

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

Berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia telah memberikan dampak positif dan manfaat untuk masyarakat di setiap daerah dan semakin majunya sektor pariwisata telah menciptakan lapangan pekerjaan serta memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat di berbagai sektor yang berkaitan seperti pada jasa pariwisata, atraksi wisata, restoran, transportasi, akomodasi dan lainnya. Dengan keindahan flora dan fauna yang ada di Indonesia telah menjadi daya tarik untuk wisatawan domestik maupun mancanegara untuk datang ke tempat wisata yang ada di Indonesia. Hal ini pun membuat menjadi sumber daya untuk pariwisata di Indonesia yang dapat dijadikan sebagai pendapatan bagi para seluruh pelaku bisnis, masyarakat setempat dan juga menjadi penghasil devisa utama untuk negara Indonesia (Sugiarto et al., 2023).

TABEL 1
Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Tahun 2020 - 2022

Tahun	2020	2021	2022
	524.571.392	613.299.459	734.864.693

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Pada jumlah perjalanan wisatawan nusantara mengalami peningkatan selama tahun 2020 hingga 2022, seperti pada tahun 2020 sebanyak 524.571.392 wisatawan melakukan perjalanan. Lalu, pada tahun 2021 jumlah perjalanan mengalami peningkatan yaitu sebesar 613.299.459

yang kemudian pada tahun 2022 jumlah perjalanan wisatawan nusantara semakin meningkat yaitu sebesar 734.864.693. Berdasarkan peningkatan jumlah wisatawan sektor pariwisata telah mengambil peran secara strategis untuk membangun perekonomian Indonesia.

Terdapat faktor pendorong dan penarik yang menjadi motivasi utama wisatawan melakukan perjalanan. Wisatawan akan memiliki faktor pendorong untuk berwisata yang berasal dari keinginan secara internal yang didorong juga dengan manfaat dan tujuan dari dilakukannya wisata. Lalu, adanya faktor penarik dari destinasi wisata yang ada yang memberikan daya tarik wisatawan untuk memilih tempat tersebut dan melakukan berwisata (Bayih & Singh, 2020). Pada jaman yang kian modern, wisatawan pastinya ingin mendapatkan manfaat dari perjalanan yang dilakukannya baik dari pengalaman yang menarik, rekreasi, ilmu pengetahuan atau wawasan yang didapat. Melalui perjalanan wisata yang menarik, wisatawan pastinya akan selalu mengabadikan momen dengan berfoto – foto pada destinasi wisata yang dikunjungi dan membagikannya kepada kerabat ataupun lingkungan sekitarnya.

Fotografi pada beberapa tahun terakhir memang tidak dapat dipisahkan dari industri pariwisata. Terlebih lagi adanya aspek estetika dan pengalaman yang didapat dari sebuah foto, sehingga melalui fotografi dapat menghubungkan tempat wisata dengan memori pengunjung pada tempat wisata yang dikunjunginya (Susanto et al., 2019). Dengan wisatawan melakukan kegiatan seperti mengabadikan momen dengan foto pada objek wisata ataupun pemandangan alam yang dilihatnya, hal tersebutlah yang

membentuk pengalaman wisatawan menjadi berkesan dengan menampilkan keindahan visualnya (Book, 2003).

Disisi lain munculnya istilah ”*instagramable*” yang mengarah pada destinasi wisata yang memiliki tempat fotogenik untuk difoto dan diunggah di sosial media. Aktivitas fotografi dan berwisata pada saat ini juga merupakan satu paket perilaku manusia modern dalam hal pemenuhan kebutuhan dan rekreasi diri (Stela & Hudhar, 2018). Kegiatan foto tersebut juga makin meluas di Indonesia dengan hadirnya komunitas – komunitas fotografi yang dijadikan untuk para kaum yang menyukai seni fotografi dalam memberikan pesan visual yang ada di dalamnya. Berikut adalah daftar komunitas fotografi yang ada di wilayah Jabodetabek.

