

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada magang fakultas dua semester di Center of Excellence Smart Tourism and Hospitality, terdapat dua diskusi tentang proyek. Penelitian Kedaireka atau Program Dana Padanan 2024 adalah proyek pertama. Yang kedua adalah perancangan dan pembentukan perusahaan start-up untuk membangun Center of Excellence Smart Tourism and Hospitality dalam bidang Tour and Travel, Pendidikan dan Pelatihan Kerja, dan Event Organizer (MICE).

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi menyelenggarakan Program Dana Padanan (Matching Fund) 2024, juga dikenal sebagai Penelitian Kedaireka, untuk meningkatkan kerja sama antara perguruan tinggi dan berbagai mitra eksternal, termasuk bisnis, industri, pemerintah, dan lembaga lainnya. Tujuan program ini adalah untuk menciptakan lingkungan di mana orang dapat bekerja sama untuk mencari solusi praktis untuk masalah yang dihadapi masyarakat saat ini dan untuk mengembangkan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing nasional. Dalam upaya mendukung pelaksanaan Kampus Merdeka, program ini diharapkan dapat membantu membangun kolaborasi yang erat dan berkelanjutan antara perguruan tinggi dan mitra eksternal.

Pembangunan ekonomi Indonesia sangat bergantung pada sektor pariwisata[1]. Karena potensinya yang signifikan untuk meningkatkan pendapatan daerah, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendorong industri kreatif, ini merupakan sektor yang sangat strategis. Meskipun Keraton Kasepuhan Cirebon memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata budaya, sistem manajemen pariwisata yang masih konvensional menghalangi potensi ini untuk dimanfaatkan sepenuhnya. Akses ke informasi, promosi, dan pembelian tiket hanya dapat dilakukan secara offline, membuatnya sulit untuk bersaing di era digital[2].

Dalam situasi seperti ini, digitalisasi pariwisata adalah solusi yang sangat penting untuk meningkatkan aksesibilitas destinasi wisata dan menarik pelanggan dari berbagai kalangan. Oleh karena itu, sangat penting untuk merencanakan dan menerapkan strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan visibilitas destinasi wisata, terutama dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan iklan online serta OTA (Online Travel Agent)[3].

Penulis diberi kesempatan untuk bergabung dengan tim penelitian yang dipimpin oleh Ibu Dr. Astri Wulandari, S.E., M.M. sebagai bagian dari Program Penelitian Dana Padanan 2024. Penelitian ini berjudul "Peningkatan Pengunjung Keraton Kasepuhan

dengan Strategi Pemasaran Lingkungan Guna Meningkatkan Pendapatan Keraton Kasepuhan Cirebon dan Area Sekitarnya", dan penulis akan berperan sebagai asisten peneliti untuk mengumpulkan data pasar yang akan digunakan dalam merancang strategi pemasaran yang tepat untuk memperkenalkan Keraton Kasepuhan kepada pasar yang lebih luas, baik lokal maupun internasional.

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang preferensi wisatawan dan potensi pasar, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan data sekunder dari sumber-sumber online serta data primer melalui survei dan wawancara dengan masyarakat sekitar. Fokus penelitian ini adalah untuk membantu merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan fitur pasar saat ini serta menemukan metode digital yang dapat mengoptimalkan pengalaman pengunjung, seperti penggunaan Instagram, iklan online dan OTA.[4]



Gambar 1. 1 Pengenalan Dengan Tim EMB

Selain itu, penulis bekerja sama dengan tim pengelola Keraton Kasepuhan untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat diterapkan untuk mendukung penerapan strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan terukur. Selain itu, penelitian ini memberi penulis pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana kolaborasi antara perguruan tinggi, industri,

Pengalaman ini membantu COE Smart Tourism & Hospitality mengembangkan startup berbasis pariwisata yang memanfaatkan riset pemasaran untuk membangun strategi pemasaran digital. Diharapkan startup ini dapat menjadi platform yang menghubungkan wisatawan dengan destinasi wisata berbasis budaya dan mendukung e-tourism melalui hasil riset yang terorganisir dan strategi pemasaran yang direncanakan dengan baik.

Penulis terlibat dalam pembuatan startup tour and travel Arsy Go, yang merupakan bagian dari program startup binaan COE Smart Tourism & Hospitality. Arsy Go berfokus pada pengembangan layanan tour and travel serta MICE (Meeting, Incentives, Conventions, and Exhibitions). Tujuan dari startup ini adalah untuk menciptakan sebuah platform kolaborasi yang menghubungkan berbagai sektor pariwisata digital dan layanan MICE dengan pasar yang lebih luas. Startup ini bertujuan untuk memberikan

Dalam proyek ini, penulis terlibat dalam pembuatan model bisnis startup yang mencakup perancangan strategi pemasaran digital serta analisis kebutuhan pasar yang menjadi target utama Arsy Go. Selain itu, penulis akan melakukan penelitian untuk menentukan segmen pasar yang tepat dan merancang strategi pemasaran digital yang dapat digunakan melalui berbagai platform, seperti media sosial dan iklan digital, untuk menjangkau audiens yang relevan dengan layanan yang ditawarkan.

