

BAB I

PENDAHULUAN

A. Gagasan Awal

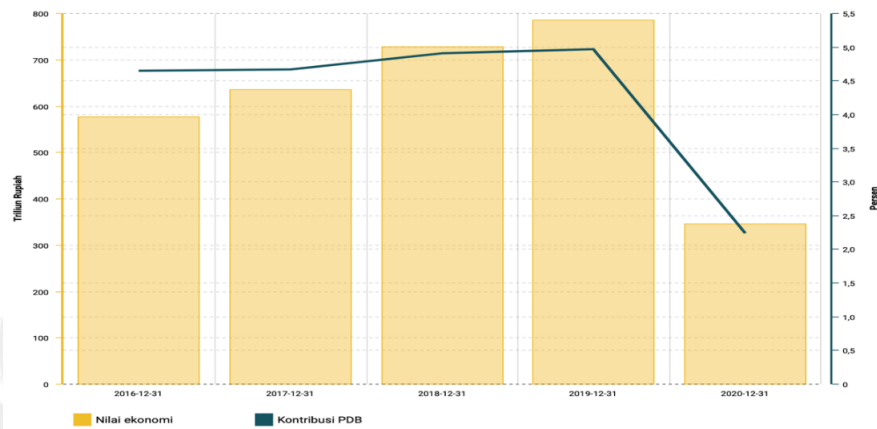
Industri Pariwisata merupakan salah satu sektor penggerak pertumbuhan ekonomi suatu negara dan berdampak pada ekonomi global (Anggraini & Lupita, 2021). Pariwisata juga tidak hanya berkaitan dengan perjalanan tetapi juga terhadap suatu hiburan yang dapat menarik seseorang untuk berkunjung tempat tersebut. Semakin berkembangnya zaman, kegiatan ini menjadi perilaku yang manusiawi, yaitu untuk mencari kesenangan dan mengenal sesuatu yang baru diluar kesehariannya.

Pengembangan dalam industri pariwisata memiliki peran penting dalam proses pembangunan daerah. Oleh karena itu, pemerintah daerah juga harus mengupayakan agar objek wisata di daerah tersebut dapat berkembang. Motivasi dan keinginan dari individu adalah hal yang mempengaruhi wisatawan berkunjung ke suatu destinasi, yang mana memiliki daya tarik atau faktor penarik yang ditawarkan oleh objek wisata itu sendiri. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berasal dari keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling berpengaruh dan paling cepat berkembang di seluruh dunia. Pertumbuhan pesat ini sudah menarik para pembuat kebijakan di Indonesia untuk melihat pariwisata sebagai bagian penting dari pertumbuhan ekonomi.

Meningkatkan sektor pariwisata dapat meningkatkan pendapatan pajak dan nasional, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendukung ekonomi sektor lain. Dengan adanya sumber daya alam, dapat mendorong pariwisata. Namun, faktor lain, seperti kemudahan akses dan keindahan alam, juga penting bagi negara seperti Indonesia untuk mendapatkan manfaat dari sumber daya yang kaya dan beragam, serta ketersediaan transportasi yang baik, sangat penting untuk menarik wisatawan ke destinasi wisata. Pada awal tahun 2020, kegiatan dari berbagai sektor salah satunya adalah pariwisata mengalami kesulitan karena adanya virus Covid-19 yang menyebar ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Penyebaran virus yang menyebar secara cepat ini berdampak pada pariwisata dan perekonomian di Indonesia. Dampak dari adanya pandemi Covid-19 ini adalah pemerintah di seluruh dunia termasuk Indonesia menghimbau masyarakat untuk tidak berpergian dan hal itulah yang membuat kunjungan wisatawan di Indonesia sempat menurun pada tahun 2020. Menurut data dari *Tourism Satellite Account* terkait nilai ekonomi dan kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2019 mengalami kenaikan yang cukup signifikan sebesar 4,97% dengan jumlah mencapai Rp.786,3 triliun hingga pada tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup drastis dengan kontribusi sebesar 2,24% dengan jumlah Rp.346 triliun. Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa akibat dari pandemi Covid-19 telah mengakibatkan penurunan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 1,5% - 2,8%. Berikut merupakan nilai dan kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) periode tahun 2016 – 2020:

