

MILIK NEGARA
TIDAK DIPERDAGANGKAN



U.E. Wardhani, dkk.

Usaha Jasa PARIWISATA JILID 2

untuk
Sekolah Menengah Kejuruan



Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan
Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah
Departemen Pendidikan Nasional



USAHA JASA PARIWISATA JILID 2

untuk SMK

U. E. Wardhani, dkk.

U.E. Wardhani, dkk.

USAHA JASA PARIWISATA

JILID 2

SMK



Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan
Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah
Departemen Pendidikan Nasional

Hak Cipta pada Departemen Pendidikan Nasional
Dilindungi Undang-Undang

USAHA JASA PARIWISATA

JILID 2

Untuk SMK

Penulis : U.E. Wardhani
Viverawati
Mustafa

Editor : J. Handoyo

Perancang Kulit : TIM

Ukuran Buku : 17,6 × 25 cm

WAR WARDHANI, U.E.

u Usaha Jasa Pariwisata Jilid 2 untuk SMK/oleh U.E. Wardhani, Viverawati, Mustafa ---- Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional, 2008.

viii, 300 hlm

Daftar Pustaka : Lampiran A.

Glosarium : Lampiran B.

ISBN : 978-979-060-166-6

ISBN : 978-979-060-168-0

Diterbitkan oleh

Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan

Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah

Departemen Pendidikan Nasional

Tahun 2008

Diperbanyak oleh:



PT. MACANAN JAYA CEMERLANG
Jalan Ki Hajar Dewantoro Klaten Utara,
Klaten 57438, PO Box 181
Telp. (0272) 322440, Fax. (0272) 322603
E-mail: macanan@ygy.centrin.net.id

KATA SAMBUTAN

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya, Pemerintah, dalam hal ini, Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional, telah melaksanakan kegiatan penulisan buku kejuruan sebagai bentuk dari kegiatan pembelian hak cipta buku teks pelajaran kejuruan bagi siswa SMK. Karena buku-buku pelajaran kejuruan sangat sulit didapatkan di pasaran.

Buku teks pelajaran ini telah melalui proses penilaian oleh Badan Standar Nasional Pendidikan sebagai buku teks pelajaran untuk SMK dan telah dinyatakan memenuhi syarat kelayakan untuk digunakan dalam proses pembelajaran melalui Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 45 Tahun 2008 tanggal 15 Agustus 2008.

Kami menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh penulis yang telah berkenan mengalihkan hak cipta karyanya kepada Departemen Pendidikan Nasional untuk digunakan secara luas oleh para pendidik dan peserta didik SMK.

Buku teks pelajaran yang telah dialihkan hak ciptanya kepada Departemen Pendidikan Nasional ini, dapat diunduh (*download*), digandakan, dicetak, dialihmediakan, atau difotokopi oleh masyarakat. Namun untuk penggandaan yang bersifat komersial harga penjualannya harus memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Pemerintah. Dengan ditayangkan *soft copy* ini diharapkan akan lebih memudahkan bagi masyarakat khususnya para pendidik dan peserta didik SMK di seluruh Indonesia maupun sekolah Indonesia yang berada di luar negeri untuk mengakses dan memanfaatkannya sebagai sumber belajar.

Kami berharap, semua pihak dapat mendukung kebijakan ini. Kepada para peserta didik kami ucapkan selamat belajar dan semoga dapat memanfaatkan buku ini sebaik-baiknya. Kami menyadari bahwa buku ini masih perlu ditingkatkan mutunya. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat kami harapkan.

Jakarta, 17 Agustus 2008

Direktur Pembinaan SMK

PENGANTAR PENULIS

Pengadaan buku referensi bagi guru Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), khususnya Bidang Keahlian Usaha Jasa Pariwisata, yang diupayakan oleh Direktorat Pembinaan Sekolah Kejuruan, diharapkan akan membantu memberikan tambahan sumber materi pembelajaran di SMK. Mengingat bahwa buku-buku referensi khususnya untuk bidang keahlian Usaha Jasa Pariwisata masih sangat langka.

Buku ini berisi inti materi dari Standar Kompetensi Lulusan yang dijabarkan dari SKKNI – UJP, hal ini sejalan dengan diberlakukannya kebijakan Pendidikan Nasional tentang Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP), yang salah satu acuannya adalah Tuntutan Dunia Kerja, yaitu membekali peserta didik untuk memasuki dunia kerja sesuai dengan tingkat pengembangan peserta didik dan kebutuhan dunia kerja, khususnya bagi mereka yang tidak melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi.

Dari 30 kompetensi yang tertera dalam Standar Kompetensi Lulusan terdapat tujuh (7) kompetensi yang memuat Kecakapan Hidup, meliputi: personal skills, social skills, academic skills, dan vocational skill tercakup dalam Bab 1, sedangkan 27 kompetensi lain di clustering ke dalam 3 bidang kerja Ticketing, Tour Guiding dan Perencanaan Pengoperasian Wisata (Bab 2, 3, dan 4).

Walaupun buku ini sudah memuat masukan/informasi dari rekan-rekan Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) dan dunia industri, pengguna buku ini mutlak harus tetap mengikuti gerak dinamika teknologi yang dalam dunia pariwisata yang begitu cepat berkembang ke arah modernisasi. Untuk itu, kami selaku penyusun buku ini, dengan segala senang hati demi kualitas materi dan kualitas lulusan (sekaligus juga calon-calon insan pariwisata), akan menerima masukan dan saran untuk pengayaan materi.

Untuk memenuhi Standar Kompetensi Lulusan, diharapkan para pengelola pendidikan di SMK – UJP mampu menjalin kerjasama dengan dunia industri yang berstandar/level nasional atau internasional agar dapat memberikan peluang untuk melaksanakan prakerin bagi siswa dan magang guru di industri terkait.

Uji Kompetensi yang akan dilakukan, dianjurkan sesuai dengan prinsip pembelajaran berbasis kompetensi, dapat dilakukan sekaligus dengan unit-unit kompetensi terkait dan sesuai dengan bidang pekerjaan di dunia kerja.

Buku teks *Usaha Jasa Pariwisata* ini terdiri atas dua jilid yang merupakan satu rangkaian pembelajaran. Buku *Usaha Jasa Pariwisata Jilid I* terdiri atas dua bab yang membahas tentang Karakteristik Sumber Daya Manusia dalam Industri Pariwisata, Reservasi dan Penerbangan. Buku *Usaha Jasa Pariwisata Jilid II* terdiri atas tiga bab yang mengulas tentang Pemanduan Wisata, Perencanaan dan Operasional Perjalanan Wisata, dan Menyelenggarakan Suatu Acara. Kedua jilid buku tersebut mampu memberikan pemahaman yang menyeluruh dan komprehensif kepada peserta didik dan pendidik tentang *Usaha Jasa Pariwisata*.

Akhirnya, kepada semua pihak yang telah berjasa dalam penyusunan buku ini kami ucapkan terima kasih.

