

ABSTRAK

Tugas akhir ini membahas peran seorang Partnership Officer dalam menjalin kerja sama strategis antara Center of Excellence (CoE) Smart Tourism & Hospitality Universitas Telkom dengan mitra eksternal dalam dua proyek utama: digitalisasi destinasi wisata Keraton Kasepuhan Cirebon melalui platform Online Travel Agent (OTA) dan pengembangan startup di bidang tour and travel. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan aksesibilitas informasi wisata, meningkatkan angka kunjungan, serta mendorong keterlibatan generasi muda dalam inovasi pariwisata digital. Metode yang digunakan mencakup riset pasar, observasi lapangan, pengisian dokumen legalitas, analisis SWOT dan STP, serta penyusunan strategi digital marketing setelah onboarding bisnis. Tools yang digunakan meliputi Google Workspace. Pada proyek pertama, penulis berhasil melakukan proses onboarding Keraton Kasepuhan ke lima platform OTA besar, yaitu Traveloka, Tiket.com, Locket.com, Atourin, dan Goers, yang berkontribusi terhadap peningkatan penjualan tiket secara signifikan. Pada proyek kedua, penulis turut merancang model bisnis dan membantu mendirikan startup binaan bernama Arsy Go Tour yang berfokus pada wisata Bandung dan sekitarnya. Kedua proyek ini menunjukkan bahwa kolaborasi digital melalui strategi kemitraan yang tepat dapat menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan akses dan promosi wisata berbasis budaya. Laporan ini menjadi bukti nyata penerapan ilmu digital marketing secara praktis di industri pariwisata serta kontribusi nyata mahasiswa dalam ekosistem Merdeka Belajar–Kampus Merdeka.

Kata Kunci: partnership officer, OTA, digitalisasi wisata, startup pariwisata, Keraton Kasepuhan, digital marketing