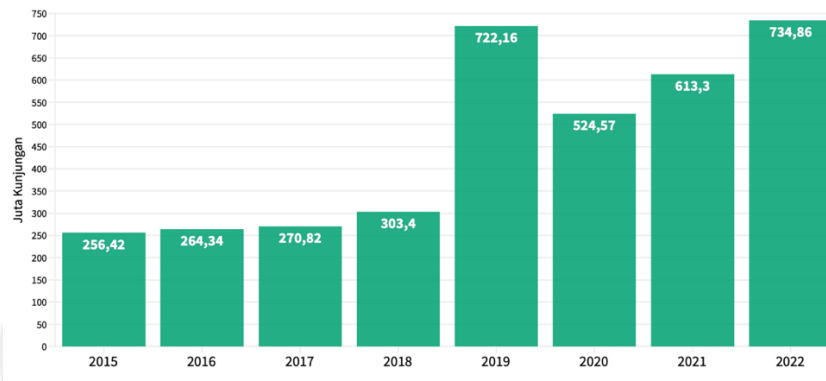
GAMBAR 1
 Nilai dan Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)
 Tahun 2016 – 2020



Sumber : Badan Pusat Statistik (2020)

Selama pandemi Covid-19 menyebabkan banyak orang menghabiskan waktunya dirumah sehingga menyebabkan tren hingga karakteristik wisatawan berubah. Hingga pada tahun 2022 sudah mulai terkendali pandemi, sehingga peralihan dari pandemi ke masa endemi yang mana telah adanya pelanggaran aturan pembatasan terkait pencegahan pandemi Covid-19 dan hal tersebut membuat mulai diberlakukan dan dibukanya tempat - tempat wisata khususnya di Indonesia. Tempat wisata dibuka memberikan dampak positif bagi negara dan para wisatawan khususnya wisatawan nusantara (wisnus) yang menunjukkan bahwa adanya pemulihan pada tahun 2022 akibat pandemi Covid-19 Badan Pusat Statistik (BPS).

GAMBAR 2
Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Pada Tahun 2015 – 2022



Sumber : Badan Pusat Statistik (2022)

Data pada gambar 2 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan nusantara melakukan perjalanan pada tahun 2021 mencapai jumlah sebesar 613,3 juta kunjungan dimana pada tahun 2022 jumlah wisatawan nusantara melonjak naik sebesar 19.82% hingga mencapai jumlah sebesar 734,86 juta kunjungan.

Kondisi pariwisata Indonesia setelah pandemi Covid-19 dapat dikatakan telah bangkit dan menurut Duma Asianna (2020), *GM Business Strategy Management* HIS Travel Indonesia mengatakan bahwa wisatawan akan lebih menyukai wisata alam karena dapat memberikan manfaat terhadap kesehatan diimbangi aktivitas untuk membangun kebugaran tubuh seperti yoga, *hiking* dan menikmati pemandangan alam, selain itu wisatawan juga tidak perlu khawatir untuk berjaga jarak karena tempat yang dimiliki luas. Salah satu tempat wisata dan berlibur yang dapat menarik wisatawan adalah tempat wisata yang berbau alam, terlebih jumlah kunjungan yang sudah menaik saat ini akibat pandemi Covid-19 yang membuat wisatawan hanya dapat diam dirumah. Hal tersebut membuat

meningkatnya aktivitas yang menjadi hobi baru yaitu kegiatan *outdoor* seperti *Hiking*, *Camping* dan juga *Glamping* atau *glamour camping*, merupakan beberapa kegiatan yang cukup berkembang di masa pandemi.

