

ALLEGO
PROYEK KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

Sempati May Al-Farrasi

2120 31270

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
TAHUN 2024

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

ALLEGRO PROYEK KEWIRAUSAHAAN

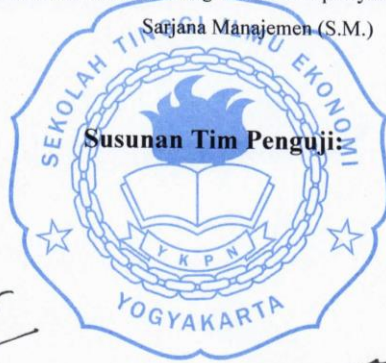
Dipersiapkan dan disusun oleh:

SEMPATI MAY AL-FARRASI

Nomor Induk Mahasiswa: 212031270

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Jumat tanggal 26 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)



Pembimbing

Bambang Setia Wibowo, SE., MM.

Penguji

Miswanto, Dr., M.Si.

Yogyakarta, 26 Januari 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua




Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Laporan kewirausahaan ini menjelaskan mengenai proses sebuah usaha *Trip Organizer* yang kami jalankan agar dapat beroperasi dengan baik. Dalam abstrak ini, kami akan membahas berbagai alasan mengapa inovasi menjadi faktor kunci dalam bisnis *Trip Organizer*. Inovasi dalam pelayanan, fasilitas, dan konsep dapat menjadi daya tarik masyarakat sebagai pembeda dari bisnis yang sejenis. Secara keseluruhan, inovasi menjadi kunci untuk menarik minat masyarakat dalam sebuah produk jasa. Dengan berinovasi dalam pelayanan, fasilitas, adaptasi tren pasar, dan peningkatan efisiensi operasional, bisnis *Trip Organizer* dapat tetap relevan, menarik minat pelanggan, dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar yang dinamis.

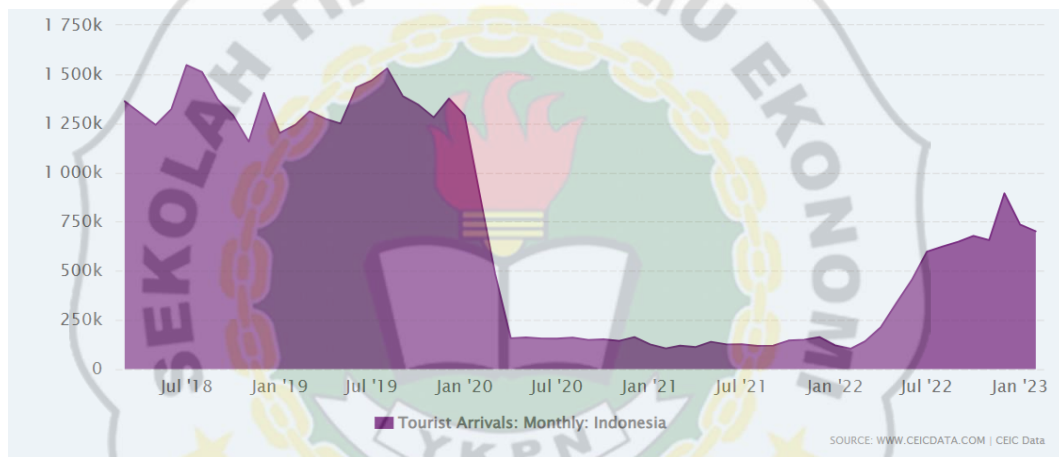
Kata kunci: *Trip Organizer*, AlleGo, Perjalanan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ISI

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan minat masyarakat terhadap pariwisata yang kini menjadi tren bahwa berwisata ke suatu tempat adalah kebutuhan. Kenaikan tren dalam berwisata dalam maupun luar negeri cukup signifikan. Faktor terbesar kenaikan tren ini adalah mudahnya akses sosial media dari berbagai belahan dunia.



Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Kunjungan Wisata di Indonesia

Dapat dilihat pada grafik diatas bahwa pertumbuhan kunjungan wisata relatif positif setelah setelah pandemi *COVID-19*. Meningkatnya pariwisata ini disebabkan juga karena adanya *Revenge Travel*. Seperti namanya, *Revenge Travel* adalah bentuk “balas dendam” masyarakat atas larangan wisata termasuk pergi ke luar negeri dengan tujuan liburan selama kurang lebih 2 tahun sejak munculnya pandemi.

