

**Pemasaran Digital Vila Palka Rents dan Penggunaan Vila Sebagai Ruang
Kreatif Pelaku UMKM di Kota Bandung
TUGAS AKHIR PERINTISAN BISNIS**



Oleh:

Fariz Dwipermana

NIM: 20313285

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

**Pemasaran Digital Vila Palka Rents dan Penggunaan Vila Sebagai Ruang
Kreatif Pelaku UMKM di Kota Bandung**

TUGAS AKHIR PERINTISAN BISNIS

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1 Program Studi Ekonomi Pembangunan, pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Fariz Dwipermana
Nomor Mahasiswa : 20313285
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman TA Perintisan Bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UIL. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Bandung, 19 Januari 2024



Fartz Dwipermana

PENGESAHAN

Pemasaran Digital Vila Palka Rents dan Penggunaan Vila Sebagai Ruang Kreatif Pelaku UMKM di Kota Bandung

Nama : Fariz Dwipermana
Nomor Mahasiswa : 20313285
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Bandung, 12 Februari 2024

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing,



Jannahar Saddam Ash Shidiqie, SEI., MEK.

PENGESAHAN UJIAN

Telah dipertahankan/ diujikan dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1 pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Nama : Fariz Dwipermana
Nomor Mahasiswa : 20313285
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Bandung, 12 Februari 2024

Disahkan oleh,

Pembimbing TA Perintisan Bisnis : Jannahar Saddam Ash Shidiqie, SEI., MEK.
Penguji :

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D.



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Anwar Fauzandjaja
Universitas Islam Indonesia
Gedung Catur Dhyana Yogyakarta 55181
T. (0271) 881546, 881516
F. (0271) 881289
E. dean@uii.ac.id
W. www.uui.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Ganjil 2023/2024, hari Senin, tanggal 12 Februari 2024, Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : FARIZ DWIPERMANA
NIM : 20313285
Judul Tugas Akhir : Pemasaran Digital Vila Palka Rents dan Penggunaan Vila Sebagai Ruang Kreatif Pelaku UMKM di Kota Bandung
Dosen Pembimbing : Jannah Saddam Ash Shidiqie, SEI,MEK.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Jannah Saddam Ash Shidiqie, SEI,MEK.

Anggota Tim : Dr. Rokhedi Priyo Santoso, SE., MIDFc.

Yogyakarta, 12 Februari 2024
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan,

Abdot Hakim, SE, M.Ec., Ph.D.
NIK. 963130101

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

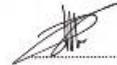
Pemasaran Digital Vila Palka Rents dan Penggunaan Vila Sebagai Ruang Kreatif Pelaku UMKM di Kota Bandung

Disusun oleh : FARIZ DWIPERMANA

Nomor Mahasiswa : 20313285

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Senin, 12 Februari 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Jannah Suddam Ash Shidiqie, SEI,MEK.



Penguji : Dr. Rokhedi Priyo Santoso, SE., MDEc.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta
Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D. 



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmahtullah Wabarakatuh

Alhamdulillah Rabbil'alamin, puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi umatnya dan untuk berbuat kebajikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perintisan bisnis dengan judul: "Pemasaran Digital Vila Palka Rents dan Penggunaan Vila Sebagai Ruang Kreatif Pelaku UMKM di Kota Bandung" dengan baik, sebagai syarat kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Penyusunan tugas akhir ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, saya mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada pihak yang telah memberi bimbingan, dukungan, dorongan dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Jannahar Saddam Ash Shidiqie, SEI., MEK. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan bimbingan dengan sabar dan ikhlas kepada penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir perintisan bisnis ini dengan baik dan lancar.
2. Kedua orang tua penulis dan ketiga saudara penulis selaku keluarga yang selalu memberikan dukungan, baik moral maupun materil sejak pertama sampai dengan selesainya tugas akhir ini.
3. Arief Syam dan Budiman Kukuh selaku teman penulis yang memberikan dukungan, saran, dan pendapat mengenai tugas akhir penulis ini.

4. Rais Ramadhani dan Insan Nur Karim yang telah menemani penulis bermain *game online Counter Strike 2* ketika penulis pusing dengan tugas akhirnya.
5. Mang Jajang selaku penjaga vila Palka Rents di Villa Istana Bunga yang dengan senang hati bersedia direpoti dalam proses pengerjaan tugas akhir ini.
6. Gifran Sonagi dan Farsya selaku pemilik kedai Ice Cream Service yang mempercayakan Palka Rents untuk memesan layanan outing bagi usahanya.
7. Ruby Kandiwulan Soeriawidjaya selaku teman penulis yang membantu penulis memberikan layanan outing dan menemani penulis mengerjakan tugas akhir ini sampai dengan selesai.
8. Tiara Khansa Gunawan selaku teman penulis yang menemani penulis menyelesaikan tugas akhir ini sampai dengan selesai.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	1
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Perintisan Bisnis	5
1.4 Luaran yang Diharapkan.....	6
1.5 Manfaat Program	6
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	8
2.1 Kondisi Palka Rents Sebelum Adanya Inovasi.....	8
2.1.1 <i>Social Media Marketing</i>	11
2.1.2 Digital Advertising dan Meta Ads.....	12
2.1.3 <i>Influencer Endorser</i>	13
2.1.4 Platform Online Travel Agent.....	15
2.1.5 Layanan Outing	15
2.2 Capaian Kondisi Palka Rents Yang Diharapkan Setelah Adanya Inovasi.....	17

BAB III METODE PELAKSANAAN.....	21
3.1 Gambaran Umum Usaha.....	21
3.2 Gagasan Kegiatan Bisnis	23
3.3 Analisis Peluang Pasar.....	24
3.4 Analisis Kelayakan Bisnis	25
BAB IV PERKEMBANGAN DAN REALISASI PERINTISAN BISNIS.....	27
4.1 Pembaruan Konten Media Sosial Palka Rents	27
4.2 Dampak dari Penerapan Meta Ads pada <i>Insight</i> Media Sosial Facebook dan Instagram Palka Rents	31
4.3 <i>Endorsement Influencer</i> Tikok.....	42
4.4 Penerapan Online Travel Agent Airbnb dan Agoda pada Palka Rents	45
4.5 Outing Vila Bersama Ice Cream Service	51
4.6 Perbandingan Insight Media Sosial Instagram Palka Rents Sebelum dan Setelah Proyek Perintisan Bisnis.....	57
4.7 Rincian Arus Kas Palka Rents	58
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Rekomendasi	62
LAMPIRAN.....	63
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Mahasiswa Makrab di Vila	3
Gambar 1. 2 Grafik <i>Google Trends</i> Villa Lembang Lima Tahun Terakhir	3
Gambar 2. 1 Analisis SWOT Palka Rents Sebelum Adanya Inovasi.....	8
Gambar 2. 2 Business Model Canvas Palka Rents Kondisi Saat Ini.....	10
Gambar 2. 3 Analisis SWOT Capaian Kondisi Palka Rents Yang Diharapkan.....	17
Gambar 2. 4 Business Model Canvas Capaian Kondisi Palka Rents Yang Diharapkan	19
Gambar 3. 1 Logo Palka Rents	21
Gambar 3. 2 Pesaing Palka Rents	25
Gambar 4. 1 Tampilan Referensi Desain Situs Web Pinterest	28
Gambar 4. 2 Tampilan Aplikasi Figma	28
Gambar 4. 3 Tampilan Figma: Pembuatan Sembilan Konten <i>Feeds</i> Instagram Palka Rents.....	29
Gambar 4. 4 <i>Caption 9 Feeds</i> Konten Instagram Palka Rents	30
Gambar 4. 5 Tampilan Media Sosial Instagram Palka Rents	31
Gambar 4. 6 <i>Insight</i> Facebook dan Instagram Palka Rents Sebelum Beriklan Melalui Meta Ads.....	32
Gambar 4. 7 Target Audiens Palka Rents Saat Beriklan.....	33
Gambar 4. 8 Tampilan Meta Ads Manager: <i>Campaign Objective</i> Meta Ads.....	35
Gambar 4. 9 Gambar Tampilan Meta Ads Manager: Pengaturan <i>Campaign Objective</i> Meta Ads.....	36
Gambar 4. 10 Tampilan Meta Ads Manager: Pengaturan <i>Ad Set</i>	37
Gambar 4. 11 Tampilan Meta Ads Manager: Pengaturan Iklan	39
Gambar 4. 12 Tampilan Meta Ads Manager: Tiga Konten Instagram Palka Rents yang di Iklankan Melalui Meta Ads.....	41

Gambar 4. 13 <i>Insight</i> Facebook dan Instagram Palka Rents Setelah Beriklan Melalui Meta Ads.....	41
Gambar 4. 14 Profil Akun Tiktok Rotidanselai1717	43
Gambar 4. 15 <i>Brief</i> Tiktok <i>Endorsement</i>	43
Gambar 4. 16 Hasil <i>Insight</i> Video <i>Endorsement</i> Tiktok Palka Rents.....	44
Gambar 4. 17 Tampilan Pesan Airbnb Palka Rents.....	47
Gambar 4. 18 Tampilan <i>Import Listing</i> Agoda Homes.....	48
Gambar 4. 19 Tampilan <i>Personal Info</i> Agoda Homes.....	48
Gambar 4. 20 Tampilan <i>Listing</i> Vila di Agoda Homes	49
Gambar 4. 21 Tampilan Akhir Pengaturan Vila Agoda Homes	49
Gambar 4. 22 Tampilan Vila Yang Siap Dipasarkan di Agoda	50
Gambar 4. 23 Tampilan Pesan Agoda Homes Palka Rents.....	50
Gambar 4. 24 Poster Layanan Outing Palka Rents.....	51
Gambar 4. 25 Pertemuan Antara Palka Rents dan Pemilik Ice Cream Service	52
Gambar 4. 26 RAB Layanan Outing Ice Cream Service	53
Gambar 4. 27 Penawaran dan Rangkaian Kegiatan Outing Ice Cream Service.....	54
Gambar 4. 28 Persiapan Kegiatan Outing Ice Cream Service.....	56
Gambar 4. 29 <i>Insight</i> Postingan Kolaborasi Surragi dan Palka Rents	57

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Perbandingan <i>Insight</i> Instagram Palka Rents.....	58
Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi Palka Rents	59
Tabel 4. 3 Laporan Arus Kas Palka Rents.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I <i>Curriculum Vitae</i> Mahasiswa.....	63
Lampiran II Dokumentasi Kegiatan Selama Perintisan Bisnis Berjalan	64
Lampiran III Laporan Keuangan Usaha.....	65

LAPORAN AKHIR PERINTISAN BISNIS

PEMASARAN DIGITAL VILA PALKA RENTS DAN PENGGUNAAN VILA SEBAGAI RUANG KRETIF PELAKU UMKM DI KOTA BANDUNG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kemampuan peningkatan *insight* media sosial, penerapan *digital advertising* pada usaha, dan *engagement* dari penggunaan online travel agent serta pemanfaatan influencer pada Palka Rents. Dalam implementasi penelitian tugas akhir ini menggunakan strategi *digital marketing*, antara lain *social media marketing*, *digital advertising*, *influencer endorser*, dan pemanfaatan *online travel agent*. Strategi *social media marketing* yang dilakukan oleh Palka Rents terdiri dari tiga variabel, antara lain *content planning*, *content creation*, dan *content sharing* melalui Instagram. Sedangkan pada *digital advertising*, Palka Rents beriklan melalui Meta Ads yang terhubung dengan Facebook dan Instagram. Palka Rents juga menerapkan endorsement influencer melalui platform Tiktok. Palka Rents juga memasarkan vila melalui Airbnb dan Agoda. Terakhir, menyediakan layanan outing berbayar untuk UMKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya aktivitas *digital marketing*, melalui *social media marketing*, *digital advertising*, penggunaan *endorsement influencer*, pemanfaatan *online travel agent*, dan penyediaan layanan outing berbayar bagi UMKM secara signifikan dapat mempengaruhi *insight* yang berdampak pada peningkatan *traffic* dan *engagement* di media sosial Instagram Palka Rents itu sendiri yang kemudian diikuti dengan peningkatan pendapatan dari sewa vila Palka Rents.

Kata Kunci: insight, traffic, engagement, digital marketing, social media marketing, digital advertising, online travel agent, endorsement influencer, outing, media sosial.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman sekarang ini, suatu kelompok atau organisasi yang telah berdiri, terkadang membutuhkan tempat yang besar untuk mereka dapat berkumpul di salah satu kegiatannya. Hal itu tentu tidak terlepas dari kebutuhan permintaan tempat tersebut, bisa berupa *ballroom*, aula ataupun alternatif tempat besar lainnya, salah satunya vila. Menurut KBBI, vila adalah rumah di luar kota (biasanya di pegunungan atau di dekat Pantai) untuk peristirahatan; rumah peristirahatan (digunakan hanya pada waktu liburan). Namun, pada era globalisasi dan urbanisasi yang terus berkembang, vila telah menjadi semakin relevan dengan bentuk dan fungsi vila dari tahun ke tahun yang mengalami perubahan, mulai dari luasnya, gaya arsitekturnya, sampai dengan peruntukannya sehingga dapat meningkatkan potensi keuntungan finansial.

Vila memiliki dampak terhadap perekonomian, baik lokal maupun nasional. Hadirnya vila dapat menciptakan lapangan kerja dalam konstruksi dan pemeliharaan properti, mendukung industri pariwisata, dan berkontribusi pada pendapatan pajak. Selain itu, vila juga memiliki dampak pada harga tanah dan properti di sekitarnya yang terjadi peningkatan (Andhyka & Suryawan, 2015).

Vila juga memiliki dampak sosial dan budaya pada penggunaannya sebagai pusat kegiatan komunitas atau organisasi. Biasanya mereka menggunakan tempat tersebut untuk acara-acara penting di tiap organisasi atau kelompok, seperti rapat besar atau hanya sekedar acara keakraban seperti malam keakraban. Malam keakraban sendiri adalah suatu acara pertemuan yang diadakan dengan tujuan mempererat hubungan antara mahasiswa, dosen, staf, dan pihak-pihak lainnya yang biasanya dilakukan untuk membangun rasa

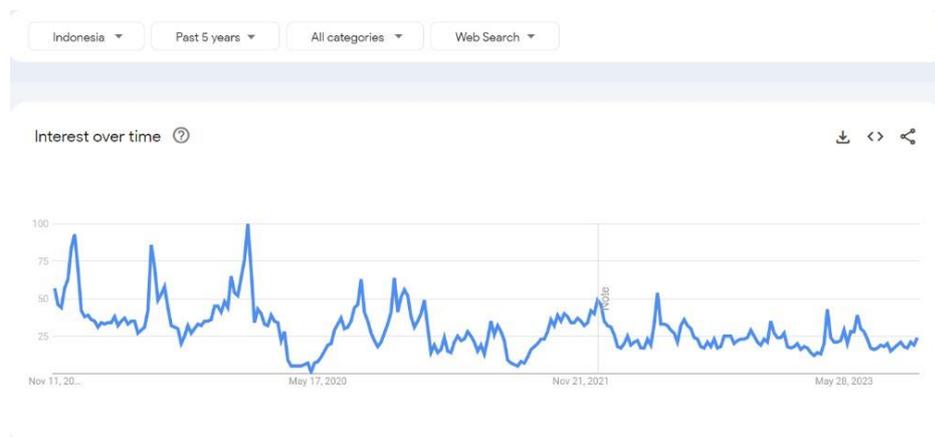
solidaritas, kerjasama, dan kebersamaan sesama mahasiswa baru ataupun anggota (*Manfaat Malam Keakeraban Bagi Mahasiswa Baru*, 2023).

Gambar 1. 1 Mahasiswa Makrab di Vila



Permintaan konsumen terhadap vila sebagai pusat kegiatan komunitas selalu ada dari tahun ke tahun, apalagi setelah berakhirnya masa pandemi covid-19 ini. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan grafik Google Trends dibawah ini.

Gambar 1. 2 Grafik *Google Trends* Villa Lembang Lima Tahun Terakhir



Pada perkembangannya, trend vila khususnya di Lembang menunjukkan grafik yang fluktuatif. Sempat menurun pada saat pandemi

covid-19 sebagai akibat diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Namun, setelah itu terjadi peningkatan kemabali dan kembali naik turun pada waktu-waktu setelahnya. Tren juga menunjukkan bahwa villa lembang cenderung meningkat di waktu-waktu liburan, yaitu pertengahan tahun dan menjelang akhir tahun sampai dengan awal tahun baru. Hal itu bisa terjadi bukan tanpa alasan, yaitu karena di waktu tersebut adalah waktu dimana pelajar libur semester dan pekerja biasanya menggunakan jatah liburnya.