TABEL 2
Komunitas Fotografi di Wilayah Jabodetabek

No	Nama Komunitas	Wilayah
1	Komunitas Fotografi Indonesia (KFI)	Jakarta
2	Instanusantara	Jakarta
3	National Geographic Indonesia Online	Jakarta
4	Id - Photographer	Jakarta
5	Iphonesia	Jakarta
6	Squaregrapher	Jakarta
7	Jakarta Photo Club (JPC)	Jakarta
8	Klub Fotografi Backpacker Jakarta	Jakarta
9	CameraIndonesia	Jakarta
10	Photowalkramean	Jakarta
11	Geonusantara	Jakarta
12	Komunitas Foto Tangerang	Tangerang
13	Komunitas Fotografi Bogor	Bogor
14	Komunitas Fotografi Depok	Depok
15	Komunitas Bekasi	Bekasi

Sumber: Hasil Olahan Data (2023)

Dengan hadirnya komunitas fotografi di wilayah Jabodetabek dan juga adanya motivasi serta tren dari wisatawan untuk mengabadikan momen ketika berwisata, maka seni fotografi sangat pesat berkembang di Indonesia terlebih lagi pada beberapa tahun terakhir adanya tren *self-photo studio* telah menjadi aktivitas yang diminati oleh kaum remaja (Prasetya, 2022). Tren *self-photo studio* pertama kali populer di Korea Selatan dengan mengajak pengunjung untuk bisa melakukan *photoshoot* secara sendiri tanpa adanya bantuan arahan dari fotografer, sehingga hanya dengan menggunakan *remote control* pengunjung dapat mengambil foto secara bebas untuk berekreasi tanpa harus merasa malu. Dengan memiliki menggunakan ruangan lebih luas, kamera dan *lighting* professional, serta terdapat properti yang dapat digunakan secara bebas, sehingga memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada pengunjung (Margaretha, 2023).

Melalui adanya aktivitas berfoto – foto dan tren *self-photo studio* menjadi sebuah peluang untuk mengembangkan sektor pariwisata budaya di Indonesia yang sedang berkembang dengan membangun atraksi wisata buatan yaitu museum dengan tema fotografi dan memiliki kegiatan *self-photo studio* di dalamnya. Hadirnya museum juga merupakan bagian dari sebuah lingkungan hiburan dan budaya yang lebih luas untuk pengunjung (Komarac, 2014).

Museum seringkali diartikan sebagai tempat yang tidak menarik ataupun membosankan, terlebih lagi biasanya museum hanya memamerkan peninggalan sejarah yang memiliki kesan kuno didalamnya.

Hal tersebut harus diubah oleh setiap masyarakat bahwa museum dapat menjadi salah satu tempat rekreasi yang menarik dan menyenangkan (Juwita et al., 2019). Pada masa sekarang ini, keberadaan museum sudah mulai bertransformasi menjadi salah satu tempat wisata yang modern dan menarik terutama hadirnya museum seni yang kini menjadi pilihan untuk pengunjung untuk mendapatkan edukasi dan suasana yang berbeda terutama apalagi jika museum dikunjungi oleh kalangan anak muda. Berikut adalah daftar museum modern dan kontemporer yang berada di wilayah Jabodetabek.

TABEL 3
Museum Modern dan Kontemporer di Wilayah Jabodetabek

No	Nama Museum	Wilayah
1	Museum Macan	Jakarta Barat
2	Magic Art 3D Museum Jakarta	Jakarta Barat
3	Nadi Gallery	Jakarta Barat
4	Art:1 New Museum	Jakarta Pusat
5	Moja Museum	Jakarta Pusat
6	CAN' Gallery	Jakarta Pusat
7	ISA Art Gallery	Jakarta Pusat
8	Galeri Indonesia Kaya	Jakarta Pusat
9	Latar Art Space	Jakarta Selatan
10	Galeri Salihara	Jakarta Selatan
11	Ruci Artspace	Jakarta Selatan
12	Galeri Hadiprana	Jakarta Selatan
13	Museum Patah Hati	Jakarta Selatan
14	Galeri Sophilia	Jakarta Utara
15	Museum Negeri Banten	Kota Serang
16	Museum Benteng Heritage	Kota Tangerang

Sumber: Hasil Analisis Data (2023)

Provinsi Banten merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang terdiri dari 8 wilayah yaitu Kabupaten Pandeglang, Kabupaten Lebak, Kabupaten Tangerang, Kabupaten Serang, Kota Tangerang, Kota Cilegon, Kota Serang, dan Kota Tangerang Selatan. Dengan memiliki keindahan alam pada daerah perbukitan di sebelah selatan yaitu Kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang, serta terdapat dataran rendah di bagian lainnya Provinsi Banten dapat mengembangkan sektor pariwisata yang dikelilingi oleh laut, pelabuhan penyeberangan ke pulau Sumatera, dan ruas jalan tol langsung sampai ke Jakarta sehingga hal ini dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata di Provinsi Banten. Hal ini membuat Provinsi Banten berpotensi untuk dapat sektor pariwisata (Badan Pusat Statistik, 2020). Berikut merupakan rincian mengenai penduduk di Provinsi Banten.

