang silinder pada motornya di atas 500 cc.
- d. Golongan SIM D, SIM yang khusus diberikan kepada pengemudi yang menyandang disabilitas/berkebutuhan khusus.

III.6 Analisa Data

Setelah melihat dan mengkaji data literatur, data observasi lapangan dan hasil wawancara seperti diatas, dapat dianalisa bahwa *campervan*, khususnya di Indonesia sudah perlahan mulai dikenal oleh banyak

kalangan akan kegunaan dan manfaat penggunaan *campervan* di Indonesia, serta penggunaannya sebagai moda transportasi wisata sekaligus akomodasi bagi wisatawan. Lokasi penelitian pun dirasa cocok untuk ditematkannya mobil berkemah / *Campervan* ini karena masih mengusung wisata jelajah keindahan alam di Indonesia.

IV. KONSEP DESAIN

IV.1 Term of References (TOR)

Dibutuhkan acuan-acuan perancangan agar terciptanya suatu inovasi desain yang sesuai untuk menjawab permasalahan pada penelitian ini, beberapa acuan perancangan yang harus diperhatikan adalah :

- **Kebutuhan Desain**

Pada inovasi desain *campervan*, perlu adanya kebutuhan desain yang harus dipenuhi agar inovasi desain dapat memiliki kelebihan, yang menjadi kebutuhan pada inovasi desain adalah :

1. Membutuhkan interior dengan kesesuaian antropometri dan ergonomi yang berlaku demi kenyamanan wisatawan.

2. Membutuhkan tempat penyimpanan dengan kapasitas cukup besar untuk barang-barang pribadi.

3. Membutuhkan *drawer* penyimpanan alat dapur agar tidak terdengar suara berisik saat mobil berjalan.

4. Membutuhkan sistem perawatan yang mudah dilakukan.

5. Membutuhkan tempat tidur yang cukup untuk satu keluarga (2 orang dewasa dan anak umur 10 tahun).

6. Memiliki dapur ringkas dengan kelengkapannya.

7. Kebutuhan daya listrik yang memadai untuk *campervan*.

8. Memiliki pendingin udara tambahan.

- **Pertimbangan Desain**

Pada inovasi desain *campervan*, diperlukannya pertimbangan desain yang diperhatikan sebelum dikaji secara menyeluruh, yang menjadi pertimbangan yang perlu diperhatikan pada perancangan adalah :

1. Ukuran yang menyesuaikan antropometri masyarakat Indonesia.
2. Desain yang minimalis serta mengangkat sisi mewah.
3. Kekuatan material yang digunakan dengan ketahanannya terhadap cuaca dan iklim di Indonesia.
4. Luas serta dimensi *campervan*.
5. Kebiasaan dan perilaku masyarakat Indonesia terhadap desain.

- **Batasan Desain**

Perancangan desain perlu memiliki batasan desain agar dapat terfokus kepada permasalahannya dan tidak melebar membahas hal lainnya, yang menjadi batasan desainnya adalah :

1. Pengguna *campervan* adalah wisatawan lokal maupun asing.
2. Pengguna dari *campervan* satu keluarga kecil terdiri dari ayah, ibu, dan anak umur 10 tahun.
3. Ketinggian kendaraan yang akan didesain.

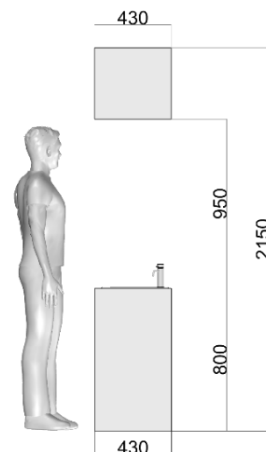
4. *Layout* penempatan furnitur pada *campervan*.
5. Material yang kuat terhadap segala jenis cuaca.

IV.2 Aspek Kebutuhan dalam Desain

Acuan lainnya pada rancangan produk *campervan*, yaitu memperhatikan serta mengkaji beberapa aspek desain, seperti :

- **Aspek Ergonomi**

Aspek ergonomi menjadi suatu penentu agar produk ini dapat diminati penggunaannya oleh wisatawan, pada aspek ini antropometri tubuh diteliti untuk diterapkan pada furnitur yang ada pada perancangan *campervan*, produk terhadap user dilakukan dengan menentukan posisi user di dalam *campervan*.



