

BAB I

Analisis Peluang Usaha

1.1. Rencana Ide yang Akan Dikembangkan

Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peluang bisnis yang sangat besar. Berdasarkan Pak Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sektor pariwisata ini adalah sebuah *beacons of hope* dimana hal tersebut dapat meningkatkan peluang dalam tenaga kerja serta pemulihan ekonomi nasional (Katadata, 2021).

Di Indonesia terdapat sangat banyak tempat yang menjadi rekomendasi untuk dikunjungi untuk berlibur atau sekedar berjalan - jalan untuk menenangkan pikiran. Hal tersebut juga menjadi daya tarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk berlibur. Menurut survei yang dilakukan oleh Mileu Insight terkait *rencana perjalanan domestik untuk liburan musim panas di Indonesia, Filipina, Vietnam, Malaysia, dan Thailand*, dari total 1.000 orang responden, sebanyak 85% orang Indonesia menyatakan bahwa mereka lebih memilih untuk menggunakan jasa *travel agent* dengan beberapa alasan salah satunya adalah meminimalisir risiko stress dan kelelahan saat liburan serta untuk mendapatkan banyak waktu luang dengan teman atau keluarganya. (Itsnaini, 2022).

Dalam dunia pekerjaan, ada istilah *freelance* yang merujuk kepada orang yang melakukan suatu pekerjaan dengan upah tertentu yang tidak memiliki ikatan dengan orang yang memberi pekerjaan tersebut (SEO, 2022). Pekerja lepas atau *freelance* tersebut banyak dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Tercatat, sebanyak 33,34 juta masyarakat Indonesia bekerja sebagai *freelancer*, menurut Badan Pusat Statistik, dilansir dari *bisnis.tempo.com* (Pebrianto, 2020). Peluang tersebut juga banyak dimanfaatkan oleh Mahasiswa untuk menambah pengalaman bekerja mereka sambil berkuliah.

Berdasarkan potensi tersebut, kami berencana untuk membuat sebuah *platform* yang menjadi solusi bagi mereka yang ingin berlibur dan menghubungkan mereka kepada para Pemandu Wisata (Tour Guide) yang bergabung dan dapat memilih destinasi sesuai keinginan dengan lebih mudah, aman, dan nyaman.

Melihat tren liburan yang dimana mereka menyukai untuk mencoba mengeksplorasi, keberadaan seseorang yang mengetahui detail jalan, bangunan, hingga kuliner yang berada di daerah tersebut akan sangat berguna untuk meningkatkan pengalaman jalan - jalan mereka. Selain itu, kami juga membuka peluang bagi Mahasiswa untuk mengembangkan diri mereka dengan menambah pengalaman dan mendapatkan penghasilan tambahan dengan bergabung dengan ide bisnis ini.

Ide bisnis ini telah dianalisis menggunakan analisis PESTEL dengan rincian sebagai berikut:

No	Aspek	Keterangan
1	Politik	Dukungan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terhadap pariwisata di Indonesia yang menjadi peluang untuk turut serta dalam pengembangan sektor pariwisata di Indonesia dengan menghadirkan akses Tour Guide yang mudah bagi para <i>traveller</i> baik domestik maupun internasional.
2	Ekonomi	Konsumsi berbasis <i>leisure</i> menjadi semakin banyak terjadi pada masyarakat menjadi peluang untuk memberikan pengalaman kepada masyarakat saat berlibur dan juga dapat membantu perekonomian

		masyarakat di kawasan tempat wisata dengan memberikan rekomendasi kepada para <i>traveler</i> untuk turut serta mendukung perekonomian warga lokal.
3	Sosial dan Budaya	Keberagaman budaya yang dimiliki masyarakat Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk berlibur ke daerah - daerah yang berada di Indonesia dan merasakan kebudayaan tersebut. Keberagaman tersebut menjadikan Tourism dan keberadaan Tour Guide menjadi diperlukan untuk mengeksplorasi lebih dalam kebudayaan yang ada.
4	Teknologi	Kemajuan teknologi seperti kehadiran <i>Virtual Tourism</i> dimana seseorang dapat bepergian kemanapun secara virtual tanpa harus keluar menjadi salah satu ancaman dimana para <i>traveller</i> akan memilih untuk melakukan <i>virtual tourism</i> karena lebih mudah untuk dilakukan. Namun hal tersebut dapat diatasi karena keberadaan <i>virtual tourism</i> tidak dapat menggantikan sensasi/pengalaman yang dirasakan ketika terjun langsung ke tempat wisata yang dituju. Selain <i>virtual tourism</i> yang berpotensi menjadi ancaman, kemajuan teknologi juga memberikan peluang dan dampak positif di bidang tourism dimana hal tersebut mempermudah dalam pencarian hingga pemesanan tiket, penginapan, tour guide, dan sebagainya ke tempat wisata.

