

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Pariwisata merupakan sebuah kegiatan yang melibatkan perjalanan dan kunjungan seseorang ke lokasi atau destinasi di luar habitatnya dengan tujuan untuk melakukan aktivitas rekreasi, yang dipengaruhi oleh faktor sosial budaya, dan memiliki dampak ekonomi dan sosial yang signifikan pada destinasi dan komunitas lokal (Sharpley, 2018).

TABEL 1

Data Jumlah Perjalanan Wisata Nusantara Periode 2019-2023

Tahun	Jumlah Wisatawan
2019	303.403.888
2020	722.158.733
2021	524.571.392
2022	734.864.693
2023	626.085.359*

*Data per September 2023

Sumber : Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik, perkembangan pariwisata Indonesia selama periode 2019-2023 sangatlah baik, meskipun mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar 27,4% akibat pandemi COVID-19. Pada tahun 2020, jumlah wisatawan Nusantara mencapai angka 700 juta, menunjukkan peningkatan sebesar 40,09% dibandingkan dengan dua periode sebelumnya. Pencapaian ini menunjukkan potensi besar sektor pariwisata sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Potensi pariwisata di Indonesia juga tercermin dalam kontribusinya dalam perekonomian negara. Pada tahun 2018, sektor pariwisata berhasil menghasilkan pendapatan sebesar 17 miliar dolar AS kepada devisa negara (Reza, 2020). Selain itu, dalam Laporan "*Tourism Trend and Policies 2022*" mengungkapkan bahwa pada tahun 2019, sektor pariwisata menyumbang sekitar 5% dari Pendapatan Domestik Bruto negara (Organization for Economic Co-operation and Development, 2022). Terakhir, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia juga mengungkapkan bahwa sektor pariwisata menduduki peringkat keempat dalam hal penerimaan devisa nasional (Nurlestari, 2016).

Suwena & Widyatmaja mendefinisikan usaha pariwisata sebagai hasil gabungan elemen-elemen seperti objek wisata, atraksi, layanan transportasi, akomodasi, dan hiburan, dengan tujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang menarik bagi para pengunjung (Kartiko, 2020). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, komponen-komponen dalam usaha pariwisata meliputi daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran, jasa informasi wisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta dan spa.

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang mempunyai keunikan, keindahan, dan nilai yang berasal dari berbagai aspek seperti

keanekaragaman alam, kekayaan budaya, dan karya manusia (Wahyuni, 2020). Keberadaan daya tarik wisata menjadi faktor utama dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung.

Daya tarik wisata sendiri dapat dikategorikan dalam tiga aspek utama, yaitu daya tarik alam, budaya, dan buatan (Permadi *et al.*, 2021). Daya tarik alam berkaitan dengan keindahan alam seperti pegunungan, sungai, pantai, dan taman nasional. Sementara itu, daya tarik budaya berkaitan dengan unsur kebudayaan seperti museum atau festival budaya. Terakhir, daya tarik buatan berkaitan dengan atraksi yang diciptakan oleh manusia, seperti taman hiburan, taman bertema, dan wahana air.

Escape room merupakan sebuah permainan petualangan fisik yang dimainkan oleh sekelompok orang, di mana para pemain diharuskan untuk "melarikan diri" dari ruangan dengan mengerjakan berbagai teka-teki dalam batas waktu tertentu (Nicholson, 2018) dan untuk memenangkan permainan ini, para pemain harus menyelesaikan teka-teki yang ada di dalam ruangan tersebut (Wiemker *et al.*, 2015).

Escape room bukan hanya sebuah permainan hiburan, tetapi juga dapat menciptakan lingkungan pembelajaran kreatif. *Escape room* dapat dimanfaatkan oleh individu dari berbagai latar belakang untuk melatih dan mengembangkan keterampilan mereka (Harper, 2023). Pengalaman *escape room* juga dapat merangsang pengembangan kemampuan berpikir kritis dan kreatif (Wiemker *et al.*, 2015), meningkatkan kemampuan komunikasi,

problem solving, serta memberikan dorongan pada tingkat kepercayaan diri individu (Bento & Lencastre, 2019).