Dalam bepergian tentunya memerlukan beberapa persiapan diantaranya adalah akomodasi transportasi, penginapan, susunan perencanaan perjalanan, persiapan dokumentasi, hingga keperluan penting dalam dokumen maupun

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

peralatan penting dalam perjalanan sih banyak lagi. Hal ini menjadi dasar kami dalam membentuk usaha berupa *Trip Organizer*.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang diambil dalam laporan ini sebagai berikut:

- 1) Inovasi apa saja yang dimiliki AlleGo untuk dapat bersaing dengan usaha *Trip Organizer* lainnya?
- 2) Bagaimana cara AlleGo menciptakan Positioning di dalam benak konsumen?
- 3) Bagaimana model bisnis AlleGo?

1.3 Tujuan Proyek Kewirausahaan

Tujuan dilakukannya aktivitas kewirausahaan ini yaitu, sebagai berikut:

- 1) Mengembangkan bisnis AlleGo agar berkembang lebih besar.
- 2) Memperdalam pengalaman di dunia bisnis, khususnya dibidang pariwisata.
- 3) Mengimplementasikan ilmu yang didapat di dunia perkuliahan untuk memulai bisnis.
- 4) Memenuhi persyaratan lulus strata satu program studi manajemen STIE YKPN Yogyakarta.

1.4 Kontribusi Proyek Kewirausahaan

Proyek kewirausahaan ini memiliki kontribusi terhadap masyarakat sekitar, seperti:

- 1) Meningkatkan nilai tambah pada produk jasa *Trip Organizer*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- 2) *Trip Organizer* memberikan kontribusi positif bagi masyarakat yang ingin bepergian dengan menyediakan paket perjalanan yang nyaman, aman, dan menjadi tempat pertemuan sosial.

2.1 Produk

2.1.1 *Trip Organizer*

Trip Organizer sebagai *Core Product* adalah layanan yang akan mengatur rencana perjalanan pelanggan dengan kapasitas kecil maupun besar. Allego akan merencanakan persiapan perjalanan pelanggan dimulai dari pengadaan keperluan transportasi, penginapan, makan.

2.1.2 *Open Trip*

Open Trip berasal dari Bahasa Inggris yang berarti Perjalanan Terbuka. Allego memiliki produk berupa *Open Trip* untuk calon pelanggan yang ingin bepergian bersama orang baru ke berbagai tujuan dalam bentuk grup perjalanan terbuka. Dalam program *Open Trip* ini, Allego memiliki kapasitas maksimal sebanyak 15 peserta untuk menjaga kenyamanan dalam setiap grup perjalanan.

2.1.3 *Private Trip*

Private Trip berasal dari Bahasa Inggris yang berarti Perjalanan Pribadi. *Private Trip* adalah jasa yang menawarkan layanan pengurusan segala kebutuhan perjalanan dari rencana perjalanan, transportasi, penginapan, makan, dan keperluan lainnya dalam bentuk grup kecil atau perseorangan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

2.1.4 Umroh

Umroh adalah ibadah yang dijalani oleh umat muslim. Allego menyediakan paket perjalanan ibadah umroh untuk umum dengan harga yang terjangkau. Permintaan akan jasa paket perjalanan umroh terbilang tinggi karena mayoritas Masyarakat Indonesia beragama muslim. Penyelenggara perjalanan ibadah umroh diharuskan memiliki izin resmi oleh Kementrian agama, sehingga Allego menggunakan *Vendor* terpercaya dalam penyelenggaraan paket perjalanan umroh ini. Paket perjalanan ibadah umroh ini memiliki program yang berbeda-beda dari durasi hari dan kunjungan destinasi tambahan yang beragam.

2.2 Analisis SWOT



Gambar 2. 1 Analisis SWOT AlleGo

- *Strength* atau kekuatan dari AlleGo adalah memiliki harga yang murah dan tanpa biaya tambahan karena menjadi tangan pertama dengan biaya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

operasional yang tidak besar. Jangkauan tamu AlleGo bukan hanya dalam negeri, tetapi tamu luar negeri yang didapat dari pengalaman karyawan AlleGo bekerja dengan orang asing.