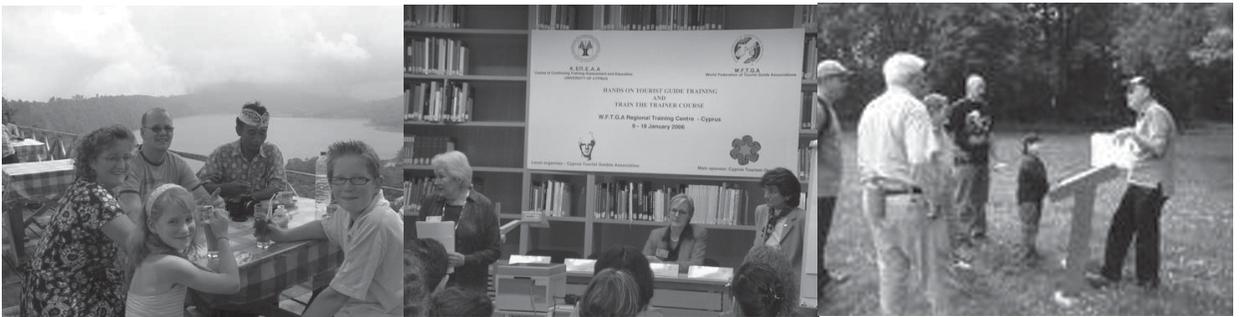
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Sambutan	iii
Pengantar Penulis	v
Daftar Isi	vii
BAB III Pemanduan Wisata (<i>Tour Guiding</i>).....	225
Informasi Umum	226
Peta Kompetensi	227
Daftar Kompetensi Lulusan	228
1. Profesi Pramuwisata	229
2. Persiapan dan Teknik Pemanduan	242
3. Layanan Transfer	275
4. Layanan Pemanduan	305
5. Contoh Beberapa Objek Wisata Sebagai Informasi Pemanduan	320
BAB IV Perencanaan dan Operasional Perjalanan Wisata	367
Informasi umum	367
Peta Kompetensi	369
Daftar Kompetensi Lulusan	370
1. Biro Perjalanan Wisata	371
2. Jenis-Jenis <i>Tour</i> dan Pengelompokan Wisatawan	382
3. Paket Perjalanan Wisata	385
4. Menyusun Paket Wisata	392
5. Perbedaan Berwisata dengan Memanfaatkan Paket Tour dan Berwisata Tanpa Menggunakan Jasa Biro Perjalanan	393
6. Menentukan Komponen Paket Wisata/Layanan Jasa Pemasok ..	397
7. Menentukan Tujuan Penyusunan Paket <i>Tour</i>	401
8. <i>Distribution of Time</i> dan Fungsi <i>Itinerary</i>	407
9. Penghitungan Harga Paket Wisata (<i>Tour Costing</i>)	416
10. Pemasaran Produk Industri Pariwisata	437
11. Peranan Promosi dalam Menjual Paket Perjalanan Wisata	444
12. Negosiasi dengan Pemasok	447
13. Konversi Nilai Tukar Mata Uang	451

14. Menentukan Harga dan Memasarkan Produk	453
15. Menawarkan Harga dalam Transaksi Penjualan	461
16. Memperbaharui Harga Produk Wisata	468
17. Menyusun Laporan Keuangan	479
18 Melakukan Prosedur	487
Tugas dan Soal	497
BAB V Menyelenggarakan Suatu Acara	511
Informasi Umum	511
Materi Pembelajaran	512
LAMPIRAN A. Daftar Pustaka	
LAMPIRAN B. Glosarium	

Pemanduan Wisata (*Tour Guiding*)



H P I



A. Tujuan Khusus

Setelah mempelajari topik ini, peserta didik diharapkan mampu memahami dan menerapkan kemampuan sebagai pramuwisata yang bekerja pada industri perjalanan wisata.

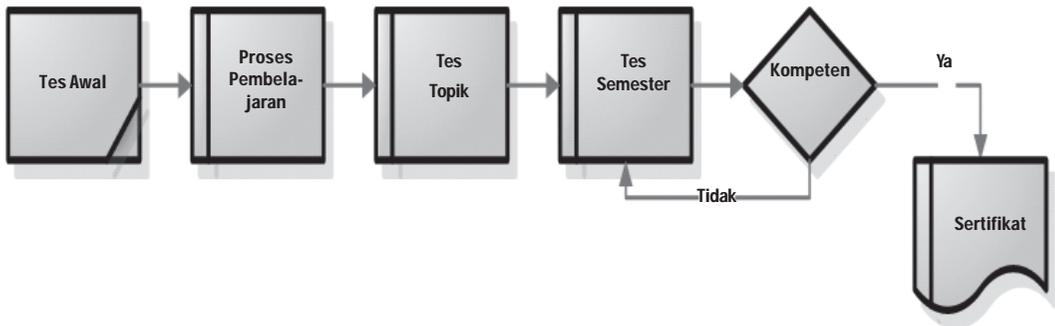
B. Lingkup Materi

- ✓ Profesi Pramuwisata (*Tour Guide*)
- ✓ Layanan Pemanduan Wisata
- ✓ Menyiapkan Informasi *Tour*
- ✓ Layanan *Transfer In* dan *Transfer Out*
- ✓ Daerah Tujuan Wisata Domestik

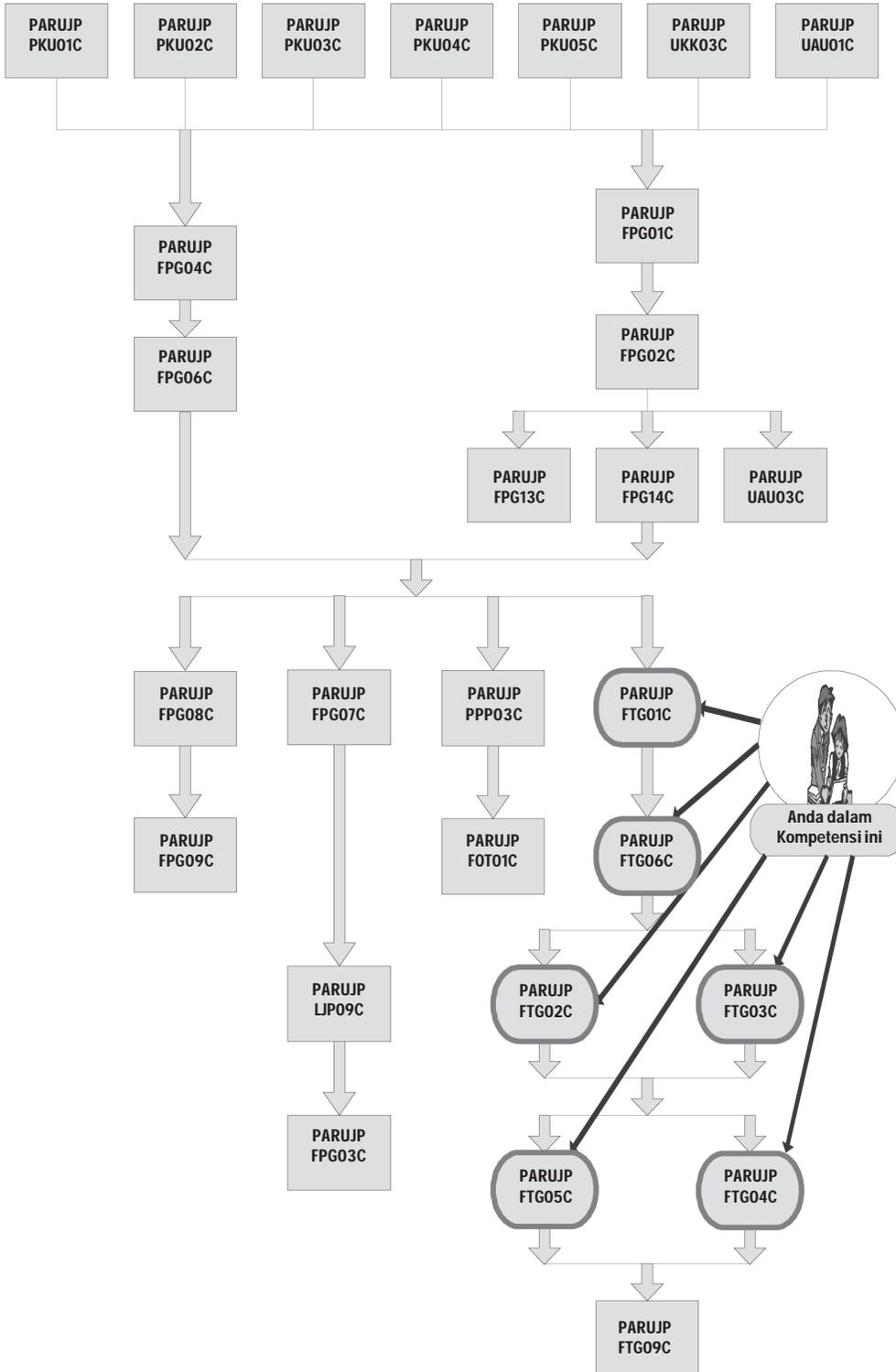
C. Persyaratan

Untuk mempelajari bab ini, peserta/siswa didik diharuskan telah memiliki pengetahuan dasar bidang kepariwisataan.

D. Alur Pembelajaran



Peta Kompetensi Lulusan SMK-UJP



KOMPETENSI LULUSAN SMK–UJP

KODE	UNIT KOMPETENSI
PARUJPPKU01C	Bekerja dengan Kolega dan Pelanggan
PARUJPPKU02C	Bekerja di Lingkungan Sosial yang Berbeda
PARUJPPKU03C	Mengikuti Prosedur Kesehatan, Keselamatan, dan Keamanan di Tempat Kerja
PARUJPPKU04C	Menangani Situasi Konflik
PARUJPPKU05C	Mengembangkan dan Memperbarui Pengetahuan Industri Pariwisata
PARUJPUKK03C	Mengikuti Prosedur Higienis di Tempat Kerja
PARUJPUAU01C	Berkomunikasi Melalui Telepon
PARUJPFTG01C	Bekerja Sebagai Pramuwisata
PARUJPFTG02C	Memberikan Bantuan Layanan Transfer Keberangkatan/Kedatangan
PARUJPFTG03C	Mengembangkan dan Memelihara Pengetahuan Umum yang diperlukan oleh Pramuwisata
PARUJPFTG04C	Mengkoordinasikan dan Mengendalikan Perjalanan Wisata
PARUJPFTG05C	Memimpin Rombongan Perjalanan Wisata Menyiapkan dan Mempresentasikan Komentar Pemanduan pada Perjalanan Wisata
PARUJPFTG09C	Mengelola Perpanjangan Perjalanan Wisata (<i>Extended Tour</i>)
PARUJPFOT01C	Mengalokasikan Sumber Daya Perjalanan Wisata Melakukan Pengecekan Pra Keberangkatan <i>Tour</i>
PARUJPFPG04C	Menerima dan Memproses Reservasi Mengoperasikan Sistem Reservasi Komputer
PARUJPFPG08C	Menghitung Harga dan Menerbitkan Tiket penerbangan Domestik
PARUJPFPG09C	Menghitung Harga dan Menerbitkan Tiket Penerbangan Normal Internasional
PARUJPFPG07C	Memproses Dokumen Perjalanan Selain Tiket Penerbangan
PARUJPPPP03C	Mencari dan Mengemas Produk dan Jasa Pariwisata
PARUJPFPG05C	Memesan dan Mengkoordinasikan Layanan Penyedia Jasa dan Produk Pariwisata
PARUJPLJP09C	Menyiapkan dan Menawarkan Harga Produk
PARUJPFPG03C	Menjual Produk dan Jasa Pariwisata
PARUJPFPG01C	Mencari dan Menyediakan Informasi tentang Tujuan Wisata dan Memberikan Saran
PARUJPFPG02C	Mengakses dan Menginterpretasi Informasi Produk Wisata
PARUJPFPG13C	Memelihara Inventaris Informasi Produk Wisata
PARUJPFPG14C	Mengembangkan dan Memperbarui Pengetahuan Lokal
PARUJPUAU03C	Mengumpulkan dan Mempresentasikan Informasi

1. PROFESI PRAMUWISATA (*TOUR GUIDE*)



Definisi Pramuwisata menurut Menparpostel: Pramuwisata adalah "seseorang yang bertugas memberikan bimbingan, penjelasan dan petunjuk tentang objek wisata serta membantu keperluan wisatawan lainnya".

Menurut Word Federation of Tour Guide Association, *TOURIST GUIDE*; a person who guide visitors in the language of their choice and interprets the cultural and natural heritage of an area which person normally possesses an area-specific qualification usually issued and /or recognized by the appropriate authority.

Menurut Mancini (2001:4) "*tour guide is someone who takes people on sightseeing excursion of limited duration*". Hal tersebut diartikan bahwa pramuwisata adalah orang yang membawa orang-orang (wisatawan) untuk melakukan kegiatan kunjungan (ekskursi) menurut jangka waktu tertentu.



Gambar 01/TG : Seorang pemandu (*local guide*) sedang menginformasikan suatu objek kepada wisatawan

Pada umumnya, pramuwisata atau *tour guide* diartikan sebagai setiap orang yang memimpin kelompok yang terorganisir untuk jangka waktu singkat maupun jangka waktu yang panjang. Tugas *tour guide* memiliki beberapa spesifikasi tergantung dari tugas apa yang sedang dia lakukan (sesuai dengan kemampuannya). Seorang *guide* khusus di lokasi yang khusus/tertentu disebut *local guide* yang biasanya menjadi petugas tetap di lokasi tersebut (contoh: Museum, *botanical garden*, zoo dan lain-lain)

Tata Nuriata (1995:1) pramuwisata berasal dari bahasa Sansekerta yaitu *pramu*, *wis*, dan *ata*. *Pramu* berarti pelayan atau orang yang melayani, *wis* berarti tempat dan *ata* berarti banyak. Pendapat umum mengartikan wisata sebagai keliling atau perjalanan sehingga dalam hal ini pramuwisata dapat dikatakan sebagai petugas yang melayani orang yang sedang melakukan perjalanan wisata.

Oka A. Yoeti (....:....) pramuwisata adalah seorang yang memberi penerangan, penjelasan serta petunjuk kepada wisatawan dan *traveler* lainnya, tentang segala sesuatu yang hendak dilihat dan disaksikan bilamana mereka berkunjung pada suatu objek, tempat atau daerah tertentu.

Prof. E. Amato dari ILO, *Guiding Technique* menyatakan: "*tour guide is a person employed either by the travelers, a travel agency or any others tourist organization, to inform, direct and advice the tourist organization, to inform, direct and advice the tourists before and during their short visits*". Pramuwisata adalah seorang yang bekerja untuk wisatawan, biro perjalanan, ataupun lembaga kepariwisataan lain untuk memberikan informasi, memimpin perjalanan atau memberi saran-saran kepada wisatawan sebelum atau selama kunjungan-kunjungan singkatnya.