5	Lingkungan	Beberapa isu kerusakan lingkungan dan aksi vandalisme di area tempat wisata menjadi hal yang harus diperhatikan. Hal tersebut dapat diatasi dengan memberikan edukasi dan pemahaman terhadap <i>traveller</i> untuk turut serta menjaga kelestarian dan keindahan alam serta tempat wisata yang dikunjungi
---	------------	--

1.2. Analisis Segmentasi Pasar Sasaran

Segmentasi pasar dari ide bisnis kami terbagi menjadi 4 segmentasi, yaitu geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Segmentasi konsumen dari ide bisnis kami terdapat dari 2 sisi, sisi pengguna / user yaitu orang yang ingin melakukan perjalanan ke suatu tempat dan sisi pemberi jasa / tour guide yaitu warga setempat khususnya mahasiswa yang ingin bergabung untuk menjadi seorang pemandu bagi para pengguna. Berikut merupakan segmentasi dari sisi konsumen dan tour guide yang telah ditentukan:

Segmentasi dari Konsumen		
No	Segmentasi	Keterangan
1	Geografis	Seluruh Indonesia
2	Demografis	Umur: Millennials dan Generasi Z usia 20-39 tahun Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan Pekerjaan: mahasiswa, pegawai swasta, wirausaha Kelas sosial: kelas menuju menengah ke atas

3	Psikografis	Suka <i>travelling</i> terutama di Wilayah Indonesia Memiliki jiwa petualang Suka mencari pengalaman baru
4	Perilaku (benefit)	Mereka yang sering menggunakan jasa tour guide untuk memudahkan mereka selama perjalanan dengan memberikan informasi terkait tempat-tempat yang akan dikunjungi serta memberikan rasa aman kepada para traveler.

Segmentasi pada sisi pemberi jasa terdapat tour guide yang akan melayani konsumen selama perjalanan, berikut segmentasi untuk pemberi jasa :

Segmentasi dari Tour Guide (Pemberi Jasa)		
No	Segmentasi	Keterangan
1	Geografis	Yogyakarta
2	Demografis	Umur: 20 - 49 tahun Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan Pekerjaan: Mahasiswa, fresh graduate, <i>freelancer</i> , Tour Guide, komunitas Kelas sosial: Kelas Menengah
3	Psikografis	Senang melakukan perjalanan atau <i>travelling</i> terutama di wilayah Yogyakarta Memiliki jiwa petualang <i>Outgoing</i> personality
4	Perilaku	Orang yang senang membagikan pengalaman dan berinteraksi dengan orang lain

1.3. Analisis Permintaan Pasar pada Pasar Sasaran

Permintaan akan produk pada sebuah pasar adalah salah satu hal utama dalam sebuah bisnis. Besar kecilnya permintaan tersebut akan berpengaruh terhadap keberlangsungan sebuah bisnis sehingga penting bagi pelaku bisnis untuk melakukan riset dan analisa terhadap permintaan dari konsumen dengan tujuan untuk menetapkan strategi pemasaran hingga membantu dalam menetapkan harga jual produk yang ditawarkan. (Prasetya Mulya Executive Learning Institute, 2022). Berdasarkan hal tersebut, kami melakukan sebuah riset sederhana yang bertujuan untuk melihat potensi pasar yang ada di bidang pariwisata ini.

1.3.1. Potensi Pasar Untuk Pengguna (User)

No	Variable yang diminati	Sumber Rujukan	Perkiraan Proporsi	Perkiraan Potensi Pasar
1	Populasi Penduduk Indonesia 2021	BPS 2021		272.682.500
2	Jumlah Kunjungan wisatawan kota Yogyakarta tahun 2019	Dinas Pariwisata Yogyakarta 2021	1.42%	3.879.743
3	Populasi Penduduk Indonesia	BPS 2021	1.15%	44.778

	berusia 17-24 Tahun			
4	Potensi pasar yang akan dituju		10%	4.478
Potensi Pasar per Bulan				4.478
Potensi Pasar Per Tahun				54.736

1.3.2. Potensi Pasar Untuk Tour Guide

No	Variable yang diminati	Sumber Rujukan	Perkiraan Proporsi	Perkiraan Potensi Pasar
1	Populasi Penduduk Yogyakarta Tahun 2020	BPS Yogyakarta 2020		3.668.319
2	Populasi penduduk Yogyakarta berusia 20 - 49 Tahun	BPS Yogyakarta 2021	46.39%	1.701.919
3	Populasi angkatan kerja yang belum bekerja Tahun 2020	DKB Ditjen Dukcapil Yogyakarta 2020	6.6 %	112.306
4	Potensi pasar yang akan dituju		3 %	3.369
Potensi Pasar per Bulan				3.369

Potensi Pasar Per Tahun	40.428
-------------------------	--------

Berdasarkan kedua tabel di atas, segmentasi dari Tour Go terdiri dari 2 sisi yaitu *traveler* dan Guide yang merupakan warga lokal di daerah tempat wisata. Dengan melihat data statistik dari jumlah total penduduk Indonesia generasi Z, potensi permintaan pasar dari sisi *traveler* cukup menjanjikan dengan perkiraan proporsi 10% dari total penduduk usia Gen Z yaitu sebesar 4.478 orang. Sementara dari sisi Guide, kami memilih daerah Yogyakarta sebagai tempat awal operasional Tour Go sehingga dengan acuan data statistik jumlah penduduk di Yogyakarta, terdapat potensi sebesar 3% dari populasi angkatan kerja yang belum bekerja di tahun 2020 sebesar 3.369 orang.

