

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan

Indonesia memiliki banyak tempat wisata yang belum banyak diketahui oleh wisatawan luar negeri, seperti Pulau Samosir, Kepulauan Kei, Pulau Weh, dan Toraja. Sehingga memasuki era Industri 5.0, teknologi sudah terintegrasi dalam sektor pariwisata. Integrasi teknologi ini mendukung aspek digitalisasi tempat atau objek wisata dengan mempopulerkan serta memperbarui lokasi penginapan agar lebih sesuai dengan kebutuhan sekarang. Beberapa contoh digitalisasi penginapan yang menyediakan *homestay* antara lain, Airbnb, Traveloka, Booking, dan masih banyak lagi. Airbnb sendiri telah menghasilkan net revenue sebesar \$3.2 milyar pada 2017 (Sharepost, 2017). Hamdani dari tek.id menyatakan bahwa pada tahun 2017 saja, terdapat 881.000 wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia untuk menginap di Airbnb. Semenjak Covid-19, juga didapati *shifting* pada tren berwisata. Dimana masyarakat tidak lagi berlibur ke area urban, melainkan mencari suasana dan pengalaman baru ke wisata alam, Prasetyo dan Irawati (2022). Dengan meningkatnya jumlah desa wisata, Bhumi Daya dapat menjembatani perubahan tren ini sekaligus meningkatkan ekonomi daerah, Surti (2023). Oleh karena itu desa wisata merupakan salah satu konsep wisata yang diminati, dimana wisatawan dapat tinggal bersama warga pada daerah tersebut dan berkesempatan melakukan kegiatan tradisional bersama warga lokal.

Berbeda dengan Airbnb yang menawarkan opsi menginap dengan harga lebih murah di rumah atau apartemen, dalam pengembangan desa wisata oleh Bhumi Daya, wisatawan internasional akan merasakan pengalaman autentik dari budaya dan adat istiadat tradisional yang ada pada desa mereka menginap. Hal ini berguna untuk membantu keberlangsungan pariwisata budaya Indonesia, terutama memperkenalkan budaya Indonesia yang jarang terekspos secara lebih mendalam. Dalam artikel Kompas, Barbara Russel, seorang profesor humaniora di Universitas

Maryland menyatakan wisatawan Amerika lebih mengenal Bali dibandingkan Indonesia. Sebagai negara dengan banyaknya pulau dan budaya, penting agar Indonesia dapat lebih dikenal dari sekedar negara dengan kota Bali. Hal ini kami lakukan dengan cara meningkatkan *awareness* para wisatawan luar negeri terkait tempat wisata dan budaya pulau-pulau di Indonesia melalui tempat penginapan *homestay* di pulau tersebut. Melalui hal ini, wisatawan luar negeri dapat lebih mengenal Indonesia sebagai negara yang luas dengan budaya yang beragam.

Melansir dari Jendela360 (2020), Sopian menyatakan bahwa *homestay* merupakan konsep akomodasi yang menyediakan pengalaman menginap di tempat tinggal warga setempat. Umumnya, desa wisata memiliki area yang luas dan pembagian sektor kegunaan lahan. Terdiri dari *homestay* yang menyediakan kamar-kamar yang disewakan dalam rumah maupun apartemen pribadi, area rekreasi, hingga area produksi lokal. Sehingga para wisatawan dapat merasakan kehidupan sehari-hari dari sudut pandang warga lokal. Merancang aplikasi dengan fitur utamanya adalah untuk menghubungkan para wisatawan dengan desa wisata yang memiliki *homestay* (rumah penginapan) dan paket aktivitas di tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia. Fitur ini membantu para pengunjung untuk menentukan dari banyaknya pilihan desa wisata di tempat yang ingin mereka kunjungi. Sehingga pengunjung dapat dipermudah untuk melakukan *booking*, asuransi penginapan, *check-in*, dan pembayaran. Melalui aplikasi ini wisatawan juga dapat melihat rekomendasi tempat wisata yang dekat dengan rumah penginapan mereka.

Tidak hanya mengenalkan budaya Indonesia pada Masyarakat luas, Bhumi Daya juga ikut serta mengembangkan perekonomian negara melalui sektor pariwisata. Bhumi Daya juga ikut serta meningkatkan lapangan kerja pada daerah-daerah yang kurang ter-ekspos dengan memberikan lapangan kerja yang sesuai dengan keahlian dan ruang lingkup kehidupan mereka. Seperti aspirasi pemerintahan Indonesia yang menjunjung tinggi sektor pariwisata dengan memberikan investasi yang memadai demi pengembangan sektor pariwisata daerah (Aliansyah & Hermawan: 2019).

Agar proyek desa wisata ini berhasil mencapai target pasar, yaitu wisatawan luar negeri sebagai target pasar primer, dibutuhkan integrasi dan modernisasi infrastruktur antara aplikasi dan penyedia desa wisata untuk menciptakan pengalaman yang tidak hanya mengedepankan keaslian budaya, tetapi juga menawarkan lingkungan yang aman dan nyaman untuk ditinggali, serta fasilitas yang memadai. Bhumi Daya juga akan menjaga kualitas dari setiap lokasi desa wisata dengan melakukan *quality control* pada dan pelatihan para *partner* desa wisata mengenai pelayanan yang diberikan untuk memastikan kepuasan pengalaman menginap para tamu.

