

Ngelokal: Platform Jasa Pemasaran Pariwisata Terbaik

The Best Tourism Marketing Service Platform

1st Fayra Biyatni. P
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

fayrabiyatnii@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Rennyta Yusiana
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

rennytayusiana@telkomuniversity.ac.id

Abstrak—Proyek ini membahas sebuah startup yang bernama Ngelokal dan juga studi kasus pembuatan aplikasi website untuk layanan Ngelokal. Ngelokal adalah platform dalam bentuk aplikasi website yang berfungsi untuk memfasilitasi dan memberikan kemudahan pada hotel-hotel melati untuk dapat beralih ke digitalisasi dengan menggunakan layanan Ngelokal untuk mengembangkan okupansi hotel melati tersebut. Produk yang diberikan berupa digital marketing hotel, budget travelling dan oleh-oleh. Selain itu, terdapat fitur budget travelling untuk memudahkan para wisatawan liburan serta mendapatkan budget yang sesuai sehingga juga memuaskan user untuk menikmati tour yang menarik, untuk oleh-oleh ini bisa menjadikan buah tangan karena sudah berlibur disuatu tempat tersebut, serta digital marketing hotel ini untuk membantu hotel memiliki marketing yang baik agar bisnis yang dijalankan mendapatkan okupansi yang mengalami peningkatan dari sebelumnya. Sehingga mitra Ngelokal dapat tetap bertahan di era pandemi ini dengan dapat menggunakan Ngelokal dengan lebih mudah dan efisien sesuai dengan rumusan masalah yang diangkat dalam studi kasus startup Ngelokal.

Kata kunci: Ngelokal, Hotel Melati, Digital Marketing Hotel, Budget Travelling, Oleh-oleh

Abstract—The project discusses a startup called ngellocal and also a case study of making a website application for ngellocal services. Ngelokal is a platform in the form of a website application that functions to facilitate and provide convenience for budget hotels to be able to switch to digitization by using ngellocal services to develop the occupancy of the jasmine hote. The products provided are in the form of hotel digital marketing, budget travelling and souvenirs. In addition, there is a budget travelling feature to make it easier for vacation tourists and get the appropriate budget so that it also satisfies the user to enjoy an interesting tour, for these souvenirs to make souvenirs because they have been on vacation in that place, as well as the digital marketing of this hotel for help hotels have good

marketing so that the business they run gets an increased occupancy from before. So that Ngellocal partner can survive in this pandemic era by being able to use Ngellocal more easily and efficiently according to the problem formulation raised in the Ngellocal startup case study.

Keywords: local, budget hotel, digitak marketing hotel, budget travelling, souvenir.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Start-up adalah perusahaan yang baru berdiri dan masih dalam tahap pengembangan untuk mencari pasar dan mengembangkan produk (Mulachela, 2021) Pertumbuhan startup di Indonesia berjalan seiring dengan pertumbuhan internet setiap tahunnya.

Pengguna internet semakin mudah dan cepat setiap tahun, menjadikannya peluang besar bagi para pendiri startup untuk mengembangkan bisnis mereka. Menurut data StartupRanking, Indonesia memiliki lebih dari 2.100 startup dan menempati peringkat ke-5 dunia. Beberapa startup sudah ada di level unicorn, seperti GoTo, Bukalapak, JandT Express, Traveloka, OVO, Xendit dan Ajaib. Sementara itu, pada 2019, Gojek masuk dalam daftar decacorn dan menjadi startup Indonesia pertama di level ini (Tyas, 2021)

Pandemi covid-19 menjadikan industri akomodasi pariwisata berpengaruh besar bagi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Dua tahun terakhir menjadikan salah satu tantangan terbesar bagi para pelaku industri akomodasi wisata atau perhotelan di Indonesia, agar bisa bertahan di tengah pandemi. Sejak Februari 2020, jumlah wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mengalami penurunan yang signifikan, dan puncaknya terjadi pada April 2020 yang hanya 158.000 wisatawan mancanegara, total kunjungan wisatawan mancanegara 2020. Indonesia hanya sekitar 4.052 juta orang. Karena jumlah tersebut,

pada tahun 2019 hanya sekitar 25% wisatawan yang datang ke Indonesia, yang sangat mengkhawatirkan. Parahnya, turunnya kunjungan wisatawan mancanegara berdampak langsung pada okupansi hotel di Indonesia.