Namun, selama ini calon tamu yang membutuhkan vila ketika akan memesan sering kali rela menempuh perjalanan jauh untuk melihat vila tersebut. Hal itu memberikan kesadaran untuk memanfaatkan media digital sebagai kanal pemasaran vila, sehingga diharapkan konsumen tidak perlu melakukan pemesanan secara langsung di vila. Selain itu juga dengan pemasaran secara *digital* melalui pembuatan konten dan beriklan harapannya dapat meningkatkan keuntungan dari usaha tersebut.

Selain itu, sebuah vila tidak jarang digunakan sebagai tempat Outing oleh organisasi maupun perusahaan untuk bisa berkumpul bersama. Outing sendiri merupakan bentuk peduli pemilik usaha terhadap karyawan agar dapat kembali bersemangat dalam bekerja serta membuat karyawan kompak dan mengenal satu sama lain (Septina Muslimah, 2020).

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa permintaan vila sebagai pusat kegiatan suatu komunitas memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan lebih jauh lagi, khususnya pada sisi pemasaran. Hal tersebut dapat menjadi peluang yang baik dengan memanfaatkan sumberdaya yang ada, serta kemampuan dalam mengelola media sosial dari suatu usaha dan beriklan pada media digital. Oleh karena itu, laporan akhir perintisan bisnis ini akan menjelaskan bagaimana pengelolaan *social media marketing* usaha Palka Rents, mulai dari produksi konten sampai dengan konten bulanan dan juga mempelajari serta menjelaskan bagaimana *digital advertising* berjalan pada usaha

Palka Rents ini. Terakhir, akan menunjukkan dampak sebagai akibat dijalankannya *social media marketing* dan *digital advertising* berupa hasil laporan pada usaha Palka Rents. Selain itu juga laporan ini akan menunjukkan hasil dari pelaksanaan outing yang diberikan kepada salah satu UMKM di Kota Bandung, mulai dari perencanaan sampai dengan selesainya acara.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada perintisan bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pembaruan konten pada media sosial yang dilakukan oleh Palka Rents?
2. Bagaimana dampak penggunaan Meta Ads sebagai sarana beriklan terhadap *insight* media sosial Facebook dan Instagram Palka Rents?
3. Apa dampak yang dihasilkan dari *endorsement influencer* Tiktok sebagai salah satu pemasaran digital yang dilakukan oleh Palka Rents?
4. Bagaimana dampak dari penggunaan platform *Online Travel Agent* Airbnb dan Agoda pada Palka Rents?
5. Bagaimana proses pemberian jasa layanan outing bagi UMKM serta dampak yang dihasilkan dari adanya layanan outing tersebut?

1.3 Tujuan Perintisan Bisnis

Berdasar pada rumusan masalah di atas, maka dari itu tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dampak dari pembaruan konten yang dibuat pada media sosial Palka Rents.

2. Untuk mengetahui dampak penggunaan Meta Ads sebagai sarana beriklan terhadap insight media sosial Facebook dan Instagram Palka Rents.
3. Untuk mengetahui proses dan hasil *insight* dari *endorsement influencer* Tiktok pada Palka Rents.
4. Untuk mengetahui proses dan dampak dari penggunaan platform *online travel agent* Airbnb dan Agoda pada Palka Rents.
5. Untuk mengetahui bagaimana proses pemberian layanan outing kepada salah satu UMKM di Kota Bandung serta dampaknya pada Palka Rents.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Luaran yang diharapkan dari perintisan bisnis ini adalah untuk menerapkan pemasaran melalui media digital pada Palka Rents dan juga dampak dari adanya outing yang diberikan kepada salah satu UMKM di Kota Bandung sehingga harapan kedepannya:

1. Palka Rents dapat dikenal oleh masyarakat luas, khususnya pada kanal digital.
2. Dapat meningkatkan omset usaha Palka Rents.
3. Palka Rents dapat membuka lapangan pekerjaan baru, khususnya bagi pekerja di industri kreatif.
4. Palka Rents dapat berkolaborasi dengan UMKM baru, khususnya di Kota Bandung melalui pemberian layanan outing.
5. Meningkatkan kemampuan berwirausaha mahasiswa.

1.5 Manfaat Program

Berdasarkan permasalahan yang ada dan luaran perintisan bisnis ini, diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Melatih kedisiplinan dan integritas mahasiswa dalam berwirausaha.
2. Melatih softskill dan meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam berwirausaha.
3. Meningkatkan wawasan dan menambah pengalaman mahasiswa dalam berwirausaha.
4. Melatih mahasiswa dalam mengambil keputusan ketika dihadapkan oleh permasalahan di lapangan.

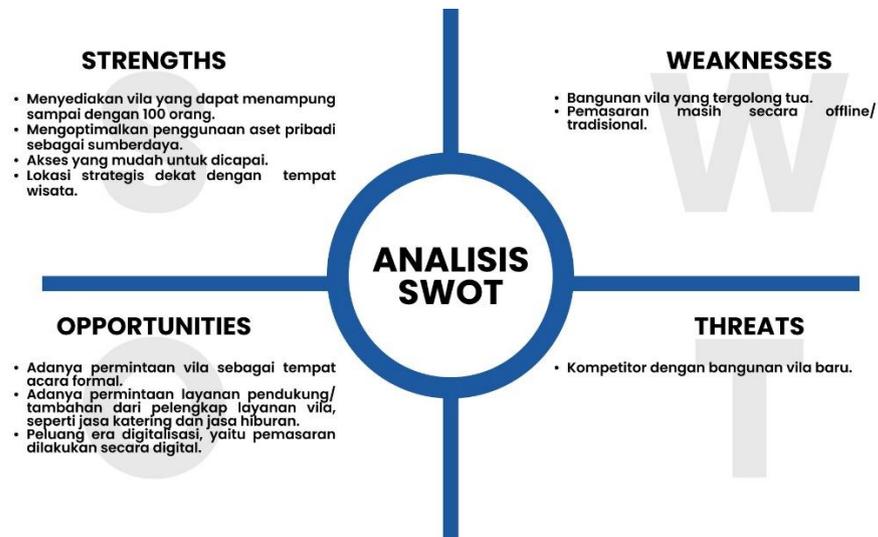
BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Kondisi Palka Rents Sebelum Adanya Inovasi

Sebelum adanya inovasi pada lini usaha Palka Rents, akan dijelaskan beberapa bagian melalui Business Model Canvas dan Analisis SWOT.

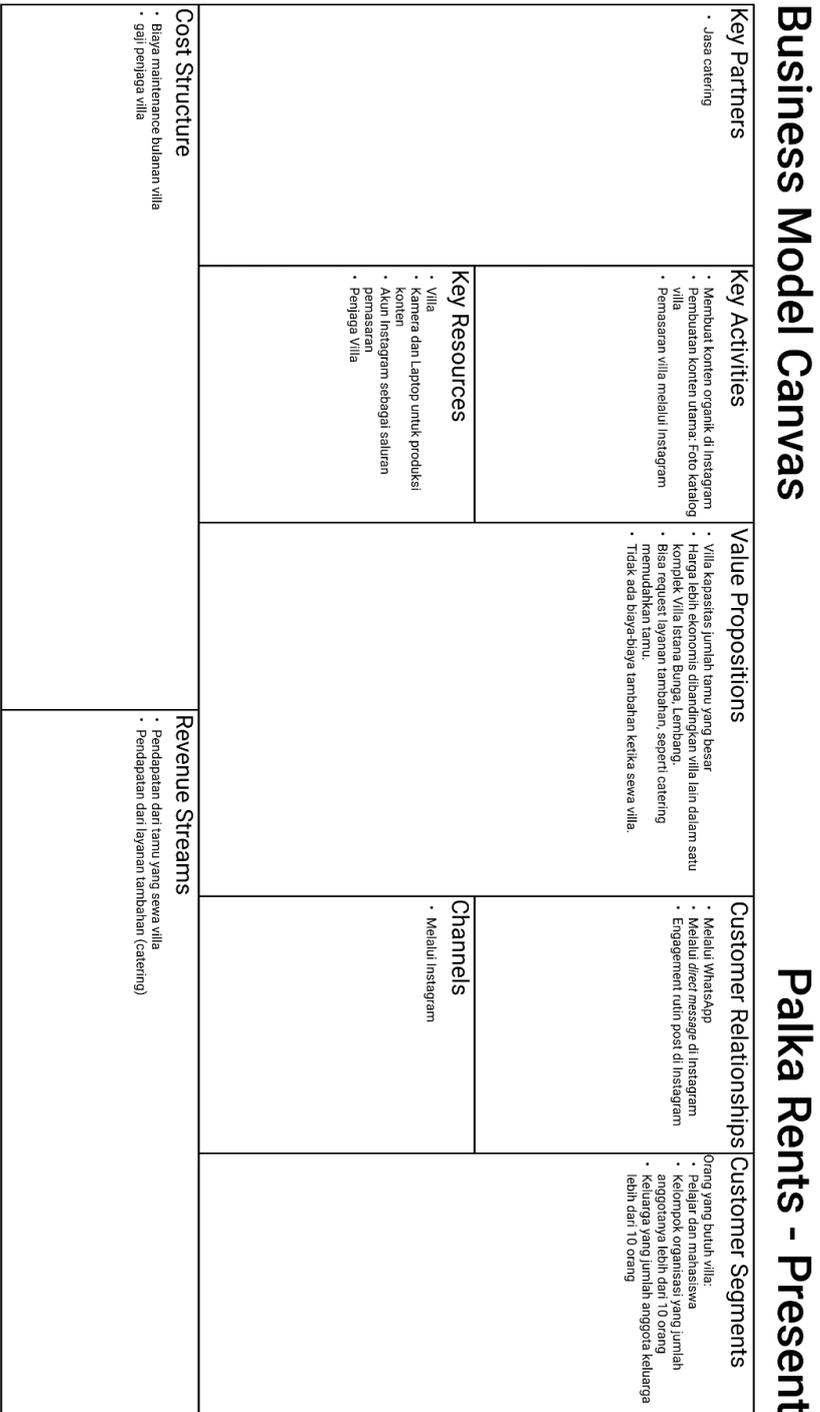
Gambar 2. 1 Analisis SWOT Palka Rents Sebelum Adanya Inovasi



Pada analisis SWOT diatas, diketahui bahwa *strengths* dari usaha Palka Rents sebelum adanya inovasi seperti penyewaan vila pada umumnya, hanya saja kelebihan terdapat pada kapasitas tamu yang bisa menampung sampai dengan 100 orang dengan tiga vila dan lokasi yang strategis karena berada di lingkungan komplek Vila Istana Bunga di Lembang, Kabupaten Bandung Barat sehingga aksesnya pun mudah dituju. Sementara *weaknesses* Palka Rents sebelum adanya inovasi masih bertahan dengan bangunan vila yang tergolong tua dan pemasaran masih dilakukan secara tradisional akibat kurangnya sumberdaya. *Threats* yang dihadapi oleh Palka Rents, yaitu kompetitor yang

mempunyai bangunan baru di komplek yang sama. Terakhir, *opportunities* yang dapat di optimalkan oleh Palka Rents, antara lain adanya permintaan vila sebagai ruang ekonomi kreatif, adanya permintaan layanan pendukung, seperti katering dan jasa hiburan, dan peluang era digitalisasi, yaitu pemasaran dilakukan secara digital.

Gambar 2. 2 Business Model Canvas Palka Rents Kondisi Saat Ini



Berikut adalah BMC dari Palka Rents sebelum adanya inovasi yang diberikan. *Customer segments* dari Palka Rents sendiri adalah orang-orang yang membutuhkan vila dengan kapasitas 10 orang keatas untuk kelompok atau organisasinya, serta keluarga yang anggota keluarganya lebih dari 10 orang. *Customer relationship* dari Palka Rents antara lain, melalui WhatsApp ataupun *direct message* di Instagram serta *engagement* rutin post di Instagram. *Value propositions* yang ditawarkan oleh Palka Rents sebelumnya antara lain, vila dengan kapasitas jumlah tamu yang besar, harga yang lebih ekonomis dibandingkan villa lain dalam satu komplek dengan kapasitas yang sama, bisa meminta layanan catering, dan tidak adanya biaya-biaya tambahan seperti keamanan, dan biaya lainnya. *Channels* Palka Rents yaitu melalui Instagram. Untuk menunjang *value propositions* tersebut, *key activities* dari Palka Rents yaitu dengan membuat konten organik di Instagram, pembuatan konten utama berupa foto katalog vila, dan pemasaran vila melalui instagram. *Key partners* pada Palka Rents sendiri yaitu hanya pada jasa catering. Sedangkan *key resources* Palka Rents antara lain vila itu sendiri, kamera dan laptop untuk produksi konten, akun instagram sebagai saluran pemasaran, dan penjaga vila. *Cost structure* Palka Rents sendiri ada pada biaya operasional bulanan vila dan gaji penjaga vila. *Revenue streams* Palka Rents berasal dari sewa vila dan layanan catering tambahan.

Berikut adalah rencana inovasi yang akan dilakukan oleh Palka Rents.

2.1.1 Social Media Marketing

Social media marketing adalah salah satu jenis pemasaran internet dengan tujuan mencapai target pemasaran yang dilakukan dengan berpartisipasi di berbagai jaringan media sosial. Alat pemasaran dalam media sosial biasanya meliputi BBS, micro blogging, blog, SNS, gambar, video, dan sebagainya.

Dalam penggunaan media sosial terdapat 4C yang terdiri dari *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

1. *Context*: “*How we frame our stories.*” Yaitu bagaimana kita membentuk cerita atau pesan berupa informasi seperti bentuk dari pesan itu sendiri, penggunaan Bahasa maupun isi dari pesan tersebut.
2. *Communication*: “*The practice of sharing our sharing story as well as listening, responding, and growing.*” Yaitu bagaimana kita berbagi cerita atau pesan (informasi) sebaik seperti kita mendengar, merespon dan tumbuh dengan berbagai cara yang membuat pengguna merasa nyaman dan pesan tersampaikan secara baik.
3. *Collaboration*: “*Working together to make things better and more efficient and effective.*” Yaitu dengan Kerjasama antara perusahaan dengan penggunanya di media sosial untuk membuat sesuatu lebih efektif dan lebih efisien.
4. *Connection*: “*The relationships we forge and maintain.*” Yaitu bagaimana kita memelihara hubungan antara perusahaan dengan pengguna/konsumen yang telah terjalin. Caranya bisa dengan melakukan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga pengguna merasa lebih dekat dengan perusahaan pengguna media sosial (Sakina & Aslami, n.d.).

2.1.2 Digital Advertising dan Meta Ads

Digital advertising adalah strategi pemasaran yang mengandalkan teknologi digital, seperti internet dan perangkat *mobile* dengan tujuan untuk memperkenalkan produk atau layanan kepada orang banyak. Dengan *digital advertising*, pemasaran dapat dilakukan secara lebih spesifik dan terarah menjangkau pengguna dengan mempertimbangkan data dan kebiasaan online mereka.

Terdapat beragam jenis *digital advertising* yang tersedia, termasuk iklan di situs web, konten video, promosi di platform media sosial, serta penggunaan email dan pesan instan sebagai saluran komunikasi. Selain itu, iklan secara digital juga dapat disesuaikan dengan ukuran layar dan orientasi perangkat yang dipakai oleh pengguna dan menciptakan pengalaman yang baru serta sesuai dengan preferensi masing-masing pengguna (GreatNusa, 2023).

Salah satu cara beriklan digital yang dilakukan pada Palka Rents adalah melalui Meta. Meta ads sendiri adalah salah satu platform iklan yang bertujuan untuk membangun koneksi jangka panjang dengan pelanggan menggunakan iklan Facebook, iklan Instagram, dan iklan yang mengarah pada WhatsApp dan Messenger. Penggunaan iklan Meta dapat digunakan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan online, mendorong *traffic* ke usaha/toko, dan menggaet pelanggan baru.

Beberapa alasan Palka Rents menggunakan Meta Ads, antara lain karena audiens Palka Rents sebagian besar berada di Instagram dan penggunaan iklan di Meta Ads dianggap lebih mudah dipahami mengingat pengalaman dengan pengoperasian Meta Ads.

