

RINGKASAN EKSEKUTIF

Let's Get Lost Tours adalah sebuah proyek bisnis yang bergerak dalam bidang pelayanan dan penyediaan jasa pariwisata dengan berbasis pada kegiatan secara *online*. Jasa pariwisata yang diberikan oleh *Let's Get Lost Tours* memiliki keunggulan dari segi kualitas pelayanan yang diberikan (baik pelayanan sebelum, selama, hingga setelah perjalanan dilakukan) dan penanaman nilai-nilai positif baik untuk konsumen maupun penduduk lokal dalam destinasi. Perjalanan wisata dilakukan dengan sistem kerja sama dengan *local tour guide* yang menjadi rekan kerja dari *Let's Get Lost Tours*.

Target pasar utama *Let's Get Lost* adalah konsumen *single* yang berusia 18-50 tahun, serta target pasar sekunder *Let's Get Lost* adalah konsumen *couple* dan *family*, masuk dalam golongan *thinkers* dan *experiencers*, dan biasanya mempunyai kebiasaan untuk mencari informasi dan melakukan pembelian jasa pariwisata melalui media *online*. Masih belum adanya penyedia jasa layanan khusus pariwisata Indonesia yang terpercaya dan kompeten memberikan kesempatan untuk *Let's Get Lost* mendapatkan konsumen melalui penawaran jasa pariwisata berkualitas dan terpercaya.

Modal awal untuk membangun bisnis *Let's Get Lost* adalah sebesar Rp 33.000.000,00. Berdasarkan analisis kelayakan usaha dari proyeksi keuangan selama

1 tahun menggunakan pendekatan teori *break even point* (BEP) dan *margin of safety* diketahui bahwa nilai masing-masing poin adalah Rp 953.526.004,79 dan 61.86%

EXECUTIVE SUMMARY

Let's Get Lost Tours is a business project in online-based tourism services. *Let's Get Lost* provides more value advantages in terms of service quality before, during, and after trip commencement, as well as the implementation of positive values through active traveler engagement with the local community. All trips are accomplished by forming a partnership system with local tour guides.

The primary target market for *Let's Get Lost* are single consumers age 18 to 50 years old, while the secondary target market are both consumers in couple group and family group. As for the behaviors, our consumers belong to 'thinkers' and 'experiencers' classifications, because they tend to have the habit of seeking information prior to making a buying decision, as well as making the purchase of tour packages via online media. With trustworthiness and competence as its main value of quality, this gives *Let's Get Lost* the chance to gain reputation amongst its customer base.

The amount of the initial capital *Let's Get Lost* raised to establish this business was IDR 33,000,000.00. Based on feasibility analysis of the 1-year financial projection using the Break-Even Point and Margin of Safety approach, it becomes clear that the values for *Let's Get Lost's* business are as follows, respectively: IDR 953,526,004.79 and 61.86%.