TABEL 4
Penduduk Provinsi Banten Tahun 2022

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk
1	Kabupaten Pandeglang	1.307.090
2	Kabupaten Lebak	1.433.853
3	Kabupaten Tangerang	3.352.472
4	Kabupaten Serang	1.678.915
5	Kota Tangerang	1.930.556
6	Kota Cilegon	450.271
7	Kota Serang	720.362
8	Kota Tangerang Selatan	1.378.466

Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Menduduki posisi pertama dalam jumlah penduduk terbanyak di tahun 2022, Kabupaten Tangerang menjadi salah satu yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Provinsi Banten, sehingga hal ini dapat menjadi salah satu pilihan yang cukup baik untuk menjadikan Kabupaten Tangerang sebagai tempat bisnis dengan lokasi yang berdekatan dengan wilayah lain

dan adanya akses yang cukup memadai. Selain memiliki jumlah penduduk yang banyak, wisata buatan seperti museum yang keberadaannya masih tergolong sedikit di Kabupaten Tangerang, hal ini pun cukup menguntungkan untuk membangun museum yang memiliki kurangnya saingan di dalam ranah yang sama. Melalui beberapa faktor tersebut, peluang agar pengunjung datang ke ranah bisnis yang dibangun semakin besar adanya. Kabupaten Tangerang terdiri dari beberapa kecamatan. Berikut rincian mengenai jumlah penduduk Kabupaten Tangerang menurut usia dan jenis kelamin pada tahun 2021.

TABEL 5
Jumlah Penduduk di Kabupaten Tangerang Menurut Usia dan Jenis Kelamin Tahun 2021

Usia	Jenis Kelamin		Jumlah Penduduk
	Laki - Laki	Perempuan	
0 – 4	81.118	74.449	155.567
5 – 9	154.078	142.803	296.881
10 – 14	149.675	139.466	289.141
15 – 19	105.056	101.354	206.410
20 – 24	133.833	131.797	265.630
25 – 29	140.917	138.757	279.674
30 – 34	145.894	140.924	286.818
35 - 39	137.893	132.924	270.817
40 - 44	132.443	137.207	269.650
45 - 49	114.744	121.151	235.895
50 - 54	104.630	97.045	201.675
55 - 59	70.723	64.503	135.226
60 - 64	49.611	45.325	94.936
65 - 69	29.272	25.387	54.659
70 - 74	16.538	15.755	32.293
>75	13.834	15.936	29.770
Jumlah	1.580.259	1.524.783	3.105.042

Sumber: Profil Statistik Kabupaten Tangerang (2022)

Berdasarkan jumlah penduduk pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah penduduk terbanyak di Kabupaten Tangerang yang berusia antara 5 – 9 yaitu sebanyak 296.881 penduduk. Lalu, jumlah penduduk yang

usia antara 10 – 14 tahun sebanyak 289.141 penduduk. Selanjutnya jumlah penduduk yang berusia antara 30 – 34 tahun sebanyak 286.818 penduduk (Wartini, 2022).

Dengan adanya motivasi dari wisatawan untuk berfoto – foto, hadirnya tren *self-photo studio*, dan juga keinginan untuk mengembangkan pariwisata budaya Indonesia yang sedang berkembang, maka adanya sebuah peluang untuk berkontribusi dalam mengembangkan pariwisata budaya yang sedang difokuskan oleh negara untuk menjadi salah satu daya tarik untuk wisatawan.

Sejenak Museum dapat menjadi sebagai salah satu atraksi wisata buatan dengan tema fotografi yang menawarkan kegiatan menarik kepada seluruh pengunjung seperti adanya *self-photo studio* yang hasil foto dari *self-photo studio* akan ditampilkan secara digital di Sejenak Museum, sehingga memberikan visualisasi yang unik dan menarik. Sejenak Museum akan berdiri di daerah Gading Serpong yang dimana kawasan Gading Serpong sering kali menjadi salah satu kawasan yang sering dikunjungi oleh para wisatawan.

Sejenak Museum akan berdiri di dalam bangunan dua lantai yang didalamnya terdapat beberapa ruangan di dalamnya yaitu ruang sejenak, ruang kenangan, dan ruang rupawan. Arsitektur di Sejenak Museum akan dibuat sedemikian rupa dan memiliki beberapa instalasi yang menarik dan estetik sehingga pengunjung dapat menikmati dan menghabiskan waktu selama di Sejenak Museum. Tersedianya juga ruangan untuk *self-photo studio* dan *photography studio* yang dapat dinikmati oleh pengunjung.

