

RINGKASAN EKSEKUTIF

Bangsa yang maju dan besar, didukung oleh rakyat yang cerdas dan memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Negara-negara maju telah menyadari, dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyatnya, selain dari sektor ekonomi, juga secara aktif meningkatkan sektor pendidikannya.

Indonesia sebagai negara berkembang yang ingin mengejar ketertinggalannya, juga turut menekankan pentingnya sektor pendidikan, dengan mengalokasikan anggaran 20% dari APBN. Kesuksesan peserta didik tidak hanya bergantung pada proses belajar mengajar yang formal, tetapi juga pendidikan informal dan non formal.

Agar mampu menciptakan pembelajaran yang aktif, inovatif, kreatif, efektif dan menyenangkan, terdapat 9 metode yang dapat digunakan dalam pembelajaran di sekolah dan salah satunya adalah Metode Karyawisata atau Widyawisata. Metode karyawisata/widyawisata adalah metode pengajaran dengan membawa siswa mempelajari materi pelajaran di luar kelas. Kelebihan metode karyawisata adalah karyawisata menerapkan prinsip pengajaran modern yang memanfaatkan lingkungan nyata dalam pengajaran, membuat bahan yang dipelajari di sekolah menjadi lebih relevan dengan kenyataan dan kebutuhan yang ada di masyarakat, serta pengajaran dapat lebih merangsang kreativitas anak. Karena pentingnya metode karyawisata ini, maka pemerintah mewajibkan sekolah untuk melakukan karyawisata minimal setahun sekali dan dituangkan dalam Keputusan Menteri No 39 Tahun 2008.

Saat ini, banyak karyawisata, masih dikelola sendiri oleh pihak sekolah, dan banyak mengalami beberapa kendala seperti : fasilitas yang diperlukan sulit untuk disediakan oleh siswa atau sekolah, sangat memerlukan persiapan dan perencanaan yang matang, memerlukan koordinasi dengan guru-guru bidang studi lain agar tidak terjadi tumpang tindih waktu dan kegiatan selama karyawisata, dalam karyawisata sering unsur rekreasi menjadi lebih prioritas daripada tujuan utama, sedang unsur studinya menjadi terabaikan, sulit mengatur siswa yang banyak dalam perjalanan dan mengarahkan mereka kepada kegiatan studi yang menjadi permasalahan.

Belum adanya perusahaan yang secara fokus untuk mengelola aktivitas karyawisata ini, serta pentingnya, pendidikan berbasis karyawisata maka dibentuk suatu rencana bisnis bernama **Edu Trip**, yang merupakan suatu bisnis pendidikan karyawisata berbasis kurikulum yang diperuntukkan bagi para siswa untuk berkunjung ke suatu lokasi wisata dengan melakukan aktivitas tertentu menggunakan *activity book* sehingga siswa dapat berwisata dan belajar mengenai suatu materi pelajaran yang sedang dipelajari di sekolah.

Adapun strategi dasar yang dilakukan oleh **Edu Trip** adalah *Focus Cost* terhadap paket-paket yang unik, relevan dengan kurikulum, serta berorientasi aktivitas. Selain itu juga ditekankan pada *develop expertise* untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi, memunculkan kreativitas yang unik sebagai dasar untuk menguatkan posisi **Edu Trip** dalam persaingan ke depannya.

Dalam strategi pemasaran, **Edu Trip** banyak menekankan kepada edukasi pasar dengan memfokuskan pada komunikasi dan promosi kepada *target* pasarnya (yang dalam hal ini berbentuk B to B) serta *retention program* yang digunakan untuk meningkatkan repetisi penggunaan layanan **Edu Trip** oleh sekolah.

Dalam operasional, **Edu Trip** menekankan untuk meningkatkan volume layanan tetapi didukung oleh kualitas yang prima, sehingga strategi operasional yang dilakukan adalah tim kreatif secara aktif mencari solusi karyawisata yang tepat dengan cara menghasilkan modul yang standar, dan dapat dipergunakan kembali dalam suatu paket. *Edu guide* berdasarkan informasi dari *planner*, melakukan eksekusi karyawisata sesuai paket yang dipesan sekolah lewat tim *Sales*.

Edu Trip, adalah bisnis pendidikan berbasis layanan dan banyak bertumpu pada sumber daya manusia yang handal. Sehingga seleksi karyawan dilakukan dengan kriteria yang tepat dan langsung ke pasar tenaga kerja yang tepat, seperti *Edu guide*, yang dipilih dari dunia pendidikan. Selain itu, pelatihan dilakukan secara terus menerus kepada *Edu guide*, Tim kreatif, untuk menciptakan layanan yang prima dan berkesan.

Pada strategi finansial, pendanaan didapat dari pemegang saham dalam bentuk saham dan pinjaman, sehingga membentuk rata-rata WACC sebesar 15,1%. Dilakukan pinjaman dari pemegang saham, dikarenakan akan adanya kecukupan dana di tahun ketiga. Sedangkan investasi difokuskan kepada aktivitas yang meningkatkan nilai perusahaan, seperti Activity Book, pelatihan, dan kreasi modul. Adapun proyeksi keuangan untuk lima tahun ke depan, menghasilkan NPV sebesar Rp 757,034,579, IRR sebesar 38% dan Payback period sebesar 4,8 tahun.

Kata kunci: **Edu Trip**, *Focus Cost*, *Develop Expertise*, Tim kreatif, *Edu guide*, Tim *Sales*, *planner*, *Activity Book*, Modul.