2.1.3 *Influencer Endorser*

Seorang *influencer endorser* adalah individu yang memiliki kemampuan memengaruhi orang lain melalui pengetahuan, keahlian, serta karakter yang mereka tampilkan kepada para pengikutnya. Umumnya, para *influencer* ini memperoleh penghasilan dari platform-platform seperti Instagram dan Youtube (Kim et al., 2018). Berdasarkan penjelasan Schouten et al. (2020), *influencer endorser* dapat diartikan sebagai individu biasa yang awalnya memulai karir secara online dan mendapatkan ketenaran dengan cara berbagi konten kepada para pengikutnya melalui platform seperti Instagram dan YouTube (Purwanto et al., 2022).

Berikut indikator *influencer endorser* menurut Kim et al. (2018) sebagai berikut:

1. *Trustworthiness* (Kepercayaan)

Merujuk pada seberapa baik konsumen merasa bahwa *influencer endorser* mengkomunikasikan pesan yang baik, jujur, dan dapat dipercaya melalui konten yang mereka hasilkan. Semakin tinggi kredibilitas yang dimiliki oleh *influencer endorser*, semakin besar tingkat kepercayaan yang diberikan oleh konsumen.

2. *Familiarity* (Keterkenalan)

Mengacu pada sejauh mana pengguna mengenali *influencer endorser* berdasarkan kepribadian, penampilan fisik, dan kemampuan *public speaking* mereka. Pengguna cenderung lebih cepat mengidentifikasi *influencer* yang secara konsisten muncul di berbagai platform.

3. *Expertise* (Keahlian)

Berhubungan dengan sejauh mana konsumen mengenali *influencer* sebagai individu yang memiliki keahlian dalam menciptakan konten. Keahlian ini tecermin melalui keterampilan, pengalaman, pengetahuan, serta keunggulan yang dimiliki oleh *influencer* dalam bidang tertentu yang mereka tekuni.

Tujuan Palka Rents menggunakan *influencer endorser* sebagai salah satu kanal pemasaran digital yaitu ingin mengetahui sejauh mana Palka Rents dapat dikenal karena penggunaan *influencer endorser* yang dilakukan oleh Palka Rents menargetkan pengguna platform Tiktok, dengan memperhatikan bahwa jumlah penggunanya di Indonesia mencapai 106,52 juta jiwa pada Oktober 2023 (Cindy Mutia Annur, 2023).

2.1.4 Platform Online Travel Agent

Online travel agent (OTA) adalah sebuah platform *e-commerce* yang mempermudah calon konsumen dalam melakukan pembelian tiket perjalanan serta reservasi hotel. Menurut Hasan (2013), OTA berfungsi sebagai agen perjalanan yang menggunakan situs web sebagai media untuk mempromosikan dan menjual layanan perjalanan secara online. OTA dapat membantu calon konsumen dengan memberikan informasi lengkap seputar harga, fasilitas, lokasi, serta foto hotel. Informasi tersebut juga diperkaya dengan ulasan online yang ditulis oleh pengguna OTA yang merupakan konsumen hotel tersebut. Ulasan dari pengguna tersebut berisi pengalaman pribadi selama menginap, baik yang bersifat positif maupun negatif. Hal ini memungkinkan calon konsumen mendapatkan gambaran informasi dari berbagai sumber, bukan hanya dari satu orang saja, sehingga dapat digunakan sebagai pertimbangan sebelum melakukan pembelian dan atau pemesanan (Adeline Poedjiono et al., n.d.).

Seperti yang diketahui, ada beberapa OTA yang menyediakan layanan pemesanan hotel ataupun vila secara online, antara lain traveloka.com, tiket.com, agoda.com, dan Airbnb.com. Dari keempat situs tersebut, digunakan OTA Agoda dan Airbnb sebagai salah satu media pemasaran vila Palka Rents karena kemudahan penggunaannya serta penggunaan OTA tersebut lebih dikenal sebagai sarana pemasaran vila dibandingkan dengan OTA lainnya.

2.1.5 Layanan Outing

Outing merupakan suatu kegiatan yang diberikan oleh kantor atau perusahaan pada karyawannya dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas dan membantu karyawan berkembang karena dilakukan secara

ringan tanpa melibatkan fisik, pikiran, dan emosional (Shirley Candrawardhani, 2022).

Berikut manfaat outing kantor yang berguna bagi karyawan:

1. Keakraban

Outing yang diberikan pada karyawan dapat bermanfaat sebagai salah satu cara untuk membangun team building dan team bonding di antara karyawan.

2. Relaksasi

Outing juga bermanfaat bagi relaksasi karyawan sehingga karyawan tidak merasa jenuh ketika harus bekerja sepanjang waktu.

3. Bentuk Peduli

Kepedulian perusahaan terhadap karyawan juga menjadi salah satu manfaat dari adanya outing, dengan begitu karyawan dapat berdiskusi mengenai pekerjaan dan masalah lainnya satu sama lain.

4. Meningkatkan Motivasi

Dengan adanya outing, perusahaan juga dapat meningkatkan motivasi karyawan agar bisa lebih produktif lagi dalam hal pekerjaan.

5. Mempererat Hubungan Antar Karyawan

Adanya outing juga dapat mempererat hubungan antar karyawan dengan intensifnya komunikasi secara terbuka satu sama lain selama kegiatan outing berlangsung.

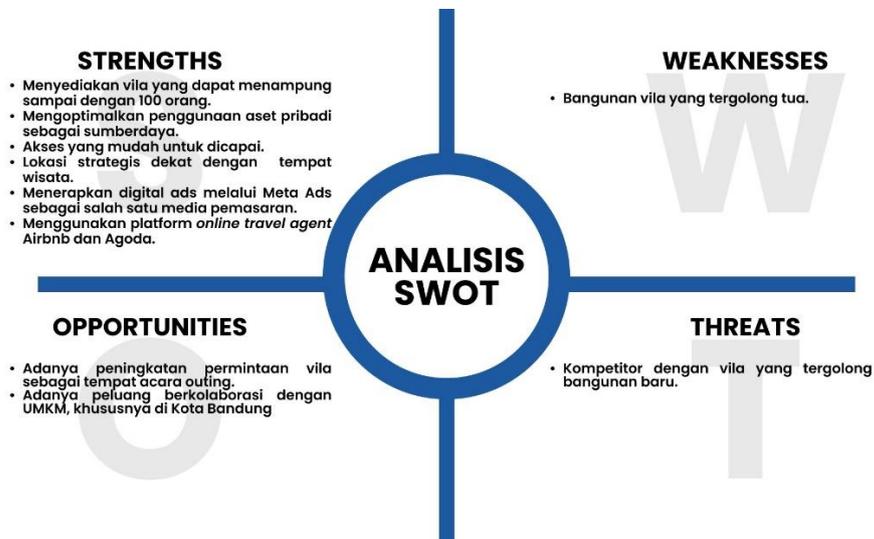
Ada beberapa alasan yang mendorong untuk membuka jasa outing dengan skala kecil, khususnya bagi UMKM. Salah satu alasan utamanya adalah melihat peluang pemanfaatan vila sebagai tempat berkumpul bagi suatu komunitas. Hal ini dapat dimanfaatkan dengan membuka jasa outing bagi UMKM, sehingga mereka tidak perlu mengurus semuanya sendiri. Semua detail telah diatur pihak Palka Rents, mulai dari makanan hingga kegiatan yang dapat

didiskusikan terlebih dahulu. Selain itu dapat meningkatkan penghasilan usaha, sehingga pemasukan bisa bertambah tidak hanya dari penyewaan vila kepada tamu, melainkan bisa dari jasa outing yang diberikan, jasa catering, dan jasa lainnya yang masih berkaitan dengan outing tersebut.

2.2 Capaian Kondisi Palka Rents Yang Diharapkan Setelah Adanya Inovasi

Berikut adalah capaian kondisi Palka Rents yang diharapkan setelah adanya inovasi yang diberikan dan dijelaskan dalam bentuk Business Model Canvas serta Analisis SWOT.

Gambar 2. 3 Analisis SWOT Capaian Kondisi Palka Rents Yang Diharapkan



Pada analisis SWOT diatas adalah capaian Palka Rents yang direncanakan. Kekuatan pada Palka Rents yaitu adanya inovasi dengan menggunakan digital advertising melalui Meta Ads yang terhubung dengan Facebook dan Instagram, selain itu juga menggunakan aplikasi layanan pihak ketiga melalui Airbnb dan Agoda. Sedangkan peluang Palka Rents antara lain, membuka peluang bekerjasama dengan UMKM, khususnya di Kota Bandung melalui jasa outing yang diberikan. Pada kelemahannya masih ada pada

bagunan vila yang tergolong tua, sehingga tantangannya yaitu masih akan kalah dengan bangunan vila baru.

Gambar 2. 4 Business Model Canvas Capaian Kondisi Palka Rents Yang Diharapkan

Business Model Canvas		Palka Rents - Upcoming		
<p>Key Partners</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jasa catering • Konten Kreator yang bekerja sama • Pelaku UMKM 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> • Membuat konten organik di Instagram • Pembuatan konten utama - Foto katalog villa • Penastaran villa melalui Instagram • Penastaran villa melalui aplikasi penyedia jasa layanan tempat tinggal (Airbnb & Agoda) • Memberikan layanan outing pada UMKM • Beriklan di Meta Ads 	<p>Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Villa kapasitas jumlah tamu yang besar • Harga lebih ekonomis dibandingkan villa lain dalam satu kompleks Villa Istana Bunga, Lembang. • Bisa request layanan tambahan, seperti catering • Memudahkan tamu. • Tidak ada biaya-biaya tambahan ketika sewa villa. • Halaman villa dapat digunakan untuk kegiatan ekonomi kreatif 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melalui WhatsApp • Melalui direct message di Instagram • Engagement rutin post di Instagram • Melalui aplikasi penyedia jasa layanan tempat tinggal, seperti Airbnb dan Agoda 	<p>Customer Segments</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orang yang butuh villa. • Pelajar dan mahasiswa • Kelompok organisasi yang jumlah anggotanya lebih dari 10 orang • Keluarga yang jumlah anggota keluarga lebih dari 10 orang • Pelaku UMKM yang penilikanya milenial dan gen z
<p>Key Resources</p> <ul style="list-style-type: none"> • Villa • Kamera dan Laptop untuk produksi konten • Akun Instagram sebagai saluran penastaran • Penjaga Villa • Konten Kreator 	<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melalui Instagram • Beriklan di Meta Ads (Facebook Page dan Instagram Ads) • Endorsement konten kreator di Tiktok dan Instagram • Melalui Aplikasi Airbnb dan Agoda 	<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pendapatan dari tamu yang sewa villa • Pendapatan dari layanan tambahan (catering) • Pendapatan dari kolaborasi dengan UMKM • Pendapatan dari aplikasi penyedia jasa layanan tempat tinggal 	<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • Biaya maintenance bulanan villa • Gaji penjaga villa • Endorsement Konten kreator • Biaya iklan di Meta Ads 	

Berikut adalah BMC Palka Rents setelah adanya inovasi. Adanya tambahan *customer segments*, yaitu pelaku umkm yang pemilik usahanya usia milenial dan gen z. Lalu pada *customer relationships*, adanya inovasi dengan memasarkan vila melalui aplikasi penyedia jasa layanan tempat tinggal pihak ketiga lewat Airbnb dan Agoda. Lalu, *value propositions* nya yaitu adanya pemanfaatan halaman vila sebagai tempat kegiatan ekonomi kreatif melalui layanan outing. *Channels* Palka Rents juga bertambah, antara lain beriklan di Meta Ads, endorsement konten creator di Tiktok, serta melalui aplikasi Airbnb dan Agoda. *Key activities* Palka Rents juga bertambah, yaitu pemasaran vila melalui aplikasi Airbnb dan Agoda, memberikan layanan outing pada UMKM, dan beriklan di Meta Ads. *Key partners* Palka Rents juga ada inovasi, yaitu pada konten kreator yang bekerja sama dan pelaku UMKM. Lalu *key resources* Palka Rents juga bertambah dengan adanya konten kreator tersebut. *Cost structure* Palka Rents juga bertambah, yaitu dengan mengeluarkan biaya tambahan yang digunakan untuk biaya iklan di Meta Ads dan *endorsement* konten kreator. Terakhir, *revenue streams* Palka Rents juga bertambah melalui pendapatan dari layanan outing dan pendapatan melalui aplikasi Airbnb dan Agoda.

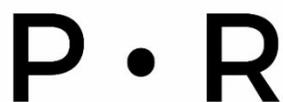
BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Gambaran Umum Usaha

Palka Rents merupakan sebuah usaha sewa vila yang berlokasi di Komplek Vila Istana Bunga, Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Usaha sewa vila ini awalnya bernama *T4B VILLA* pada 2019 dan *rebranding* menjadi Palka Rents. Kata ‘Palka’ memiliki makna ruang pada kapal, dan alasan penggunaan nama Palka Rents karena diharapkan vila Palka Rents dapat menjadi tempat atau wadah untuk berkumpul bagi mereka yang membutuhkannya. Sebelum di-*branding*, usaha sewa vila ini telah berjalan sejak tahun 2002, meskipun pada saat itu hanya dijalankan secara offline dalam aspek pemasarannya. Hal tersebut mendorong untuk beralih dan mulai memasarkan vila secara online sejak tahun 2019.

Gambar 3. 1 Logo Palka Rents



P • R

Tamu-tamu Palka Rents ini awalnya hanya berasal dari teman ke teman khususnya mereka mahasiswa yang membutuhkan vila untuk malam keakraban (makrab). Namun, seiring berjalannya waktu Palka Rents semakin dikenal hingga calon tamu bukan hanya lagi dari teman, melainkan dari orang

lain. Hal tersebut mendorong untuk mengembangkan Palka Rents agar dapat berjalan lebih baik lagi dan menarik pasar baru dalam usaha sewa vila ini.

Langkah pertama dalam pembaruan konten media sosial adalah meningkatkan aktivitas dan jadwal pembuatan konten baru yang sesuai dengan tren saat ini di akun Instagram Palka Rents. Diharapkan, tindakan pembaruan ini dapat memperluas cakupan pasar Palka Rents, menarik lebih banyak calon tamu, dan meningkatkan pendapatan usaha.

Selain itu, akan dilakukan kampanye beriklan melalui Meta Ads yang terhubung dengan Facebook *Page* dan Instagram untuk memahami dampak penggunaan Meta Ads terhadap *insight* Facebook dan Instagram Palka Rents. Beriklan di Meta Ads akan dimulai dengan pembuatan konten promo menarik, seperti memberikan potongan harga bagi pelanggan yang memesan vila Palka, dan mengiklankan konten tersebut melalui Meta Ads.

Selain itu, akan dilakukan endorsement kepada *influencer* TikTok dengan tujuan menambah pangsa pasar baru sebagai salah satu strategi pemasaran Palka Rents. Proses endorsement ini dimulai dengan seleksi konten kreator yang sesuai dengan target pasar dan anggaran Palka Rents.

Pemasaran vila juga akan dilakukan melalui Airbnb dan Agoda, sebagai metode pemasaran baru yang diterapkan oleh Palka Rents. *Online travel agent* seperti Airbnb dan Agoda dianggap sebagai platform yang cocok untuk mempromosikan tempat tinggal yang disewakan. Hal ini memberikan calon tamu beberapa opsi transaksi dan menciptakan rasa aman serta nyaman. Tujuan dari penggunaan online travel agent ini adalah untuk meningkatkan kepopuleran Palka Rents dan memungkinkan calon tamu melihat dan menanyakan ketersediaan vila melalui Airbnb dan Agoda.

Terakhir, akan disediakan layanan outing yang dapat dipesan oleh komunitas atau perusahaan skala kecil, terutama UMKM di Kota Bandung. Mengingat tren industri kreatif yang sedang berkembang di Bandung,

tujuannya adalah agar Palka Rents dapat berkolaborasi dengan lebih banyak UMKM dan mendapatkan pengakuan lebih luas, sehingga dapat meningkatkan skala bisnis Palka Rents itu sendiri.

3.2 Gagasan Kegiatan Bisnis

Palka Rents memulai dengan pembaruan konten media sosial pada akun Instagram, yaitu dengan riset konten apa saja yang sedang tren saat ini, baik dari segi desain maupun isi kontennya. Setelah itu barulah masuk ke produksi konten, mulai dengan pengambilan foto dan video vila sebagai bahan konten lalu mendesain konten melalui aplikasi Figma. Setelah itu barulah pemberian caption dan pendistribusian konten tersebut melalui akun Instagram Palka Rents. Kegiatan yang dilakukan pada bulan November ini dilakukan dengan tujuan memberikan penyegaran pada akun Instagram Palka Rents agar feeds lebih rapi dan menarik.