- *Weakness* atau kelemahan dari AlleGo yaitu pilihan jadwal perjalanan yang terbatas karena jumlah karyawan yang belum banyak dan untuk menjaga kualitas pelayanan. Jaringan tamu dalam negeri yang belum luas karena AlleGo masih dalam masa merintis.
- *Opportunity* atau peluang yang dimiliki AlleGo adalah bisnis perjalanan yang saat ini bepergian ke beberapa destinasi tertentu menjadi sebuah tren, seperti Belitung, Bangkok, Turki, Vietnam, dan destinasi lainnya. Karyawan yang dimiliki AlleGo pernah bekerja di luar negeri membuat peluang untuk memiliki mitra kerja di luar negeri.
- *Threats* atau ancaman yang AlleGo harus hadapi yaitu kompetitor besar di lingkungan bisnis serupa. Tren bepergian mandiri tanpa *Trip Organizer* juga menjadi ancaman bagi AlleGo.

Untuk memanfaatkan dan menghadapi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, AlleGo memiliki beberapa strategi untuk tetap mengembangkan dan memperkuat usaha kami.

- *Strength-Opportunity Strategy* yang dilakukan yaitu menekan biaya operasional dan memberikan tujuan wisata yang tidak banyak diketahui oleh orang awam.
- *Weakness-Opportunity Strategy* yang dilakukan yaitu menawarkan destinasi wisata yang tidak banyak diketahui orang. Karena jumlah jadwal

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perjalanan terbatas, kami mengambil peluang dengan mengadakan *Private Tour*.

- *Strength-Threats Strategy* yang dilakukan yaitu mempromosikan paket wisata dengan menonjolkan keunggulan murahnya paket perjalanan di AlleGo dan mempromosikan kenyamanan serta manfaat bepergian menggunakan *Trip Organizer*.
- *Weakness-Threats Strategy* yang dilakukan yaitu menawarkan paket perjalanan eksklusif dengan *Private Trip* dan memberikan *Service Excellence* untuk mencapai umpan balik baik sehingga dapat terjadi promosi *Mouth to Mouth*.

3.1 Eksplorasi Kreativitas

AlleGo menerapkan pengembangan kreativitas usaha *Trip Organizer* melalui observasi sederhana dengan mengamati usaha *Trip Organizer* yang sudah berjalan baru maupun lama di Indonesia. Berdasarkan observasi dapat disimpulkan bahwa usaha *Trip Organizer* memiliki ciri khas masing-masing dalam pelayanannya. Tetapi secara umum memiliki standar yang sama yaitu berupa pelayanan rencana perjalanan, fasilitas, dan suvenir yang diberikan ke peserta. Kami mencoba membuat konsep perjalanan peserta kami sebagai “teman main” sesuai dengan slogan kami yaitu “Ayo Main ke Luar” agar dapat memberikan kesan lebih intim antara tim AlleGo yang bertugas dan tamu kami. Kami juga memilih suvenir pendukung perjalanan yang lebih inovatif dan memiliki fungsi lebih estetik sehingga nyaman untuk digunakan meskipun di luar program perjalanan bersama

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

AlleGo. Pada harga yang kami tawarkan juga sudah termasuk semua fasilitas yang ada di program perjalanan tanpa ada *hidden cost*.

3.2 Manajemen Pemasaran

Sebagai dasar penerapan pemasaran AlleGo menerapkan prinsip 5P, yakni *product, price, place, promotion, and people*. Produk yang kami ciptakan sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan pasar akan gaya hidup berpergian masyarakat. Harga yang AlleGo tetapkan berdasarkan hasil perhitungan analisis biaya, permintaan pasar, dan keuntungan dari perusahaan yang telah ditetapkan. Tempat yang perusahaan pilih melibatkan saluran distribusi yang efektif dan efisien. Promosi yang dilakukan oleh AlleGo menggunakan alat pemasaran sosial media dan juga *mouth to mouth* yang efektif dan memberikan pengaruh lebih luas terhadap pelanggan. Orang-orang yang kami libatkan adalah semua individu baik itu pelanggan, karyawan, atau mitra bisnis. Prinsip-prinsip itu lah yang kami jadikan sebagai dasar untuk *feedback* yang diberikan konsumen sehingga dapat memberikan citra yang positif bagi AlleGo.

3.3 Manajemen Operasi

Manajemen operasional meliputi perencanaan suatu tujuan dengan pengorganisasian yang harus diawasi serta dilaksanakan produksinya. Manajemen operasi yang baik, akan menghasilkan produk atau jasa yang bernilai tinggi. Dengan mengoptimalkan proses operasional, perusahaan dapat mencapai efisiensi, efektivitas, kualitas yang tinggi, kepuasan pelanggan, dan daya saing yang lebih baik di pasar yang kompetitif.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia (SDM) adalah suatu bidang dalam mengelola tenaga kerja yang berkaitan dengan peranan dan hubungan dalam sebuah organisasi. Tujuan dengan adanya Manajemen SDM adalah untuk mengoptimalkan kontribusi karyawan dalam mencapai tujuan perusahaan.