Ngelokal merupakan Startup yang menyediakan sebuah platform dalam memberikan fasilitas digital terhadap hotel kelas melati untuk membangun marketing dan brand sehingga dapat memaksimalkan potensi hotel, menyediakan kemudahan untuk user dalam menentukan tour ketempat wisata lokal daerah yang user tinggal saat ini. Ngelokal sendiri didirikan oleh enam orang yaitu Fayra Biatni.P Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Muhammad Faizul Ula Prodi D3 Sistem Informasi Akuntansi Universitas Telkom, Amanda Ardita Panjaitan Prodi D3 Sistem Informasi Akuntansi Universitas Telkom, Risma Nur Istiqomah Prodi D3 Sistem Informasi Akuntansi Universitas Telkom.

Ngelokal memasarkan produk nya dengan cara mencari objek hotel yang masih bintang 0 atau dinamakan hotel kelas melati, sehingga hotel kelas melati ini akan mendapatkan feedback bahwa hotel mereka akan mendapatkan hotel yang berbasis digital kemudian pengunjung akan tertarik untuk berkunjung ke hotel tersebut.

Objek pertama adalah lingian hotel disini sudah melakukan kinerja yang sesuai dengan bidang masing-masing. Pada saat itu terjadinya suatu kendala, Maka saat ini sedang mencari objek hotel lain. Ngelokal menyediakan berbagai jenis produk yang ditawarkan yaitu digital marketing hotel, budget travelling dan oleh-oleh. Strategi marketing pada budget hotel yang dilakukan seperti pembuatan website, marketing hotel dengan menyediakan template agar memudahkan untuk mengupload konten-konten di sosial media maupun website, pembuatan petunjuk arah untuk hotel, serta memberikan diskon jika para travelling ingin mengunjungi wisata yang ada di Bandung dan ingin mencoba oleh-oleh Bandung maka kami menyediakan paket nya.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang ini, terdapat beberapa identifikasi masalah diantaranya adalah:

1. Bagaimana memudahkan konsumen melakukan pemesanan melalui digital serta adanya aplikasi?
2. Bagaimana memudahkan visitor ngelokal mendapatkan fasilitas tambahan yang disediakan seperti oleh-oleh, tour guide, pemilihan wisata sesuai dengan budget?
3. Bagaimana membantu hotel lokal kelas melati agar dapat meningkatkan pemesanan hunian?

C. Solusi

1. Memperbaiki sarana dan prasarana
 2. Memiliki value lebih dibandingkan pesaing
 3. Memperluas media pemasaran
 4. Memiliki daya tarik sendiri
- D. target pasar

1. segmentasi

Pada segmentasi geografis untuk ngelokal telah dibagi tidak hanya di kota Bandung saja akan tetapi juga berdasarkan kabupaten-kabupaten yang ada di Jawa Barat. Pada segmentasi demografis, bahwa target yang dituju adalah pada traveller dan penyuka staycation baik itu laki-laki dan perempuan sehingga memiliki kewarganegaraan Indonesia. Pada segmentasi psikografis, ngelokal memberikan kepada tingkat sosial yang menengah dan atas.

2. targeting

Dalam penentuan pasar sasaran ngelokal mengarah kepada calon-calon pemilik hotel sehingga bisa dapat menjalin kerja sama.

3. positioning

Penerapan konsep yang dilakukan yaitu ngelokal hadir untuk menciptakan hotel melati yang berkualitas dari teknologi hingga ke pelayanan, juga merancang fitur yang sesuai dengan hotel tersebut agar bisa dikoordinasikan secara konsisten.

II. KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Organisasi

Ngelokal merupakan platform yang memberikan fasilitas digital terhadap hotel- hotel kelas melati untuk membangun marketing dan menerapkan strategi branding sehingga dapat memaksimalkan potensi hotel dengan memberikan layanan yang eksklusif. Ngelokal berdiri pada tahun 2021 oleh Muhammad Faizul Ula pada adanya Estavvfit, yang berawal dari permasalahan pandemi turunya okupansi pada industri hotel sehingga ngelokal hadir untuk membantu hotel tersebut untuk mendapatkan customer agar bisa mendapatkan profit seperti sebelum adanya pandemi