Dari beberapa pengertian tentang pramuwisata tersebut dapat diberikan batasan bahwa pramuwisata adalah orang yang bertugas memberikan bimbingan, informasi, dan petunjuk tentang atraksi atau destinasi. Pekerjaan memandu wisatawan mengundang kesan sebuah pekerjaan yang bersifat mewah dan menyenangkan dengan imbalan yang besar, padahal pramuwisata merupakan salah satu profesi (mendapatkan bayaran yang layak atas kemampuannya) yang unik, karena profesi ini membutuhkan kemampuan berbahasa (sesuai yang dibutuhkan), dapat berinteraksi dengan wisatawan, memiliki pengetahuan luas, fleksibel, penuh pengertian dan kedewasaan berpikir serta kesehatan yang prima/kekuatan fisik/jasmani.



Gambar 02/TG : Seorang pramuwisata sedang melakukan pemanduan di atas bus

Kemampuan memandu tidak hanya didapat dari sekolah/kuliah maupun kursus, tetapi didapat dari pengalaman yang dikumpulkan sedikit demi sedikit dari mengenal objek wisata dan melakukan pemanduan tidak resmi, sampai akhirnya setelah "jam terbang"

nya mencukupi dan dikenal oleh pengguna jasa (biro perjalanan) barulah secara resmi di uji oleh lembaga terkait untuk mendapatkan pengesahan sebagai *tour guide* yang legal dan bertanggung jawab. Hanya sedikit orang yang memahami bahwa pekerjaan ini juga memiliki bermacam-macam halangan/kesulitan yang mungkin terjadi dalam pelaksanaan operasionalnya. Kesulitan yang mungkin terjadi dalam kegiatan sebagai *tour guide* di antaranya adalah: kehilangan bagasi, pesawat yang *overbook*, penumpang yang mengeluh, marah, keberangkatan yang tertunda, dan sebagainya.

Karier pramuwisata dapat ditingkatkan menjadi seorang *tour planner*, bila dan dapat membuka usaha layanan jasa wisata, mulai dari membuat paket *tour*, memasarkan dan melaksanakan operasional wisata. Pramuwisata merupakan duta bagi perusahaan dan bangsa serta mengemban citra budaya bangsa, karena mereka adalah ujung tombak dari keberhasilan promosi pariwisata. Tugas seorang pramuwisata adalah memimpin pelaksanaan suatu kegiatan kunjungan / wisata mulai dari persiapan sampai pada akhir kegiatan sesuai dengan ketentuan dalam fasilitas paket *tour* atau peraturan/ ketentuan yang telah disepakati antara perusahaan perjalanan wisata dengan wisatawan.

a. Persyaratan Pramuwisata



1. Umur serendah-rendahnya 18 tahun.
2. Menguasai Bahasa Indonesia dan salah satu bahasa asing dengan baik dan lancar.
3. Memiliki pengetahuan tentang objek wisata dan ketentuan perjalanan wisata.
4. Sehat fisik.
5. Berkelakuan baik.
6. Memiliki *licence/izin* dan sertifikat standar kompetensi pramuwisata.
7. Sanggup aktif mengikuti kegiatan yang ditentukan oleh organisasi.
8. Menerima Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, Program Kerja Organisasi dan Peraturan-Peraturan Organisasi.
9. Menyatakan diri secara tertulis menjadi anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia sebagai wadah tunggal.

b. Kode Etik Pramuwisata Indonesia

- Seorang pramuwisata harus memberi kesan yang baik mengenai kebudayaan, agama, dan negaranya bila memandu wisatawan.
- Seorang pramuwisata harus menjaga penguasaan diri yang tinggi dan memperhatikan penyajian pribadi termasuk kebersihan dan penampilan.
- Seorang pramuwisata harus sanggup menciptakan suasana yang hangat, gembira, dan sopan santun yang mencerminkan budaya Indonesia.
- Seorang pramuwisata harus memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada semua wisatawan dan tidak mengharapkan atau mohon komisi atau hadiah.
- Seorang pramuwisata harus mengerti kebudayaan dan latar belakang wisatawan dan memastikan wisatawan bertingkah laku layak dengan mematuhi peraturan-peraturan hukum dan adat istiadat sosial Indonesia dan menghindari keinginan untuk merusak.
- Seorang pramuwisata harus menghindari perdebatan mengenai agama, adat istiadat sosial, diskriminasi rasial, dan sistem politik di negara wisatawan.
- Seorang pramuwisata harus memberikan informasi yang jelas mengenai berbagai aspek tour, bila pramuwisata tidak yakin tentang suatu informasi ia harus mencari informasi tersebut dan memberitahukannya kemudian.
- Seorang pramuwisata tidak boleh menjelekkan perusahaan tempatnya bekerja, teman-teman sejawat atau komponen lainnya dari aktivitas wisatawan.
- Seorang pramuwisata tidak diperkenankan untuk membicarakan masalah pribadinya dengan wisatawan dengan maksud untuk memperoleh uang atau bantuan lainnya.
- Pada akhir *tour*, pramuwisata harus sudah memberikan kesan yang baik pada wisatawan sehingga mereka ingin datang lagi.
- Seorang mempunyai tanggung jawab etis kepada:
 - o perusahaan yang memberikan *job*/tugas,
 - o para pemberi pelayanan kepada *tour*,
 - o teman-teman sejawat industri,
 - o para peserta *tour*,
 - o masyarakat di daerah (pertimbangan kebudayaan dan lingkungan),
 - o diri sendiri,
 - o pertimbangan etis lainnya.

Untuk menjadi seorang pramuwisata yang profesional, seorang pemula harus memastikan bahwa perjalanan yang dipimpinnya sesuai dengan etika pemanduan umum. Etika adalah sistem moral, azas-azas, dan nilai-nilai serta mampu menjaga tingkah laku pribadi. Pramuwisata harus memberikan layanan kepada wisatawan sesuai dengan *job* diskripsi yang berlaku pada perusahaan terkait. Perlu diingat semua wisatawan mempunyai hak yang sama tanpa membedakan ras, warna, gender, umur, status perkawinan, agama, keturunan, atau status sosial.

c. Peran, Tanggung Jawab, dan Hak Pramuwisata

Dalam melaksanakan tugasnya, pramuwisata harus memahami batasan-batasan wewenang dan tanggung jawab sesuai dengan perjanjian kerja/peraturan/job diskripsi yang berlaku pada perusahaan tempat dia bekerja dan mentaati kode etik pramuwisata.

Pekerjaan pemanduan adalah pekerjaan yang dituntut untuk membina jaringan kerja antarperusahaan pemasok jasa yang terkait dengan layanan pemanduan wisata, antara lain sebagai berikut.

- Perusahaan (biro perjalanan) yang menugasinya
Perusahaan berhak memperoleh hasil yang terbaik dari petugas/karyawannya (termasuk pramuwisata) sebagai imbalan atas gaji yang diterimanya. Setiap selesai melaksanakan pekerjaan, pramuwisata harus memberikan laporan secara lengkap sesuai dengan ketentuan perusahaan. Seorang pramuwisata bisa bekerja untuk beberapa perusahaan; jangan sekali-kali mengeluarkan perkataan yang dapat menyinggung perasaan perusahaan tempat bekerja, tentang perjalanan-perjalanan mereka, dan teman sekerja.
- Para penyedia pelayanan *tour*.
Seorang pramuwisata harus menjalin kerja sama yang baik dengan para *supplier* agar mereka dapat menyerahkan kontrak-kontrak mereka kepada perusahaan.
- Teman-teman sejawat industri
Seorang pramuwisata harus bergabung dengan teman-teman sekerja jangan melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat mempermalukan teman-teman sekerja harus membagi informasi secara terbuka yang dapat memajukan pekerjaan bidang pramuwisata.
- Para peserta *tour*/wisatawan
Wisatawan telah mengeluarkan biaya yang cukup banyak untuk mengikuti *tour*, dan berhak untuk mendapatkan layanan yang terbaik. Pramuwisata bertanggungjawab atas kebahagiaan, kenyamanan, dan keselamatan mereka. Mereka telah membayar untuk suatu keahlian dan pengetahuan, dan berhak

untuk mendapatkannya. Semua informasi yang diberikan pada para wisatawan harus didasarkan pada kebenaran dan kejujuran dan dijamin tepat dan mutakhir. Pramuwisata dalam tugasnya harus memperlakukan setiap wisatawan sebagai VIP (orang penting) tanpa pilih kasih, dan harus memberikan pelayanan sesuai yang dipromosikan.

- Masyarakat lokal (pertimbangan kebudayaan dan lingkungan)
Seorang pramuwisata harus menghargai penduduk setempat, hak-hak, dan kepercayaan mereka. Para anggota rombongan/wisatawan harus diberi penerangan tentang adat istiadat setempat. Mereka perlu diberikan pengetahuan tentang sifat khusus kebudayaan lain dan diusahakan adanya pengertian akan hal ini di antara para peserta. Beri pengarahan mengenai persoalan lingkungan, misalnya berjalan pada jalan setapak yang sudah ditandai, memungut sampah, menggunakan barang bekas untuk daur ulang, dan harus selalu diberi contoh.
- Diri sendiri
Pramuwisata harus mempertahankan mutu layanan yang tinggi dengan selalu menambah pengetahuan dan keterampilan dan belajar menggunakannya secara efektif. harus berusaha untuk mencapai taraf pelayanan yang tinggi, dan selalu bertingkah laku secara professional.
- Memahami hal-hal yang berhubungan dengan asuransi perjalanan, baik bagi wisatawan dan dirinya. Hal ini sangat penting untuk menjaga kemungkinan-kemungkinan yang tidak diinginkan seperti :
 - o mendadak sakit dan perlu dirawat/pengobatan di rumah sakit,
 - o kecelakaan dalam perjalanan atau objek wisata,
 - o kehilangan barang/dokumen berharga.

Pertimbangan etis lainnya:

Tidak meminta tip dan memaksa para wisatawan untuk berbelanja ke toko-toko yang menawarkan komisi untuk pramuwisata.

d. Fungsi dan Uraian Tugas Pramuwisata

Fungsi:

- Membimbing perjalanan bersama wisatawan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sesuai dengan tugas pramuwisata.
- Memberikan informasi, bila perlu menjadi penterjemah mengenai perjalanan secara keseluruhan khususnya mengenai objek-objek wisata yang dikunjungi.
- Memperkenalkan hal-hal yang dirasakan baru bagi wisatawan atau yang perlu diketahui serta dijumpai selama perjalanan.
- Memberikan saran kepada wisatawan untuk melakukan sesuatu tindakan atau kegiatan yang mungkin timbul dan ada sangkut pautnya dengan perjalanan yang sedang dipandunya.

Uraian tugas:

- Memahami isi dan fasilitas yang tertera dalam paket wisata.
- Memeriksa kelengkapan dokumen-dokumen perjalanan wisata.
- Mengantar wisatawan baik rombongan maupun perorangan yang mengadakan perjalanan dengan bus, kereta api, kapal laut, pesawat terbang, dan jenis transportasi lainnya.
- Memberikan penjelasan tentang rencana perjalanan wisata dan destinasi serta memberikan penjelasan tentang peraturan-peraturan/ketentuan mengenai visa, paspor, keterangan kesehatan, akomodasi, transportasi, dan lain sebagainya.
- Memberikan petunjuk tentang destinasi yang menarik.
- Membantu wisatawan pada saat melaksanakan perjalanan wisata.
- Memberi petunjuk untuk mematuhi peraturan atau ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah dan instansi/perusahaan lainnya.
- Membantu menghubungi petugas terkait bila ada wisatawan sakit dalam perjalanan, kecelakaan, pencurian, dan musibah lainnya.
- Menjamin kepuasan berlibur semua wisatawan secara keseluruhan.
- Merekonfirmasi/memesan komponen acara *tour* yang wajib.
- Memimpin pengantaran kedatangan dan keberangkatan dari tempat penginapan (*check in/out*).
- Menyenggarakan serangkaian *tour* termasuk *tour* setengah hari/sehari penuh, *tour* malam, tempat-tempat menarik, dan *tour* khusus.
- Menawarkan *tour optional* sesuai peraturan biro perjalanan wisata.
- Membuat laporan administrasi perjalanan wisata termasuk laporan keuangan.

e. Asosiasi Pramuwisata



H P I

Nasional:

HPI = Himpunan Pramuwisata Indonesia



Internasional:

WFTGA = *World Federation of Tourist Guide*

Himpunan Pramuwisata Indonesia

(Sumber: <http://www.hpionline.org/a-d-hpi.html>)

1. Himpunan pramuwisata Indonesia disingkat HPI atau *Indonesia Tourist Guide Association* (ITGA) adalah organisasi profesi nonpolitik dan mandiri yang merupakan wadah tunggal pribadi-pribadi yang memiliki profesi sebagai pramuwisata.
2. Himpunan Pramuwisata Indonesia adalah asosiasi tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten/kota.
3. Organisasi ini bernama Himpunan Pramuwisata Indonesia disingkat HPI yang didirikan berdasarkan hasil temu wicara nasional pramuwisata di Panda'an (Jawa Timur) tanggal 29–30 Maret 1988 sebagai lanjutan Himpunan Duta Wisata Indonesia (HDWI) yang lahir di Kuta (Bali) tanggal 27 Maret 1983.
4. Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) disyahkan namanya pada tanggal 05 Oktober 1988 di Palembang (Sumatra Selatan), dalam MUNAS 1 Pramuwisata seluruh Indonesia.
5. Perangkat organisasi ini pada tingkat Nasional disebut Dewan Pimpinan Pusat disingkat DPP, yang berkedudukan di Ibukota Negara Republik Indonesia dan atau Ibukota Provinsi di Indonesia. Dewan Pimpinan Daerah Provinsi yang disingkat DPD yang berkedudukan di Ibukota Provinsi dan Dewan Pimpinan Cabang Kabupaten/Kota disebut DPC yang berkedudukan di Kabupaten/Kota atau sebutan lain yang sesuai dengan kondisi daerah.
6. Himpunan Pramuwisata Indonesia berazaskan Pancasila.
7. HPI bertujuan:
 - menghimpun, mempersatukan, meningkatkan, dan membina persatuan Pramuwisata Indonesia agar lebih berdaya dan berhasil guna bagi kesejahteraan dan kehidupan diabdikan bagi kelestarian Pariwisata Indonesia,
 - berupaya melaksanakan dan menyukseskan pembangunan, pembinaan, dan penelitian wawasan pariwisata terkait, baik pemerintah maupun swasta,
 - bertindak mewakili para anggota dalam memperjuangkan dan melindungi kepentingan bersama.

8. HPI berfungsi sebagai wadah tunggal pramuwisata Indonesia dalam rangka pembinaan berkomunikasi antarpramuwisata, pramuwisata dengan pemerintah atau swasta dalam rangka pengembangan dunia pariwisata Indonesia.
9. Tugas dan Usaha HPI; (1) secara aktif menggalakkan dan melaksanakan pembangunan pariwisata secara teratur, tertib, dan berkesinambungan, (2) memupuk dan meningkatkan semangat serta kesadaran nasional sebagai warga Negara Republik Indonesia serta memiliki tanggung jawab yang tinggi terhadap pembangunan pariwisata Indonesia, (3) menciptakan kerja sama dengan pemerintah maupun komponen usaha jasa pariwisata demi terciptanya lapangan kerja yang layak dan merata bagi anggota, (4) berusaha meningkatkan profesionalisme dan kesejahteraan anggota, (5) melakukan administrasi keanggotaan secara teratur sesuai dengan peraturan yang berlaku.
10. Keanggotaan terdiri dari pramuwisata yang terdaftar syah dan memenuhi ketentuan yang berlaku, yaitu; (1) anggota biasa dan (2) anggota kehormatan. Anggota biasa mempunyai hak bicara, hak suara, hak memilih, dan dipilih sebagai anggota Dewan Pimpinan Pusat, Daerah, dan Cabang.
11. HPI dipimpin oleh Dewan Pimpinan Pusat (DPP), Dewan pimpinan Daerah (DPD), dan Dewan Pimpinan Cabang (DPC) atau sebutan lain sesuai dengan kondisi daerah.
12. Lambang Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) adalah Burung Cendrawasih.
13. Lambang Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) dipergunakan untuk pembuatan bendera, jaket, *badge*, vandrel, dan tanda lain yang menunjukkan identitas HPI.
14. Anggota HPI adalah Warga Negara Indonesia yang telah memenuhi ketentuan sebagai berikut.
 - 1) Umur serendah-rendahnya 18 tahun.
 - 2) Menguasai Bahasa Indonesia dan salah satu bahasa asing dengan baik dan lancar.
 - 3) Memiliki pengetahuan tentang objek wisata dan ketentuan perjalanan wisata.
 - 4) Sehat fisik.
 - 5) Berkelakuan baik.
 - 6) Memiliki *licence*/izin dan sertifikat standar kompetensi pramuwisata.
 - 7) Sanggup aktif mengikuti kegiatan yang ditentukan oleh organisasi.
 - 8) Menerima Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, Program Kerja Organisasi dan Peraturan-Peraturan Organisasi.
 - 9) Menyatakan diri secara tertulis menjadi anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia sebagai wadah tunggal.

15. Setiap anggota biasa berhak:
 - 1) memperoleh perlakuan yang sama dari organisasi,
 - 2) mengeluarkan pendapat dan mengajukan usul-usul dan saran-saran,
 - 3) memilih dan dipilih,
 - 4) memperoleh perlindungan dan pembelaan, pendidikan, penataran, dan bimbingan organisasi.
 - 5) hak-hak lain yang akan ditentukan kemudian.
 16. Setiap anggota HPI biasa berkewajiban:
 - 1) setia kepada organisasi,
 - 2) tunduk dan taat kepada Anggaran Dasar, Anggaran Rumah Tangga, dan Keputusan-Keputusan Organisasi,
 - 3) menjaga nama baik Organisasi,
 - 4) membayar uang pangkal/iuran wajib.
 17. Pemberhentian Anggota HPI disebabkan:
 - 1) meninggal dunia,
 - 2) atas permintaan sendiri,
 - 3) diberhentikan yang ketentuannya diatur lebih lanjut dalam peraturan Organisasi,
 - 4) bukan warga Indonesia lagi.
- Catatan: Pramuwisata sedapat mungkin memiliki dokumen daftar *executive board* (terlampir: daftar lampiran 01/TG).

f. Meningkatkan Jenjang Karier Pramuwisata

Karier sebagai pramuwisata, tidak hanya pelaksana dan memimpin perjalanan wisata, tetapi banyak peluang untuk naik ke jenjang manajemen, seperti *tour planner*, *tour operator*, *event organizer* dan lain-lain tergantung dari minat dan kemauan serta mampu dan berani mengisi peluang yang ada, seperti:

- seminar-seminar/kursus-kursus/pelatihan dengan topik terkait,
- ikut serta dalam aktivitas perhimpunan pramuwisata,
- publikasi penelitian/survei resmi dan tidak resmi,
- *searching* melalui internet,
- membaca dan mencatat informasi/legenda/sejarah objek wisata,
- bertukar pengalaman dan saling bantu dengan teman kerja,
- menjalin jaringan kerja dengan perusahaan dan masyarakat.

Hal penting yang harus Anda tanamkan dalam diri Anda adalah Anda memahami apa harapan wisatawan kepada Anda selaku pramuwisata. Harapan tersebut di antaranya adalah:

- liburan dapat terlaksana dengan menyenangkan sesuai rencana,

- wisatawan bebas dari kesulitan memilih hotel, transportasi, dan rumah makan serta informasi wisata/cerita/legenda/sejarah dan segala yang berhubungan dengan penyelenggaraan *tour*/liburannya,
- resiko keselamatan dan keamanan para wisatawan berkurang dengan hadirnya pramuwisata, karena pramuwisata sudah menguasai *detail itinerary* dan informasi dari rute dan objek wisata.

g. Jenis-Jenis Pramuwisata

Secara spesifik, Mancini (2001:5) membagi jenis-jenis *tour guide* ke dalam klasifikasi:

- *On-Site Guide*

Pelaksanaan perjalanan wisata oleh *tour guide* jenis ini biasanya dengan berjalan kaki atau menggunakan kendaraan wisata khusus. Jenis *tour guide* ini merupakan pramuwisata yang mendapatkan pembayaran yang relatif "minim", bahkan beberapa di antaranya bekerja sukarela dikarenakan kecintaan dan pengabdianya untuk menjelaskan area tertentu seperti keraton, museum, dan lain-lain.

Pramuwisata yang mengabdikan dirinya dalam memberikan informasi biasa disebut dengan *docent* yang benar-benar memahami secara detail tentang objek tersebut.



Gambar 03/TG: Pramuwisata sedang melaksanakan pemanduan *on site*

Namun ada pula pramuwisata jenis ini yang mendapatkan pembayaran yang cukup baik, yaitu *on site guide* yang bekerja untuk pemerintah sebagai penjaga taman nasional atau untuk perusahaan yang memberikan informasi mengenai wilayah pabrik produksi. Memandu perjalanan wisata satu atau beberapa jam pada bangunan-bangunan khusus (seperti Monumen Nasional di Jakarta), atraksi wisata (seperti Dunia Fantasi di Jakarta) atau area khusus (seperti kawasan Bendungan Jatiluhur).