Pada semester 6 ini, program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Kewirausahaan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan dan jiwa wirausaha sebelum memasuki tahap Tugas Akhir dan Magang. Program ini dirancang untuk mendorong mahasiswa agar dapat menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama studi ke dalam proyek kewirausahaan praktis, yang tidak hanya meningkatkan keterampilan praktis tetapi juga memperluas jaringan profesional. Menurut Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek), tujuan dari program MBKM Kewirausahaan adalah untuk mempersiapkan mahasiswa dengan pengalaman langsung di bidang bisnis, sehingga mereka siap untuk menghadapi tantangan karier di masa depan (Kemendikbudristek, 2021). Karena itu, penulis memilih untuk mengikuti program ini pada semester 6 ini untuk mengasah kemandirian dan keterampilan agar lebih siap menghadapi dunia profesional.

1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Bagaimana merancang media promosi aplikasi Bhumi Daya agar dapat bersaing dengan aplikasi desa wisata di Indonesia lainnya dan relevan di masa sekarang dengan menawarkan penginapan berkonsep tradisional?

1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan

Batasan Perancangan Perancangan Media Promosi *Online* dan *Offline* Wirausaha Pariwisata Untuk Aplikasi Bhumi Daya, hanya akan membahas mengenai tahapan perancangan media promosi aplikasi, serta implementasi nya pada aplikasi sebagai proyek primer.

1.3.1 Batasan Segmentasi

- Demografis:
 - Usia: 25-34 tahun
 - Jenis kelamin: Laki-laki dan Perempuan
 - Tingkat Pendidikan: Perguruan Tinggi atau Sederajat
 - Pekerjaan: Pekerja kantoran, *Freelance*, *Entrepreneur*, *Traveller*
 - *Life-cycle stage*: Single, Married
 - *Income*: > 20 juta (wisatawan dalam negeri), > 50 juta (wisatawan mancanegara)

Secara demografis, Perancangan Media Promosi *Online* dan *Offline* Wirausaha Pariwisata Untuk Aplikasi Bhumi Daya menargetkan para dewasa muda dan dewasa (*late Gen Z* dan *Millennials*) di rentang usia (25-34 tahun) dengan penghasilan lebih dari 20 juta untuk wisatawan dalam negeri dan lebih dari 50 juta untuk wisatawan luar negeri.

Hal ini dikarenakan mereka cenderung memiliki daya beli lebih tinggi dan mencari pengalaman wisata yang eksklusif. Mereka juga lebih terbuka dengan interaksi budaya dan mencari pengalaman yang lebih isimewa dalam perjalanan liburan mereka. Sehingga kepribadian petualang dan *mindset* yang terbuka mendukung pengalaman *homestay* ini menjadi suatu hal yang autentik dan berbeda dari lingkungan mereka sehari-hari.

- Geografis:
 - Negara: Indonesia, Australia, Singapura, Malaysia
 - Kota: Urban/Kota
 - Kepadatan Penduduk: Padat
 - Iklim: Tropis

Secara demografis, Perancangan Media Promosi *Online* dan *Offline* Wirausaha Pariwisata Untuk Aplikasi Bumi Daya memiliki target primer wisatawan luar negeri yang lokasi nya berdekatan dengan Indonesia seperti Malaysia, Singapura, dan Australia.

Badan Pusat Statistik menyatakan, pada November 2023, negara-negara tersebut memiliki jumlah kunjungan terbanyak ke Indonesia dibandingkan negara lain. Dengan Malaysia (15,45%), Singapura (12,86%), dan Australia (12,76%). Wisatawan mancanegara Malaysia tercatat 141,75 ribu dan Singapura berada di posisi kedua sebesar 118,01 ribu. Adapun, kunjungan wisman berdasarkan jenis pintu masuk, Amalia mengungkapkan jumlah kunjungan wisman pada November 2023 yang melalui pintu masuk utama sebanyak 805,26 ribu kunjungan dan pintu masuk perbatasan sebanyak 112,14 ribu kunjungan.

- Psikografis:
 - Status Sosial: SES A-B
 - Gaya Hidup: Produktif, Nomaden, *Explorer*
 - Kepribadian: *Adventurer, Free-spirited*

Kiswandono (2017) menyatakan bahwa SES A-B cenderung lebih memiliki informasi mengenai teknologi. Oleh sebab itu mereka lebih terbuka akan hal baru dan tidak jarang mencoba pengalaman baru, seperti *homestay* ini. Dikarenakan suatu hal yang unik atau berbeda dari biasanya menjadi daya tarik bagi masyarakat

SES A-B yang lebih “melek’ teknologi dan inklusif secara masyarakat ini tumbuh di lingkungan yang cukup progresif dan menerima hal-hal baru. Hal ini disebabkan oleh batasan geografis dan sosial yang dapat mereka lampau dengan akses pada teknologi. Sehingga mereka lebih memiliki kesadaran sosial karena memiliki perspektif dan pemahaman yang menerima perbedaan dan mau berinovasi untuk perkembangan bersama.