Glamping sendiri merupakan berkemah yang modern dengan menggabungkan esensi alam dan fasilitas yang memadai. Meskipun *glamping* memiliki unsur berkaitan dengan alam, tetapi konsep *glamping* dapat menambah kenyamanan dengan fasilitas yang memadai. Dengan fasilitas yang nyaman dapat merubah stigma masyarakat akan berkemah yang tadinya dikenal dengan menggunakan tenda, ruang yang terbatas, makanan yang tidak mencukupi kini dapat berubah menjadi aktivitas berkemah yang telah difasilitasi dan tingkat kenyamanan yang baik layaknya di hotel.

Tren *glamping* muncul di Indonesia seiring dengan meningkatnya permintaan wisatawan akan kenyamanan dan kemewahan pada sektor pariwisata berbasis alam, terutama dalam *genre* wisata *camping*. *Glamping* kini menjadi sebuah tren baru dalam aktivitas *outdoor* yaitu berkemah tetapi tidak selalu dalam bentuk tenda yang menyediakan akomodasi mewah. *Glamping*, merupakan sebuah tren mendukung upaya untuk menjadikan berkemah kembali sebagai perhatian pariwisata melalui bentuk berkemah yang baru dan mewah, hal ini berperan sebagai pelopor baru dan promotor kuat pariwisata berkemah yang inovatif. Perkembangan *glamping* di Indonesia hadir sebagai salah satu bagian dari wisata nomadik yang dicetuskan oleh Menteri Pariwisata pada tahun 2018 yaitu Dr. Ir. Arief Yahya, M.Sc. Dengan melakukan aktivitas *glamping*, tidak hanya

memuaskan rasa kesenangan saja tetapi juga dapat memberikan beberapa manfaat seperti membuat lebih relaks, memperbaiki *mood*, menikmati suasana alam, hingga *self-healing*. Di Indonesia sudah mulai banyak *glamping* yang menambah minat pengunjung untuk mencoba aktivitas diluar alam dan merasakan pengalaman yang baru.

Dari dampak positif yang dihasilkan dalam melakukan aktivitas *glamping* membuat penulis ingin menganalisis pembangunan suatu usaha penginapan atau perkemahan yaitu *camping* dengan ciri yang modern, dikenal dengan sebutan *Glamour Camping* atau "*Glamping*", dimana pengunjung dapat melakukan suasana berkemah dengan fasilitas yang lebih modern dan juga nyaman layaknya menginap di hotel, meskipun fasilitas - fasilitas yang akan disediakan cukup berbeda dari konsep berkemah biasa, suasana atau esensi dari berkemah tetap tidak akan hilang dari *glamping* ini. Penulis berharap pengunjung dapat tertarik untuk aktif melakukan kegiatan *outdoor* seperti berkemah sembari menikmati suasana alam yang akan didapatkan.

Usaha yang ingin dibangun merupakan sebuah tempat rekreasi sekaligus penginapan *glamping* bernama "*Cordelia Glamping*". Penulis memilih nama tersebut karena kata "*Cordelia*" memiliki arti permata lautan dalam bahasa Irlandia, dimana arti tersebut sesuai dengan konsep berkemah di area pantai. Usaha *glamping* ini akan didirikan pada kawasan di Pulau Harapan yang berada di Kecamatan Kepulauan Seribu Utara, Kabupaten Kepulauan Seribu, Jakarta. Faktor penulis mengembangkan *glamping* ini di lokasi tersebut karena tema dari usaha *glamping* ini yaitu menikmati

suasana alam khususnya pantai, serta penulis juga ingin menawarkan sensasi yang berbeda bagi pengunjung yang ingin merasakan *glamping* di area pantai dengan fasilitas yang modern dengan dipadukan konsep tradisional khususnya budaya Betawi dimana ketika pengunjung sampai di Pulau Harapan akan disambut dengan tarian tradisional budaya Betawi, selain itu pengunjung baik orang dewasa maupun anak - anak juga dapat mengikuti *workshop* berupa membuat *snack* atau jajanan khas Betawi (kue ape, lekker, dan kembang goyang) untuk lebih mengenal budaya Betawi.