3.5 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan keuangan serta aset individu maupun organisasi. Tujuannya dengan adanya manajemen keuangan ini adalah agar tercapainya efektivitas, efisiensi dan kelangsungan keuangan perusahaan. Manajemen keuangan yang efektif penting untuk keberhasilan dan pertumbuhan organisasi dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang.

3.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Manajemen perubahan dan inovasi adalah pendekatan yang digunakan untuk mengelola dan memfasilitasi perubahan yang diperlukan dalam organisasi guna mencapai hasil yang lebih baik dan mendorong inovasi. Menggunakan metode manajemen inovasi penting bagi suatu perusahaan agar bisnisnya terus mengalami pertumbuhan. Dengan diterapkannya sistem manajemen perubahan dan inovasi yang baik, organisasi diharapkan mampu menghadapi tantangan, serta dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan, dan menciptakan nilai tambah melalui inovasi yang berkelanjutan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3.7 Business Model Canvas

Business Model Canvas AYO MAIN KE LUAR



Gambar 3.1 Business Model Canvas AlleGo

- AlleGo bekerja sama dengan pihak yang dapat mendukung jalannya usaha Trip Organizer yaitu bersama agen penyewaan bus, agen penyewaan mobil, agen pemasaran hotel, penjual suvenir dan agen percetakan untuk perlengkapan pendukung perjalanan, agen pemasaran tempat wisata, serta *Online Travel Agent*.
- Aktivitas yang dilakukan oleh AlleGo yaitu layanan *Customer Service*, mengurus keperluan perjalanan, dan penjualan paket perjalanan.
- Sumber daya utama yang dimiliki AlleGo adalah *Tour Leader*, *Tour Guide*, dan karyawan perusahaan untuk jalannya operasional usaha.
- AlleGo menawarkan paket perjalanan dengan harga yang terjangkau, memiliki konsep grup perjalanan layaknya seperti keluarga atau teman dekat dengan fasilitas perlengkapan perjalanan yang inovatif.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- AlleGo melakukan hubungan dengan pelanggan dengan publikasi melalui media sosial, dan layanan purna jual (*After Sales Service*).
- Saluran yang digunakan AlleGo agar tetap eksis di masyarakat yaitu dengan *Mouth to Mouth* berupa rekomendasi maupun umpan balik untuk serta media sosial
- Segmen konsumen yang dituju oleh AlleGo adalah traveler, Perusahaan atau kantor yang ingin mengadakan acara bepergian, keluarga, dan umat muslim yang ingin menunaikan ibadah umroh.
- Biaya yang dikeluarkan oleh AlleGo, yaitu biaya gaji karyawan, dan bagi hasil dengan mitra kerja.
- AlleGo memiliki pendapatan dari penjualan paket perjalanan, penjualan perlengkapan perjalanan, hasil *upselling* dengan *upgrade* fasilitas selama perjalanan, dan penjualan tiket transportasi.

4.1 Inovasi Produk

AlleGo memberikan inovasi dalam memberikan rasa lebih aman terhadap barang bawaan yaitu memberikan segel pada koper dengan desain yang akan mudah dicermati ketika di bandara. Segel yang digunakan menggunakan bahan yang dapat menepel dengan kuat tetapi tidak meninggalkan bekas perekat di koper.

Pada saat program perjalanan terutama umroh, akan banyak informasi yang disampaikan oleh *Tour Guide* atau Mutawwif untuk memberikan informasi serta arahan di tempat tujuan. AlleGo menyediakan *Wireless Tour Guide Audio System*.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Dengan alat ini, penyampaian informasi serta arahan akan lebih efektif sehingga kenyamanan perjalanan dan ibadah umroh akan lebih nyaman.