1.4. Analisis Penawaran Pasar pada Pasar Sasaran

Kami melakukan analisis penawaran pasar pada pasar sasaran dengan menggunakan aspek jumlah produsen serupa, jumlah dan daya tawar konsumen, kehadiran barang substitusi, peluang produsen baru untuk masuk, dan persaingan internal dalam industri. (Amani, 2022)

No	Aspek Penawaran Pasar	Kondisi	Penjelasan	Cara Menghadapi
1	Jumlah Produsen Serupa	Rendah	Platform pemesanan Tour Guide belum banyak ada di Indonesia	Memberikan kemudahan bagi <i>traveler</i> untuk mendapatkan Guide tanpa harus ke Biro Perjalanan
2	Jumlah dan daya tawar	Sedang	Tren wisata berbasis	Meningkatkan pelayanan dari

	konsumen		pengalaman semakin banyak digemari oleh masyarakat Indonesia	Guide kepada konsumen untuk memberikan pengalaman yang diminati oleh Konsumen
3	Kehadiran Barang Substitusi	Terdeteksi	Terdapat layanan yang menawarkan kemudahan untuk kebutuhan liburan seperti tiket hingga penginapan.	Menghadirkan value yang tidak ditawarkan oleh layanan dari produk serupa.
4	Peluang produsen baru untuk masuk	Tinggi	Tren pariwisata Indonesia yang mulai naik pasca Pandemic Covid - 19 menjadikan peluang untuk masuk di industri ini menjadi semakin tinggi	Menciptakan inovasi - inovasi untuk dapat berkembang mengikuti perkembangan dan memberikan value yang dapat membekas di konsumen
5	Persaingan Internal dalam Industri	Rendah	Belum banyak penyedia layanan yang menawarkan jasa penyewaan Tour Guide tanpa melewati Biro Perjalanan di Indonesia	Memberikan pelayanan yang berkesan bagi konsumen sehingga mendapatkan kepercayaan dan loyalitas dari konsumen

1.5. Analisis Persaingan Usaha pada Pasar Sasaran

Perkembangan teknologi dan dukungan pemerintah terhadap pariwisata Indonesia menjadikan peluang yang menarik bagi para

pebisnis untuk masuk ke dalam industri ini. Peluang tersebut menimbulkan persaingan yang umum terjadi dalam setiap usaha yang dijalankan. Berdasarkan hasil riset dan analisa akan persaingan usaha yang dapat terjadi pada industri ini, kami mengkategorikannya ke dalam tiga kategori sesuai dengan apa yang diajarkan oleh dosen pengajar pada kegiatan Wirausaha Merdeka ini yaitu pesaing langsung, pesaing manfaat, dan pesaing anggaran. Hasil riset dan analisa tersebut dapat dilihat pada tabel berikut

The logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is displayed in a light blue, semi-transparent font. It consists of the letters 'UMMN' in a large, bold, sans-serif typeface.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

No	Jenis Pesaing	Pesaing	Identifikasi Pesaing	Strategi Menghadapi
1	Pesaing Langsung	Widyaloka Wisata	<p>Menawarkan layanan sewa kendaraan, penginapan, kuliner, hingga jasa tour guide yang ditawarkan melalui paket wisata yang dapat dipilih.</p> <p>Melayani khusus daerah Yogyakarta.</p> <p>Jadwal perjalanan dan waktu yang telah ditetapkan</p>	<p>Menawarkan jadwal perjalanan yang lebih fleksibel</p> <p>Menyediakan fitur - fitur untuk mendukung kenyamanan konsumen</p>
2	Kompetitor Manfaat	Traveloka & Tiket.com	<p>Menawarkan layanan pemesanan tiket perjalanan hingga hotel dengan rentang harga beragam</p> <p>Menawarkan fitur <i>pay later</i> dan rekomendasi kuliner sekitar</p> <p>Melayani wisata dalam negeri hingga luar negeri</p>	<p>Menyediakan harga yang bervariasi sesuai dengan pengalaman yang Guide miliki sehingga dapat disesuaikan dengan budget</p>
3	Kompetitor Anggaran	Warga Lokal atau Tour	Menawarkan jasa Guide di tempat	Menyediakan Pemandu

		Guide Lokal	<p>wisata yang harus didatangi terlebih dahulu untuk memesan</p> <p>Pemandu Wisata dengan harga yang relatif lebih murah</p> <p>Biasanya berasal dari komunitas tertentu</p>	<p>Wisata yang dapat dipesan jauh sebelum sampai di tempat wisata sehingga dapat langsung <i>jalan</i></p> <p>Menyediakan pemandu wisata yang terjamin untuk memberikan pengalaman yang terbaik bagi konsumen</p>
--	--	-------------	--	---

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA