

## Ringkasan Eksekutif

Sektor pariwisata telah ditetapkan sebagai sektor unggulan dan menjadi penyumbang devisa negara terbesar ketiga. Selain itu, Indonesia juga menjadi negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia dengan jumlah produksi 729.074 ton pada perkebunan seluas 1,2 juta hektar dan tingkat konsumsi mencapai 4,7 juta karung per tahun, yang menjadikan kedua sektor ini berpotensi untuk dikembangkan dalam bisnis.

Melalui penelitian kualitatif, kelompok mendapati keresahan wisatawan Indonesia terhadap keterbatasan informasi yang tersedia ketika mencari referensi wisata dan melalui penelitian kuantitatif terhadap 204 responden 61,7% diantaranya merasa malas untuk mengurus perjalanan sendiri. Wisatawan juga menginginkan rekomendasi yang memberikan pengalaman baru dan menjadikan atraksi budaya sebagai motivasi dalam berwisata.

KALA Journey menawarkan layanan wisata edukasi kopi dengan rencana perjalanan fleksibel yang dibawakan oleh seorang pramuwisata handal di industri kopi. KALA Journey menargetkan mahasiswa/i, dan profesional berusia 18-44 tahun, yang berada pada kelas ekonomi menengah ke atas, berdomisili di wilayah Jakarta dan Tangerang, mempunyai hobi untuk berwisata dan memiliki karakter VALS Framework sebagai seorang *seekers*.

KALA Journey memenuhi kebutuhan target konsumen dengan mengintegrasikan wisata kopi di beberapa daerah di Indonesia dan perpaduan keragaman alam dan budaya. Dalam memberikan kemudahan dan kebutuhan informasi KALA Journey menampilkan informasi lengkap terkait wisata pada *website* yang dapat diakses dengan mudah.

Kata Kunci	:	Layanan wisata, edukasi kopi, atraksi alam dan budaya, pramuwisata handal, fasilitas <i>add-ons</i>
Bidang Usaha	:	Servis

## Executive Summary

The tourism sector has become an important and leading sector in Indonesia, as it is the third-largest source of the country's foreign income. The fact that Indonesia is the fourth largest coffee producing country in the world with a total production of 729,074 tonnes covering 1.2 million hectares of land with a consumption level reaching 4.7 million sacks per year, uncovers a promising potential in these sectors from business perspective.

Results of the research involving 204 respondents showed that Indonesian tourists were concerned with the lack of available tourism information, and 61.7% of them felt reluctant to organise trips on their own. Tourists also have the tendency to look for recommendations to find new experiences. Cultural experiences in particular have become an appeal by itself.

KALA Journey offers an educational coffee tourism service with flexible travel plans, chaperoned by a coffee expert. KALA Journey's target markets are students and professionals aged 18-44 years in Jakarta and Tangerang geographical area, from middle to upper socioeconomic classes, who love travelling and of "seeker" type according to the VALS Framework.

KALA Journey fulfils the demand of the target consumers by integrating several coffee tours from all around Indonesia with cultural and natural tours. To provide the values of convenience and easy access to information, KALA Journey has launched a website that contains all information that the consumers need about their travel needs and extras.

Keywords	:	Tour service(s), educational coffee tour, natural and cultural attraction, expert tour guide, add-on facilities.
Fields of Business	:	Service