Gambar 4. 1 Segel Pengaman Koper AlleGo



Gambar 4. 2 *Wireless Tour Guide Audio System*

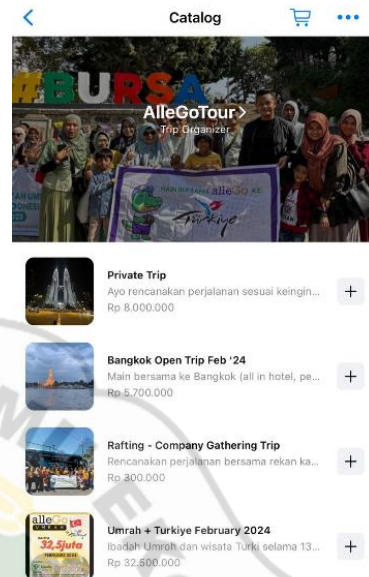
4.2 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran menjadi usaha untuk mengenalkan produk yang dimiliki kepada calon pelanggan. Media sosial *Instagram* dan *WhatsApp Business* digunakan oleh AlleGo untuk mempromosikan secara publik dan langsung ke masyarakat. Promosi menggunakan sosial media menjadi pilihan utama yang mudah serta efisien di masa yang kini serba digital.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI



Gambar 4. 3 Konten Poster Umroh



Gambar 4. 4 Katalog di *WhatsApp Business*



Gambar 4. 5 Konten di *Instagram* Program yang Telah Berjalan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tiga gambar tersebut adalah adalah contoh bentuk promosi dari Allego di *Instagram* dan *WhatsApp Business*. Konten tersebut dibuat untuk memberikan rekomendasi dan tampilan portfolio program AlleGo pada pelanggan tentang produk dan layanan kami.



Gambar 4. 6 Poster Promosi Program Umroh

Gambar di atas merupakan konten promo kami, yaitu program cashback bagi calon peserta yang mendaftarkan diri di periode pendaftaran tertentu. Promo ini berlangsung ketika AlleGo membuka program perjalanan Open Trip atau Umroh untuk menarik pendaftar awal.

4.3 Manajemen Produksi

Manajemen produksi adalah bagian penting untuk dapat menghasilkan produk jasa yang baik. Berikut adalah alur produksi program perjalanan di AlleGo:

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Alur Produksi



Gambar 4. 7 Alur Produksi AlleGo

Gambar diatas mengilustrasikan bagaimana alur produksi produk jasa yang AlleGo jalani. Mulai dari calon pelanggan menghubungi tim AlleGo, quotation atau pembuatan dokumen penawaran produk beserta harganya, persetujuan penggunaan jasa dengan pembayaran uang tanda jadi, penyaluran perlengkapan perjalanan atau souvenir, transaksi pelunasan, kemudian sosialisasi persiapan sebelum melakukan program perjalanan, lalu jalannya program perjalanan, hingga *After Sales Service* berupa layanan antar barang *door to door* dan pengawasan kesehatan efek setelah konsumsi makanan selama perjalanan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4.4 Manajemen Sumber Daya Manusia

AlleGo memiliki karyawan dalam proses produksinya dengan struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 4. 8 Struktur Organisasi AlleGo

Gambar diatas adalah struktur organisasi dari AlleGo yang terdiri dari direktur sebagai pengarah umum. Bagian operasional, keuangan, pemasaran, dan administrasi menjalankan tugasnya masing dibawah pengawasan serta arahan dari direktur.

Manajemen dari sumber daya manusia dilakukan supaya karyawan memiliki hubungan yang baik dengan sesama karyawan dan pelanggan sehingga dapat bekerja secara baik serta produktif. Karyawan dilatih untuk kreatif, inisiatif, dan inovatif sesuai bidangnya untuk dapat berkontribusi dalam membesarkan nama AlleGo dengan memberikan tantangan, pelatihan, dan motivasi. Kami memegang prinsip membangun usaha untuk membuat perubahan menuju kebaikan dengan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

menginvestasikan organisasi kami menggunakan keunikan talenta masing-masing karyawan.

4.5 Manajemen Keuangan

4.5.1 Modal

No	Uraian	Quantity	Jumlah	Satuan	Harga	Total
1	Tiket SRG-PDG	1	9	/orang	Rp 3,900,000	Rp 35,100,000
2	Hotel	1	15	/kamar	Rp 630,000	Rp 9,450,000
3	Airport Pick Up	1	2	/hari	Rp 600,000	Rp 1,200,000
4	Transportasi	1	2	/hari	Rp 1,200,000	Rp 2,400,000
Jumlah Modal						Rp 48,150,000

Tabel 4. 1 Modal AlleGo

Keterangan:

- Modal yang dibutuhkan untuk menjalankan operasional pertama AlleGo sejumlah Rp 48.150.000.