Para pengunjung juga dapat menuliskan cerita atau pesan bagi setiap foto yang telah di ambil di *self-photo studio* atau *photography studio* yang akan ditampilkan di instalasi di Sejenak Museum. Sejenak Museum juga dapat menjadi salah satu pilihan untuk pengunjung ingin menyelenggarakan acara seperti *anniversary* perusahaan, *workshop* atau seminar seputar fotografi, *special event* dengan dekorasi menarik.

Dalam membuat Studi Kelayakan Bisnis, Sejenak Museum ini, sudah memperhatikan segala aspek yang ada seperti kendala, regulasi, kondisi pasar melalui pencarian data – data pendukung. Melalui Sejenak Museum ini, diharapkan dapat menjadi salah satu pilihan pengunjung untuk menghabiskan waktu dengan mengabadikan dan menikmati momen yang ada dengan unsur fotografi di museum ini.

B. Tujuan Studi Kelayakan

1. Tujuan Utama (*Major Objectives*)

Dalam membangun rencana bisnis Sejenak Museum diperlukannya pengamatan dalam beberapa aspek untuk mengurangi risiko yang dapat terjadi di kemudian hari. Aspek - aspek tersebut antara lain:

a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Menganalisis kelayakan bisnis Sejenak Museum dimulai dari dilakukannya analisis penawaran dan permintaan, strategi pemasaran yang harus diimplementasikan dan menganalisa dengan baur pemasaran (8P) serta dilanjutkan dengan menganalisa SWOT.

b. Aspek Operasional

Menganalisis kelayakan bisnis mulai dari segi aktivitas yang dilakukan, fasilitas yang disediakan, pemilihan lokasi, dan produk yang akan diterapkan oleh Sejenak Museum.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Menganalisis kelayakan bisnis mulai dari kondisi manajemen, struktur organisasi, perekrutan tenaga kerja, deskripsi pekerjaan, program pelatihan dan pengembangan, serta kompensasi untuk karyawan yang akan berlaku dalam pelaksanaan operasional Sejenak Museum.

d. Aspek Keuangan

Menganalisis kelayakan bisnis mulai dari jumlah dana yang dibutuhkan untuk merealisasikan rencana bisnis, membuat estimasi biaya operasional dan pendapatan usaha, melihat *break-even point* (BEP), analisis investasi dan rasio laporan keuangan, dan juga manajemen risiko.

2. Sub Tujuan (*Minor Objectives*)

- a. Menjadi daya tarik wisata baru dengan membuka atraksi wisata di kawasan Gading Serpong.
- b. Mendirikan tempat rekreasi baru dengan menggunakan konsep yang menarik dan tidak membosankan yaitu dengan menyediakan berbagai paket dan juga fasilitas yang nyaman dan aman.

- c. Membuka lapangan kerja baru di kawasan Gading Serpong dengan harapan dapat membantu meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar.
- d. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi di kawasan Gading Serpong.
- e. Mengajak masyarakat untuk berwisata dan menikmati dengan mengabadikan momen dengan keluarga ataupun teman pada *self-photo studio* di Sejenak Museum

C. Metodologi

Dalam melakukan penelitian pada Studi Kelayakan Bisnis diperlukannya dukungan data yang yang dapat mendukung pelaksanaan bisnis sehingga bisnis dapat berjalan sesuai dengan rencana dan dapat memberikan hasil yang dapat dipercaya. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam Studi Kelayakan Bisnis Sejenak Museum yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari peneliti secara langsung tanpa menggunakan pihak ketiga sebagai perantaranya, dengan melakukan beberapa metode seperti kuesioner, observasi, dan wawancara (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data primer yang dilakukan oleh Sejenak Museum adalah:

a. Kuesioner

Menurut (Sekaran & Bougie, 2019), kuesioner adalah kumpulan dari beberapa pertanyaan dan pernyataan tertulis yang diberikan kepada

responden untuk dijawab dan nantinya akan dianalisis dan diolah oleh penulis dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Terdapat dua jenis kuesioner yaitu sebagai berikut:

1) *Personally Administered Questionnaires*

Kuesioner yang telah dibuat oleh penulis akan disebarakan kepada responden secara langsung dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam waktu yang singkat.

2) *Mail and Electronic Questionnaires*

Kuesioner dalam bentuk elektronik dan daring yang disebarakan secara daring seperti melalui email, website, blog pribadi, ataupun media sosial milik peneliti. Memiliki jangkauan yang luas, praktis dilakukan, serta menghemat waktu jika dibandingkan dengan metode kuesioner lainnya. Namun, adanya kemungkinan bahwa hasil kuesioner yang diisi oleh setiap responden memiliki perbedaan dan tidak sesuai dengan target pasar.

