

RINGKASAN

Strategi dalam Promosi Produk Open Trip Bromo dan Manajemen Media Dhuniya Tour & Travel, Deby Febrianti, F31221227, 2025, 30 Halaman, Jurusan Bahasa, Komunikasi, dan Pariwisata, Politeknik Negeri Jember, Nodistya Septian Indrastana, S.S., S.Pd., M.Pd. (Pembimbing Lapangan), Dwi Putra Oky Saktian, S.Pd. (Pembimbing Mitra).

Penulis melaksanakan program Wirausaha Merdeka (WMK) di Traveloky Tour & Organizer, Malang, pada tanggal 7 Oktober – 7 Desember 2024. Selama program ini, penulis membentuk usaha rintisan bernama Dhuniya Tour & Travel dengan fokus pada pengembangan produk Open Trip Bromo. Kegiatan utama yang dilakukan meliputi riset pasar, penyusunan konsep produk, pembuatan desain promosi, manajemen media sosial, serta koordinasi operasional dengan vendor.

Dalam prosesnya, penulis menemukan tantangan berupa keterbatasan waktu promosi dan jumlah sumber daya manusia yang terbatas. Kendala tersebut diatasi melalui pembagian tugas yang efisien dalam tim, serta strategi promosi yang difokuskan pada Open Trip Bromo. Produk ini dipilih karena tingginya minat wisatawan terhadap destinasi Gunung Bromo serta peluang pasar yang menjanjikan.

Melalui kegiatan ini, penulis mengembangkan berbagai keterampilan, baik teknis maupun interpersonal, seperti manajemen media sosial, desain grafis, komunikasi dengan pelanggan dan vendor, serta manajemen usaha pariwisata. Selain itu, keterampilan kolaborasi, problem solving, dan kepemimpinan juga terasah dalam menjalankan bisnis rintisan ini.

Secara keseluruhan, program Wirausaha Merdeka memberikan pengalaman nyata dalam mengelola usaha rintisan dan memperkuat pemahaman penulis tentang dunia kewirausahaan, khususnya di bidang *tour and travel*. Pengalaman ini menjadi bekal penting untuk menghadapi dunia kerja maupun mengembangkan bisnis lebih lanjut di masa depan.