4.5.2 Cashflow

Cashflow Perusahaan dicatat hanya pada saat ada transaksi dan direkap setiap bulannya. Hal ini dilakukan karena saat ini tidak setiap hari terdapat transaksi.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Cashflow bulan Juli 2023

No	Uraian	Penjualan	Jumlah	Pengeluaran	Saldo Tambahan	Saldo Sementara
1	Private Trip Padang	Rp8,000,000	8	Rp52,450,000	Rp64,000,000	Rp11,550,000
2	Gathering Bali	Rp4,300,725	36	Rp132,330,000	Rp154,826,100	Rp34,046,100
					Jumlah Laba	Rp34,046,100

Tabel 4. 2 *Cashflow* bulan Juli 2023

Keterangan:

- Pada pencatatan minggu terakhir bulan Juli tercatat saldo sementara di angka Rp 34.046.100

Cashflow bulan Agustus 2023

No	Uraian	Penjualan	Jml	Pengeluaran	Saldo Tambahan	Saldo Sementara
1	Umroh plus Turki (Sept)	Rp 29,000,000	13	Rp 351,000,000	Rp 377,000,000	Rp 60,046,100
2	Private Trip Belitung	Rp 5,700,000	9	Rp 47,625,000	Rp 51,300,000	Rp 63,721,100
					Jumlah Laba	Rp 29,675,000

Tabel 4. 3 *Cashflow* bulan Agustus 2023

Keterangan:

- Pada pencatatan minggu terakhir bulan Agustus tercatat saldo sementara di angka Rp 29.675.000

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Cashflow bulan September 2023

No	Uraian	Penjualan	Jml	Pengeluaran	Saldo Tambahan	Saldo Sementara
1	Gathering DKK Semarang	Rp 340,000	40	Rp 11,380,000	Rp 13,600,000	Rp 65,941,100
2	Private Trip Kuala Lumpur	Rp 26,000,000	1	Rp 23,750,000	Rp 26,000,000	Rp 68,191,100
					Jumlah Laba	Rp 4,470,000

Tabel 4. 4 *Cashflow* bulan September 2023

Keterangan:

- Pada pencatatan minggu terakhir bulan September tercatat saldo sementara di angka Rp 4.470.000

Cashflow bulan Oktober 2023

No	Uraian	Penjualan	Jml	Pengeluaran	Saldo Tambahan	Saldo Sementara
1	Umroh (Nov) Upgraded	Rp 70,000,000	4	Rp 240,000,000	Rp 280,000,000	Rp 108,191,100
2	Promo Tiket HKG PP	Rp 2,000,000	12	Rp 20,400,000	Rp 24,000,000	Rp 111,791,100
					Jumlah Laba	Rp 43,600,000

Tabel 4. 5 *Cashflow* bulan Oktober 2023

Keterangan:

- Pada pencatatan minggu terakhir bulan Oktober tercatat saldo sementara di angka Rp 43.600.000.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

4.6 Manajemen Perubahan dan Inovasi

Membuka destinasi wisata baru dan pengadaan souvenir yang unik serta inovatif adalah inovasi dari AlleGo. Dengan menghadirkan pilihan tujuan perjalanan yang baru dengan souvenir yang unik, maka potensi untuk membuat peserta yang pernah mengikuti program AlleGo dan memperluas jaringan peserta dapat kembali lagi menggunakan jasa AlleGo. Penerapan perubahan dan inovasi dalam jalannya operasional AlleGo menunjang perluasan peluang pertumbuhan usaha, bertahan dan melangkah diantara kompetitor, hingga dapat memenuhi permintaan pasar yang akan terus berkembang.