Kemudian untuk beriklan melalui Meta Ads, Palka Rents mulai dengan pemilihan konten yang akan diiklankan, perhitungan anggaran, dan pengaturan pada iklan agar hasil konten yang diiklankan dapat ditampilkan secara optimal.

Setelah beriklan, langkah selanjutnya adalah merencanakan penggunaan *endorsement influencer* untuk mempromosikan Palka Rents melalui platform TikTok. Tahapan ini dimulai dengan mencari *influencer* yang sesuai dengan target pasar Palka Rents di TikTok, seperti Rotidanselai1717 yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 135.500. Setelah proses negosiasi harga, barulah masuk ke pembuatan brief konten dan setelah itu proses pembuatan konten oleh *influencer* tersebut.

Lalu kegiatan pada saat memasarkan vila melalui online travel agent dimulai dengan membuat akun dan memasukkan katalog vila tersebut ke dalam situs web Airbnb dan Agoda. Capaian dari kegiatan ini agar Palka Rents

bisa makin dikenal oleh orang banyak dan ada calon tamu yang menanyakan ketersediaan vila melalui Airbnb dan Agoda.

Terakhir, dalam layanan outing yang diselenggarakan oleh Palka Rents, langkah awal dilakukan dengan mendesain dan memposting poster outing di akun Instagram Palka Rents pada tanggal 30 November 2023. Setelah itu, dilakukan perhitungan RAB untuk memastikan bahwa biaya yang dikeluarkan dapat terukur dan sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan sebelumnya. Setelah ada yang berminat, tahap selanjutnya mulai merencanakan pertemuan dengan pemilik UMKM untuk mendiskusikan layanan outing yang disediakan oleh Palka Rents, termasuk biaya dan persyaratannya. Setelah mencapai kesepakatan, layanan outing berbayar dengan tema otomotif diberikan kepada UMKM kedai Ice Cream Service pada tanggal 6-7 Desember 2023.

3.3 Analisis Peluang Pasar

1.1.1. Analisis Pesaing

Usaha sewa vila di Bandung sendiri bukanlah hal yang baru, sudah banyak pesaing yang hadir lebih dahulu, salah satunya Holiday Villa Lembang yang bisa dikatakan sudah dikenal oleh banyak orang karena dengan pengikut Instagram yang lebih banyak dan banyak pilihan vilanya. Pesaing yang dianalisis oleh Palka Rents tersebut merupakan agen sewa vila yang mayoritas memasarkan vila di wilayah Lembang, Kabupaten Bandung Barat, yang mana wilayah tersebut sama dengan wilayah vila Palka Rents.

Gambar 3. 2 Pesaing Palka Rents



1.1.1. Analisis Konsumen

Tamu dapat berpindah menginap dari vila ke vila karena banyaknya pilihan vila yang ada di daerah Bandung dan sekitarnya. Tamu sering kali membandingkan harga dan fasilitas vila sesuai dengan kebutuhan masing-masingnya.

3.4 Analisis Kelayakan Bisnis

1.1.2. Analisis Pasar

Palka Rents telah memiliki tamu tetap setiap bulannya, dan akan selalu ada tamu baru yang menginap di vila Palka terlebih setelah adanya layanan outing yang diberikan oleh Palka Rents.

1.1.3. Analisis Keuangan

Modal untuk menjalankan bisnis Palka Rents hanya mengandalkan dana pribadi dan tidak ada hutang atau pinjaman lain untuk menjalankan bisnis ini.

BAB IV

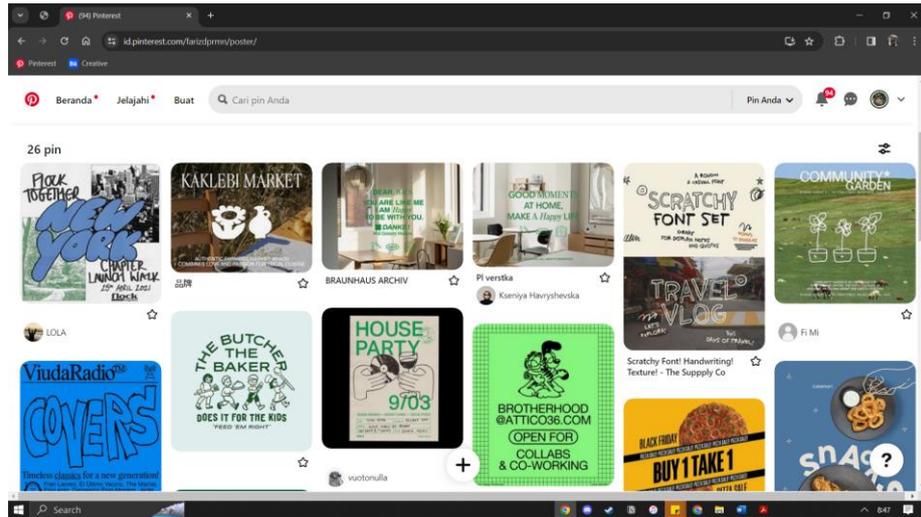
PERKEMBANGAN DAN REALISASI PERINTISAN BISNIS

4.1 Pembaruan Konten Media Sosial Palka Rents

Pada pembaruan konten media sosial Palka Rents yang ditampilkan di Instagram, pelaksanaannya dilakukan secara pribadi dengan sumberdaya yang dimiliki, mulai dari kamera, laptop, dan aplikasi Figma. Figma merupakan sebuah *tools* berbasis situs web yang digunakan untuk mendesain kapan saja dan dimanapun melalui internet (Jean Sundego, 2023). Selain itu juga menggunakan beberapa referensi desain yang ditemukan di situs web Pinterest. Pembuatan konten media sosial Palka Rents diawali dengan perencanaan konten dengan memikirkan tujuan dan audiens yang akan dituju seperti apa sampai dengan pendistribusian konten di media sosial. Pertama mengenai target audiens yang akan dituju, karena audiens Palka Rents kebanyakan dari calon tamu yang membutuhkan vila dengan kapasitas besar dan sekelompok mahasiswa yang membutuhkan vila untuk makrab (malam keakraban), tujuan pembuatan konten, antara lain memberikan penawaran menarik bagi mereka yang ingin menginap di vila dengan kapasitas diatas 20 tamu. Selain itu juga menampilkan beberapa testimoni dari mereka yang menyewa vila dengan kapasitas lebih dari 20 tamu tersebut, sehingga target audiens yang akan dituju nanti mempunyai gambaran bagaimana ketika tamu menyewa vila tersebut untuk kegiatannya.

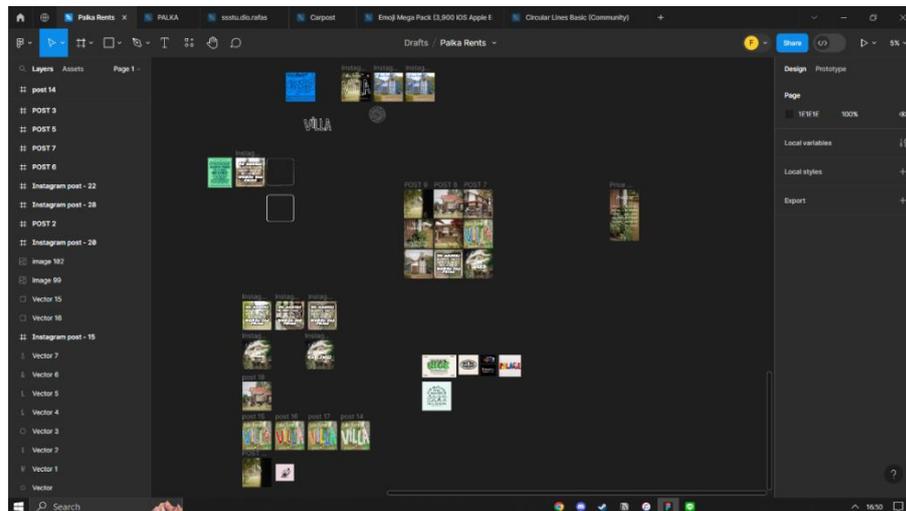
Setelah perencanaan konten dibuat, langkah selanjutnya adalah proses pembuatan konten yang dilakukan secara mandiri, dengan memanfaatkan kemampuan fotografi yang dimiliki. Setelah itu tahap berikutnya mendesain konten yang menarik dengan gaya desain kekinian agar dapat mencapai target audiens yang diinginkan. Pada tahap ini, juga dilakukan pencarian referensi desain melalui situs web Pinterest.

Gambar 4. 1 Tampilan Referensi Desain Situs Web Pinterest

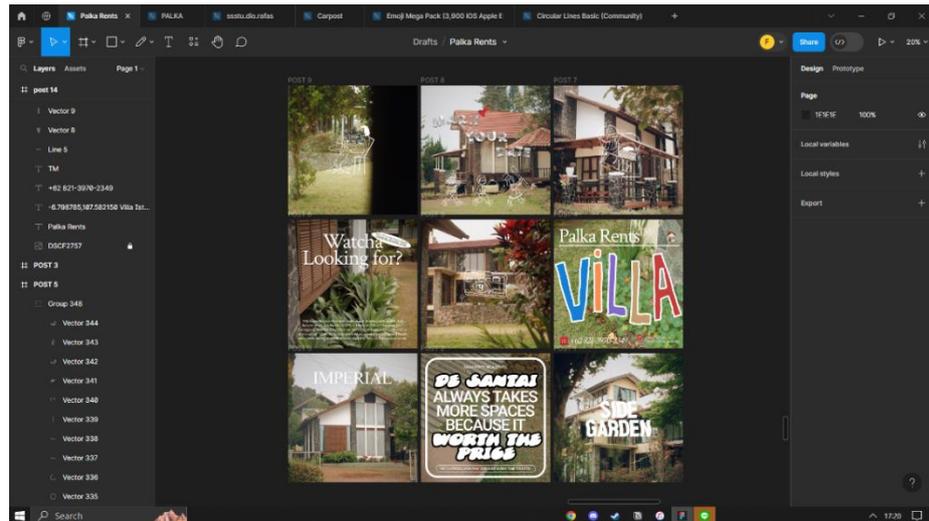


Setelah mengumpulkan beberapa referensi desain, aplikasi Figma digunakan sebagai alat untuk membuat konten. Pemilihan ini didasarkan pada kebiasaan penggunaan platform tersebut serta tampilannya yang sederhana.

Gambar 4. 2 Tampilan Aplikasi Figma

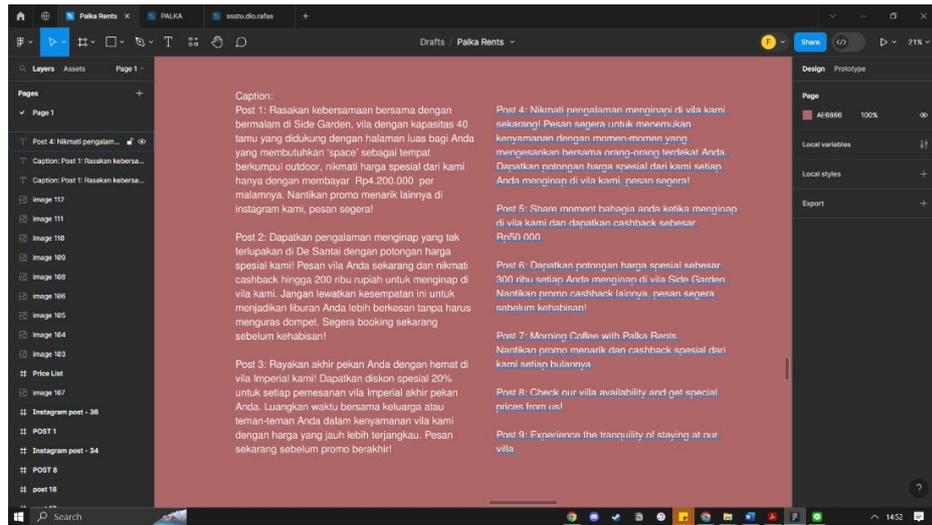


Gambar 4. 3 Tampilan Figma: Pembuatan Sembilan Konten *Feeds* Instagram
Palka Rents



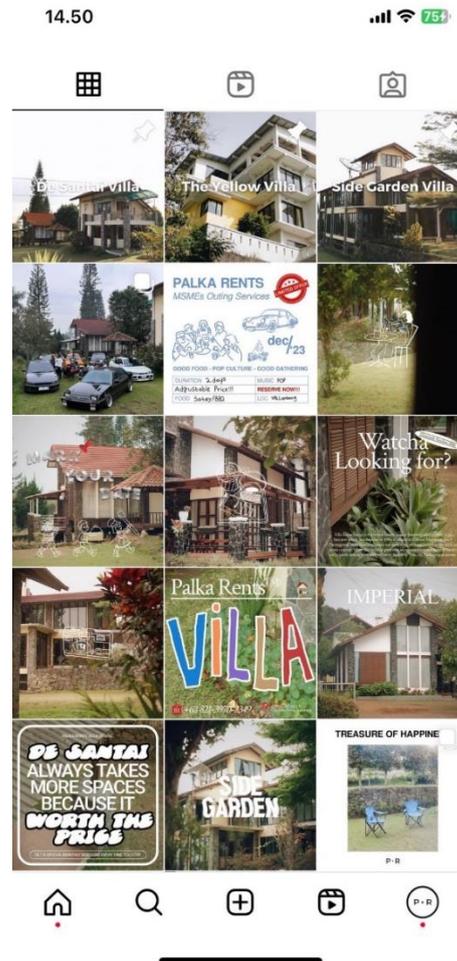
Setelah proses desain selesai, langkah selanjutnya adalah membuat caption singkat dengan *call to action*, yaitu istilah marketing untuk mengajak target audiens mengambil tindakan yang diinginkan bisnis (*CTA (Call to Action)*, n.d.), yang disesuaikan dengan target audiens yang dituju. Penggunaan gaya bahasa juga disesuaikan serta campuran antara Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris mengingat target audiens yang dituju rata-rata adalah usia gen z, generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 sampai tahun 2012 (Wikipedia Bahasa Indonesia, n.d.).

Gambar 4. 4 *Caption 9 Feeds* Konten Instagram Palka Rents



Langkah terakhir dari pembuatan konten media sosial ini adalah pendistribusian konten yang disalurkan melalui media sosial Instagram. Ada beberapa alasan mengapa Instagram digunakan sebagai media pendistribusian konten, antara lain karena Instagram salah satu media sosial yang populer di kalangan generasi muda di Indonesia dan kemudahan dalam penggunaannya. Berikut tampilan media sosial Instagram Palka Rents.

Gambar 4. 5 Tampilan Media Sosial Instagram Palka Rents

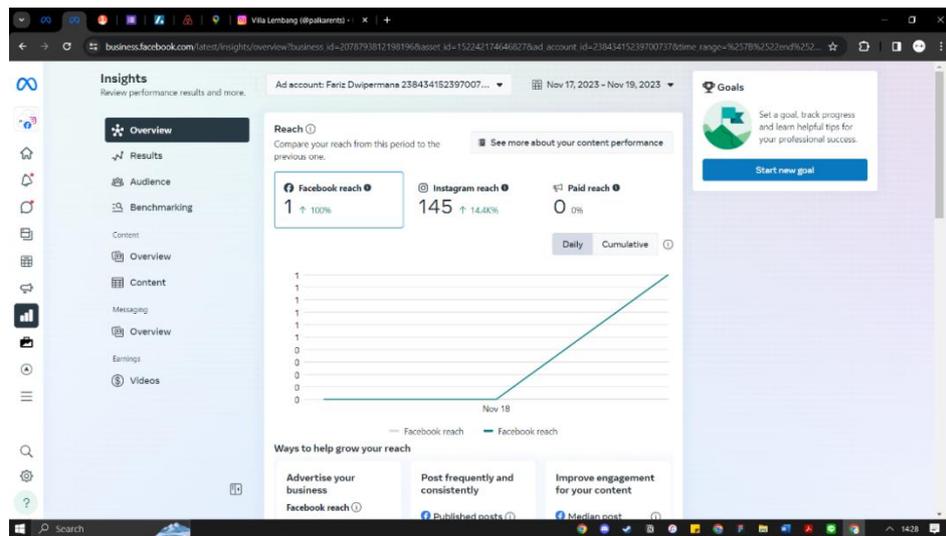


4.2 Dampak dari Penerapan Meta Ads pada *Insight* Media Sosial Facebook dan Instagram Palka Rents

Setelah konten media sosial dibuat pada Instagram Palka Rents, langkah berikutnya adalah menerapkan *digital advertising* melalui Meta Ads yang terhubung dengan Facebook dan Instagram. Penggunaan Meta Ads ini bertujuan untuk mengetahui dampak dari penerapan *digital advertising* pada

suatu bisnis, terutama pada usaha sewa vila Palka Rents ini. Berikut adalah *insight* Facebook dan Instagram sebelum dilakukannya beriklan melalui Meta Ads.