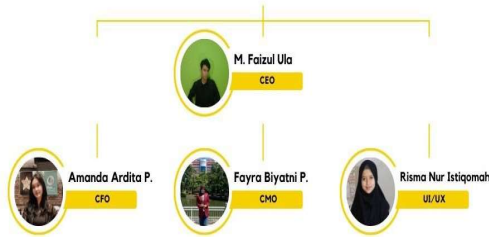


NL merupakan inisial dari nama StartUp itu sendiri, yaitu NgeLokal. Gambar atap melambangkan hunian yaitu hotel sebagai fokus utama dari target pengembangan NgeLokal. Gambar seperti atap itu melambangkan peningkatan bisnis hotel dengan adanya NgeLokal. Penggunaan warna kuning bermakna bahwa NgeLokal memberikan energi dan kecerahan dan warna kuning juga melambangkan sebuah kebahagiaan. Penggunaan warna biru bermakna bahwa NgeLokal sebagai StartUp yang menawarkan kepercayaan, loyalitas, tanggung jawab, dan keamanan

B. Manajemen dan Organisasi

Manajemen Organisasi pada StartUp NgeLokal yaitu semua aktivitas yang dilakukan berdasarkan perencanaan, organisir, dan koordinasi, sehingga semua kegiatan akan mendapatkan suatu tujuan organisasi tersebut. Kemudian sumber daya organisasi sangat penting yang mana setiap orang

memiliki tugas, peran dan fungsi terhadap kinerja nya untuk mencapai tujuan. Manajemen dan Organisasi pada StartUp Ngelokal dapat dilihat



Ngelokal dipimpin oleh Muhammad Faizul Ula sebagai CEO yang bertugas dalam memegang kendali dalam setiap pengembangan dan pembangunan untuk ngelokal, CFO yang dipimpin oleh Amanda Ardita Panjaitan yang bertugas untuk memproses, mengontrol dan mengelola finansial pada ngelokal. CMO yang dipimpin oleh Fayra Biyatni. P yang bertugas dalam tanggung jawab strategi marketing dan riset pasar dalam ngelokal. UI/UX yang dipimpin oleh Risma Nur Istiqomah yang bertugas dalam tanggung jawab elemen pada tampilan aplikasi.

C. Produk layanan

1. website

Website ini digunakan untuk mawadahi layanan yang akan dilakukan pada hotel melati sehingga semua layanan akan ada di website ini, terkait operasi akuntansi yang ada di hotel tersebut. Ini adalah prototype yang sudah dilakukan.

2. Jasa marketing

Jasa marketing ini akan membantu para industri hotel melati agar jika ada kendala dalam pembuatan konten, atau bingung dalam strategi pemasaran hotel nya jadi dari tim ngelokal sangat membantu untuk proses hotel ini agar bisa mendapatkan customer dengan adanya jasa marketing ini untuk mempromosikan hotel, seperti kurangnya promosi. Juga menyediakan budget travelling dan digital marketing hotel.

3. Oleh-oleh

Oleh-oleh ini sebagai pelengkap untuk customer yang akan staycation atau ingin menginap, sehingga disini menyediakan oleh-oleh di website. Kemudian customer mudah untuk membeli di website dengan hanya rebahan bisa langsung pesan di website yang kami sediakan.

D. Rencana Pemasaran

Media yang akan digunakan oleh Ngelokal untuk perencanaan pemasaran yaitu sebagai berikut :

1. Menyediakan berbagai macam paket yang menarik Nah disini ada pilihan paket menarik untuk ditawarkan.
 - a. Paket A: pesan kamar standard gratis jalan-jalan keliling daerah sekitar
 - b. Paket B: pesan kamar superior dapat sarapan pagi dan jalan-jalan keliling daerah sekitar
 - c. Paket C: pesan kamar deluxe dapat sarapan pagi dan malam, jalan-jalan ke tempat

wisata, dan mendapatkan gratis menginap 1 hari

2. Kerja sama dengan media Kerja sama dengan media akan dilakukan untuk penunjang aktivitas di hotel dengan membantu para pihak hotel untuk mempromosikan hotel tersebut. Seperti membuat iklan di sosial media ini untuk media komunikasi secara online.
 3. Mengadakan event setiap malam minggu Dalam adanya event ini semakin diketahui oleh banyak orang maka dengan adanya promosi secara nyata dengan mengadakan ini untuk mendapatkan pesanan di hotel nya maupun di makanan dan minuman pada hotel tersebut.
 4. Memberikan souvenir Untuk pemberian souvenir ketika customer melakukan pesanan di hotel maka akan mendapatkan souvenir ini sebagai tanda mereka sudah mengunjungi atau menginap di hotel ini supaya mereka loyal sehingga datang lagi menginap di hotel tersebut. Marketing plan ngelokal adalah social media, influencer, partnership, give away dan marketing challenge.
- #### E. Media Profil Organisasi
1. website