5.1 Kesimpulan

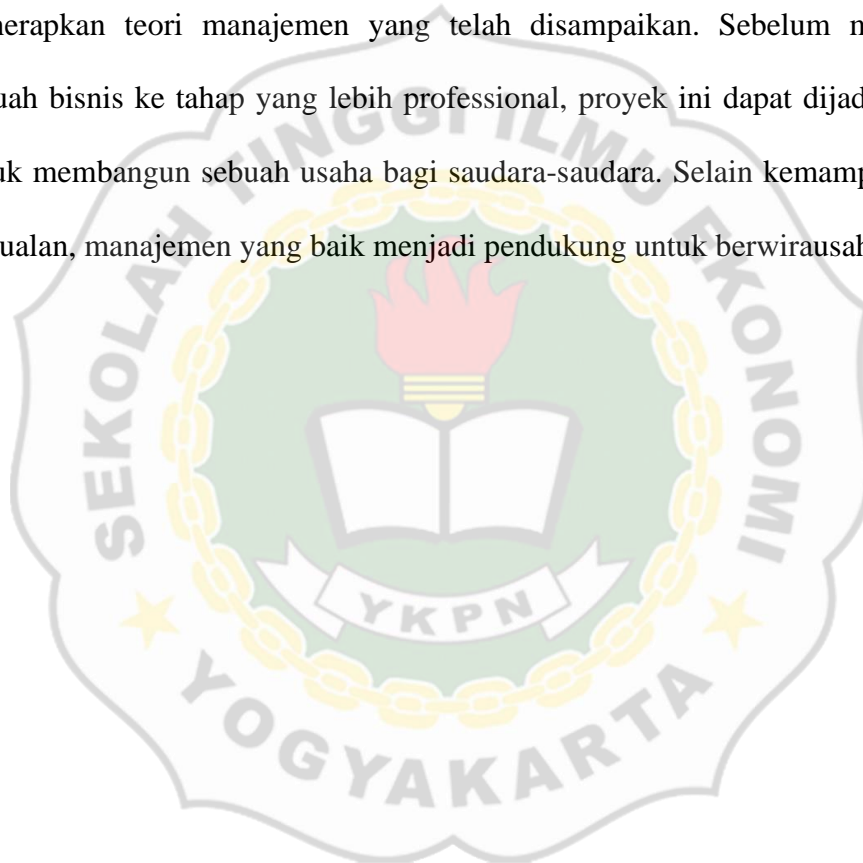
Proyek kewirausahaan yang dijalankan AlleGo merupakan bisnis Pariwisata, yaitu Trip Organizer. AlleGo sebagai *Bundling Model Business*, memiliki beberapa produk berupa layanan yaitu *Open Trip*, *Private Trip*, dan Umroh dengan *core product* berupa *Trip Organizer*. Kami menyuguhkan berbagai layanan beserta alternatifnya untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dalam perihal berwisata dengan murahna harga yang ditawarkan. AlleGo aktif melakukan iklan sebagai media promosi serta komunikasi melalui *Instagram* dan *WhatsApp Business* bertujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas sebagai usaha menaikkan eksistensi AlleGo dengan penawaran rencana program perjalanan. Membuat program perjalanan berbiaya rendah dengan anggota regu perjalanan terbatas bertujuan untuk menciptakan kenyamanan perjalanan yang lebih berkesan. Bisnis

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Trip Organizer akan tetap diminati masyarakat karena bepergian merupakan kebutuhan sekunder bagi individu, keluarga, maupun organisasi.

5.2 Saran

Proyek kewirausahaan menjadi salah satu saran untuk mengasah dan menerapkan teori manajemen yang telah disampaikan. Sebelum melanjutkan sebuah bisnis ke tahap yang lebih profesional, proyek ini dapat dijadikan acuan untuk membangun sebuah usaha bagi saudara-saudara. Selain kemampuan dalam berjualan, manajemen yang baik menjadi pendukung untuk berwirausaha.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

- Lahilote, Hasyim Sofyan. 2010. Kajian Yuridis Terhadap Agen Perjalanan (*Travel Agent*) Dalam Bisnis Pariwisata. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 8 (2): 521.
- Mu'awwanah, Uliyatul,. Choir, Indah Afifah,. Azizah, Ulil Nur. 2020. Esensi Manajemen Keuangan. *Jurnal Al-Tsaman*, 3 (2): 24-26.
- Susan, Eri. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9 (2): 956-957.
- Sukmayadi. 2019. Kebijakan Penetapan Harga Pada Pt. Atrindo Asia Global Bandung. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10 (2): 103-104.
- Sigit, Rais. 2009. *Jadi Jutawan dari Hobi*. Yogyakarta: IndonesiaTera.
- Nazriah, Ainun. 2022. *Manajemen Perubahan dan Inovasi*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Sabardi, Agus. 2010. *Manajemen Pengantar*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta.
- Ariani, Dorothea Wahyu. 2017. *Manajemen Operasi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- [Kemenparekraf] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2023. *Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tumbuh pada 2024*.
- [CEIC] Central European International Cup. 2023. *Indonesia Kunjungan Wisatawan*.