

RINGKASAN EKSEKUTIF

Berdasarkan *IDN Millennial Report 2020*, terdapat 7 pengelompokan *millennial* berdasarkan kepribadian. Hal ini membuat kebutuhan setiap karakter berbeda, termasuk kebutuhan berwisata. *Millennial* mengaku membutuhkan perantara untuk menemukan jati dirinya. Dari permasalahan ini, kelompok menemukan adanya peluang bagi *millennial* dengan usia 18-34 tahun dengan membuat jasa *millennial thematic tour*.

Sejalan Travel merupakan penyedia jasa *millennial thematic tour* yang menekankan pada *value self-exploration*. Sejalan akan memberikan rekomendasi *trip* yang sesuai dengan kepribadian *millennial* berdasarkan *survey* yang diberikan oleh pihak Sejalan. *Survey* ini merupakan pengembangan *survey National Geographic* tentang destinasi liburan, yang telah disesuaikan dengan kebutuhan tim dan divalidasi lebih lanjut. Dari hasil analisa *survey* tersebut, akan muncul rekomendasi *trip* berdasarkan salah satu tema yang Sejalan miliki, yaitu *Adventure, Culture, Digital*, serta *Wellness* dan *Wellbeing*.

Sejalan memutuskan untuk masuk ke pasar pada tahun 2021. Pada skenario optimis, tim Sejalan memperkirakan bahwa Covid-19 akan selesai pada akhir tahun 2020 dan industri pariwisata akan kembali tinggi. Pada skenario pesimis, tim Sejalan memperkirakan pandemi tidak akan dengan cepat berakhir dan akan mengubah perilaku konsumen.

Berdasarkan proyeksi keuangan yang ada, dengan modal Rp35,000,000 maka Sejalan Travel akan mengalami *break event point* setelah melakukan penjualan sebanyak 680 unit, yang akan dicapai pada tahun ke-dua. Hal ini akan tercipta dengan melakukan strategi pembentukan *brand awareness* pada pasar secara besar-besaran pada tahun 2021.

Kata Kunci	:	<i>Millennial, thematic tour, kepribadian, self-exploration, survey kepribadian</i>
Bidang Usaha	:	<i>Tour and Travel (Jasa)</i>

EXECUTIVE SUMMARY

The IDN Millennial Report in 2020 divided millennials into 7 different groups of personality, where each of them has different needs, including needs of travel. Millennials admit that they need an intermediary to find their identity. From this problem, Sejalan found an opportunity for millennials in the age of 18-34 years by making millennial thematic tours.

Sejalan Travel is a millennial thematic tour provider that emphasizes the value of self-exploration. Sejalan will recommend a trip based on millennial's personalities that are being analyzed from Sejalan's surveys. This survey is a development of National Geographic survey in terms of travel destinations, which has been adjusted and validated further. From the survey's result, Sejalan will give recommendations of trips based on Sejalan's themes, which are: Adventure, Culture, Digital, and Wellness and Wellbeing.

Sejalan decided to enter the market in 2021. In an optimistic scenario, the Sejalan team is very confident that Covid-19 will be gone by the end of 2020 and the tourism industry will soar. In the pessimistic scenario, Sejalan team believes the pandemic will not end quickly and it will change consumer behavior.

Based on the financial projections, with a capital asset of Rp35,000,000 Sejalan Travel will experience a break event point after selling 680 units which will be achieved in the second year. Which is why, one of Sejalan's strategies is to raise a massive market awareness in 2021.

Keywords	:	Millennial, thematic tour, personality, self-exploration, a personality survey
Field of Business	:	Tour and Travel (Service)