Gambar 4. 6 *Insight* Facebook dan Instagram Palka Rents Sebelum Beriklan Melalui Meta Ads



Pada gambar diatas, dapat diketahui kondisi media sosial Palka Rents (Facebook dan Instagram) sebelum beriklan melalui Meta Ads, yaitu mulai 17 November 2023 – 19 November 2023. Dari gambar diatas, Facebook *reach* hanya 1 dan Instagram *reach* 145, *insight* tersebut masih masih bisa dimaksimalkan dengan beriklan melalui Meta Ads.

Anggaran yang dialokasikan sebesar Rp500.000 untuk beriklan melalui Meta Ads ini untuk tiga konten yang akan diiklankan. Hal ini dilakukan untuk melihat seberapa besar *insight* Facebook dan Instagram yang diperoleh dengan anggaran yang sudah ditetapkan.

Gambar 4. 7 Target Audiens Palka Rents Saat Beriklan

The screenshot displays the 'Palka Rents' audience configuration in the Facebook Ads manager. The interface includes a title bar with 'Palka Rents' and an 'Actions' dropdown menu. Below the title bar are three tabs: 'Summary' (selected), 'Usage', and 'History'. The 'Summary' tab shows the following details:

- Audience Name:** Palka Rents
- Estimated audience size:** 99,100,000 - 116,600,000
- Type:** Saved audience
- Created:** 11/20/23, 3:26 PM
- Last Updated:** 11/20/23, 3:26 PM
- Saved Audience Details:**
 - Location:** Indonesia
 - Age:** 21 - 35
 - Language:** Indonesian
 - People who match:** Interests: Airbnb, Villa, Bandung, Jakarta or Travel

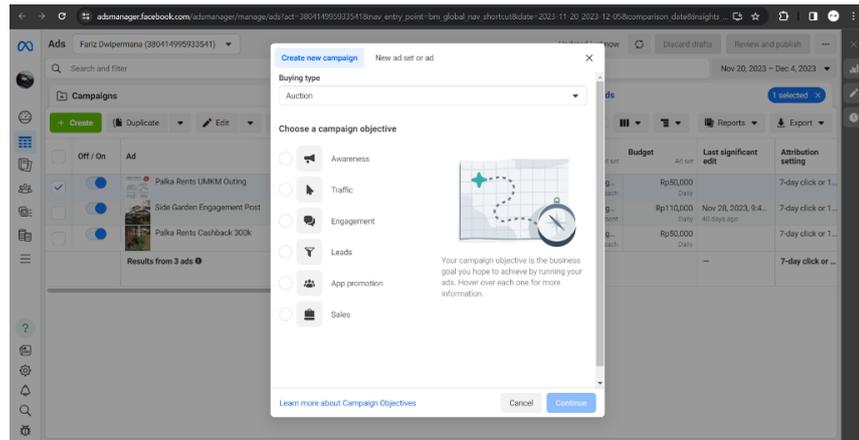
An 'Edit' button is located at the bottom of the audience details section.

Target audiens iklan Palka Rents juga ditetapkan sebelum iklan dijalankan, yaitu audiens dengan jarak usia 21 – 35 tahun, berlokasi di Indonesia, berbahasa Indonesia, dan audiens yang tertarik dengan beberapa hal, antara lain *Airbnb*, *Villa*, *Bandung*, *Jakarta*, dan *Travel*. Hal ini ditetapkan karena sebagian besar tamu yang menginap di vila Palka Rents kebanyakan berasal dari Kota Jakarta dan Kota Bandung.

Dalam beriklan di Meta Ads, ada beberapa langkah yang harus dilalui mulai dari tujuan beriklan sampai dengan pendistribusian iklan, selain itu juga terdapat perhitungan dan penyesuaian terhadap iklan yang akan dibuat sehingga capaiannya dapat tertuju. Berikut langkah-langkah beriklan melalui Meta Ads:

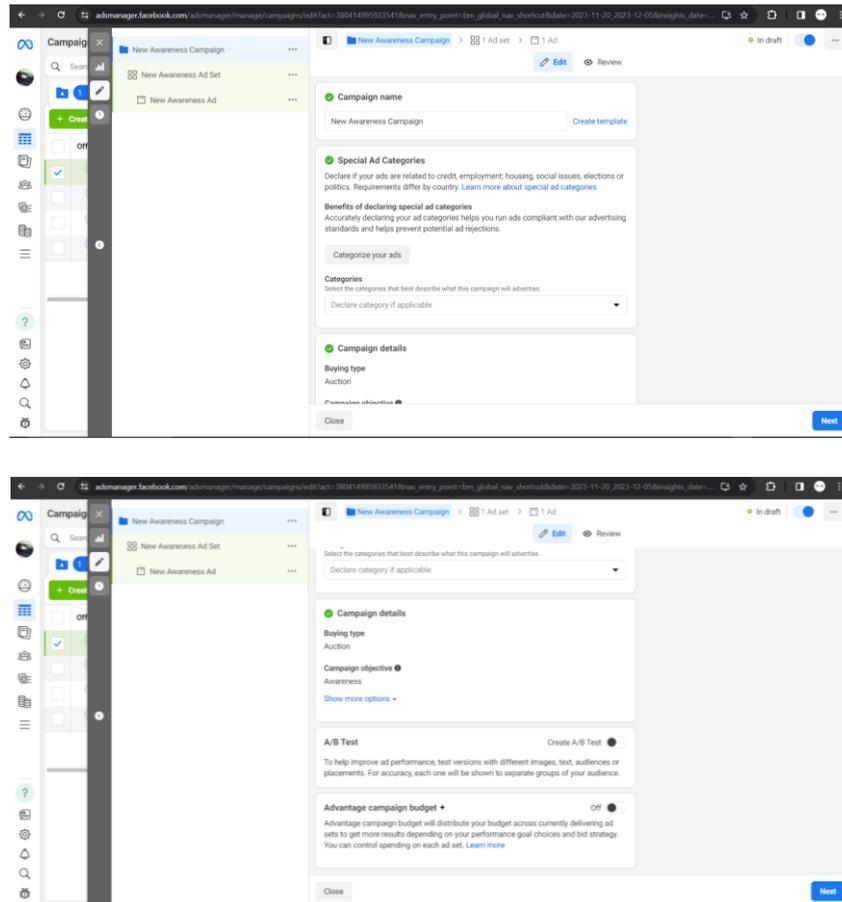
1. Langkah awal dari beriklan di Meta Ads diawali dengan membuat campaign iklan. Terdapat enam *campaign objective* pada Meta Ads, antara lain *Awareness*, *Traffic*, *Engagement*, *Leads*, *App Promotion*, dan *Sales*, yang mana masing-masingnya mempunyai tujuan tersendiri.
 - 1) *Awareness* bertujuan untuk menunjukkan iklan kita kepada orang-orang yang paling mungkin mengingat brand kita.
 - 2) *Traffic* bertujuan untuk mengirim orang yang melihat iklan kita kepada tujuan iklan yang kita tetapkan, seperti situs web usaha, aplikasi, profil Instagram usaha, atau acara Facebook usaha.
 - 3) *Engagement* bertujuan untuk mendapatkan lebih banyak pesan, pembelian melalui pesan, tayangan video, keterlibatan dalam posting, suka halaman, atau tanggapan acara.
 - 4) *Leads* bertujuan untuk mengumpulkan prospek untuk bisnis dan proyek usaha.
 - 5) *App Promotion* bertujuan untuk mencari orang baru untuk mengunduh aplikasi usaha dan terus menggunakannya.
 - 6) *Sales* bertujuan untuk mencari orang yang cenderung membeli produk atau layanan Usaha kita.

Gambar 4. 8 Tampilan Meta Ads Manager: *Campaign Objective* Meta Ads



- Setelah *campaign objective* dipilih, langkah selanjutnya adalah mengatur *campaign objective* mulai dari pemberian nama pada *campaign* iklan sampai dengan pengaturan a/b test dan *advantage campaign budget*, yaitu ketika dinyalakan opsi tersebut, Meta Ads akan mendistribusikan anggaran di seluruh set iklan yang sedang ditayangkan untuk mendapatkan lebih banyak hasil, sesuai dengan pilihan sasaran kinerja dan strategi tawaran yang telah ditentukan. Selain itu, pengeluaran untuk setiap set iklan dapat diatur dan dikendalikan.

Gambar 4. 9 Gambar Tampilan Meta Ads Manager: Pengaturan *Campaign Objective* Meta Ads



- Langkah ketiga adalah pengaturan *ad set*, yaitu tahapan beriklan untuk menentukan anggaran dan jadwal tayang iklan, menargetkan audiens (umur, gender, lokasi) dan penempatan iklan.

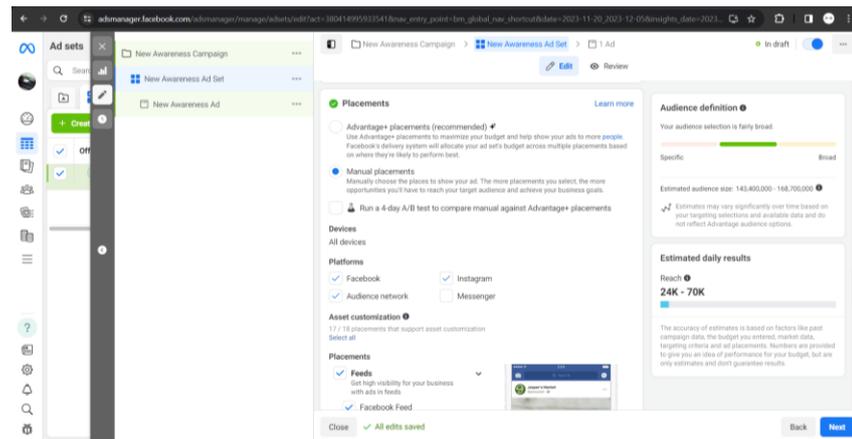
Gambar 4. 10 Tampilan Meta Ads Manager: Pengaturan Ad Set

The image displays three sequential screenshots of the Meta Ads Manager interface, illustrating the configuration steps for an Ad Set.

Top Screenshot: Ad set name configuration
 The interface shows the 'Ad set name' field set to 'New Awareness Ad Set'. The 'Performance goal' is set to 'Maximize reach of ads'. The 'Facebook Page' is 'Palka Rents Villa Rental'. The 'Bid control' is set to 'Optional' with a bid of 'RpK.XXX'. The 'Audience definition' is 'Broad', with an estimated audience size of 143,400,000 - 148,700,000. The 'Estimated daily results' show a reach of 24K - 70K.

Middle Screenshot: Budget & schedule configuration
 The 'Budget & schedule' section is active. The 'Daily Budget' is set to 'Rp50,000'. The 'Schedule' starts on 'Jan 7, 2024' at '1:35 PM' in 'Jakarta Time'. The 'Budget scheduling' option is selected, indicating that the budget will increase in advance based on certain days or times.

Bottom Screenshot: Audience definition configuration
 The 'Audience definition' section is active. It shows 'Search existing audiences' and 'Add exclusions'. The 'Locations' are set to 'Indonesia'. The 'Age' range is '21 - 65+'. The 'Gender' is set to 'All genders'. The 'Detailed targeting' is set to 'All demographics, interests and behaviors'. The 'Languages' are set to 'All languages'. The 'Audience definition' is 'Broad', with an estimated audience size of 143,400,000 - 148,700,000. The 'Estimated daily results' show a reach of 24K - 70K.



4. Langkah terakhir dari beriklan di Meta Ads adalah pengaturan pada iklan yang akan di tampilkan di Facebook *Page* dan Instagram, mulai dari pemberian nama pada iklan, lalu *identity* yang mengacu pada diimana iklan tersebut akan ditayangkan. Setelah itu pengaturan iklan, mulai dari format apakah iklan tersebut akan ditayangkan, apakah dalam bentuk foto atau video. Lalu ada bagian kreatif dari iklan yang mengatur pada penempatan, isi caption iklan, *headline* iklan, sampai dengan *call to action*. Setelah itu barulah destinasi iklan, yaitu iklan tersebut akan diarahkan kemana nantinya, apakah *instant experience*, situs web, atau aplikasi pemesanan. Lalu bagian terakhir dari pengaturan iklan ini adalah pelacakan pada iklan, yang nantinya bisa mendeteksi hasil dari iklan tersebut.

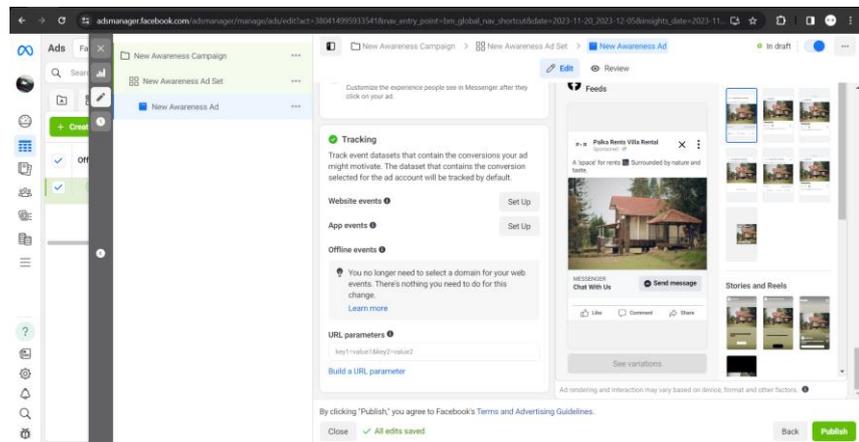
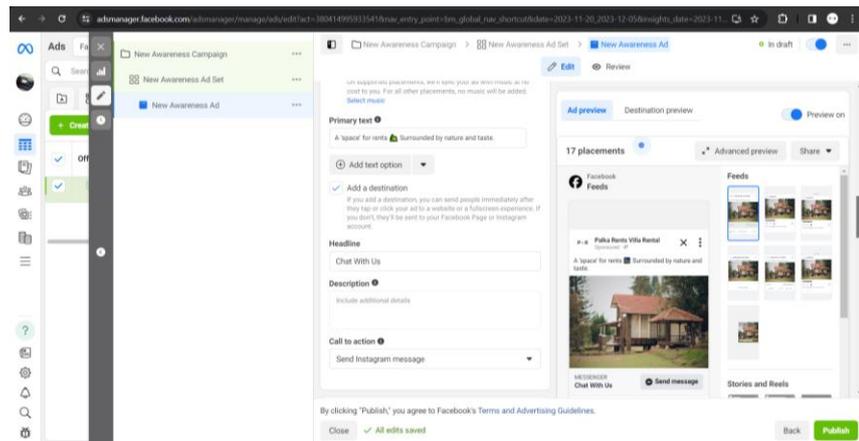
Gambar 4. 11 Tampilan Meta Ads Manager: Pengaturan Iklan

The image displays three sequential screenshots of the Meta Ads Manager interface, illustrating the configuration steps for a new awareness ad.

Top Screenshot: Identity and Ad Setup
 The interface shows the 'New Awareness Ad' configuration page. The 'Ad name' field is set to 'New Awareness Ad'. Under the 'Identity' section, the 'Facebook Page' is set to 'Palka Rents Villa Rental' and the 'Instagram account' is 'palkarents'. The 'Ad setup' section includes a 'Create ad' dropdown menu. A preview on the right shows the ad's appearance in a Facebook feed.