Usaha ini tidak hanya memiliki lokasi yang cocok dengan konsep yang akan dibangun, tetapi juga dapat dikatakan dekat dengan wilayah Jakarta, didukung dengan transportasi yang sudah memadai, serta belum ada usaha *glamping* yang berada di kawasan Pulau Harapan hingga saat ini. Faktor pendukung lainnya yaitu Pulau Harapan memiliki surga bawah laut yang masih terjaga dan pulau yang memiliki air laut yang cukup tenang sehingga sering kali dijadikan spot *snorkeling* dan *diving* yang aman. Selain memiliki keindahan pantai dan laut yang masih terjaga, terdapat beberapa pulau kecil yang berada di sekitar Pulau Harapan yaitu Pulau Bulat, Pulau Perak, dan Pulau Gosong yang menawarkan eksotisme.

Cordelia Glamping ini akan didirikan dengan konsep di alam seperti dekat dengan area pantai dengan menggunakan konsep minimalis dengan gaya material kayu yang bercat putih untuk bangunannya sehingga dapat terlihat lebih menyatu dengan alam dan perlengkapan serta peralatan untuk keperluan operasional. Setiap tipe kamar di Cordelia Glamping dinamakan

dengan *glampy*, yang setiap *glampy* memiliki tipe yang berbeda sesuai dengan kapasitas dan kebutuhan para tamu. Selain menyediakan akomodasi, Cordelia Glamping juga menyediakan *speedboat* sehingga memudahkan bagi para pengunjung yang mengunjungi Cordelia Glamping. Tidak hanya itu, Cordelia Galmping juga menyediakan beberapa fasilitas yang dapat digunakan oleh para pengunjung yaitu kegiatan *outdoor* seperti *ATV, jetski, paddleboat, canoe*, hingga *snorkeling*, dimana para pengunjung dapat menikmati pemandangan sekaligus melakukan aktivitas olahraga.

B. Tujuan

Tujuan dari Studi Kelayakan Bisnis ini adalah mengetahui atau menganalisis suatu bisnis untuk menghindari risiko kerugian, memudahkan perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengendalian sebelum memulai bisnis tersebut (Adnyana, 2020). Di dalam tujuan Studi Kelayakan Bisnis Cordelia Glamping terdapat dua tujuan, yaitu tujuan utama (*major objectives*) dan sub tujuan (*minor objectives*). Tujuan utama (*major objectives*) dilakukannya Studi Kelayakan Bisnis Cordelia Glamping adalah:

1. Untuk menguji beberapa aspek yang terkait dengan kelayakan bisnis sehingga dapat diketahui apakah Cordelia Glamping ini layak untuk dilaksanakan. Aspek – aspek tersebut meliputi:

- a. Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran memiliki peran penting karena merupakan peran utama dalam mempromosikan barang dan jasa kepada target pasar yang tentunya dapat menjadi *feedback* terkait

laku tidaknya suatu produk yang ditawarkan. Dalam aspek ini juga digunakan untuk menganalisis apakah produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan target pasar yang dituju, lalu diperkuat dengan adanya strategi 8P, serta analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan Cordelia Glamping.

b. Aspek Operasional

Aspek operasional dapat ditingkatkan setelah ide bisnis terbentuk seperti kegiatan apa saja yang akan dilakukan oleh karyawan dan pengunjung, fasilitas apa saja yang akan disediakan, kenyamanan pengunjung, dan juga memikirkan bagaimana agar pengunjung puas kepada pelayanan serta produk yang ditawarkan di Cordelia Glamping.

c. Aspek Organisasi dan Sumber Daya Manusia (SDM)

Aspek organisasi dan sumber daya manusia ini memiliki tujuan untuk menganalisis seluruh organisasi yang terlibat dalam Cordelia Glamping. Mulai dari perekrutan tenaga kerja, *training* bagi para karyawan, pembagian kerja, hingga kompensasi para karyawan. Dengan adanya aspek ini dapat berpengaruh terhadap berjalannya Cordelia Glamping karena sumber yang mengendalikan dari suatu bisnis tersebut adalah sumber daya manusia dengan organisasi yang bekerja sama.