2. instagram



III. METODE

A. Aktivitas organisasi

1. Proses bisnis umum startup

- a. Ngelokal akan melakukan riset untuk hotel yang ada di daerah Bandung sesuai dengan kategori startup ini, kemudian dalam riset tersebut akan mencari hotel mana yang akan menjadi sasaran target ngelokal sehingga dari pihak hotel juga bisa menyetujui adanya kerja sama antar ngelokal dan pihak hotel.
 - b. Sebelum menawarkan produk membuat surat perjanjian kerja sama antar pihak hotel dan ngelokal sehingga kerja sama tersebut jelas dan mereka puas dalam layanan yang diberikan.
 - c. Hotel sasaran yang akan menjadi mitra ngelokal ada 10 hotel, jika 10 hotel berhasil didapatkan oleh ngelokal maka akan menjelaskan dari segi keuntungan antar pihak tersebut.
 - d. Dalam website ngelokal terdapat beberapa fitur seperti budget travelling dan oleh-oleh. Dalam hal ini akan adanya tour guide sekitaran hotel tersebut sehingga konsumen mengetahui wisata yang ada ditempat mereka menginap.
 - e. Tujuan adanya ini untuk membantu konsumen dan menyenangkan hati konsumen dalam pelayanan yang telah diberikan.
 - f. Dalam website tersebut akan diadakan barcode menu sehingga konsumen dapat melakukan pemesanan secara cepat
2. pendaftaran badan usaha (opsional)

Dalam melakukan pendaftaran badan usaha Ngelokal belum melakukannya karena masih tahapan ide dan pembuatan prototype. Untuk pendaftaran badan usaha jika Ngelokal sudah menyelesaikan tahapan dalam startup terlebih dahulu

3. rantai pemasok (opsional)

Rantai pasok yang dimiliki oleh Ngelokal berawal dari melakukan pencarian mitra hotel untuk di ajak Kerjasama. Selanjutnya melakukan pencarian mitra wisata untuk di ajak Kerjasama agar bisa melakukan validasi. Setelah itu maka akan menghubungkan dengan konsumen. Ngelokal akan memberikan hasil website tersebut. Rantai pasok dari Ngelokal dapat dilihat pada gambar

4. kegiatan inklubasi



Kegiatan inklubasi yang sudah dilakukan oleh

Tim Ngelokal sangat bermanfaat bagi sebuah StartUp. Kegiatan inkubasi adalah kegiatan dimana sebagai tempat pengusaha rintisan dapat mengembangkan wirausaha untuk tumbuh selama periode awal bisnis dibangun dengan melakukan kegiatan proses pembinaan, pelayanan, pendampingan, pembimbingan, dan pengembangan untuk membantu pertumbuhan perusahaan pemula yang berbasis teknologi sehingga akan menghasilkan suatu profitable dan sustainable. Disini akan dijelaskan kegiatan inkubasi yang telah diikuti oleh Ngelokal mulai pertama kali dibentuk hingga sekarang.

5. dukungan teknologi untuk produk dan layanan

a. Hostinger

penyimpanan terbaik dan dapat digunakan untuk kebutuhan Anda. Host itu sendiri pada dasarnya adalah layanan yang dapat digunakan untuk menyimpan semua data Anda. Berbagai jenis data tentunya dapat disimpan, misalnya dalam bentuk file atau gambar yang terdapat pada suatu halaman web. Dengan layanan ini, sebuah website dapat diakses melalui internet. Sebuah situs web pada dasarnya dirancang untuk berbagai tujuan. Dengan kata lain, hosting adalah solusi untuk banyak kebutuhan hosting yang berbeda. Dari memberikan informasi tentang organisasi atau individu yang membuat situs web hingga tujuan promosi yang dilakukan melalui sarana digital.

b. Laravel

Laravel adalah kerangka kerja yang dapat membantu pengembang web memanfaatkan PHP secara maksimal selama pengembangan situs web. Seperti diketahui, PHP sendiri merupakan bahasa pemrograman yang agak dinamis.

c. Bootstrap

Bootstrap adalah kerangka kerja HTML, CSS, dan JavaScript yang membuat perancangan situs web responsif menjadi cepat dan mudah. Bootstrap dengan cepat menjadi populer, digunakan oleh 27% situs web di seluruh dunia. Hal ini dikarenakan kesederhanaan dan konsistensi yang ditawarkan oleh Bootstrap dibandingkan dengan framework lain pada saat itu.