Penulis juga mengurus legalitas startup. Penulis bekerja sama dengan tim untuk memastikan bahwa proses pendirian startup Arsy Go berjalan dengan lancar dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pengurusan izin usaha dan registrasi perusahaan adalah bagian penting dalam memastikan bahwa Arsy Go dapat beroperasi secara sah di sektor pariwisata dan MICE.

Melalui proyek ini, penulis berharap dapat membantu pertumbuhan industri pariwisata digital dan MICE di Indonesia dengan menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Diharapkan keterlibatan penulis dalam perencanaan bisnis dan riset pasar akan berdampak positif pada perkembangan industri pariwisata serta meningkatkan layanan yang diberikan kepada klien MICE dan tour travel.

1.2 Rumusan Masalah dan Solusi

Berikut merupakan penjelasan dari rumusan masalah dan solusi yang ditawarkan, yaitu:

1.2.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam pelaksanaan kegiatan magang ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa masalah yang dihadapi saat melakukan riset pasar tentang strategi pemasaran digital untuk Keraton Kasepuhan, dan bagaimana mengatasi masalah ini?
2. Bagaimana riset pasar dapat membantu startup tour and travel menemukan audiens yang tepat dan meningkatkan kontribusinya terhadap industri pariwisata?

1.2.2 Solusi

Untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan, berikut beberapa solusi yang diterapkan dalam program magang ini:

1. Masalah utama dalam riset pasar untuk Keraton Kasepuhan adalah kurangnya data terstruktur tentang pengunjung dan resistensi terhadap teknologi dari pengelola keraton. Solusinya adalah dengan mengumpulkan data primer melalui survei dan wawancara dengan pengunjung, serta data sekunder dari sumber online. Untuk mengatasi resistensi, perlu diadakan pelatihan digitalisasi untuk menunjukkan manfaat pemasaran digital dalam meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas keraton.
2. Riset pasar membantu startup tour and travel dalam menentukan segmen pasar yang tepat dengan memahami preferensi dan perilaku wisatawan, serta kebutuhan pasar yang spesifik. Dengan informasi ini, startup dapat merancang strategi pemasaran digital yang lebih terfokus dan memilih saluran pemasaran yang efektif, seperti media sosial atau iklan digital, untuk menjangkau audiens yang relevan. Hal ini akan memperkuat kontribusi startup terhadap industri pariwisata dengan menyediakan layanan yang lebih sesuai dan meningkatkan keterlibatan wisatawan.

1.3 Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan program magang dan penyusunan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuat strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas Keraton Kasepuhan, identifikasi dan pengumpulan data pasar yang relevan diperlukan.
2. Analisis preferensi dan perilaku pengunjung membantu startup tour and travel menemukan audiens yang tepat dan membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan segmen pasar.
3. Mengembangkan dan menerapkan model bisnis dan strategi pemasaran digital untuk startup Arsy Go, yang berfokus pada industri tour and travel dan MICE.
4. Membuat strategi digitalisasi dan pemasaran untuk Keraton Kasepuhan untuk mendukung pariwisata berbasis budaya.
5. Membantu perkembangan Arsy Go sebagai platform yang menghubungkan industri pariwisata dan MICE dengan pasar yang lebih luas, dan juga mengurus legalitas startup untuk memastikan bahwa mereka dapat beroperasi secara legal.

1.4 Penjadwalan Kerja

Untuk mencapai solusi yang telah ditawarkan pada poin sebelumnya, jadwal pekerjaan ini dirancang untuk melakukan dua periode pekerjaan setiap minggu. Contoh jadwal pelaksanaan mingguan.

No	Deskripsi Kerja	Juli-24				Agustus - 24				September- 24				Oktober-24				November- 24				Desember- 24			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Onboarding Team	■	■																						
2	Research Sekunder			■	■																				
3	Survey Lokasi			■																					
4	Research Primer					■	■	■	■	■	■														
5	Sosialisasi & Kolaborasi										■	■	■	■	■										
6	Pengolahan data untuk dianalisis oleh tim marketing														■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabel 1. 1 Jadwal Pekerjaan Pada Digitalisasi Keraton Kasepuhan

No	Deskripsi Kerja	Januari-25				Februari- 25				Maret-25				April-25				Mei-25				Juni-25			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Onboarding Team	■	■																						
2	Perencanaan Bisnis			■	■	■	■																		
3	Pengumpulan Informasi Jasa Pembentukan Legalias Perusahaan					■	■	■																	
4	Pengumpulan berkas dan dokumen legal								■	■	■	■	■												
5	Analisis Kompetitor									■	■	■	■												