d. Aspek Keuangan

Aspek keuangan bertujuan untuk memperhitungkan pengeluaran atau modal yang dibutuhkan dalam pembangunan dan pengoperasian, pendapatan yang akan didapat, dan diperlukan analisis laporan keuangan serta memperhitungkan laba rugi secara keseluruhan dari Cordelia Glamping. Tidak hanya itu tetapi juga harus memperkirakan dan menghitung setiap detail perlengkapan atau peralatan jika adanya penyusutan setiap bulan dan tahunnya, serta manajemen risiko yang akan terjadi pada Cordelia Glamping.

2. Merancang sistem pembangunan yang baik secara sistematis sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Adapun sub tujuan (*minor objectives*) dilakukannya Studi Kelayakan Bisnis dari Cordelia Glamping adalah:

1. Cordelia Glamping membuka lapangan pekerjaan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Kabupaten Kepulauan Seribu.
2. Cordelia Glamping dapat menjadi daya tarik wisata alam baru di Pulau Harapan.
3. Meningkatkan pendapatan daerah melalui membayar pajak.
4. Menyediakan tempat berlibur, dimana wisatawan dapat menikmati keindahan alam dan suasana yang jauh dari keramaian dengan fasilitas yang memadai dan modern.

5. Mendapatkan profit.

C. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah metode ilmiah untuk pengumpulan data untuk tujuan tertentu (Sugiyono, 2011). Metode pengumpulan data untuk menyusun studi kelayakan bisnis Cordelia Glamping adalah metode pengumpulan data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan langsung dari sumber utama oleh peneliti, seperti wawancara, survei, dan eksperimen (Anton Priyo Nugroho, 2022).

a. Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengumpulan data di mana peserta mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data tentang pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian, dan perilaku peserta. Studi kelayakan bisnis ini akan membagikan kuesioner kepada responden.

b. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap sekumpulan individu yang menjadi perhatian dan pengumpulan data dengan teknik observasi dapat dilakukan terhadap benda mati karena pihak yang mengumpulkan data tidak perlu berinteraksi satu sama lain (Prof. Dr. Sugiarto et al., 2023). Data itu dikumpulkan bila

individu yang menjadi perhatian untuk diamati memang sudah ada di lapangan. Dalam studi kelayakan bisnis ini akan mengumpulkan data dengan melakukan observasi langsung menuju lokasi untuk melihat apakah lokasi tersebut layak dijadikan tempat *glamping*.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada dan dapat diakses yang telah dikumpulkan sebelumnya oleh peneliti lain dan dapat digunakan untuk penelitian orang lain (Anton Priyo Nugroho, 2022). Dalam studi kelayakan bisnis ini data sekunder yang digunakan diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), buku referensi, jurnal ilmiah, *website* resmi, dan sumber lainya yang mendukung.

3. Teknik *Sampling*

Dalam pengambilan sampel terdapat 2 teknik yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*:

a. *Probability Sampling*

Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018). Adapun jenis teknik *probability sampling* yaitu sebagai berikut :

1) *Simple Random Sampling*

Simple random sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang sederhana dan digunakan untuk mengambil anggota sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata populasi. Cara ini dilakukan jika anggota populasi homogen.

2) *Proportionate Stratified Random Sampling*

Teknik *proportionate stratified random sampling* digunakan dalam situasi di mana populasi memiliki anggota atau komponen yang tidak homogen, berstrata, dan jumlah populasinya proporsional,

3) *Disproportionate Stratified Random Sampling*

Teknik *disproportionate stratified random sampling* digunakan untuk menentukan jumlah sampel apabila terdapat kasus dimana populasi berstrata tetapi tidak proporsional,

4) *Cluster Sampling*

Teknik *sampling area* digunakan jika objek penelitian memiliki sumber data yang sangat luas, seperti penduduk suatu negara, provinsi atau kabupaten.

b. *Non-Probability Sampling*

Non probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama kepada setiap komponen populasi atau individu untuk dipilih sebagai sampel

(Sugiyono, 2018). Terdapat enam teknik *non probability sampling* yaitu sebagai berikut :

1) *Sampling Sistematis*

Merupakan metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi diberi nomor urut.