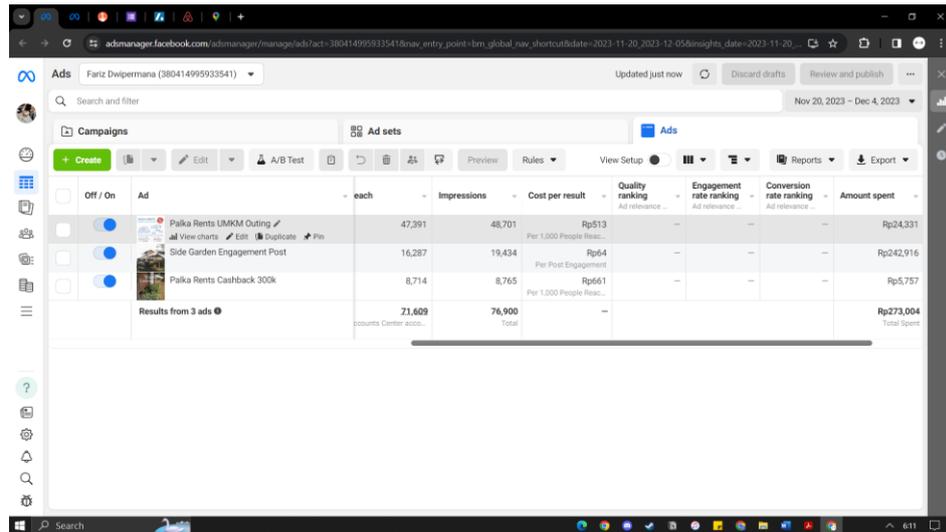
Middle Screenshot: Ad Setup and Ad Creative
 This view shows the 'Ad setup' section with the 'Format' dropdown set to 'Single image or video'. Other options include 'Carousel', 'Collection', and 'Multi-advertiser ads (recommended)'. The 'Ad creative' section prompts the user to select media and text for the ad. The preview on the right shows the ad in a feed with a 'Send message' button.

Bottom Screenshot: Destination
 This view shows the 'Destination' section where the user selects where to send people. Options include 'Instant Experience', 'Website', 'Messaging Apps', 'Messenger', 'Instagram', and 'WhatsApp'. The 'WhatsApp' option is selected, showing a phone number (+62 821-9970-2349). The preview on the right shows the ad in a feed with a 'Send message' button.

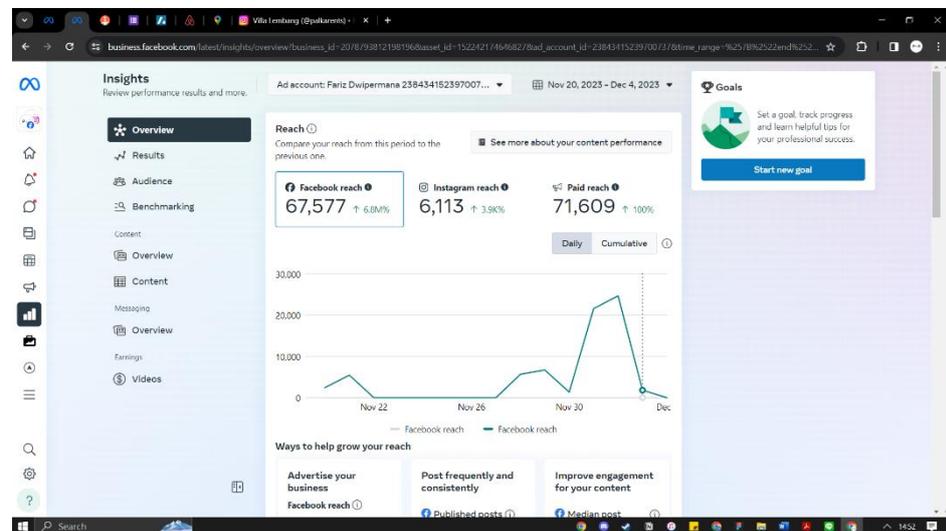


Dengan anggaran tersebut, dilakukan kampanye iklan untuk tiga konten Palka Rents melalui Meta Ads, meliputi Palka Rents Cashback 300k, Side Garden Engagement Post, dan Palka Rents UMKM Outing.

Gambar 4. 12 Tampilan Meta Ads Manager: Tiga Konten Instagram Palka Rents yang di Iklankan Melalui Meta Ads



Gambar 4. 13 Insight Facebook dan Instagram Palka Rents Setelah Beriklan Melalui Meta Ads



Berikut adalah *insight* media sosial Palka Rents (Facebook dan Instagram) setelah beriklan di Meta Ads. Hasil yang cukup efektif ini didapat dengan rentang waktu 15 hari mulai 20 November 2023 s.d. 4 Desember 2023.

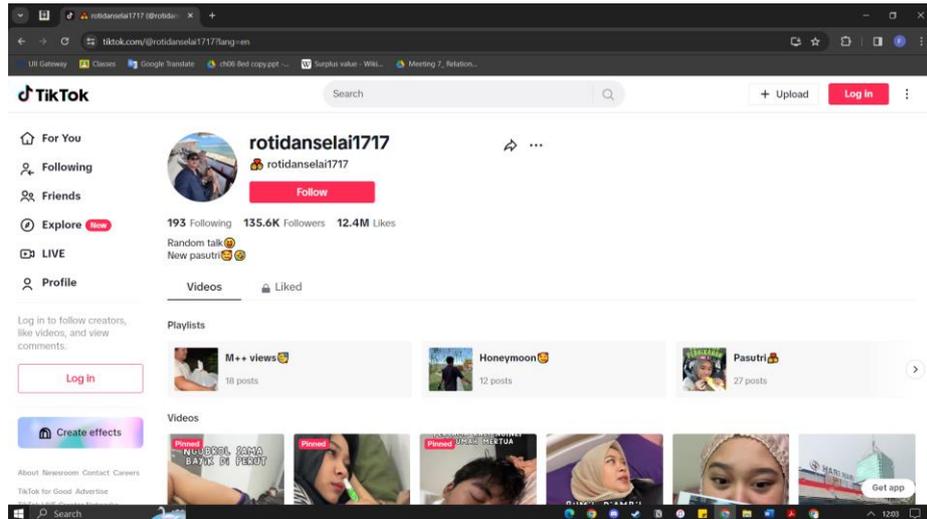
Dari hasil ini, Facebook Palka Rents memperoleh 67.577 *reach* atau meningkat sebesar 6,8 juta % jika dibandingkan 15 hari sebelumnya (5 November 2023 – 19 November 2023) dan Instagram Palka Rents memperoleh 6.113 *reach* atau meningkat sebesar 3,9 ribu % jika dibandingkan 15 hari sebelumnya. Sehingga *reach* yang dihasilkan dari beriklan melalui Meta Ads dengan total biaya yang dikeluarkan sebesar Rp273.004 menghasilkan *reach* sebesar 71.609 atau meningkat 100% dibandingkan sebelum beriklan. Penerapan digital advertising melalui Meta Ads ini sesuai dengan tujuan awal Palka Rents untuk meningkatkan *insight* media sosial Facebook dan Instagram Palka Rents.

4.3 Endorsement Influencer Tiktok

Palka Rents juga melakukan *endorsement influencer* Tiktok pada Palka Rents dengan harapan dapat meningkatkan kepopuleran usaha sewa vila ini melalui platform tersebut. Kriteria pemilihan *influencer* oleh Palka Rents adalah keluarga kecil atau pasangan yang baru menikah, yang memiliki konten humoris mengenai kehidupan rumah tangga keluarga baru. Palka Rents memilih *influencer* rotidanselai1717, dengan pengikut Tiktok sebanyak 135.500. Untuk *rate card* nya sendiri, Palka Rents menawarkan pengalaman menginap gratis selama 1 malam di Vila De Santai sebagai imbalan atas video endorse yang akan dibuat oleh *influencer* tersebut.

Langkah awal *endorsement influencer* ini dimulai dengan membuat *brief* konten. Konten *endorsement* yang dibuat adalah sebuah video kurang lebih satu menit dengan highlight “Vila Satu Jutaan Muat 15 Orang?”. Isi konten juga menjelaskan seputar fasilitas vila dan harga jelasnya sampai dengan *call to action* berupa Instagram Palka Rents bagi yang berminat untuk menyewa vila Palka Rents. Gaya videonya disesuaikan dengan personal branding dari konten kreator Rotidanselai1717, yaitu *random talk* dan *new pasutri* yang humoris.

Gambar 4. 14 Profil Akun Tiktok Rotidanselai1717

Gambar 4. 15 *Brief* Tiktok *Endorsement*

Palka Rents Villa Rental

Jl. Angrek VII No.74B, Kabupaten Bandung Barat, 40559 - 082139702349

P · R

Brief Endorsement Tiktok Video

Video 1 Menit
Highlight nya: "Villa Satu Jutaan Muat 15 Orang??"

Overview

Hasil Video jadi sudah tersedia, tinggal diberi vo (Voice Over)

- Villa tour dari lantai 1 (Jelaskan fasilitas vila de santai)
- Villa tour dari lantai 2 (Jelaskan fasilitas dan pemandangan)
- Jelaskan fasilitas apa saja yang didapatkan (free galon, free wifi, kulkas, alat masak, piring dan gelas)
- Terakhir sebutkan harga jelasnya, yaitu 1.500.000
- Terakhir di bagian penutup beri informasi call to action, "kalo kalian pengen, boleh cek instagramnya @palkarents, disana juga mereka ada beberapa pilihan villa, ada yg bisa sampe 40 orang.
- Bahasa tidak mengandung unsur SARA

Informasi tentang Villa:

Facilities:

Free Wifi
2 Bedrooms
2 Bathrooms
More Mattress
LED Television
Water Heater
Kitchen Tools
Refrigerator
BBQ Tool
Balcony with beautiful views
Gazebo

Price IDR 1.500.000/Night

🏡 Villa Istana Bunga

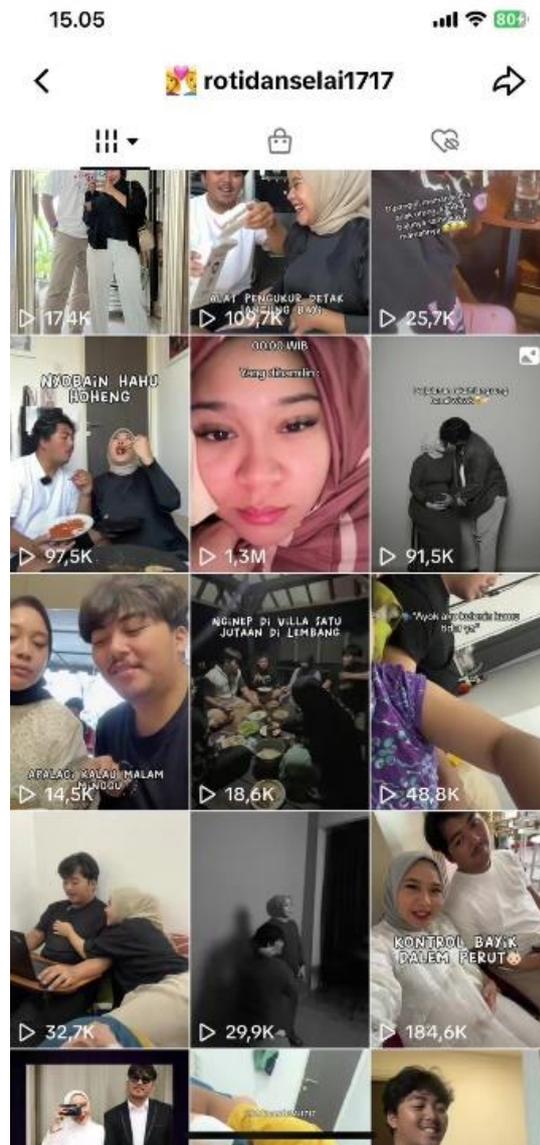
Please contact us for inquiries:

📞 WhatsApp (082139702349)

Setelah proses pembuatan konten tersebut selesai dan konten tersebut didistribusikan oleh *influencer*, didapatkan hasil *insight* yang cukup efektif, dengan video tiktok ditonton lebih dari 18.600 kali, 277 menyukai, 2 komentar, 16 menyimpan, dan 4 membagikan. (Data per 19 Desember 2023 pukul 15.05).

Gambar 4. 16 Hasil *Insight* Video *Endorsement* Tiktok Palka Rents





4.4 Penerapan Online Travel Agent Airbnb dan Agoda pada Palka Rents

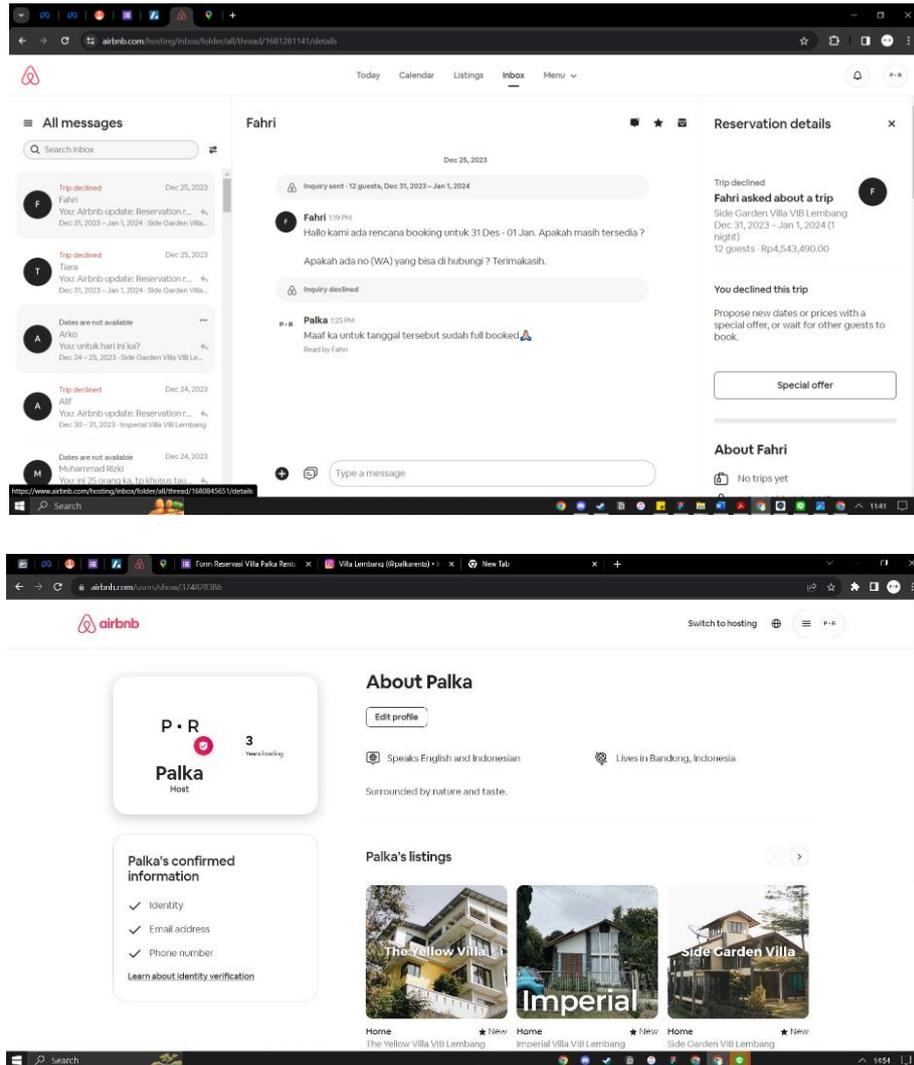
Penerapan juga dilakukan Palka Rents pada online travel agent Airbnb dan Agoda. Airbnb sendiri sudah dibuat sejak 2019 meskipun tidak aktif dalam waktu yang lama. Keempat vila Palka Rents diiklankan di Airbnb sebagai salah satu media pemasaran.

Berikut langkah-langkah untuk memasarkan vila melalui Airbnb:

1. Menjelaskan seputar tempat tinggal yang akan kita sewakan.
2. Jenis tempat tinggal seperti apa yang kita sewakan.
3. Memberikan alamat jelas tempat tinggal yang akan disewakan.
4. Memberikan informasi mengenai fasilitas vila, seperti kapasitas tamu, jumlah kamar tidur, kamar mandi, kasur, wifi, dapur, dan lain sebagainya.
5. Tambahkan foto yang menarik supaya calon tamu tertarik untuk melihat tempat tinggal kita.
6. Memberikan judul tempat tinggal dan deskripsikan suasana tempat tinggal yang disewakan seperti apa
7. Menentukan harga sewa per malam, disini harga yang ditentukan adalah harga bersih bagi penyewa.
8. Terakhir, Airbnb akan menawarkan agar tempat tinggal yang disewakan memberikan promo berupa potongan harga kepada calon tamu.