Kenyamanan yang ditawarkan Bootstrap adalah Anda tidak perlu membuat kode elemen situs web dari awal. Kerangka kerja ini mencakup kumpulan file CSS dan JavaScript dalam bentuk kelas yang dapat Anda gunakan.

d. Html

Bahasa markup hypertext atau HTML adalah bahasa markup yang digunakan untuk membuat halaman web. Isinya terdiri dari berbagai kode yang dapat membentuk struktur halaman web. Kombinasi teks dan simbol yang disimpan dalam file HTML. Saat Anda membuat file HTML, Anda harus mengikuti standar atau format tertentu.

e. CSS

CSS merupakan salah satu bahasa yang perlu Anda ketahui saat mempelajari cara membuat

website. Tanpa itu, tampilan dan nuansa situs web Anda akan kurang menarik dan Anda akan membutuhkan lebih banyak pekerjaan untuk membuat perubahan pada elemen yang terlihat.

f. Php

Dalam pengembangan website, PHP merupakan salah satu bahasa pemrograman yang wajib Anda pelajari. Pasalnya, bahasa pemrograman ini memiliki kemampuan untuk membuat halaman web menjadi dinamis. PHP (PHP: Hypertext Preprocessor) adalah bahasa pemrograman sisi server sumber terbuka. Sebagai bahasa scripting, PHP mengeksekusi instruksi pemrograman pada saat runtime. Hasil dari instruksi tersebut tentunya akan berbeda-beda tergantung dari data yang sedang diproses. PHP merupakan bahasa pemrograman server-side, sehingga script PHP akan diproses di server.

g. Figma

Figma adalah sebuah aplikasi atau alat desain dan untuk prototipe digital. Ini adalah aplikasi desain UI dan UX yang dapat Anda gunakan untuk membuat situs web kecil, aplikasi, atau komponen UI yang dapat Anda integrasikan ke dalam proyek lain. Figma menggunakan alat berbasis vektor yang ada di cloud untuk memungkinkan pengguna bekerja di mana saja dari browser mereka. Ini termasuk alat gesit yang dibangun untuk desain, pembuatan prototipe, kolaborasi, dan sistem desain organisasi

B. Capain Organisasi

1. Pitching & Pendanaan

Ngelokal telah mengikuti kegiatan pitching atau kegiatan pendekatan kepada mitra dengan tujuan untuk menjalin Kerjasama maupun untuk melakukan suatu promosi agar bisa membangun beberapa program untuk menjaga kualitas organisasi StartUp

2. keuangan

Biaya survey	Rp 50.000
Biaya pembuatan prototype	Rp 100.000
Biaya promosi	Rp 80.000
Biaya transportasi	Rp 60.000
Desain	Rp 100.000
Pembangunan aplikasi:	Rp 4.000.000
<ul style="list-style-type: none"> • Domain + hosting • Api gateway • Api maps • Deploy playstore • Jaringan wifi 	
Biaya operasional	Rp 7.000.000

3. prestasi & event

Ngelokal telah mengikuti beberapa lomba dan mendapatkan beberapa pengalaman baik itu dalam bidang prestasi. Berikut prestasi dan event yang telah diikuti oleh Ngelokal seperti lomba wican, lomba Indonesia digital tribe

4. kegiatan usaha & portofolio

a. Kegiatan kolaborasi Hotel Lingin

Ngelokal membantu dalam kegiatan marketing, pembangunan website serta

strategi marketing apa yang cocok untuk Hotel ini.

b. Kegiatan pencarian mitra

Ngelokal melakukan riset terlebih dahulu untuk mengetahui hotel mana yang menjadi sasaran target Ngelokal.

c. Pembuatan Konten di Instagram Ngelokal

Kegiatan ini untuk menunjang bahwa startup ini ada dan membantu para hotel melati

5. kerja sama (opsional)