2) *Quota Sampling*

Metode untuk mengambil sampel populasi dengan karakteristik tertentu hingga jumlah yang diinginkan.

3) *Convenience Sampling*

Convenience Sampling adalah teknik penentuan sampel jika seseorang dianggap sesuai sebagai sumber data, seseorang yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan atau secara tidak sengaja dapat digunakan sebagai sampel dalam pendekatan sampel mudah.

4) *Purposive Sampling*

Purposive sampling merupakan metode pengampilan sampel yang telah dipilih oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu.

5) *Sampling Jenuh*

Merupakan metode ketika setiap anggota populasi diambil sebagai sampel.

6) *Snowball Sampling*

Snowball sampling adalah metode yang digunakan untuk mengambil sampel kecil kemudian meningkatkannya. Untuk mengambil sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua individu,

tetapi peneliti kemudian mencari individu lain yang dianggap lebih ahli atau dapat melengkapi data yang kurang hingga data lengkap, hal ini dapat dilakukan berkali-kali.

D. Tinjauan Konseptual Mengenai Bisnis Terkait

1. Pariwisata

Pariwisata adalah aktivitas di mana seseorang pindah dan tinggal di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut dengan tujuan perjalanan, bisnis, atau tujuan lain, tanpa bekerja di tempat tersebut (Wirawan, Octaviany, & Nuruddin, 2022). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah mencakup segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha yang terkait dengan bidang tersebut. Sedangkan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu dalam jangka waktu singkat untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau untuk mempelajari daya tarik wisata tempat tersebut. Pariwisata memiliki komponen yang dikenal dengan istilah 4A (Cooper, 2008).

a. Attraction

Komponen pariwisata atraksi atau dapat disebut juga dengan daya tarik wisata yang didalamnya terdapat keindahan, keunikan, keanekaragaman yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut.

b. Amenity

Komponen pariwisata yang menyediakan fasilitas pendukung bagi atraksi utama wisata ataupun sarana dan prasarana yang dibutuhkan bagi wisatawan seperti ketersediaan akomodasi, restoran, toilet umum, dan lainnya.

c. Accessibility

Komponen pariwisata yang dapat memberikan kemudahan akses bagi wisatawan yang ingin berkunjung ke destinasi tersebut. Seperti terdapat jasa transportasi, stasiun, jalan raya, jalan tol, fasilitas parkir, dan lainnya.

d. Ancillary Services

Komponen pariwisata yang disediakan sebagai pelayanan tambahan yang bertujuan untuk mendukung daya tarik wisata seperti memperoleh pelayanan informasi di *Tourism Information Center* (TIC), baik berupa penjelasan langsung maupun bahan cetak seperti brosur, buku, poster, peta dan lain sebagainya.

2. Daya Tarik Wisata

Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Jenis Daya

Tarik Wisata terbagi dalam Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025, antara lain:

a. Daya Tarik Wisata Alam

Terdapat dua jenis daya tarik wisata alam yaitu daya tarik yang didasarkan pada kemungkinan keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan dan daya tarik yang didasarkan pada kemungkinan keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut.

b. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya Tarik Wisata budaya adalah daya tarik yang berasal dari hasil olah cipta, rasa, dan karsa manusia sebagai makhluk budaya, termasuk benda kuno, peninggalan bersejarah, dan tradisi lokal. Daya tarik berwujud (*tangible*) dan tidak berwujud (*intangible*).

c. Daya Tarik Wisata Hasil Buatan Manusia

Daya tarik wisata tertentu yang berasal dari ciptaan manusia dan kegiatan manusia lainnya di luar wilayah wisata alam dan budaya.