Tujuan dari penerapan pemasaran vila melalui Airbnb Palka Rents sudah sesuai, hal ini dapat dilihat dari adanya 13 calon tamu yang menanyakan ketersediaan vila untuk disewa, namun kebanyakan vila pada bulan Desember 2023 sudah penuh terpesan secara *offline* atau datang langsung ke vila.

Gambar 4. 17 Tampilan Pesan Airbnb Palka Rents

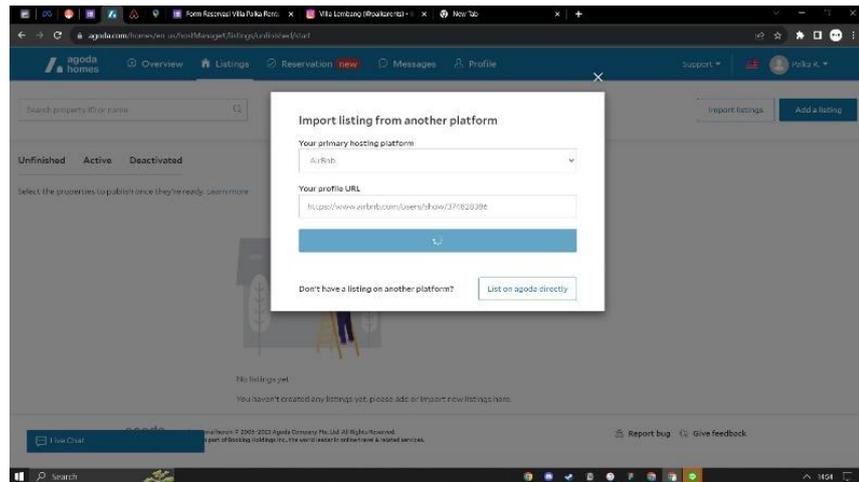


Palka Rents juga memasarkan vila melalui Agoda dengan tujuan sama, yaitu dikenal banyak orang dan ada calon tamu yang menanyakan ketersediaan vila melalui Agoda. Sebelum memasarkan, ada beberapa langkah yang harus dilakukan untuk memasarkan vila melalui Agoda sebagai berikut:

1. Membuat akun Agoda Homes

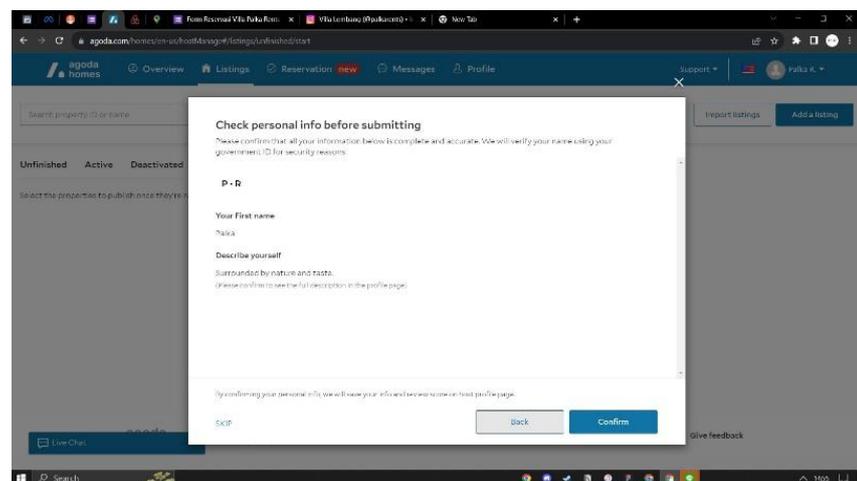
- Setelah itu pergi ke bagian listing, lalu karena Palka Rents sudah menjadi host di Airbnb, terdapat opsi *import listing*, lalu masukkan profile url Airbnb Palka Rents.

Gambar 4. 18 Tampilan *Import Listing* Agoda Homes

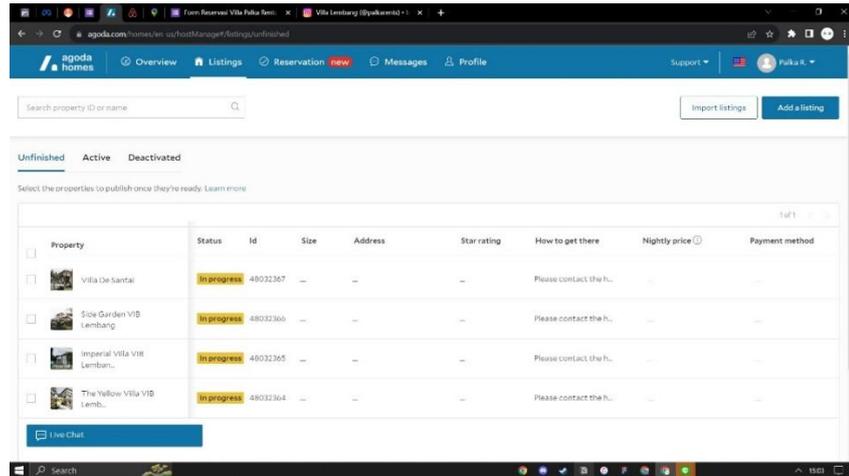


- Setelah itu mengkonfirmasi data pribadi tuan rumah.

Gambar 4. 19 Tampilan *Personal Info* Agoda Homes

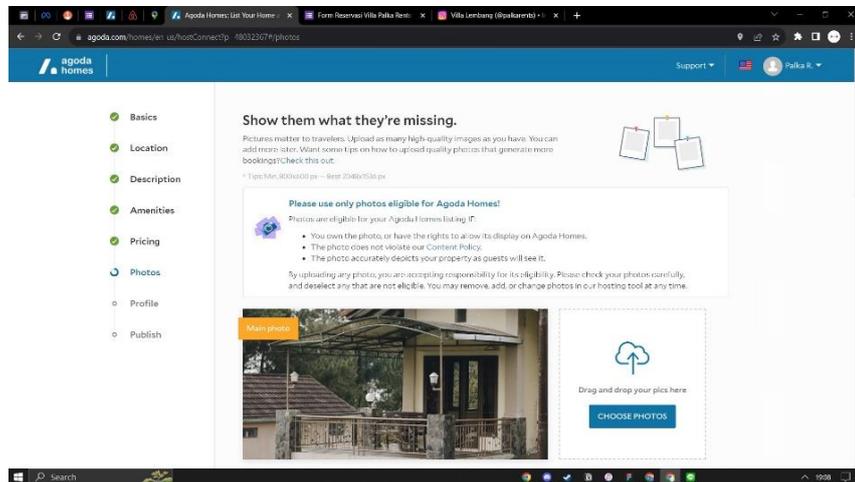


- Lalu konfirmasi vila mana saja yang akan di listing di Agoda.

Gambar 4. 20 Tampilan *Listing* Vila di Agoda Homes

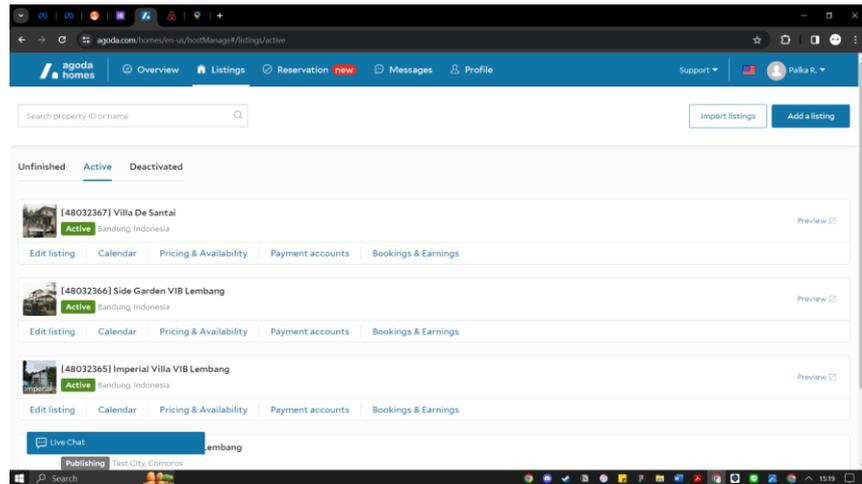
- Setelah itu barulah pengaturan satu per satu vila mulai dari foto, fasilitas vila, alamat vila, sampai dengan harga yang di pasarkan.

Gambar 4. 21 Tampilan Akhir Pengaturan Vila Agoda Homes



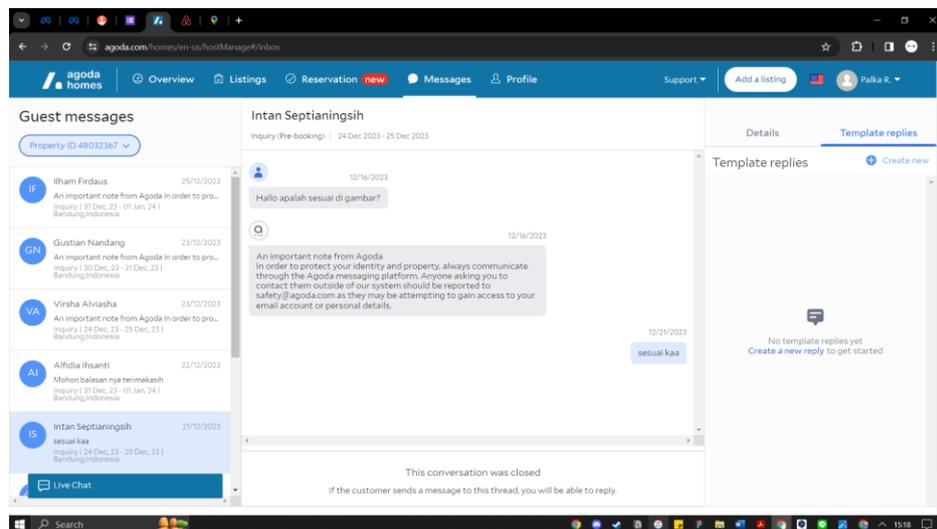
- Villa siap dipasarkan di online travel agent Agoda.

Gambar 4. 22 Tampilan Vila Yang Siap Dipasarkan di Agoda



Dampak dari memasarkan vila melalui Agoda ini juga sesuai dengan tujuan awal Palka Rents, dari tiga vila yang berhasil dipasarkan, sebanyak 15 orang bertanya mengenai ketersediaan vila tersebut.

Gambar 4. 23 Tampilan Pesan Agoda Homes Palka Rents



4.5 Outing Vila Bersama Ice Cream Service

Palka Rents menyediakan layanan outing berbayar untuk UMKM di Kota Bandung yaitu Ice Cream Service, sebuah kedai ice cream yang berlokasi di tengah Kota Bandung. Semua itu dimulai dari penyebaran poster mengenai outing di media sosial Palka Rents, kemudian salah satu UMKM di Kota Bandung, yaitu Ice Cream Service tertarik untuk memesan layanan outing Palka Rents ini.

Gambar 4. 24 Poster Layanan Outing Palka Rents

PALKA RENTS
MSMEs Outing Services

LIMITED OFFER

dec/'23

GOOD FOOD - POP CULTURE - GOOD GATHERING

DURATION 2 days	MUSIC POP
Adjustable Price!!!	RESERVE NOW!!!
FOOD Satay/BBQ	LOC VIB, Lembang

Setelah itu, Palka Rents merencanakan pertemuan dengan pemilik kedai Ice Cream Service untuk mendiskusikan mengenai layanan outing yang disediakan, termasuk berdiskusi tentang kegiatan yang akan dilakukan selama outing dan menentukan harga layanan.

Gambar 4. 25 Pertemuan Antara Palka Rents dan Pemilik Ice Cream Service



Pertemuan tersebut dilakukan di salah satu kedai kopi di Kota Bandung pada 3 Desember 2023. Pemilik Ice Cream Service tertarik untuk memesan layanan outing dengan tema otomotif dan mencakup kegiatan olahraga pagi yang sehat. Sebagai hasilnya, diusulkan konsep *Vintage Car Meet Up*, di mana mobil-mobil tua yang dimiliki oleh pemilik dan karyawan Ice Cream Service akan diparkir di sekitar Vila De Santai yang memiliki halaman yang cukup untuk menampung 5-6 mobil. Selain itu Palka Rents juga merekomendasikan penyediaan api unggun dan layanan BBQ di sekitar mobil-mobil tersebut untuk menciptakan suasana hangat di tengah udara dingin Lembang. Untuk menambah pengalaman, di pagi hari, disarankan untuk melakukan *trekking* ke curug di sekitar vila. Dikarenakan tema acara yang bersifat *vintage*, dokumentasi acara menggunakan kamera analog yang dimiliki oleh Palka Rents.

Setelah mengetahui konsep outing yang diinginkan dan jumlah orang yang terlibat, disusunlah RAB agar biaya yang dikeluarkan sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan. Semua harga yang tercantum dalam RAB ini diambil dari *e-commerce* dan supermarket di Kota Bandung. Setelah penyusunan, total biaya layanan outing untuk Ice Cream Service dengan 15 peserta adalah sebesar Rp3.403.500, dengan rincian terlampir pada gambar di bawah ini.

Gambar 4. 26 RAB Layanan Outing Ice Cream Service

RAB Palka Rents & Ice Cream					
No.	Nama	Harga Satuan	Jumlah	Total	Keterangan
1	Villa	Rp1.200.000	1	Rp1.200.000	
2	Api Unggun	Rp100.000	1	Rp100.000	
3	Papan Kayu	Rp90.000	1	Rp90.000	
4	Tiket Curug	Rp15.000	13	Rp195.000	
5	Roll Film + Nyuci	Rp235.000	1	Rp235.000	
6	Sate Asin	Rp1.500	250	Rp375.000	
7	Catering Siang	Rp15.000	15	Rp225.000	Nasi Goreng
8	BBQ	Rp131.167	3	Rp393.500	
9	Belanja Griya	Rp320.000	1	Rp320.000	
10	Cemilan	Rp270.000	1	Rp270.000	
TOTAL				Rp3.403.500	

Setelah penyusunan RAB selesai, diberikan penawaran harga kepada pemilik Ice Cream Service beserta rincian kegiatan yang akan dilakukan selama outing. Penawaran harga yang diajukan adalah sebesar Rp3.500.000 untuk 15 peserta. Setelah pemilik Ice Cream Service menyetujui harga tersebut, dirancang kegiatan yang akan dilakukan selama pelaksanaan outing.

Layanan outing yang diberikan selama dua hari, pada tanggal 6 – 7 Desember 2023. Pada outing ini lebih banyak kegiatan di luar vila, mulai dari *car meet up*, *bonfire session*, *BBQ night*, dan *trekking* ke Curug Putri di Ciwangun Indah Camp. Semua rangkaian kegiatan outing berjalan lancar sampai dengan selesai meskipun sempat terhalang hujan dan keterlambatan waktu.

Gambar 4. 27 Penawaran dan Rangkaian Kegiatan Outing Ice Cream Service

Palka Rents Villa Rental

Jl. Anggrek VII No.748, Kabupaten Bandung Barat, 40559 - 082139702349

P · ROuting Services for UMKM
2 Days - Villa Istana Bunga, Lembang - 15 Pax

Price IDR 3.500.000

Day 1

10.00 AM - On the Way To Villa De Santai
11.30 AM - Rest & Prepare
01.30 PM - Villa Time (Including Lunch)
04.30 PM - Car Meet Session (Photo session)
07.00 PM - Game Time (Gran Turismo 7)
08.30 PM - Bonfire Session (Serve with Satay or BBQ)
10.30 PM - Bedroom

Day 2

07.00 AM - Morning Trekking to Curug Ciwangun Indah Camp
10.00 AM - Back to Villa
10.20 AM - Brunch
11.00 AM - End Trip





Semua persiapan termasuk berbelanja kebutuhan, dilakukan oleh pihak Palka Rents. Saat survei lokasi, dibantu oleh Agi, pemilik Ice Cream Service. Ketika outing dilaksanakan, pihak Palka Rents dibantu oleh Mang Jajang dan Ruby.