Ngelokal melakukan kerja sama dengan beberapa Mitra diantaranya:

a. Mitra Hotel Melati

Ngelokal telah melakukan kerja sama dengan salah satu hotel di lingkungan Telkom University yaitu Hotel Lingian. Yang akan menjadi sasaran target Ngelokal pada hotel melati di daerah Bandung Selatan.

b. Mitra UMKM

Ngelokal akan melakukan kerja sama dengan UMKM oleh-oleh untuk proses berlangsungnya startup Ngelokal ini. Sasaran target nya pada oleh-oleh boboko snack, kalibre, maicih dan pala nusantara dahulu.

c. Mitra wisata

Ngelokal akan melakukan kerja sama dengan Wisata yang ada di bandung. Disini wisata yang akan menjadi sasaran target yaitu pada wisata yang ada di bandung selatan yaitu pada daerah ciwidey.

6. liputan media

Jika Ngelokal sudah berjalan maka dibutuhkan liputan media untuk periklanan bahwa startup ini membantu hotel melati jadi sangat membutuhkan media untuk liputan startup ini. Media yang digunakan yaitu televisi tetapi masih belum mengetahui di liputan apa

7. impact pada masyarakat

a. Impact jasa pembuatan website pada hotel melati hunian turun akibat pandemi maka ngelokal hadir untuk melakukan pembuatan website ini agar bisa membantu hotel kelas melati untuk menunjang fasilitas nya untuk ke arah digital padahal sebelum ada nya era digitalisasi sangat lah susah mendapatkan jumlah konsumen sehingga jasa pembuatan website ini meningkatkan okupansi hotel Kembali lagi.

b. Impact adanya website mempermudah yang menginap di hotel melati Website ngelokal hadir bisa kan untuk melakukan pemesanan dan pembayaran tanpa mempersulit konsumen lagi dengan hanya menghandalkan gadget maka bisa untuk memilih secepatnya.

c. Impact adanya website mempermudah masyarakat untuk membeli oleh-oleh karena sudah ada fitur nya. Kini ngelokal menghadirkan fitur oleh-oleh di website untuk membantu para penginap untuk memilih yang disukai secara cepat dengan hanya sebuah

gadget tanpa bepergian dan menghindarkan dari macet kemudian bisa mendapatkan oleh-oleh yang diinginkan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Implementasi Marketing dan Bisnis

Analisis marketing yang sudah direalisasikan

1. Survey mitra

Metode ini sangat diperlukan bagi Ngelokal untuk melakukan pencarian mitra atau support bagi startup ini. Karena dari metode ini Ngelokal akan mendapatkan banyak sumber mitra lainnya. Ketika salah satu mitra dari Ngelokal menceritakan pengalamannya setelah menggunakan fitur Ngelokal atau untuk bisa menjangkau jangkauan target konsumen Ngelokal.

2. Sosial media

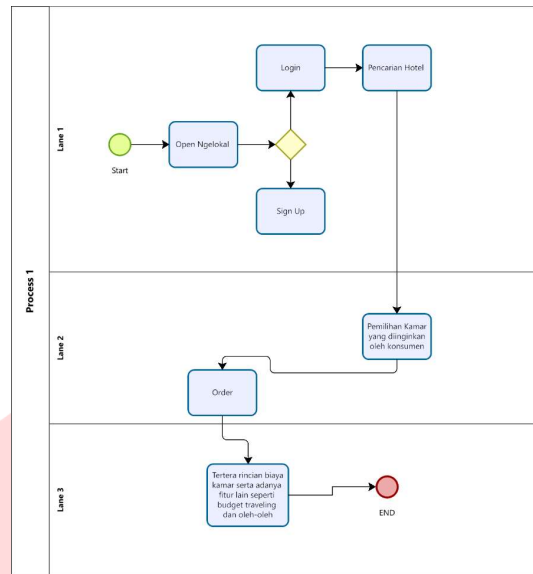
Metode ini bisa untuk dijangkau dengan target konsumen agar lebih mengenal serta menggunakan layanan Ngelokal. Karena Langkah metode yang dilakukan untuk sosial media yaitu mempromosikan mengenai layanan jasa yang dimiliki oleh Ngelokal, sehingga target market dapat melihat bahwa secara detail bagaimana produk dan layanan tersebut untuk bisa bekerja tanpa bertanya langsung kepada pihak Ngelokal. Contoh dari sosial media yang dimiliki oleh Ngelokal adalah Instagram