3. *Glamping*

Glamping merupakan singkatan dari *Glamour Camping* dimana pengunjung dapat merasakan suasana *camping* dengan berbagai fasilitas yang memadai sehingga para pengunjung tidak perlu membawa alat-alat kemah sendiri. Pengunjung dapat menikmati suasana alam terbuka

dengan *glamping* ini tanpa harus membangun tenda terlebih dahulu atau merasa panas karena tenda *glamping* sudah memiliki fasilitas seperti hotel, seperti kasur berukuran besar, kamar mandi pribadi, hingga listrik (Utami, 2020). *Glamping* memiliki perbedaan dengan *camping ground*, yang mana harus mempersiapkan alat kemah sendiri, makanan, dan lainnya. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 24 Tahun 2015 tentang Standar Usaha Bumi Perkemahan, *camping ground* atau bumi perkemahan adalah tempat di alam terbuka, dimana para pemakai dapat mendirikan kemah-kemah untuk keperluan bermalam dan melakukan kegiatan sesuai dengan motivasinya. *Glamping* dan *camping ground* merupakan suatu tempat untuk menetap sejenak atau berkemah di alam terbuka yang memiliki syarat menurut acuan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 24 Tahun 2015 tentang Standar Usaha Bumi Perkemahan yaitu memiliki luas area sekurang-kurangnya 2,5 hektar, memelihara sanitasi dalam area perkemahan serta memiliki kriteria utama seperti dekat dengan sumber air, memiliki permukaan tanah yang rata, aman dari binatang buas, serta tidak menimbulkan kerusakan pada lingkungan.

4. Wisata Premium

Dalam industri perhotelan dan pariwisata, konsep "kemewahan" terus berkembang dengan berbagai definisi. Pengetahuan tentang industri perhotelan dan perjalanan mewah mengacu pada pengalaman unik dan asli yang difokuskan pada nilai daripada harga (Spence et al., 2022).

Karena fasilitas dan fasilitas mewah didefinisikan berdasarkan segmen pasar yang berbeda, apakah itu kelas satu, menengah, atau bawah, setiap perjalanan selalu memiliki sedikit kemewahan (Sukmawati et al., 2018). *Luxury tourism* atau wisata premium adalah salah satu jenis wisata yang berbeda yang membutuhkan sumber daya keuangan, tetapi dianggap sebagai jenis wisata dengan kualitas yang sangat baik, produk wisata premium memiliki ciri unik dan citra merek. Pengunjung atau konsumen produk/jasa mewah yang tertarik dengan wisata premium biasanya memiliki waktu luang dan kekuatan finansial yang bergantung pada pendapatan mereka, yang mana menginginkan pengalaman unik dan memberikan logistik terbaik untuk industri perhotelan bagi mereka (Petroman, 2021).

5. Konsep Bisnis Cordelia Glamping

Cordelia Glamping merupakan penyedia akomodasi yang berupa perkemahan yaitu *camping* dengan ciri yang modern, dikenal dengan sebutan *Glamour Camping* atau "*Glamping*", dimana pengunjung dapat melakukan suasana berkemah dengan fasilitas yang lebih modern dan juga nyaman layaknya menginap di hotel, meskipun fasilitas - fasilitas yang akan disediakan cukup berbeda dari konsep berkemah biasa, suasana atau esensi dari berkemah tetap tidak akan hilang dari *glamping* ini yang mana pengunjung dapat tetap menikmati keindahan alam secara langsung. Cordelia Glamping memilih mendirikan di area pantai sehingga pengunjung dapat menikmati

indahnyanya pemandangan laut dan dapat melakukan aktivitas disekitarnya. Tidak hanya menawarkan akomodasi, Cordelia Glamping juga menawarkan aktivitas bagi para pengunjung yang menginap di Cordelia Glamping yang berupa *workshop* pembuatan *snack* tradisional sebagai edukasi, hingga aktivitas luar pulau seperti *canoe*, *jetski*, *paddleboat* hingga *snorkeling*.