Studi Kelayakan Bisnis Sejenak Museum akan menggunakan metode kuesioner dengan *electronic and online questionnaires* dengan menggunakan situs *Google Form* yang akan disebarakan kepada setiap responden. Melalui metode ini dapat memudahkan penulis untuk menjangkau seluruh responden dan rendahnya biaya yang dikeluarkan untuk penyebaran kuesioner kepada responden untuk mengetahui terhadap bisnis yang ingin dibangun oleh penulis.

Setelah menentukan metode dalam penyebaran kuesioner, selanjutnya yaitu menentukan populasi dan sampel. Menurut (Sugiyono, 2019), populasi adalah sekelompok orang yang memiliki karakteristik tertentu yang akan dianalisa lebih lanjut, sedangkan sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang telah ditentukan dan dipilih oleh peneliti. Sampel yang telah dipilih harus dapat memastikan telah mewakili dari populasi (Sekaran & Bougie, 2019). Terdapat dua jenis utama pada desain sampel menurut (Sekaran & Bougie, 2019) yaitu:

a. *Probability Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang dimana elemen pada populasi memiliki beberapa peluang untuk dipilih dan dijadikan sebagai sampel. Pada sampel probabilitas terdapat dua bagian yaitu:

- 1) *Unrestricted or Random Sampling*, semua elemen yang ada pada populasi memiliki peluang untuk dijadikan sampel.
- 2) *Restricted or Complex Probability Sampling*, alternatif dengan tujuan untuk mendapatkan informasi lebih efisien sehingga dapat menentukan jumlah interval individu, mengelompokkan elemen pada beberapa aspek dan mengelompokkannya ke dalam karakteristik yang sama.

b. *Non – Probability Sampling*

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan elemen namun memiliki kesempatan yang tidak sama untuk dijadikan sebagai sampel. Pada sampel tidak probabilitas terdapat dua bagian yaitu:

1) *Convenience Sampling*, metode pengambilan sampel dengan menggunakan seluruh elemen secara bebas memberikan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

2) *Purposive Sampling*, metode pengambilan sampel dengan tidak menggunakan semua elemen untuk mendapatkan informasi dikarenakan terdapat kriteria yang harus dipenuhi.

Dalam Studi Kelayakan Bisnis, teknik pengambilan sampel yang akan digunakan pada Sejenak Museum adalah teknik *convenience sampling* dikarenakan metode ini dapat mempermudah penulis untuk mendapatkan informasi yang dikumpulkan dalam waktu yang relatif singkat, maka penulis akan melihat informasi lebih mudah dan efisien.

b. Observasi

Menurut (Sekaran & Bougie, 2019), observasi merupakan kegiatan untuk menganalisis dengan melihat dan merekam terhadap suatu peristiwa ataupun perilaku.

Sejenak Museum melakukan observasi ke lokasi bisnis dan calon pesaing untuk mengumpulkan informasi seperti operasional, luas tempat, kebersihan tempat, pengelolaan, harga, dan sebagainya.

c. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2019), wawancara dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data pada penelitian dengan dilakukannya studi pendahuluan untuk mencari solusi permasalahan yang ada, serta untuk mengetahui permintaan atau keinginan dari responden lebih mendalam dan jumlah responden yang ada.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti yang bersumber dari data yang telah tersedia dan dapat digunakan sebagai referensi secara langsung (Sekaran & Bougie, 2019). Data sekunder untuk Studi Kelayakan Bisnis Sejenak Museum yaitu teori tentang pariwisata, jurnal penelitian ataupun buku – buku mengenai studi kelayakan bisnis, data statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS), publikasi pemerintah, peraturan undang – undang, situs resmi perusahaan, internet dan sumber lainnya yang mendukung.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pariwisata

Menurut Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh segala fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Menurut United World Tourism Organization (UNWTO), pariwisata merupakan suatu fenomena sosial, budaya, dan ekonomi yang

melibatkan kegiatan perpindahan orang ke tempat yang diluar dari tempat tinggalnya dengan tujuan pribadi atau bisnis dan melibatkan biaya selama kegiatan tersebut.

Menurut Cook, Hsu, dan Taylor (2018), pariwisata diartikan sebagai perpindahan sementara individu dari tempat tinggal atau tempat bekerja ke tempat tujuan untuk melakukan suatu aktivitas sesuai selera yang didukung oleh segala fasilitas yang ada untuk memenuhi kebutuhan di daerah tujuan.