Gambar 04/TG : Seorang pemandu (berbaju merah) sedang melakukan salah satu bagian dari pemanduan dalam kota (*city tour guide*)



Gambar 05/TG : Coach, pengemudi yang memberikan informasi kepada wisatawan sambil mengemudikan Bus /kendaraan

- *City Tour Guide*

Pramuwisata sedang memberikan informasi mengenai hal-hal penting dan detail dalam sebuah kota. Walaupun sebenarnya *tour* menggunakan bus wisata (minibus atau kendaraan jenis van) namun karena dalam program ada kegiatan yang di beberapa kota pelaksanaannya dengan berjalan kaki mungkin untuk berbelanja, mendekati objek wisata/gedung bersejarah ataupun membeli *souvenir*. Kehati-hatian dalam keselamatan wisatawan sangat diutamakan.

Pramuwisata melakukan peran ganda, baik sebagai pramuwisata maupun sebagai pengemudi, sehingga pada jenis *city tour guide/tour coach*. Tentu saja pemanduan jenis ini memiliki kelemahan yaitu tidak dapat berkomunikasi secara

efektif dengan wisatawan (tanpa *eye contact* dan *body language*) dan hanya memberikan informasi utama secara formal, hal ini dilakukan untuk keamanan dalam mengemudi.

Jenis lain dari pramuwisata *city guide* disebut dengan *personal* atau *private guide*. Di beberapa negara atau kawasan wisata *private guide* terkadang menjalankan pemanduan yang disebut dengan *exclusive tour*, dimana mereka menawarkan perjalanan wisata sendiri dengan menggunakan jenis transportasi seperti taksi untuk berkeliling kota.

Walaupun *city guide* jarang melaksanakan pekerjaannya lebih dari satu hari, namun pramuwisata jenis ini dituntut pula memiliki penguasaan yang akurat dan tepat untuk menginformasikan hal-hal yang berkaitan dengan sebuah kota. Untuk hal tersebut seringkali pramuwisata jenis ini harus mengikuti pengujian yang dilaksanakan oleh pemerintah dan mendapatkan lisensi untuk menjalankan kegiatannya.

- *Specialized Guide*

Pramuwisata yang mempunyai keahlian atau keterampilan yang unik atau spesial. Sebagai contoh pramuwisata yang memandu wisata petualangan khusus yang memerlukan pengalaman khusus (seperti penyelaman, arung jeram, petualangan di padang luas atau *trekking*).



Pramuwisata jenis ini dapat bekerja untuk perusahaan besar atau melakukan pekerjaan secara independen.

Umumnya wisatawan menyewa pramuwisata jenis ini sebagai pekerja paruh waktu (*free lance*) dan sebagai *specialists*. Pramuwisata jenis ini biasa juga disebut dengan *step on guides*.



2. PERSIAPAN DAN TEKNIK PEMANDUAN

a. Informasi Wisata

Keberhasilan pemanduan ditentukan oleh sejauh mana persiapan yang telah dilakukan, seorang pemandu dalam mengumpulkan data/informasi untuk persiapan harus benar-benar akurat dan dapat dipercaya.

Jangan sekali-kali berbohong walaupun maksudnya ingin memuaskan wisatawan, bila ternyata di antara wisatawan ada yang mengetahui secara pasti dan benar, akan dapat menjerumuskan kita sendiri. Ingatlah bahwa tugas Anda adalah memberi informasi dalam lingkup tertentu dan mempromosikan negara Anda, jangan mencoba menciptakan adu argumen dengan wisatawan! Anda benar-benar dituntut untuk tidak emosional karena watak dan tabiat para wisatawan sangat berbeda satu dengan yang lain.

1) Sumber Informasi

a. Sumber hidup

- Para pemasok/pengusaha, sarana, mereka memiliki informasi tentang objek kunjungan/wisata yang dikelolanya.
- Wartawan, akademisi, konsultan, dan tetua (orang yang dituakan) atau tokoh masyarakat, mereka sering punya pandangan yang lebih luas dan tidak memihak.

- Asosiasi profesi yang terkait.
 - *Internal customer* (pegawai, karyawan) dan teman sekerja dalam satu sistem manajemen perusahaan.
- b. Sumber kepustakaan
- Brosur dari biro perjalanan yang terstandar, laporan-laporan sektor pasar wisata, maupun majalah-majalah pariwisata.
 - Laporan dan bahasan dari asosiasi, karena tidak semua biro wisata mau mengadakan tukar-menukar pengalaman secara langsung.
 - Hasil penelitian (hasil pengolahan angket bagi pengguna jasa).
 - *Browsing* melalui internet dengan memperhatikan pada kejelasan/akurat/valid dari pengirim informasi.
 - Perpustakaan/buku-buku sejarah.

2) Jenis-Jenis Informasi

- a. Sejarah:
- Tokoh-tokoh terkenal yang berasal dari daerah tersebut, seperti HM Thamrin sebagai pahlawan rakyat Betawi, untuk apa dan mengapa dia berjuang, tahun berapa, siapa lawannya dan dimana gedung/tempat bersejarahnya adakah monumennya.
 - Gedung dan bangunan bersejarah serta cinderamata.
 - Peristiwa bersejarah dan peninggalan kuno, prasasti.
 - Kebudayaan bersejarah seperti asal-usul tarian, lukisan, lagu rakyat, pakaian, dan adat budaya.
- b. Keadaan Alam
- Iklim/cuaca, tidak hanya kemarau dan penghujan saja tetapi dihubungkan dengan persiapan dan apa yang akan diperbuat penduduk setempat dalam keadaan itu, seperti bertanam padi, musim menuai, dan penggunaan sistem pengairan.
 - Pemandangan alam seperti lautan, pegunungan, sungai, jelaskan tentang berapa kedalaman, ketinggian, apa fungsinya untuk penduduk dan keistimewaan yang lain.
 - Keadaan tanah dan hasilnya, tambang dan mineral lain ataupun kesuburannya dikaitkan dengan hasil bumi penduduk setempat.
 - Fenomena alam/gunung berapi, perubahan/gejala perubahan alam/evolusi.
 - Flora dan fauna yang khas di daerah tersebut dan pemanfaatannya.

- c. Lingkungan buatan
 - Taman, kebun binatang, kebun raya, dan bangunan seperti Teater terbesar, jembatan, jalan terpanjang dan lain-lain.
 - Daerah yang terkenal seperti Pecinan, Taman Mini, berikan informasi tentang mengapa dibangun, kapan, siapa yang membangun dan untuk tujuan apa.
 - Pabrik-pabrik terkenal dan institut serta lembaga terkenal.
 - d. Peristiwa atau hal-hal baru yang sedang hangat.
 - Festival besar yang diselenggarakan hanya 1 atau 2 kali dalam setahun: festival seni nasional, festival makanan daerah dan lain-lain.
 - Upacara-upacara kenegaraan, olahraga ataupun kesenian.
 - Hari-hari khusus agama yang dirayakan oleh masyarakat dengan penampilan istimewa seperti Lebaran, Nyepi, Galungan, dan lain-lain.
- 3) Pengumpulan Data Informasi

Seorang pramuwisata di era sekarang, sudah sangat banyak mendapatkan kemudahan dalam mencari informasi sebagai data pemanduan yaitu dengan menggunakan komputer, mulai dari *browsing* dan menuliskan ringkasan dari buku atau dongeng/legenda.