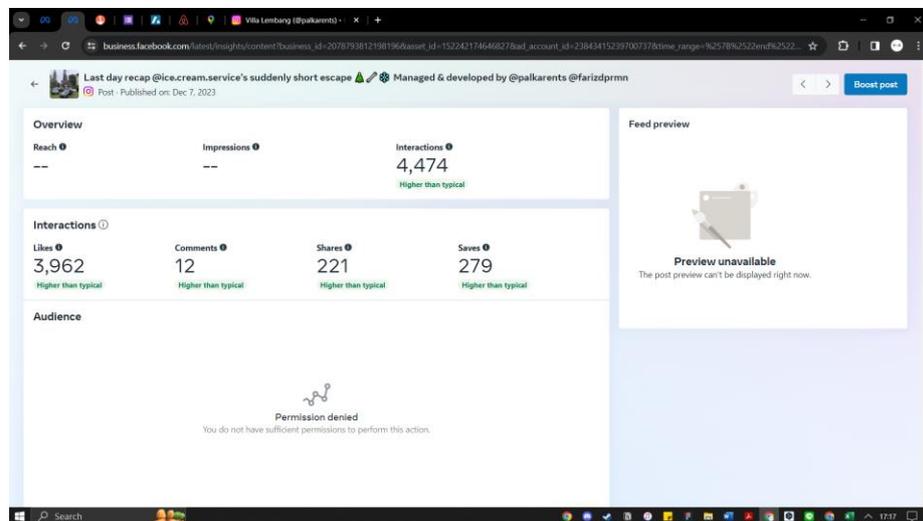
Gambar 4. 28 Persiapan Kegiatan Outing Ice Cream Service



Setelah rangkaian kegiatan outing selesai, Palka Rents meminta kesepakatan kolaborasi postingan di Instagram antara akun Instagram Surragi (pemilik Ice Cream Service) dengan akun Instagram Palka Rents. Hasil dari kolaborasi postingan tersebut menghasilkan *insight* yang baik, yaitu sebanyak 3.962 menyukai postingan, 12 komentar, 221 membagikan, dan 279 menyimpan postingan (Data per 09 Januari 2024 17.18). Berikut link postingan tersebut https://www.instagram.com/p/C0jVUubAJ0qH/?img_index=1.

Layanan outing yang diberikan telah sesuai dengan tujuan awal Palka Rents untuk meningkatkan popularitas dan sejalan dengan respon positif yang muncul dari postingan tersebut.

Gambar 4. 29 *Insight* Postingan Kolaborasi Surragi dan Palka Rents



4.6 Perbandingan Insight Media Sosial Instagram Palka Rents Sebelum dan Setelah Proyek Perintisan Bisnis

Tabel dibawah ini adalah perbandingan insight Instagram Palka Rents sebelum dan sesudah proyek bisnis ini berjalan:

Perbandingan Insight Instagram Palka Rents

Tabel 4. 1 Perbandingan *Insight* Instagram Palka Rents

No		Sebelum (1 September 2023 – 31 Oktober 2023)	Sesudah (1 November 2023 – 31 Desember 2023)
1.	<i>Reach</i>	125	6.592
2.	<i>Content Interactions</i>	10	1.600
3.	<i>Followers</i>	137	137
4.	<i>Link Clicks</i>	0	0
5.	<i>Instagram Profile Visits</i>	152	1.127
6.	<i>New Instagram Followers</i>	4	19

Dari tabel diatas *reach* Instagram meningkat pesat setelah proyek bisnis ini berjalan yang semula 125 mencapai 6.592, *content interactions* juga meningkat dari 10 menjadi 1.600, dan Instagram *profile visits* yang meningkat cukup pesat dari 152 menjadi 1.127. Hal ini terjadi setelah Palka Rents merealisasikan pembaruan konten media sosial Instagram, beriklan melalui Meta Ads, dan postingan outing kolaborasi antara Palka Rents dan Surragi selaku pemilik Ice Cream Service. Sementara itu tidak ada peningkatan pada *followers* dan *link clicks* Instagram Palka Rents, juga dengan pengikut Instagram baru hanya terjadi peningkatan minim dari 4 menjadi 19.

Dengan pencapaian tersebut, rasa puas dirasakan karena tujuan awal Palka Rents untuk meningkatkan popularitas berhasil tercapai dengan baik.

4.7 Rincian Arus Kas Palka Rents

1. Total pendapatan sewa vila oleh Palka Rents selama 3 bulann yaitu sebesar Rp193.100.000 dengan total penyewa sebanyak 60 penyewa,

dengan rincian bulan Oktober sebesar Rp50.800.000, bulan November sebesar Rp50.800.000, dan bulan Desember sebesar Rp91.500.000.

2. Total biaya operasional vila selama 3 bulan yang meliputi gaji penjaga vila, listrik, air, dan *laundry, wifi* serta biaya lain-lain sebesar 27.850.000.

Laporan Laba Rugi Palka Rents Selama 3 Bulan

Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi Palka Rents

Pendapatan	Rp193.100.000
Biaya Operasional	Rp27.850.000
Laba Bersih (3 Bulan)	Rp165.250.000
Laba Bersih disetahunkan	Rp661.000.000

Laba bersih yang terdapat pada tabel merupakan laba bersih selama 3 bulan, Palka Rents menghitung laba bersih selama setahun dengan asumsi penyewa yang stabil sebesar Rp660.xxx.xxx.

Laporan Arus Kas Palka Rents Selama 3 Bulan

Tabel 4. 3 Laporan Arus Kas Palka Rents

Arus Kas dari Aktivitas Operasi		
Kas diterima dari tamu	Rp193.100.000	
Dikurangi biaya operasional	Rp27.850.000	
Arus kas bersih dari aktivitas operasi	Rp165.250.000	
Arus kas bersih dan saldo kas		Rp165.250.000

3. Menghitung *Net Profit Margin*

Net profit margin mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba neto dari setiap penjualannya (Menurut Murhadi, 2013). Menurut (Kasmir, 2016) net profit margin dikatakan baik adalah diatas 20% (Firda Inayah, 2021). $Net\ Profit\ Margin = \frac{Keuntungan\ Bersih}{Penjualan} = \frac{Rp165.250.000}{Rp193.100.000} = 85,58\%$ Persentase margin keuntungan Palka Rents adalah 85,58%, dapat dikatakan bahwasanya Palka Rents merupakan usaha yang dikatakan baik karena net profit margin yang didapatkan oleh Palka Rents cukup tinggi. Angka 85,58% menunjukkan angka yang sangat besar untuk sebuah usaha sewa vila yang dijalankan secara online dengan media pemasaran melalui media sosial Instagram, online travel agent Airbnb dan Agoda, dan juga secara offline.

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Perintisan bisnis berupa inovasi yang telah dilakukan pada Palka Rents sebagai salah satu usaha sewa vila di Kota Bandung selama kurang lebih 3 bulan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pembaruan konten media sosial Palka Rents yang terencana dan terjadwal dengan perencanaan konten menyadarkan pentingnya keterlibatan aktif melalui media sosial agar para followers Palka Rents dapat terus mengikuti perkembangan dan membentuk persepsi positif bagi calon tamu dan dapat terus dikembangkan.
2. Penggunaan Meta Ads sebagai sarana beriklan dapat meningkatkan insight media sosial Facebook dan Instagram Palka Rents, hal ini sesuai dengan tujuan awal Palka Rents ketika beriklan, yaitu meningkatkan popularitas usaha.
3. Penerapan *endorsement influencer* memberikan pengaruh positif untuk lebih mendalam dalam memperkenalkan usaha sewa vila Palka Rents melalui platform Tiktok.
4. Palka Rents memasarkan vila melalui online travel agent Airbnb dan Agoda yang dapat menjadi media pemasaran baru selain melalui media sosial.
5. Inovasi yang dilakukan dengan mengenalkan layanan outing berbayar untuk UMKM meningkatkan persepsi positif dan membuka peluang pasar baru bagi Palka Rents.

5.2 Rekomendasi

Untuk langkah-langkah bisnis berikutnya, diharapkan pihak-pihak yang terlibat akan mampu mengambil beberapa tindakan yang dapat mendukung pertumbuhan dan peningkatan usaha, antara lain:

1. Meneruskan pembaruan konten media sosial Facebook dan Instagram bagi Palka Rents menggunakan perencanaan konten yang lebih matang.
2. Melanjutkan *campaign* iklan melalui Meta Ads dengan menambah konten iklan baru yang *up to date*.
3. Mencari *influencer* baru guna memperkenalkan Palka Rents lebih luas melalui platform Tiktok.
4. Meneruskan pemasaran vila melalui online travel agent Airbnb dan Agoda, serta menambah cakupan dengan memasarkan vila melalui Traveloka.
5. Menambahkan variasi kegiatan baru untuk layanan outing UMKM.

LAMPIRAN

Lampiran I *Curriculum Vitae* Mahasiswa

FARIZ DWIPERMANA

Sleman, DI Yogyakarta, Indonesia · fariz.dwi2009@gmail.com · (+62) 812-1482-9644

EDUCATION

INDONESIAN ISLAMIC UNIVERISTY Sleman, DI Yogyakarta, Indonesia
Bachelor of Economics 2020 - Present

SMAN 22 BANDUNG Bandung, Jawa Barat, Indonesia
Science 2017 - 2020

EXPERIENCE

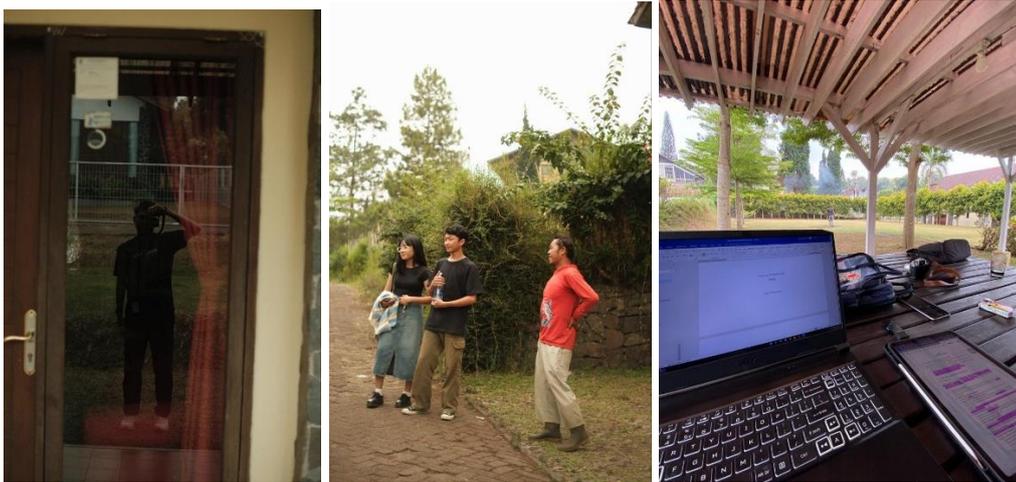
FOUNDER OF PALKA RENTS VILLA RENTAL BANDUNG
Managing villa rentals in Villa Istana Bunga, Lembang 2017 - Present

FOUNDER OF PALKA SPACE CREATIVE CONSULTANT YOGYAKARTA
Focus on consulting a brand's creative needs of a brand to solve their problems 2022 - Present

KEY SKILLS & COMPETENCIES

- **Skillset** — Creative thinking, design, problem-solving, time management, and communication
- **Toolset** — Ms. Word, Ms. Excel, Google Sheets, Notion, and Figma
- **Language** — Indonesian, English, Sundanese, and Javanese
- **Interest** — Travelling, Networking, Design, Entrepreneur, and Stock Market

Lampiran II Dokumentasi Kegiatan Selama Perintisan Bisnis Berjalan



Kunjungan ke Vila Palka Rents



Dokumentasi Analog Selama Outing



Dokumentasi Testimoni Dari Tamu Palka Rents

Lampiran III Laporan Keuangan Usaha

a. Tabel Laporan Laba/Rugi Palka Rents

Pendapatan	Rp193.100.000
Biaya Operasional	Rp27.850.000
Laba Bersih (3 Bulan)	Rp165.250.000
Laba Bersih disetahunkan	Rp661.000.000

b. Tabel Laporan Arus Kas Palka Rents

Arus Kas dari Aktivitas Operasi		
Kas diterima dari tamu	Rp193.100.000	
Dikurangi biaya operasional	Rp27.850.000	
Arus kas bersih dari aktivitas operasi	Rp165.250.000	
Arus kas bersih dan saldo kas		Rp165.250.000

c. Rincian Penyewa Setiap Bulannya

No.	Jumlah Penyewa	Bulan	Pendapatan	Mengetahui Palka Rents
1	16 Penyewa	Oktober	Rp50.800.000	<ul style="list-style-type: none"> - 3 tamu melalui <i>Instagram</i> - 2 tamu atas rekomendasi teman kuliah - 11 tamu datang langsung ke villa
2	16 Penyewa	November	Rp50.800.000	<ul style="list-style-type: none"> - 5 tamu melalui ads/promo - 7 tamu melalui <i>online travel agent</i> (transaksi dilakukan secara <i>offline</i>) - 4 tamu datang langsung ke vila
3	28 Penyewa	Desember	Rp91.500.000	<ul style="list-style-type: none"> - 12 tamu melalui <i>online travel agent</i> (transaksi dilakukan secara <i>offline</i>) - 6 tamu melalui <i>Instagram</i> - 2 tamu melalui <i>Instagram Ads</i> - 8 tamu datang langsung ke vila

DAFTAR PUSTAKA

- Adeline Poedjiono, L., Hianita, S., Andreani, F., Manajemen Perhotelan, P., Studi Manajemen, P., & Bisnis dan Ekonomi, F. (n.d.). *ANALISA ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) PADA ONLINE TRAVEL AGENT (OTA) TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL*.
www.cekaja.com/info/5-situs-penyedia-layanan-tiket-paling-banyak-dikunjungi-
- Andhyka, T., & Suryawan, I. B. (2015). *DAMPAK PERKEMBANGAN VILLA TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT DI JALAN BAIK-BAIK SEMINYAK*. 3(2).
- Cindy Mutia Annur. (2023, November 22). *Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia#:~:text=Menurut%20laporan%20We%20Are%20Social,di%20Indonesia%20pada%20Oktober%202023.>
- CTA (Call to Action)*. (n.d.). Revo U. Retrieved 18 January 2024, from
<https://revou.co/kosakata/cta-call-to-action>
- Firda Inayah, F. (2021). Analisis Perbandingan Net Profit Margin dan Gross Profit Margin Pada Perusahaan Telekomunikasi Di Indonesia. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 18(1), 57–69.
<https://doi.org/10.26487/jbmi.v18i1.13722>
- GreatNusa. (2023, February 7). *Digital Advertising: Pengertian, Ciri, Manfaat, dan Tips Melakukannya*. GreatNusa. <https://greatnusa.com/artikel/digital-advertising-adalah/>

- Jean Sundego. (2023, June 16). *Figma Adalah: Fitur, Kegunaan, dan Manfaatnya*. Purwadhika Digital Technology School. <https://purwadhika.com/blog/figma-adalah-fitur-kegunaan-dan-manfaatnya>
- Manfaat Malam Keakraban Bagi Mahasiswa Baru*. (2023, August 23). STAIKU. [https://staiku.ac.id/blog/manfaat-malam-keakraban-bagi-mahasiswa-baru/#:~:text=Malam%20Keakraban%20\(Makrab\)%20di%20kampus,dan%20kebersamaan%20sesama%20mahasiswa%20baru.](https://staiku.ac.id/blog/manfaat-malam-keakraban-bagi-mahasiswa-baru/#:~:text=Malam%20Keakraban%20(Makrab)%20di%20kampus,dan%20kebersamaan%20sesama%20mahasiswa%20baru.)
- Purwanto, Y., Laura, W., Program, S., Management, B., Manajemen, S., Bisnis, F., & Ekonomi, D. (2022). *PENGARUH CONTENT MARKETING DAN INFLUENCER ENDORSER TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA BRAND SKINCARE SOMETHINC* (Vol. 10, Issue 1).
- Sakina, F., & Aslami, N. (n.d.). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND EQUITY. *JOSR: Journal of Social Research Februari, 2022*(3), 178–184. <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsrhttp://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Septina Muslimah. (2020, March 10). *Outing Kantor : Definisi, Manfaat dan Rekomendasi*. Mekari Jurnal. <https://www.jurnal.id/id/blog/outing-kantor-definisi-manfaat-dan-rekomendasi/>
- Shirley Candrawardhani. (2022, June 2). *Mengenal Outing Kantor, Manfaat, dan Tips Melaksanakannya Agar Produktif*. Kitalulus. <https://www.kitalulus.com/bisnis/outing-kantor-adalah>
- Wikipedia Bahasa Indonesia. (n.d.). Generasi Z. In *Wikipedia* (pp. 1–1). Retrieved 18 January 2024, from https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z