2. Komponen Pariwisata

Menurut (Chaerunissa & Yuniningsih, 2020), komponen pendukung dalam sektor pariwisata adalah komponen pariwisata yang harus ada di setiap destinasi wisata. Menurut Cooper (2010), komponen pariwisata dapat disebut 4A, yang terdiri sebagai berikut:

a. *Attraction* (Atraksi)

Merupakan komponen yang berisikan aktivitas untuk dapat menarik wisatawan agar mengunjungi tempat wisata tersebut. Suatu daerah dapat dijadikan sebagai tujuan wisata jika kondisinya mendukung dan dapat dikembangkan menjadi modal dan sumber kepariwisataan. Melalui modal kepariwisataan yang ada dapat mendorong wisatawan untuk berkunjung tempat wisata tersebut berkali - kali.

b. *Amenities* (Amenitas)

Merupakan berbagai macam sarana dan prasarana seperti penginapan, tempat makan, dan transportasi yang dibutuhkan oleh

wisatawan selama berada di daerah tempat wisata. Terdapat juga prasarana yang dibangun untuk mendukung sektor kepariwisataan seperti pada jalan raya, jalan tol, persediaan air bersih, tenaga listrik, bandara, pelabuhan, tempat pembuangan sampah, sarana komunikasi, dan lain – lain.

c. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Merupakan komponen penting pada suatu kegiatan pariwisata. Akses adalah kemudahan untuk wisatawan melakukan pemindahan dari suatu daerah ke daerah tujuan. Suatu daerah dapat berpotensi dan berkembang baik jika memiliki aksesibilitas yang baik dan memadai untuk wisatawan berkunjung.

d. *Ancillary Services* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan tambahan adalah suatu pelayanan untuk mendukung sebuah kegiatan pariwisata seperti lembaga pengelolaan, informasi pariwisata (*tourism information*), agen perjalanan, dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan. Melalui pelayanan tersebut harus dapat disediakan oleh pemerintah daerah untuk daerah tujuan wisata seperti dilakukannya kegiatan pemasaran daerah tujuan wisata, dilakukannya pembangunan fisik, serta dibuatkannya pelayanan yang dapat mengatur berbagai macam jenis kegiatan dengan segala perundang – undangan.

3. Objek Wisata

Berdasarkan (Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Pasal 14 Ayat 1 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kempariwisata Nasional, n.d.) Tahun 2010 – 2025, daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi berikut:

a. Daya tarik wisata alam

Daya tarik wisata alam adalah berbagai keanekaragaman dan keunikan di lingkungan alam yang dikategorikan yaitu:

- 1) Daya tarik wisata alam dengan berpotensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah lautan
- 2) Daya tarik wisata alam dengan berpotensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan

b. Daya tarik wisata budaya

Daya tarik wisata budaya adalah hasil dari aktivitas manusia yang dikelompokkan menjadi daya tarik wisata budaya berwujud dan daya tarik wisata budaya tidak berwujud.

c. Daya tarik wisata buatan

Daya tarik wisata buatan adalah segala macam hasil buatan dan kegiatan manusia diluar bidang wisata alam dan budaya yang terdiri dari taman hiburan, fasilitas peristirahatan, museum, dan fasilitas rekreasi olahraga.

4. Museum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, museum merupakan gedung dengan fungsi sebagai pameran terhadap benda – benda yang pantas dipublikasikan kepada publik seperti pada peninggalan sejarah, kesenian, maupun ilmu pengetahuan.

Sementara, menurut *International Council of Museum (ICOM)* museum didefinisikan sebagai suatu lembaga *non – profit* dengan memiliki tujuan untuk melayani pengunjung yang ingin melakukan penelitian ataupun melestarikan warisan benda berwujud atau tidak berwujud yang terbuka untuk publik, mudah dijangkau, dan sifatnya keberlanjutan.

Sedangkan menurut Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2015, museum merupakan suatu lembaga yang memiliki fungsi untuk melindungi, mengembangkan, memanfaatkan setiap koleksi yang ada lalu mengomunikasikannya kepada masyarakat. Museum dapat dikelompokkan berdasarkan koleksi dan kedudukannya. Terdapat dua jenis museum dengan berdasarkan koleksinya yaitu:

a. Museum Umum

Museum umum adalah museum yang isinya terdapat berbagai bukti material tentang manusia atau lingkungannya yang berhubungan dengan banyak cabang seni, disiplin ilmu dan teknologi.

b. Museum Khusus

Museum khusus, museum yang isinya terdapat berbagai bukti material tentang manusia atau lingkungannya yang berhubungan

dengan satu cabang seni, disiplin, satu cabang ilmu atau satu cabang teknologi.

