

# SOCTRAVO PITCH DECK



Jl. Sukawarna No.12 , Pasteur, Bandung

# VISION



# MISSION



# PROBLEM & SOLUTION



## Problem

**Perkembangan pariwisata tidak merata**

**Terbatasnya kemampuan SDM di daerah dalam mengelola potensi wisata.**

**Minimnya informasi yang keluar dan masuk ke daerah.**

**Minimnya fasilitasi penunjang (sarana dan prasarana)**

**Memghadirkan program wisata dengan unsur kerelawanan untuk mengedukasi masyarakat dalam meningkatkan kualitas pariwisata pada daerah.**

**Membuat jembatan informasi untuk mempertemukan daerah potensi dengan wisatawan.**

**Membuat sistem edukasi dan pelatihan masyarakat lokal terkait penyelenggaraan wisata berbasis edukasi, kerelawanan, dan pemanfaatan potensi SDA lokal untuk selanjutnya dijadikan mitra lokal.**

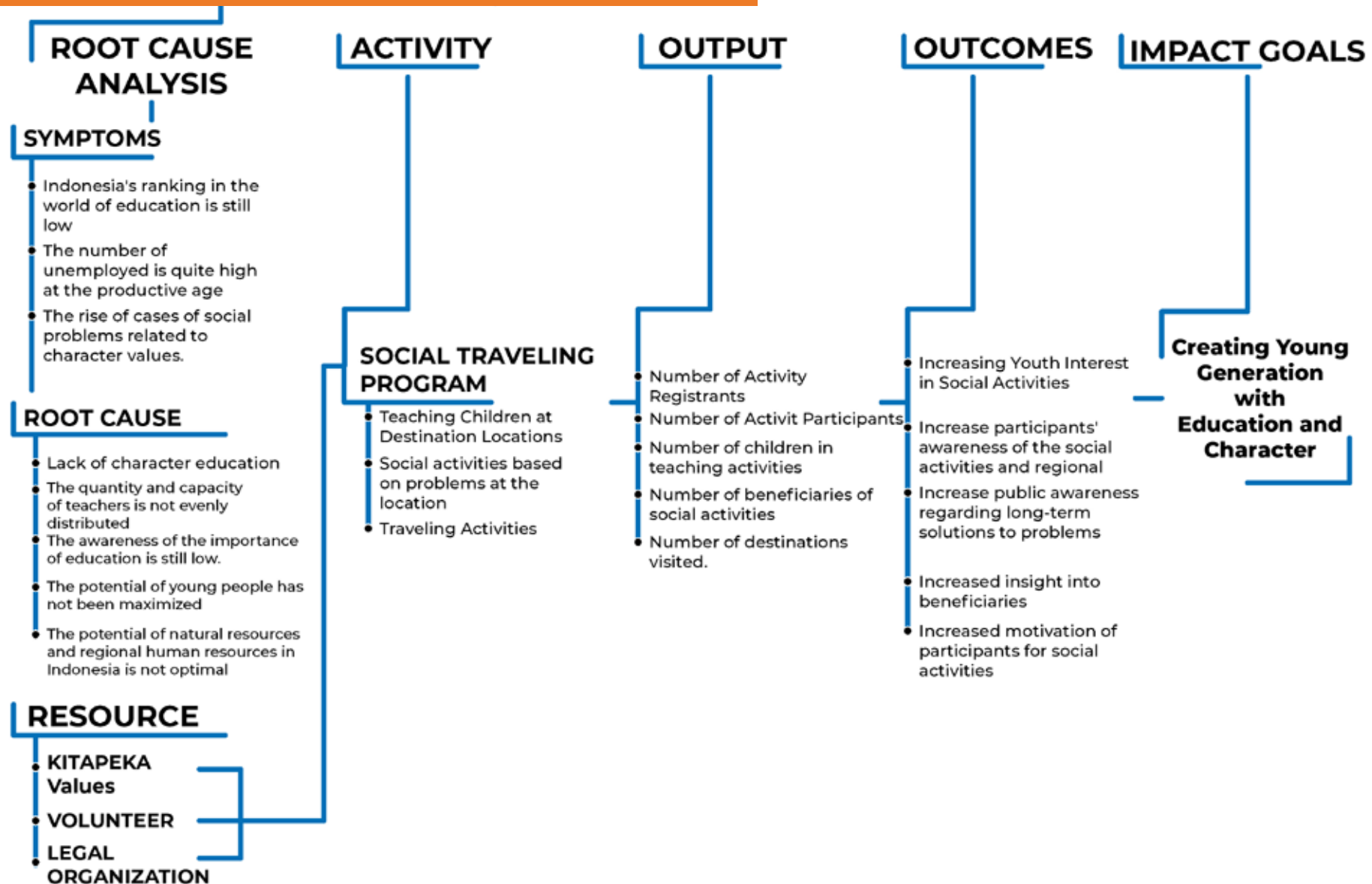
**Melakukan program penggalangan dana untuk mengakomodir keterlibatan publik dalam meningkatkan potensi SDA daerah khususnya dalam aspek sarana-prasarana.**