Potensi pertumbuhan pasar *escape room* di Indonesia diperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun mendatang, mengikuti tren *global* dari *escape room*. Menurut laporan dari “*Allies Market Research*”, pasar *global escape room* menghasilkan sekitar 7.9 miliar *dollar AS* pada tahun 2022, dengan wilayah Asia-Pasifik menyumbang hampir tiga per lima dari total pendapatan. Proyeksi ini menunjukkan bahwa pada tahun 2023, pendapatan *global escape room* diperkirakan akan mencapai sekitar 31 miliar *dollar AS*, dengan tingkat pertumbuhan rata-rata sebesar 14,8% (Chakraborty *et al.*, 2023).

TABEL 2
Wahana Escape Room di Jabodetabek

Nama Wahana	Lokasi	Tema	Status
<i>The Escape Hunt Experience</i>	Kemang, Jakarta Selatan	<i>Adventure, Detective</i>	<i>Tutup</i>
<i>Pandora Experience</i>	Jakarta, Tangerang, Surabaya, Bali	<i>Adventure, Crime, Mystery, Horror, Thriller, Fiction</i>	<i>Buka</i>
<i>Totem Room Escape</i>	PIK, Jakarta Utara	<i>Action, Mystery, Horror</i>	<i>Buka</i>
<i>Xcape Indonesia</i>	Puri, Jakarta Barat	<i>Hollywood, Detective</i>	<i>Tutup</i>
<i>Time Machine Escape Game</i>	PIK, Jakarta Utara	<i>Film Inspired</i>	<i>Buka</i>

Sumber : Hasil Olahan Data (2023)

Di Jakarta, meskipun terdapat banyak wahana *escape room* dengan tema yang beragam seperti yang tertera dalam tabel dua, beberapa dari mereka kesulitan untuk bertahan dalam jangka panjang. Hal ini terjadi

karena sifat non-konsumtif dari permainan *escape room* sendiri, yang tidak bisa dimainkan secara rutin seperti produk konsumtif lainnya (Sinatra & Sanjaya, 2019). Oleh karena itu, diperlukannya inovasi secara berkala dalam permainan dan konsep cerita untuk memberikan daya tarik bagi pengunjung.

Dengan memahami tantangan sifat non-konsumtif dari permainan *escape room*, Thrill Seeker Escape Room mempersembahkan solusi dengan menghadirkan konsep baru yang memanfaatkan keunikan setiap sesi permainan. Didalamnya, terdapat lima cerita dengan tema dan permainan yang berbeda, yang dapat dimainkan lebih dari sekali dengan pengalaman yang baru setiap kali memainkannya. Selain itu, tema, alur, serta teka-teki akan diubah secara berkala agar dapat selalu memberikan pengalaman bermain yang unik dan menyenangkan bagi para pengunjung Thrill Seeker Escape Room.

Thrill Seeker Escape Room sendiri akan dibangun di Pantai Indah Kapuk 2, tepatnya di Jalan *Wallstreet* 6 No. 63-65, Kabupaten Tangerang, Banten. Lokasi ini dipilih karena kawasannya yang mengalami pertumbuhan pesat, dilengkapi dengan berbagai fasilitas dan infrastruktur yang menarik perhatian penduduk setempat dan wisatawan. Keberadaan perumahan, apartemen, dan fasilitas lainnya di sekitarnya membuat Pantai Indah Kapuk 2 menjadi destinasi hiburan yang ideal untuk keluarga.

Selain itu, Pantai Indah Kapuk 2 juga dikenal sebagai area dengan populasi anak muda yang cukup besar, menciptakan peluang besar bagi Thrill Seeker Escape Room sebagai opsi hiburan yang menarik untuk kelompok teman yang ingin mencari pengalaman berbeda. Lokasinya yang mudah dijangkau melalui jalan utama dan jalan tol juga memberikan keuntungan dalam aksesibilitas, memungkinkan pengunjung dari berbagai daerah sekitarnya dapat dengan mudah mendatangi Thrill Seeker Escape Room.

Sasaran utama dari Thrill Seeker Escape Room sendiri adalah individu dengan rentang usia delapan hingga 45 tahun, mulai dari anak-anak hingga dewasa akhir, yang membawa teman-teman ataupun keluarga mereka, yang menikmati permainan yang merangsang otak.