Gambar 4.1 Ergonomi Furnitur (Data Pribadi, 2021)

- **Aspek Kultur, Budaya**

Wisata dengan menggunakan kendaraan kemping seperti campervan adalah budaya baru yang diambil Indonesia dari negara-negara luar seperti Selandia baru, Amerika, dan Jepang, banyak ditemukan perbedaan budaya antara campervan luar dengan campervan Indonesia seperti pada toilet, di luar Indonesia campervan dilengkapi dengan toilet untuk buang air karena mereka hanya menggunakan *tissue* untuk bilas, sulit untuk menerapkan toilet di Indonesia karena toilet bagi masyarakat Indonesia membutuhkan *shower bidet* untuk bilas. Namun, budaya wisata menggunakan campervan ini masih cocok untuk diterapkan di Indonesia karena kita memiliki budaya mudik sebagai gerakan awal berkembangnya campervan di Indonesia.

- **Aspek Ekonomi**

Aspek ini menjadi tolak ukur rancangan desain dapat diterima oleh user atau pengguna, secara aspek ekonomi, bila rancangan campervan ini dimiliki

oleh individual terbilang cukup mahal namun kendaraan kemping ini nantinya akan disewakan sebagai penunjang moda transportasi sekaligus akomodasi wisatawan yang akan meningkatkan perekonomian Indonesia pada sektor pariwisata, dimana sedang maraknya pembuatan maupun penyewaan campervan saat pandemi.

IV.3 Acuan Perancangan

- *Moodboard*



Gambar 4.2 *Moodboard* (Data Pribadi, 2021)

Moodboard yang dibuat bertujuan sebagai acuan arah dalam menentukan bentuk rancangan yang akan dibuat, agar rancangan masih mengikuti bentuk yang dihasilkan oleh moodboard. Disimpulkan terhadap gambar moodboard diatas adalah produk yang simpel namun memperlihatkan kesan modernnya suatu produk dengan memiliki radius atau lekuk yang berguna juga untuk kenyamanan penggunaannya,

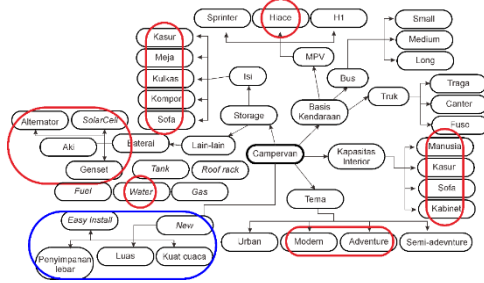
komposisi warna yang dihasilkan antara putih, abu, dan hitam.

- **Color Chart**



Gambar 4.3 Color Chart (Data Pribadi, 2021)

- **Mind Mapping**



Gambar 4.4 Mindmapping (Data Pribadi, 2021)

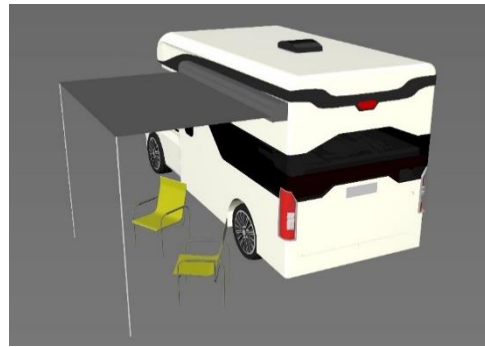
IV.5 3D Image

- **3D Modelling**

Desain terpilih kemudian dibuat bentuk 3 dimensi digital menggunakan software Rhinoceros dan Keyshot untuk memperlihatkan kesesuaian ukuran dan juga bentuk pada hiace campervan.

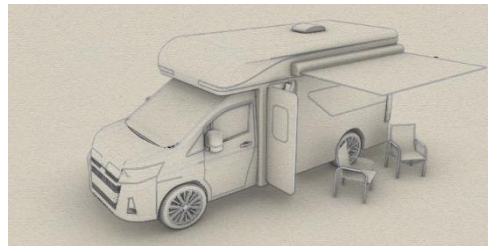


Gambar 4.9 3d Modelling Perspektif Depan (Data Pribadi, 2021)

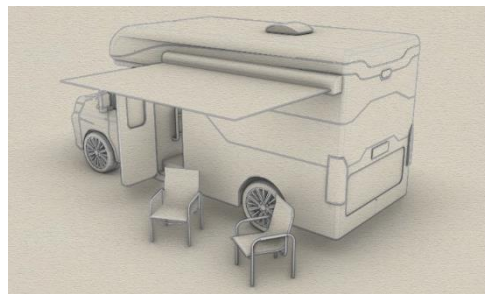


Gambar 4.10 3d Modelling Perspektif Belakang (Data Pribadi, 2021)