Sedangkan, terdapat tiga jenis museum yang berdasarkan kedudukannya yaitu sebagai berikut:

a. Museum Nasional

Museum dengan memiliki koleksi dari berbagai kumpulan benda yang berhubungan dengan bukti material manusia dan lingkungannya yang berasal dari seluruh wilayah Indonesia yang sifatnya nasional.

b. Museum Provinsi

Museum dengan memiliki koleksi dari berbagai kumpulan benda yang berhubungan dengan bukti material manusia dan lingkungannya yang berasal wilayah provinsi museum itu berada.

c. Museum Lokal

Museum dengan memiliki koleksi dari kumpulan benda yang berhubungan dengan bukti materi manusia dan lingkungan yang berasal dari wilayah kabupaten museum itu berada.

5. Fotografi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fotografi merupakan proses dalam menghasilkan gambar dan cahaya pada film yang dijadikan sebagai seni. Menurut (Anggaraeni, 2010), fotografi adalah salah satu proses dalam melukiskan suatu seni dengan cahaya sebagai media dari proses tersebut.

Sedangkan, fotografi juga didefinisikan perpaduan seni digital yang berhubungan antara ilmu dan kesenian dalam menciptakan sebuah gambar yang tahan lama dengan metode merekam cahaya secara kimia ataupun elektronik. Seni fotografi yang dapat menghasilkan sebuah gambar dengan segala informasi atau cerita didalamnya dapat disebut dengan sebuah foto (Fernando et al., 2020).

Menurut (Karyadi, 2017), secara garis besar terdapat sepuluh jenis fotografi yang dikelompokkan untuk dapat menghasilkan sebuah karya foto yang indah dan menarik, yaitu:

a. Fotografi Manusia

Jenis fotografi dengan menggunakan manusia sebagai objek utamanya dengan mengvisualisasikan nilai dan daya tarik yang dipunya. Fotografi manusia memiliki kategori seperti *potrait, human interest, stage photography, sport, glamour photography*, dan *wedding photogtaphy*.

b. Fotografi *Nature*

Jenis fotografi dengan menggunakan benda dan makhluk hidup alami yaitu hewan, tanaman, pemandangan alam sebagai objek utamanya, Pada fotografi *nature* dikategorikan seperti foto flora, foto fauna, dan foto lanscape.

c. Fotografi Arsitektur

Jenis fotografi dengan memberikan visual dari keindahan suatu bangunan baik dari sisi sejarah, budaya, desain bangunan dan konstruksinya.

d. Fotografi *Still Life*

Jenis fotografi dengan memanfaatkan benda mati menjadi suatu hal yang menarik, dapat komunikatif dan ekspresif, serta memiliki makna yang ingin disampaikan oleh pencipta karya foto tersebut.

e. Fotografi Jurnalistik

Jenis fotografi yang berkaitan untuk kepentingan pers dan informasi. Diperlukannya *caption* yaitu tulisan pada foto untuk mendapatkan memberikan informasi terhadap isi foto tersebut.

f. Fotografi Aerial

Jenis fotografi biasanya memiliki keahlian dalam pengambilan foto dari udara dengan tujuan seperti untuk survei ataupun pembangunan.

g. Fotografi Bawah Air

Jenis fotografi yang biasanya dilakukan oleh penyelam *scuba* atau perenang snorkeling untuk pengambilan foto di bawah air.

h. Fotografi Seni Rupa

Jenis fotografi yang memiliki tujuan untuk menghasilkan estetika pada foto yang diambil. Setiap hasil foto seni rupa, biasanya akan dipajang di galeri atau museum dan menjadi media komunikasi intensitas dan emosi.

i. Fotografi Makro

Jenis fotografi dengan menggunakan teknik jarak dekat dalam pengambilan gambarnya, seperti pada bunga, bulir air, serangga atau benda lain yang menggunakan mode *close up* untuk menghasilkan foto yang menarik dan unik.

j. Fotografi Mikro

Jenis fotografi dengan menggunakan kamera khusus dan mikroskop pada saat menangkap objek dengan ukuran yang sangat kecil. Umumnya fotografi mikro digunakan untuk bidang ilmiah seperti astronomi dan biologi, ataupun bidang kedokteran.

Fotografi memiliki peranan besar sebagai pendukung desain komunikasi visual dengan tujuan mengkomunikasikan suatu produk atau jasa kepada sasaran yang ada. Melalui melihat foto suatu produk, seseorang dapat mengenali produk yang bersangkutan dapat dilihat dan dikenal dengan lebih baik, daripada hanya dibayangkan saja. Pada sejarahnya, Fotografi memiliki hubungan erat dengan kamera dan film yang digunakan untuk memproduksi gambar dan juga pencahayaan film tersebut terjadi di dalam kamera (Tonce et al., 2021).