## Solution



# TOC

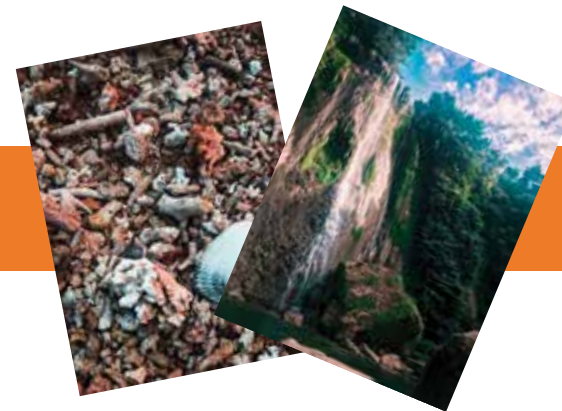
## (Teory Of Changes)



# MARKET i



- Wisatawan Mancanegara ke Indonesia 9,31 juta orang (BPS, 2019)
- Wisatawan Domestik berjumlah 29,4 juta orang (Ekonomi Bisnis, 2019)
- 3,8 miliar jumlah relawan di Indonesia (GNFI, 2019)
- Kunjungan wisatawan domestik ke Bali 9.757.991 (BPS Provinsi Bali, 2018)  
Yogyakarta 5.272.719 (Dinas Pariwisata DIY Yogyakarta, 2018) sedangkan Papua 212.489 (Dinas Pariwisata Kota Jayapura, 2018)
- Sebaran Penduduk yang Melakukan Perjalanan Menurut Provinsi Asal dan Media/Sumber Informasi Utama yang Digunakan berupa website resmi selama Januari - Juni 2018 DKI Jakarta 2,34 (BPS, 2018)
- Dalam laporan WGI, Indonesia memiliki skor tertinggi lantaran orang yang berdonasi di tanah air mencapai 83% pada tahun lalu.
- Jumlah masyarakat yang menjadi sukarelawan pun mencapai 60%, lebih tinggi dibandingkan rata-rata global.



# MARKET i



**Volunteer  
38M**

**Voluntourism**

**Tourist  
29.7jt**

# ABOUT SOCTRAV



**Social Traveling merupakan kolaborasi aktivitas kerelawanan dengan aktivitas traveling. Program ini diluncurkan untuk menepis tanggapan bahwa aktivitas kerelawanan cenderung membosankan. Melalui program Social Traveling, Pemuda Peduli berusaha mengajak anak muda untuk mengenal kegiatan sosial yang dapat dilakukan dengan cara yang menyenangkan. Saat ini, sudah + 300 peserta yang pernah menjadi bagian dari program Social Traveling dengan 8 lokasi pelaksanaan program yang berbeda mulai dari Pantai Sawarna Banten, hingga Garut Selatan**



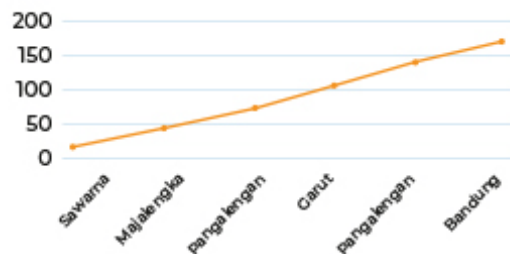


# IMPACT REPORT



## PROGRAM IMPACT REPORT OF SOCIAL TRAVELING YAYASAN PEMUDA PEDULI

Increasing Graphics of Activity Registrant on "Social Packer" and "Jelajah Desa" Program Social Traveling



**79%**

Besaran kontribusi Social Traveling dalam peningkatan pengetahuan kebudayaan baru pada Socpacker dan Penjelajah.