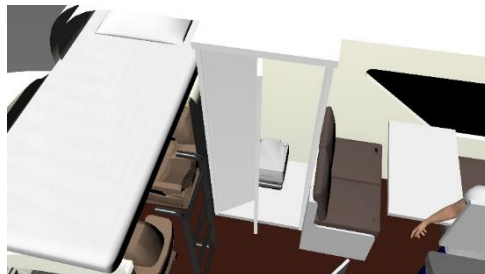
- **Final Rendering**



Gambar 4.11 Final Rendering Tampak Depan (Data Pribadi, 2021)



Gambar 4.12 Final Rendering Tampak Belakang (Data Pribadi, 2021)



Gambar 4.13 Final Rendering Toilet (Data Pribadi, 2021)



Gambar 4.14 Final Rendering Sofa (Data Pribadi, 2021)



Gambar 4.15 Final Rendering Dapur (Data Pribadi, 2021)

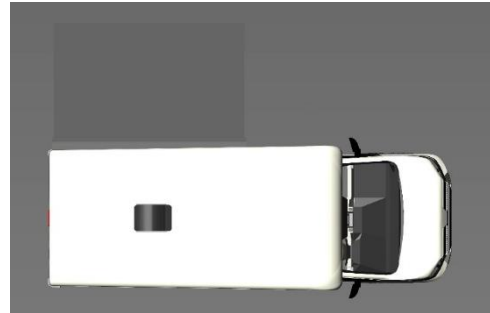
- **Gambar Tampak Warna**



Gambar 4.16 Tampak Depan (Data Pribadi, 2021)



Gambar 4.17 Tampak Belakang (Data Pribadi, 2021)



Gambar 4.18 Tampak Atas (Data Pribadi, 2021)



Gambar 4.19 Tampak Samping (Data Pribadi, 2021)

- **Ghost View**



Gambar 4.20 Ghost View (Data Pribadi, 2021)

- **Gambar Potong**



Gambar 4.21 Gambar Potong (Data Pribadi, 2021)

IV.6 Skema Operasional Produk



Gambar 4.22 Skema Operasional 1 (Data Pribadi, 2021)

Meja pada ruang tengah dapat dijadikan tempat tidur saat kendaraan sedang berhenti. Tempat tidur tersebut dapat memuat 2 orang dengan badan yang tidak terlalu besar



Gambar 4.23 Skema Operasional 2 (Data Pribadi, 2021)

Meja tersebut dapat diatur tinggi naiknya untuk diubah menjadi kasur, dengan menekan tombol pada besi tersebut meja akan dengan mudahnya diturunkan.



Gambar 4.24 Skema Operasional 3 (Data Pribadi, 2021)

Cushion pada atas tempat penyimpanan daya listrik

dipindahkan keatas meja untuk menjadi bantalan untuk tidur,



Gambar 4.25 Skema Operasional 4 (Data Pribadi, 2021)

Setelah sofa dijadikan tempat tidur, user dari campervan ini dapat tidru diatasnya, tempat tidur di dalamnya kini menjadi 3 kasur.

V. SIMPULAN DAN SARAN

V.1 Kesimpulan

Pada penelitian Tugas Akhir mengenai “Perancangan Campervan Sebagai Solusi Keterbatasan Akomodasi Pada Kegiatan Wisata Jelajah Keindahan Alam Di Indonesia”, didapatkan kesimpulan bahwa wisatawan jelajah alam di Indonesia membutuhkan akomodasi yang layak untuk menginap di daerah wisata tepatnya di Jawa Barat, dengan adanya Hiace Campervan ini yang dapat dijadikan sebagai moda transportasi sekaligus akomodasi, perkembangan teknologi yang akan digunakan pada campervan ini juga akan membantu mobilitas pengguna dalam beraktifitas di tempat wisata

alam. Hiace Campervan ini juga sebagai potensial demand bagi wisatawan mancanegara dan dapat mengembalikan ekonomi pada sektor Pariwisata. Laporan ini belum terlalu maksimal dalam mencari data literatur dan data lapangan dikarenakan pandemi COVID-19 dan diharuskan untuk PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat di Indonesia)

V.2 Saran

Saran untuk perkembangan dari laporan ini semoga penelitian berikutnya dapat menemukan dan menerapkan teknologi baru seiring berkembangnya teknologi yang ada, semoga dengan adanya laporan ini rancangan serta produknya dapat diterima oleh masyarakat luas dan diterapkan sebagai moda transportasi wisata.

DAFTAR PUSTAKA

A, Hari Kayono. 1997.

Kepariwisata. Jakarta :

Grasindo. 18 Februari 2021

Batam Tourism Polytechnic. 2020.