B. Implementasi Marketing dan Bisnis

implementasi marketing dan bisnis Ngelokal adalah membangun sebuah marketing dan bisnis itu bukan mudah tetapi perlu adanya analisis marketing dan bisnis serta melihat seberapa penting untuk bisa dilakukan terhadap startup ini dengan melihat suatu kondisi dan risikonya. Membangun marketing perlu sekali adanya sifat keberanian dalam tiap anggota tim startup ini, berani dalam hal berbicara, melakukan pendekatan dengan pihak Mitra, mempromosikan layanan yang ada di startup, dan lainnya. Membangun bisnis pun perlu sekali untuk adanya ilmu keuangan sehingga bisa untuk melakukan memproyeksi keuangan dalam pendapatan dan pengeluaran pada startup pada beberapa waktu kedepan serta membangun strategi untuk mendapatkan profit yang sesuai dengan layanan yang telah diberikan kepada mitraNgelokal

C. Analisis Implementasi Teknologi

Analisis implementasi teknologi menampilkan bagaimana proses umum layanan dan bagaimana penerapan teknologinya



D. Implementasi teknologi

Layanan yang dibuat berupa aplikasi web. Aplikasi web memiliki kebutuhan implementasi teknologi yang tidak terlalu tinggi dalam pengembangannya dibandingkan bentuk aplikasi native yang membutuhkan spesifikasi perangkat yang tertentu. Aplikasi Web diakses dengan mudah dari perangkat apapun karena kebutuhan implementasi penggunaan layanan tidak terlalu banyak.

Terdapat juga tantangan dalam pengembangan layanan Ngelokal yang masih sulit untuk dikelola dengan seperti apa platformnya. Di sisi pengguna layanan seperti mitra mempunyai usaha di atas 30 tahun. Mereka belum tentu melek dengan teknologi untuk bisa menggunakan layanan secara online. Menjadi tantangan untuk membuat layanan yang lebih mudah digunakan serta dapat dikelola secara mandiri

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pengembangan Ngelokal yang meliputi masih tahapan Prototype. Tahapan ini pada prototype Budget Travelling yang menjadi salah satu bagian dari Ngelokal. Untuk Aplikasi Ngelokal sendiri masih di tahapan proses pembuatan Prototype nya. Ngelokal sendiri memiliki fitur seperti Digital Marketing Hotel, Budget Travelling dan Oleh-oleh. Ngelokal sudah pernah mengikuti Inkubasi di Indonesia digital tribe selama beberapa bulan disini adanya pembuatan prototype budget travelling tersebut.

B. Saran :

Membangun startup itu tidak mudah harus diperlukan komitmen yang besar agar ide yang sudah dibangun bisa di implementasikan sehingga bisa dapat berjalan startup tersebut dan menghasilkan sebuah profit. Ketika mulai startup Langkah yang harus dimulai adalah mencari sebuah ide yang dapat

bermanfaat bagi sekitar dan dijadikan sebuah solusi atau fitur serta dapat diimplementasikan kepada suatu target market. Selama tahapan validasi menguji aspek-aspek lain dari model bisnis dan bisa mempersiapkan untuk mengembangkan produk oleh pengguna Ngelokal. Agar startup tetap berjalan, butuh Analisa sekitar enam sampai dua belas bulan apakah fitur tersebut dibutuhkan oleh market atau tidak. Analisa ini dibutuhkan agar dapat menentukan untung atau rugi dalam sebuah startup

REFERENSI

Mulachela H, " Pengertian Startup, Istilah, dan Bedanya dengan Bisnis Konvensional," 09 Agustus 2021. [Online]. Available :

<https://katadata.co.id/safrezifitra/digital/6110a5251f83/pengertian-startup-istilah-dan-bedanya-dengan-bisnis-konvensional>. [Accessed 20 Juni 2022]

Tyas, N.A, "Perkembangan Startup di Indonesia, Sejarah dan Faktor yang Memengaruhi," 31 Desember 2021. [Online]. Available : <https://myskill.id/blog/dunia-kerja/perkembangan-startup-indonesia/>. [Accessed 20 Juni 2022]

kemenparekraf.go.id (2022) Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi [kemenparekraf.go.id: https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi](https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi) (diakses 14 juli 2022)

kemenparekraf.go.id (2022) Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi

kemenparekraf.go.id: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi> (diakses 14 juli 2022)