Melalui seni fotografi juga dapat menggambarkan bagaimana wisatawan dapat membagikan pengalaman wisata dan terjalinnya hubungan antara pengalaman wisata dengan fotografi wisata (Nurjanah, 2018). Seni fotografi dapat membuat adanya minat seseorang untuk dapat mengabadikan momen - momen berharga dengan keluarga, teman terdekat, atau orang - orang yang tersayang, biasanya seseorang akan memilih melakukan fotografi di tempat studio foto yang dimana hasil dari foto - foto tersebut dapat dibawa pulang untuk kenang – kenangan (Oleh et al., 2015).

6. Studio Foto

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, studio foto merupakan ruangan yang digunakan oleh pelukis, tukang foto, untuk bekerja dan sebagainya.

Menurut (Hedgecoe, 2002), studio foto dapat digambarkan sebagai sebuah ruang yang digunakan untuk mengambil foto dengan berbagai kondisi yang kondusif. Tampilan dari studio foto yaitu adanya ruang kosong dengan memiliki latar belakang yaitu selembar kain, serta adanya sumber pencahayaan yaitu matahari secara langsung ataupun dengan media kain tipis.

Terdapat dua jenis pada studio foto yaitu studio foto dengan latar belakang warna putih polos, dan studio foto tematik yang memiliki *set background* pada latar belakang ruangan tersebut (Kelby, 2010). Sementara itu, terdapat tiga aspek pada pencahayaan di studio foto yaitu *main light* yang merupakan cahaya utama untuk menerangi suatu objek yang ingin di foto, lalu adanya *fill light* sebagai cahaya pengisi untuk memberikan kesan seni atau artistik pada foto. Terdapat juga *rim light* yang digunakan sebagai cahaya pembentuk objek terhadap sebuah foto seperti memperlihatkan lekuk badan pada model dengan menampilkan siluet dan cahaya yang jatuh pada badan model (Kelby, 2013).

7. Konsep Bisnis Sejenak Museum

Sejenak Museum merupakan sebuah atraksi wisata buatan dengan tema fotografi yang menawarkan kegiatan menarik kepada seluruh pengunjung seperti adanya *self-photo studio* dan menampilkan instalasi

– instalasi foto dengan visualisasi menarik yang ditampilkan secara digital. Tempat wisata ini didedikasikan untuk berbagai segmen pengunjung yang menggemari kegiatan di dalam ruangan dengan keluarga atau teman terdekat. Jenis atraksi wisata ini menggunakan ruangan yang *indoor* yang dimana di dalamnya para pengunjung akan dapat mengunjungi tiga ruangan di dalam museum ini yaitu ruang kenangan, ruang sejenak dan ruang rupawan. Pada ruang kenangan memiliki layanan untuk pengunjung melakukan *self-photo studio* ataupun melakukan *photoshoot* dengan fotografer handal. Selanjutnya, setiap hasil foto yang diambil dari ruang kenangan akan ditampilkan di ruang sejenak dengan memiliki kisah atau pesan di balik foto yang diambil di ruang kenangan, selain itu ruang sejenak juga memiliki instalasi – instalasi yang menampilkan foto – foto dari setiap komunitas fotografi sesuai dengan tema di Sejenak Museum.

Pada ruang rupawan berfungsi sebagai ruang serbaguna untuk seluruh pengunjung yang ingin membuat *special event* atau tempat berkumpul setiap komunitas fotografi, dengan menyelenggarakan *workshop*, *talkshow*, dan acara lain yang dapat menjalin persaudaraan antara komunitas fotografi di wilayah Jabodetabek dan sekitarnya. Dalam menjalankan bisnis ini, Sejenak Museum tentu akan menjalankan prinsip manajemen risiko untuk keamanan dan keselamatan para pengunjung. Hal ini pun dilakukan dengan melakukan pelatihan karyawan untuk menyampaikan visi misi, peraturan keamanan di Sejenak Museum. Dengan Sejenak Museum kegiatan ini diharapkan

menjadi daya tarik wisata yang memberikan kesan yang baik dan pengalaman yang tidak terlupakan untuk seluruh pengunjung. Sejenak Museum diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat Kabupaten Tangerang dan sekitarnya untuk mengunjungi tempat wisata yang menarik dengan unsur fotografi dan menyenangkan. Hadirnya Sejenak Museum juga diharapkan dapat meningkatkan perekonomian daerah serta menjadi daya tarik wisata bagi masyarakat Kabupaten Tangerang dan sekitarnya.