CHSE: Protokol Kesehatan

untuk Pariwisata dan

Ekonomi Kreatif.

<https://btp.ac.id/protokol->

[kesehatan-chse/](#). 18 Februari 2021

Chuba, Y. G. 2012. Marketing Of Accommodation Services. Finland: Central Ostrobothnia University.

Cooper, S. W. 1997. Tourism Development: Enviromental and Community Issues. Chichester: John Wiley and Sons L.td.

Cross, R. 2016. Definitions and Frameworks. New Zealand: Minisrty of Transport

Eniko. 2017. 7 reasons we chose a campervan over a hotel room. <https://www.travelhackergirl.com/7-reasons-we-chose-a-campervan-over-a-hotel-room/>. 06 April 2021.

Inskeep, Edward.1991. Tourism Planning And Suistainable Development Approach. Van Nostrand Reinblod, New York.

Kompas.com. 2021. Wisata dengan protokol kesehatan diperbolehkan. <https://megapolitan.kompas.com/read/2021/04/19/2108088>

- 1/sandiaga-uno-mudik-
enggak-boleh-wisata-
diperbolehkan-dengan-
protokol
- Morrison, Jim. 2010.
Commemorating 100 Years
of the RV.
<https://www.smithsonianmag.com/history/commemorating-100-years-of-the-rv-56915006/>. 18 Februari 2021.
- Mordor Intelligence. 2021.
Motohome Market.
<https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/motorhome-market>
- Muha. 2017. Macam-macam Mobil
Camping/ Campers/
Campervan.
<https://justmuha.com/macam-macam-mobil-camping-campers-campervan/>. 18
Februari 2021.
- Out and About Live. 26 November
2018. Types of campervan
and motorhome layouts
<https://www.outandaboutlive.co.uk/>. 18 Februari 2021
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y.
Business Model Generation.
2010.
- Santabarbara, Sebastian. Tanpa
Tanggal. The History Of The
Camper Van – How Did
Vanlife Start?.
<https://vanclan.co/camper-van/>. 18 Februari 2021
- Setzer Munavizt 2009.
<http://pariwisatadanteknologi.blogspot.com/2010/05/jenis-jenis-akomodasipariwisata.html>. 05
April 2021
- Soekadijo R.G.1995. Anatomi
Pariwisata, Memahami
Pariwisata Sebagai *Systematic
Linkage*, Angkasa, Bandung.
- Sugiama, A. G. 2011. Ecotourism:
Pengembangan Pariwisata
berbasis
konservasi alam. Bandung,
Guardaya
- Intimarta.Sugiyono. (2017).
Metode Penelitian Kualitatif.
Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2004. Perilaku
Konsumen (Teori dan Penerapannya
dalam
Pemasaran). Bogor: Penerbit
Ghalia Indonesia
- TM., Lukas Hendra. 2020.
Campervan: Alternatif
Liburan di Era New Normal.

- <https://traveling.bisnis.com/read/20201122/224/1320839/campervan-alternatif-liburan-di-era-new-normal>. 18 Februari 2021
- Undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Wahab, Salah. 2003. Manajemen Pariwisata. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Wahyudi, Isa. 2021. Pengembangan Sarana Dan Prasarana Daya Tarik Wisata.
<https://cvinspireconsulting.com/pengembangan-sarana-dan-prasarana-daya-tarik-wisata/>
- Warners Group Publications. 2018. Tipe Layout Campervan dan Motorhome.
<https://www.outandaboutlive.co.uk/motorhomes/articles/practical-advice/types-of-campervan-and-motorhome-layouts>. 04 April 2021.
- wearesocial.com. 16 Februari 2017. DIGITAL IN SOUTHEAST ASIA IN 2017. diambil dari wearesocial.com:
<https://wearesocial.com/special-reports/digital-southeast-asia-2017>
- Website Resmi Kepolisian Republik Indonesia. Surat Ijin Mengemudi. Diambil dari <https://www.polri.go.id/layanan-sim>, 12 Agustus 2021.
- Wilderness Motorhome Rental. 2012.
<https://www.wilderness.co.nz/blog/why-a-campervan-rental-is-better-than-a-hotel>. 04 April 2021.
- Yoeti, Oka A.1985. Pengantar Ilmu Pariwisata. Angkasa, Bandung.
- Yuniartha, Lidya. 2020. Kemenparekraf siapkan protokol CHSE di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.
<https://nasional.kontan.co.id/news/kemenparekraf-siapkan-protokol-chse-di-bidang-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif?page=1>. 18 Februari 2021.