- *Behavioral:*

Manfaat yang dicari:

- *Quality:*

- Membantu para wisatawan, baik dari mancanegara maupun lokal, dalam mengenal budaya dari tempat wisata yang kurang dikenal.
- Membantu *homestay* di daerah-daerah tempat wisata tersebut agar semakin dikenal dan dikunjungi oleh para wisatawan.

- *Usage:*

- Membutuhkan *homestay* yang menyuguhkan budaya autentik Indonesia
- Menemukan tempat-tempat wisata di Indonesia.

1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan

1. Merancang aplikasi yang menghubungkan wisatawan dengan desa wisata di desa-desa Indonesia.
2. Menciptakan dan menyediakan fitur-fitur yang memudahkan wisatawan, terutama wisatawan mancanegara, untuk melakukan pemilihan daerah desa wisata.
3. Menyediakan pengalaman yang aman dan nyaman, serta berkesan bagi wisatawan untuk menginap dengan budaya tradisional dan nuansa yang berbeda dari desa wisata lainnya.

1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan

Tujuan dari Perancangan Media Promosi *Online* dan *Offline* Wirausaha Pariwisata Untuk Aplikasi Bhumi Daya antara lain:

1.5.1 Bagi Penulis

- Mengkomunikasikan keunggulan dan nilai tambah aplikasi Homestay Bhumi Daya kepada calon pengguna.
- Mempresentasikan fitur-fitur utama, manfaat, dan pengalaman yang ditawarkan oleh aplikasi kepada audiens yang ditargetkan.
- Membangun citra merek yang kuat dan membangun kepercayaan di antara calon pengguna melalui konten yang informatif, menarik, dan meyakinkan.
- Mendorong tindakan konversi, seperti mengunduh aplikasi atau melakukan pemesanan homestay melalui platform Bhumi Daya.

1.5.2 Bagi Orang Lain

- Memperkenalkan konsep homestay dan nilai-nilai unik yang ditawarkan oleh Homestay Bhumi Daya sebagai alternatif akomodasi yang berbeda dari hotel atau penginapan lainnya.
- Memberikan informasi yang jelas tentang cara menggunakan aplikasi, proses pemesanan, dan manfaat yang dapat diperoleh oleh calon pengguna saat menggunakan Homestay Bhumi Daya.
- Memotivasi calon pengguna untuk mencoba pengalaman menginap di homestay melalui platform Bhumi Daya dengan menyoroti keuntungan seperti interaksi dengan tuan rumah lokal, suasana yang ramah, dan pengalaman budaya yang mendalam.

1.5.3 Bagi Universitas

- Menunjukkan kontribusi aplikasi Homestay Bhumi Daya dalam mendukung industri pariwisata lokal, pengembangan ekonomi berkelanjutan, dan pelestarian budaya di daerah yang terlibat.
- Mendorong kolaborasi dengan universitas dalam menyediakan pengalaman belajar lapangan bagi mahasiswa yang terkait dengan

manajemen homestay, pariwisata berkelanjutan, dan pengembangan aplikasi teknologi.

- Menjadi sarana untuk menghubungkan mahasiswa dengan tuan rumah homestay yang memungkinkan pertukaran pengetahuan dan pengalaman antargenerasi, serta memberikan peluang bagi penelitian akademis dan pengembangan inovasi dalam industri pariwisata.

1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan

Skema waktu kerja MBKM Cluster Kewirausahaan berobot 20 SKS, atau setara dengan 800 jam kerja, atau 20-21 minggu dalam 1 semester. Dengan pembagian 640 jam dengan Skystar Ventures sebagai *Supervisor* dan 207 jam Bersama Dosen Pembimbing selaku *Advisor*.

Berikut penjabaran timeline kerja MBKM Kewirausahaan:

Tabel 1.6 Tabel Timeline Kerja Kewirausahaan

Tanggal	Kegiatan
13 November 2023	Sosialisasi Cluster MBKM
24 November 2023	Pendaftaran Kelompok, Ide Bisnis, dan Solusi Bisnis dalam <i>form</i> Skystar Ventures
21 Desember 2023	Hasil seleksi kelompok lolos MBKM Wirausaha
2 Januari 2024	<i>Sign Up</i> kampus merdeka (merdeka.umn.ac.id)
22 Januari 2024	Sosialisasi pelaksanaan MBKM Kewirausahaan dan Penentuan Dosen Pembimbing (<i>Advisor</i>)
29 Januari - 15 Maret 2024	Bimbingan 1
18 Maret – 26 Maret 2024	Evaluasi 1 (UTS)
27 Maret – 3 Juni 2024	Bimbingan 2
27 – 31 Mei 2024	Evaluasi 2 (UAS)

7 Juni 2024	Pendaftaran sidang akhir MBKM
3 – Juni 2024	Pengecekan Kelengkapan Dokumen (Sidang Evaluasi 2)
12 – 14 Juni 2024	Sidang Evaluasi 2
18 – 21 Juni 2024	Revisi dan <i>final</i> Laporan Akhir Sidang

