

DOKUMEN USULAN PENGEMBANGAN

Fitur Marketing Tools B2B2C - Travelboost

1. Ringkasan Eksekutif

Dokumen ini berisi usulan rancangan pengembangan fitur Marketing Tools pada dashboard agen Travelboost. Tujuan utama dari pengembangan ini adalah memberdayakan agen penjual agar dapat melakukan promosi secara lebih mandiri, cepat, dan profesional di media sosial (WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok) tanpa memerlukan keahlian desain atau teknis khusus.

2. Rincian Fitur Utama (Prioritas Tinggi)

2.1. Smart Link Preview (Dynamic Open Graph Image)

Deskripsi:

Mengubah tautan (link) paket tour standar menjadi tautan cerdas. Ketika disalin ke aplikasi pesan seperti WhatsApp atau beranda Facebook, link tersebut akan secara otomatis memunculkan gambar preview dinamis (OG Image). Gambar ini tidak statis, melainkan memuat informasi krusial seperti foto destinasi, harga terbaru, dan sisa kursi.

Kelebihan:

- Meningkatkan Click-Through Rate (CTR) secara signifikan karena link terlihat mencolok layaknya brosur digital.
- Sangat ringan di sisi server dan dapat dikembangkan dengan cepat tanpa memerlukan izin API dari pihak ketiga.

Kekurangan:

- Hanya berfungsi optimal di platform yang mendukung protokol Open Graph (WA, FB, Telegram). Tidak memunculkan preview visual jika disematkan di dalam komentar atau feed Instagram/TikTok.

2.2. Caption Generator (Template Copywriting)

Deskripsi:

Menyediakan teks promosi (caption) siap pakai di sebelah tombol Share. Sistem secara otomatis mengisi variabel kosong dengan data tour yang valid. Sistem akan menyediakan 3 variasi gaya bahasa: Gaya Desakan (Urgency/FOMO), Gaya Informatif, dan Gaya Kasual.

Kelebihan:

- Sangat membantu agen yang kurang pandai atau tidak memiliki waktu untuk merangkai kata-kata promosi.
- Pengembangan sangat mudah karena murni menggunakan logika antarmuka (frontend) tanpa beban database tambahan.

Kekurangan:

- Karena berbasis template, narasi promosi antar agen bisa terlihat seragam jika mereka tidak melakukan modifikasi teks secara manual sebelum mempostingnya.

2.3. Micro Landing Page (Link-in-Bio)

Deskripsi:

Pembuatan halaman web portofolio mini untuk masing-masing agen (contoh: travelboost.co.id/bio/nama-agen). Halaman ini berdesain vertikal ramah gawai (mobile-friendly), memuat foto profil agen, tombol pintasan ke WhatsApp agen, serta etalase 3 hingga 5 paket tour unggulan.

Kelebihan:

- Solusi mutlak untuk diletakkan di profil (Bio) Instagram dan TikTok yang secara sistem membatasi pengguna hanya pada 1 link.
- Meningkatkan konversi B2C karena lalu lintas pengunjung difokuskan pada paket unggulan tanpa terdistraksi halaman lain.

Kekurangan:

- Membutuhkan rancangan antarmuka (UI/UX) khusus yang harus dipastikan terlihat rapi dan elegan di layar mobile.

2.4. Media Center (Pusat Unduhan Bahan Promosi)

Deskripsi:

Sebuah direktori sentral pada detail tour di mana Vendor utama dapat mengunggah video pendek (B-Roll vertikal) atau foto beresolusi tinggi. Agen dapat mengunduh materi mentah ini secara instan untuk diolah atau langsung diunggah ke Instagram Reels / TikTok dengan musik pilihan mereka.

Kelebihan:

- Selaras dengan tren algoritma media sosial masa kini yang memprioritaskan format video pendek.
- Menjawab secara elegan batasan Travelboost untuk memposting langsung ke TikTok/IG, dengan memberdayakan kreativitas agen.

Kekurangan:

- Akan mengonsumsi kapasitas penyimpanan (Storage) server secara signifikan. Diperlukan aturan limitasi ukuran file secara ketat.

3. Fitur Opsional (Dalam Pertimbangan)

3.1. Instant Flyer Generator

Deskripsi:

Generator gambar otomatis (compositing) di server yang menghasilkan poster promosi (ukuran 1:1 dan 9:16). Gambar ini menggabungkan foto destinasi, harga, jadwal, dan disematkan Logo Perusahaan Agen yang sedang aktif (login).

Kelebihan:

- Memberikan nilai prestise bagi agen karena mereka memiliki materi visual dengan branding eksklusif tanpa memerlukan perangkat lunak desain seperti Canva/Photoshop.

Kekurangan:

- Pemrosesan gambar di sisi server (misal menggunakan modul GD atau ImageMagick) rawan terhadap bug tata letak (misalnya: nama tour yang terlalu panjang menyebabkan teks bertumpuk). Memerlukan pengujian (QA) yang ekstensif.

4. Opsi Tingkat Lanjut: Integrasi Meta Graph API (Auto-Scheduler)

Sebagai opsi alternatif di fase mendatang, terdapat wacana implementasi fitur Auto-Posting Scheduler. Fitur ini akan menghubungkan akun media sosial agen dan mempublikasikan postingan terjadwal secara otonom dari dashboard Travelboost menggunakan Meta Graph API.

Kelebihan:

- Memberikan tingkat otomatisasi tertinggi; menghemat waktu operasional agen berskala besar.
- Menjadi fitur premium (USP) yang sangat bernilai untuk Travelboost.

Kekurangan & Tantangan:

- Proses Perizinan (App Review) yang Kompleks: Meta menerapkan protokol keamanan yang sangat ketat. Aplikasi Travelboost harus didaftarkan, menyertakan kelengkapan legalitas bisnis, dan menunggu peninjauan manual yang bisa memakan waktu berminggu-minggu, dengan risiko penolakan.

- Biaya Pemeliharaan Tinggi: Tim pengembang harus siap berhadapan dengan perubahan kebijakan API Meta (breaking changes), perpanjangan token akses yang kedaluwarsa, dan isu sinkronisasi koneksi akun agen.
- Risiko Pemblokiran (Banned): Jika sistem terdeteksi memfasilitasi aktivitas yang dianggap spam (frekuensi unggahan terlalu tinggi), akses API Travelboost dapat dicabut oleh Meta secara sepihak.