**8.5**

Rataan nilai keinginan Socpacker dan Penjelajah untuk menceritakan kembali pengalaman yang mereka dapatkan dalam program Social Traveling.

**>400**

Pendaftar selama program Social Traveling berjalan.



### Social Traveling in Numbers

**>210**

Elemen masyarakat yang merasakan dampak program Social Traveling

**7**

Lokasi yang sudah menjadi tempat pelaksanaan program Social Traveling

**84%**

Besaran kontribusi Social Traveling dalam peningkatan rasa empati Socpacker dan Penjelajah

**8.5**

Rataan nilai rasa empati Socpacker dan Penjelajah setelah mengikuti program Social Traveling.

Measured By



# WHAT WE DO



BEFORE COVID-19

## **SOCIAL PACKER**

50 % Social Activities – 50 % Tourism Activities. Socpacker will be taken to “Hidden Gems” tourist destination and conduct a social activities in the area

## **JELAJAH DESA**

90 % Social Activities – 10 % Tourism Activities. Penjelajah will be invited to feel the feel of living in village, live with the villager, and follow their daily activities

## **BANDUNG SISI SINI**

One day social package trip that suitable with person who only have a few times. Warga, will be invited to see the other side of Bandung from uncommon tourist destination to social culture then conduct social activities

BEFORE



COVID-19

# WHAT WE DO



AFTER COVID-19

## **SOCIAL PACKER**

50 % Social Activities – 50 % Tourism Activities. Socpacker will be taken to “Hidden Gems” tourist destination and conduct a social activities in the area

## **JELAJAH DESA**

90 % Social Activities – 10 % Tourism Activities. Penjelajah will be invited to feel the feel of living in village, live with the villager, and follow their daily activities

## **BANDUNG SISI SINI**

One day social package trip that suitable with person who only have a few times. Warga, will be invited to see the other side of Bandung from uncommon tourist destination to social culture then conduct social activities



# WHAT<sub>WE</sub> DO



AFTER COVID-19

## SOCIAL VIRTUAL TOUR

Social Virtual Tour merupakan langkah shifting dari Soctravo disaat pandemi dikarenakan sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang paling terdampak.

Virtual Social Tour mengkombinasikan kegiatan volunteering dan traveling yang dilakukan secara virtual menggunakan media online meeting platform, 360 camera, serta mitra lokal Soctravo.



Kamera360

Soctravo

# WHAT<sub>WE</sub> DO



AFTER COVID-19

## Community Partner & Empowering

Soctravo fokus untuk melakukan penjaringan mitra-mitra lokal sebagai bentuk pemberdayaan masyarakat daerah. Soctravo memberikan edukasi dan pelatihan pada mitra lokal dengan harapan para mitra lokal dapat memaksimalkan potensi wisata daerahnya serta menjadi partner penyelenggara kegiatan Social Real Tour Soctravo di daerahnya. Selanjutnya, mereka akan dikenal sebagai #TheLocalSavior .



#TheLocalSavior

Pelatihan



# WHAT WE DO



AFTER COVID-19

## Event Branding

Soctravo memaksimalkan branding selama pandemi dengan membuat event-event semacam webinar online, IG Live, Soctravo Goes To Campus untuk memperluas jangkauan market Soctravo dan menjaga engage dengan target market Soctravo yang sudah terjaring.

## Crowdfunding Program

Crowdfunding Program merupakan salah satu bentuk pelibatan masyarakat luas untuk mendukung potensi pariwisata daerah. Dana yang terkumpul selanjutnya akan disalurkan dalam bentuk pemodalan usaha penerima manfaat setempat ataupun pengembangan sarana-prasarana yang menunjang potensi wisata daerah.



Social Media

Pemodalan

# DOCUMENTASI



# MEDIA PARTNER



# CONTACT US



 **@soc.trav**

 **soctrav.pemudapeduli@gmail.com**

 **081223712799**

**KEPUTUSAN MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA NOMOR AHU.005724.AH.01.12.TAHUN  
2017**