B. Tujuan Studi Kelayakan

Studi kelayakan bisnis *escape room* ini dirancang dengan dua tujuan, yaitu tujuan utama (*major objective*) dan sub tujuan (*minor objective*), yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan Utama (*Major Objective*)

a. Aspek Pemasaran

Melakukan analisis kelayakan bisnis untuk usaha *escape room* dengan mengamati permintaan dan penawaran, melakukan segmentasi pasar, menetapkan target dan posisi bisnis, mengevaluasi baur pemasaran (8P), serta

mempertimbangkan aspek-aspek ekonomi, sosial, legal dan politik, lingkungan hidup, dan teknologi.

b. Aspek Operasional

Melakukan analisis kelayakan bisnis untuk usaha *escape room* dengan memeriksa jenis aktivitas dan fasilitas, mengevaluasi hubungan fungsional antara aktivitas dan fasilitas, mempertimbangkan kebutuhan ruang fasilitas, melakukan pemilihan lokasi, dan menilai teknologi yang digunakan.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia

Melakukan analisis kelayakan bisnis untuk usaha *escape room* dengan mengevaluasi organisasi usaha seperti pekerja, pengelola usaha, dan struktur organisasi; serta melakukan penilaian terhadap pengembangan sumber daya manusia seperti rekrutmen, seleksi, dan orientasi, kompensasi, pelatihan dan pengembangan. Selain itu, juga dilakukan analisa terhadap bentuk badan usaha, identitas pelaksana bisnis, legalitas lokal, dan kepatuhan terhadap peraturan perundangan yang berlaku.

d. Aspek Keuangan

Melakukan analisis kelayakan bisnis untuk usaha *escape room* dengan mengevaluasi kebutuhan dan sumber dana, estimasi biaya operasional, proyeksi pendapatan

bisnis, neraca proyeksi, laporan proyeksi rugi laba, serta proyeksi arus kas. Selain itu, dilakukan juga analisis titik impas, penilaian investasi, evaluasi rasio laporan keuangan, dan manajemen risiko.

2. Sub Tujuan (*Minor Objective*)

- a. Membangun atraksi wisata baru yang menarik, dengan konsep unik, dan yang dapat dinikmati oleh semua kalangan
- b. Menciptakan lapangan pekerjaan baru dengan harapan dapat berkontribusi pada peningkatan perekonomian setempat.
- c. Memberikan pengalaman interaktif, memicu kreativitas, memperkuat kerjasama, dan menyajikan hiburan serta rekreasi bagi para pengunjung.

C. Metodologi

Dalam proses perancangan studi kelayakan bisnis, diperlukan data pendukung untuk mengevaluasi potensi bisnis tersebut. Terdapat dua teknik pengumpulan informasi yang diterapkan, yaitu dengan mengumpulkan data secara langsung (data primer) dan menggunakan data yang telah ada sebelumnya (data sekunder).

1. Pengumpulan Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari responden, yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi secara langsung (Sugiyono, 2013). Dalam hal ini, data primer dalam Studi Kelayakan Bisnis Thrill Seeker

Escape Room diperoleh melalui penerapan kuesioner, observasi, dan wawancara.

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat pengumpulan data melalui metode survei, digunakan untuk mengumpulkan pendapat pribadi responden terkait sikap, opini, harapan, dan keinginan responden (Pujihastuti, 2010). Dalam hal ini, Thrill Seeker Escape Room akan menyebarkan kuesioner secara daring, menggunakan *Google Form*, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mengenai potensi pasar bisnis *escape room* dan preferensi yang diinginkan oleh para responden.

b. Observasi

Observasi merupakan kegiatan yang dilakukan dengan sengaja dan penuh kesadaran untuk mengamati objek di sekitar lingkungan, melibatkan penggunaan indera dan fokus pada aktivitas objek, baik yang sedang berlangsung maupun dalam tahap tertentu (Khasanah, 2020). Dalam hal ini, Thrill Seeker Escape Room akan melakukan observasi terhadap kompetitor bisnis guna mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan mereka. Data yang diperoleh dari observasi ini akan dievaluasi dan digunakan untuk pengembangan bisnis sesuai dengan kebutuhan yang ada.

c. Wawancara

Wawancara merupakan bentuk interaksi langsung antara dua atau lebih pihak, di mana satu pihak bertindak sebagai penyelidik yang mengajukan pertanyaan, sementara pihak lainnya berperan sebagai narasumber yang menjawab pertanyaan, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi, mendalami pengetahuan, atau mengevaluasi keterampilan seseorang (Fadhallah, 2021). Dalam hal ini, Thrill Seeker Escape Room akan melakukan wawancara dengan pesaing bisnis, menyamar sebagai pembeli dengan maksud untuk mengumpulkan informasi. Selain itu, Thrill Seeker Escape Room juga akan melakukan wawancara dengan individu yang pernah memainkan *escape room*, dengan tujuan mendapatkan informasi yang akan digunakan dalam pengembangan usaha.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder merupakan hasil dari pengolahan data primer yang disajikan dalam bentuk tabel atau diagram oleh pihak yang mengumpulkan data atau pihak lain (Umar, 2013), yang dimanfaatkan untuk membimbing peneliti pada peristiwa yang relevan dengan tujuan penelitian (Moleong, 2018). Data sekunder dapat diperoleh dari instansi dan sumber terkait, termasuk data yang telah dikumpulkan dalam penelitian sejenis. Dalam hal ini, data sekunder yang digunakan untuk mendukung Studi Kelayakan Bisnis

Thrill Seeker Escape Room diambil dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, penelitian dan referensi lainnya.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pariwisata

a. Atraksi (Attraction)

Atraksi merupakan sebuah daya tarik yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata tertentu. Terdapat tiga kategori atraksi (Permadi *et al.*, 2021), yaitu:

1) Atraksi Alami (*Natural Attraction*)

Atraksi alam adalah sebuah daya tarik yang berasal dari keindahan alam.

2) Atraksi Budaya (*Cultural Attraction*)

Atraksi budaya adalah sebuah daya tarik yang berasal dari aspek budaya suatu daerah.

3) Atraksi Buatan (*Man-made Attraction*)

Atraksi buatan adalah sebuah daya tarik yang dibuat atau diciptakan oleh manusia.

Atraksi juga dapat dibagi menjadi tiga (Kristiana, 2019), yaitu:

1) *Heritage Attractions*

Atraksi *heritage* atau warisan merupakan atraksi yang melibatkan beragam situs dan peristiwa yang dikelola oleh kelompok individu atau komunitas dengan tujuan menghargai kontribusi seseorang atau merayakan pencapaian budaya. Jenis atraksi ini mencakup museum, penemuan arkeologi, keunikan alam, festival, dan galeri seni.

2) *Commercial Attractions*

Atraksi *commercial* atau komersial merupakan atraksi yang direncanakan untuk memuaskan kebutuhan dan hiburan wisatawan saat mereka memiliki waktu luang. Jenis atraksi ini mencakup taman hiburan, kasino, dan pusat perbelanjaan.

3) *Live Entertainment*

Live entertainment merupakan atraksi yang ditawarkan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan khusus mereka saat mencari kegiatan tambahan dalam waktu luang. Jenis atraksi ini mencakup pertunjukan olahraga dan pertunjukan seni.

b. *Amenitas (Amenities)*

Amenitas merupakan segala fasilitas yang dimiliki oleh suatu tempat tujuan atau destinasi wisata yang disediakan untuk kenyamanan wisatawan. Fasilitas ini mencakup akomodasi, restoran, pusat oleh-oleh, dan berbagai fasilitas tambahan lainnya (Utama, 2015).

c. *Aksesibilitas (Accessibility)*

Aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi dalam jangkauan orang dari lokasi sebelumnya terhadap suatu objek, pelayanan, atau lingkungan tertentu. Aksesibilitas tidak hanya mencakup kemudahan jangkauan lokasi, tetapi juga memperhatikan pemenuhan kebutuhan transportasi seperti penyewaan kendaraan dan sistem transportasi dalam destinasi (Kristiana, 2019).

d. *Pelayanan Tambahan (Ancillary Service)*

Ancillary service merupakan pelayanan tambahan yang ditawarkan oleh suatu destinasi wisata yang berisi informasi-informasi untuk mempermudah wisatawan. Layanan-layanan ini mencakup aspek pemasaran, infrastruktur seperti pembangunan jalan dan rel kereta, dan koordinasi berbagai aktivitas pariwisata.

2. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan segala hal yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang begitu kuat sehingga dapat mendorong para wisatawan untuk mengunjungi dan menjelajahi suatu daerah wisata (Nurlestari, 2016). Sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, pengembangan daya tarik wisata di Indonesia mencakup:

a. Daya Tarik Wisata Alam

Daya tarik wisata alam merupakan daya tarik yang mencakup keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam baik di wilayah perairan laut maupun di daratan. Daya tarik ini melibatkan berbagai elemen seperti pesisir pantai, laut, kolam air dan dasar laut, pegunungan dan hutan alam, perairan sungai dan danau, perkebunan, pertanian, dan bentang alam khusus.

b. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik yang mencakup karya hasil olah cipta, rasa, dan karsa manusia.

Daya tarik ini terdiri dari dua kategori, yaitu:

1) Daya tarik wisata budaya yang berwujud (*tangible*)

Daya tarik wisata berwujud mencakup cagar budaya, perkampungan tradisional dan museum.

- 2) Daya tarik wisata budaya yang tidak berwujud (*intangible*)

Daya tarik wisata tidak berwujud mencakup kehidupan adat dan tradisi masyarakat, aktivitas budaya masyarakat yang khas, dan kesenian.

c. Daya Tarik Wisata Hasil Buatan Manusia

Daya tarik wisata buatan merupakan daya tarik yang mencakup kreasi manusia yang didalamnya terdapat kegiatan-kegiatan yang diluar ranah wisata alam dan budaya.

Daya tarik ini meliputi:

- 1) Fasilitas rekreasi dan hiburan

Fasilitas ini berkaitan dengan dorongan untuk bersantai, mencari hiburan, atau mengejar hobi seperti taman bertema atau taman hiburan.

- 2) Fasilitas peristirahatan terpandu

Fasilitas ini merupakan sebuah area peristirahatan yang dirancang dengan elemen pendukung untuk membentuk area yang terstruktur dengan baik seperti kawasan resort.

- 3) Fasilitas rekreasi dan olahraga

Fasilitas ini berkaitan dengan area rekreasi dan kegiatan olahraga seperti kawasan golf, area sirkuit dan tempat olahraga.

3. Rekreasi

Rekreasi merupakan aktivitas yang dilakukan dalam waktu senggang, yang dipicu oleh keinginan untuk menyegarkan tubuh dan pikiran (World Health Organization, 2010). Kegiatan ini dilakukan secara sukarela, tanpa tekanan atau kewajiban, dan bersifat universal (Kardi *et al.*, 2020), dengan tujuan mencapai kesenangan atau kepuasan pribadi (Hurd & Anderson, 2011). Jenis-jenis rekreasi dapat diklasifikasikan sebagai berikut (Suparreda, 2020):

a. Refleksi berdasarkan bentuk wadahnya

1) Rekreasi Tertutup

Rekreasi tertutup merupakan jenis rekreasi yang dilakukan dalam ruangan seperti bermain bowling di pusat bowling, berenang di kolam renang, dll.

2) Rekreasi Terbuka

Rekreasi terbuka merupakan jenis rekreasi yang dilakukan di luar ruangan atau di alam terbuka seperti hiking, bersepeda di alam, berkemah di hutan, dll.

b. Rekreasi berdasarkan jenis kegiatannya

1) Rekreasi Aktif

Rekreasi aktif merupakan jenis rekreasi dimana pengunjung secara aktif berpartisipasi dalam

kegiatan fisik seperti bermain sepak bola, bersepeda, dll.

2) Rekreasi Pasif

Rekreasi pasif merupakan jenis rekreasi dimana pengunjung melakukan kegiatan yang lebih santai dan tidak memerlukan aktivitas fisik yang intens seperti berjemur di pantai, berpiknik, menonton film, dll.

c. Rekreasi berdasarkan karakteristiknya

1) Rekreasi Alam

Rekreasi alam merupakan jenis rekreasi yang dilakukan dengan menikmati keindahan alam dan lingkungan yang terbuka seperti berjalan-jalan di taman, berkemah, melihat matahari terbenam, dll.

2) Rekreasi Buatan

Rekreasi buatan merupakan jenis rekreasi yang dilakukan dengan melibatkan kegiatan yang terjadi didalam lingkungan buatan manusia seperti mengunjungi taman bermain, olahraga di gym, mengunjungi pusat perbelanjaan, dll.

3) Rekreasi Seni Budaya

Rekreasi seni budaya merupakan jenis rekreasi yang dilakukan dengan melibatkan kegiatan mengeksplorasi aspek seni dan budaya seperti mengunjungi museum, galeri seni, menonton pertunjukan musik, dll.

d. Rekreasi berdasarkan bentuknya

1) Rekreasi dalam Ruang

Rekreasi dalam ruang merupakan jenis rekreasi yang dilakukan didalam bangunan atau fasilitas tertutup seperti di pusat perbelanjaan, pusat hiburan, dll.

2) Rekreasi luar Ruang

Rekreasi luar ruangan merupakan jenis rekreasi yang dilakukan di luar ruangan atau fasilitas terbuka seperti di taman, pantai, dll.

4. Escape Room

Konsep *escape room* pertama kali dibuat oleh Takao Kato dengan tujuan untuk menjalani petualangan nyata seperti yang bisa ditemukan dalam cerita atau dongeng (Thoegersen & Thoegersen, 2016). Menurut *The Escape Game Nashville* (2016), untuk dapat keluar dari sebuah *escape room*, para pemain harus mengamati sekelilingnya dengan teliti dan menggunakan kemampuan berpikir

kritis untuk membantu mereka melarikan diri. Meskipun *escape room* memiliki variasi dalam bentuk dan ukuran, umumnya setiap *escape room* memiliki narasi tertentu, teka-teki dan petunjuk, serta batas waktu yang ditentukan.

Escape room merupakan permainan *live action* berbasis tim di mana peserta berusaha menemukan petunjuk, memecahkan teka-teki, dan menyelesaikan tugas dalam satu atau lebih ruangan dengan tujuan tertentu dalam batas waktu yang ditentukan (Nicholson, 2018). Dalam konteks *escape room*, terdapat satu atau beberapa ruangan dengan teka-teki yang berbeda, dan peserta diberikan tugas untuk memecahkan teka-teki tersebut untuk dapat keluar dari ruangnya. Umumnya, durasi permainan *escape room* berkisar antara 60 hingga 120 menit, dan permainan dianggap selesai ketika kelompok berhasil mencapai tujuan atau ketika waktu habis (Wiemker *et al.*, 2015).

5. Konsep Bisnis

Thrill Seeker Escape Room merupakan sebuah daya tarik wisata buatan yang menyajikan konsep unik dan inovatif. Thrill Seeker Escape Room menawarkan beragam tema dan cerita seperti "*Curse of the Winchester Mansion*", "*Quest of the Pharaoh's Legacy*", "*Mystery in the Witch's Cottage*", "*The Hijacker's Heist*", dan "*The Haunting of the Seafarer's Ship*" yang terinspirasi dari cerita-cerita, mitos ataupun legenda yang terkenal di dunia. Setiap

tema dan cerita dalam Thrill Seeker Escape Room dapat dimainkan lebih dari sekali, memberikan pengalaman yang baru setiap meainkannya.

Thrill Seeker Escape Room akan dibangun di Pantai Indah Kapuk 2, tepatnya di Jalan *Wallstreet* 6 No. 63-65, Kabupaten Tangerang, Banten. Tempat rekreasi ini dapat diakses oleh semua kalangan dengan batasan usia delapan hingga 45 tahun, dan dapat dimainkan bersama teman dan keluarga. Thrill Seeker Escape Room juga menyediakan fleksibilitas dalam durasi permainan, mulai dari 45 menit, 60 menit, hingga 120 menit, memungkinkan pengunjung untuk memilih sesuai dengan preferensi mereka. Dengan konsep ini, diharapkan Thrill Seeker Escape Room dapat menjadi destinasi *escape room* favorit, memenuhi kebutuhan hiburan dan petualangan pengunjung dengan pengalaman yang tidak terlupakan.