Data yang diperoleh dikumpulkan dengan diklasifikasikan mulai dari daerah – objek yang terdapat – informasi formal – legenda – humor.

Hal ini dilakukan untuk memudahkan pencarian bila sewaktu-waktu ditugasi untuk memandu ke daerah tersebut.

Pengolahan informasi dapat dilakukan dengan pentahapan sebagai berikut.

- Pengumpulan data/informasi
- Identifikasi sesuai dengan keakuratan data
- Memilah informasi
- Mencatat/menulis dalam *file*
- Kelompokkan dalam satu *folder* sesuai dengan urutan klasifikasi

Contoh:

Folder : Bandung

Subfolder : Tangkuban Perahu

File : - Lokasi – jarak dari Jakarta/Bandung
 - Fenomena alam
 - Unggulan (belerang)

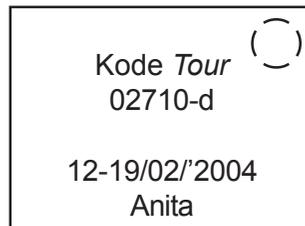
- Tehnik pencatatan informasi (*Note taking technique*)

 Gunakan kertas yang kuat dan sedang ketebalannya.

Potonglah dengan ukuran $\pm 10 \times 15$ cm cukup terpegang dalam telapak tangan (*handy*).

- ☞ Lubangi ujung kanan atas untuk lubang *ring*.
- ☞ Kelompokkan topik dalam warna tersendiri, dan kelompokkan warna sesuai urutan presentasi/*route* perjalanan.
- ☞ Tuliskan secara singkat dan pergunakan kode yang biasa Anda lakukan, misalnya : untuk = u' , dengan = dg, penumpang = pax. Pada kertas terdepan tuliskan kode tujuan wisata dan waktu pelaksanaan.

Gambar:



Keuntungan cara ini :

1. Tidak cepat rusak.
2. Dapat diubah posisi tiap lembar sesuai dengan route dan paket.
3. Dapat disimpan dalam saku pakaian dan tidak mudah hilang karena memakai *ring* sehingga dapat dikaitkan pada benda lain.



Informasi ada dua jenis:

1. Sumber hidup
2. Sumber media (kepustakaan, situs internet)

Sumber hidup, meliputi:

wisatawan maupun para pemasok sarana, mereka seringkali memiliki informasi tentang pesaing baik pemandu secara individual maupun biro perjalanan wisata.

- Wartawan, akademisi, konsultan, dan tetua (orang yang dituakan) atau tokoh masyarakat, mereka sering punya pandangan yang lebih luas dan tidak memihak.

- Asosiasi profesi.
- *Internal customer* (pegawai, karyawan) dan teman sekerja dalam satu sistem manajemen perusahaan.
- Para tetua setempat (pawang, pemuka masyarakat yang terkait).



Sumber Media, meliputi:



- brosur dari biro perjalanan yang terstandar, laporan-laporan sektor pasar wisata, maupun majalah-majalah pariwisata,
- laporan dan bahasan dari asosiasi, karena tidak semua biro wisata mau mengadakan tukar menukar pengalaman secara langsung,
- hasil penelitian (hasil pengolahan angket bagi pengguna jasa),
- majalah, koran, buku sejarah, buku cerita rakyat/legenda,
- situs pariwisata di internet, TV, radio.

1) Jenis-Jenis Informasi dalam Pemanduan

Sejarah

- 🔊 Tokoh-tokoh terkenal yang berasal dari daerah tersebut, seperti HM Thamrin sebagai pahlawan rakyat Betawi, untuk apa dan mengapa dia berjuang, tahun berapa, siapa lawannya, dan dimana gedung/tempat bersejarahnya adakah monumennya.
- 🔊 Gedung dan bangunan bersejarah serta cinderamata.
- 🔊 Peristiwa bersejarah dan peninggalan-peninggalan kuno, prasasti.
- 🔊 Kebudayaan bersejarah seperti tarian, lukisan, nyanyian, pakaian, dan adat budaya.

Keadaan Alam

- ☞ Cuaca, tidak hanya kemarau dan penghujan saja tetapi dihubungkan dengan persiapan dan apa yang akan diperbuat penduduk setempat dalam keadaan itu, seperti bertanam padi, musim menuai, dan penggunaan sistem pengairan.
- ☞ Pemandangan alam seperti lautan, pegunungan, sungai, jelaskan tentang berapa kedalaman, ketinggian, apa fungsinya untuk penduduk dan keistimewaan yang lain.
- ☞ Keadaan tanah dan hasilnya, tambang dan mineral lain ataupun kesuburannya dikaitkan dengan hasil bumi penduduk setempat.
- ☞ Flora dan fauna yang khas di daerah tersebut dan pemanfaatannya.

Lingkungan Buatan

- ☞ Taman, kebun binatang, kebun raya, dan bangunan seperti teater terbesar, jembatan, jalan terpanjang dan lain-lain.
- ☞ Daerah yang terkenal seperti Pecinan, Taman Mini, berikan informasi tentang mengapa dibangun, kapan, siapa yang membangun dan untuk tujuan apa.
- ☞ Pabrik-pabrik terkenal dan institut serta lembaga terkenal.

Peristiwa atau Hal-Hal Baru yang Sedang Hangat

- ☞ Festival besar yang hanya diselenggarakan hanya 1 atau 2 kali dalam setahun: festival seni nasional, festival makanan daerah dan lain-lain.
- ☞ Upacara-upacara kenegaraan, olahraga ataupun kesenian.
- ☞ Hari-hari khusus agama yang dirayakan oleh masyarakat dengan penampilan istimewa seperti Lebaran, Nyepi, Galungan dan lain-lain.

2) Tehnik Pencatatan (*Note Taking Technique*)

- ☞ Gunakan kertas yang kuat dan sedang ketebalannya (manila). Potonglah dengan ukuran $\pm 10 \times 15$ cm cukup terpegang dalam telapak tangan (*handy*).
- ☞ Lubangi ujung kanan atas untuk lubang *ring*.
- ☞ Kelompokkan topik dalam warna tersendiri, dan kelompokkan warna sesuai urutan presentasi/*route* perjalanan/*itinerary*.
- ☞ Tuliskan secara singkat dan pergunakan kode yang biasa Anda lakukan, misalnya: untuk = u', dengan = dg, penumpang = pax. Pada kertas terdepan tuliskan kode tujuan wisata dan waktu pelaksanaan.

Gambar:



Keuntungan cara ini:

1. Tidak cepat rusak.
2. Dapat diubah posisi tiap lembar sesuai dengan *route* dan paket.
3. Dapat disimpan dalam saku pakaian dan tidak mudah hilang karena memakai *ring* sehingga dapat dikaitkan pada benda lain.

3) **Penyiapan Sarana Perjalanan Wisata**

Pastikan melalui *check*, *recheck* and *cross check*

- a) Kondisi kendaraan sudah "siap dan layak jalan". Tanyakan pada driver untuk memastikan kondisi kendaraan seperti: AC, ban, bahan bakar, toilet (kalau ada).
- b) Pengemudi utama dan cadangan (kalau ada), sehat dan siap.
- c) Kondisi jalan menuju sasaran, sesuai dengan besar kendaraan dan cari jalan alternatif sebagai cadangan.
- d) Payung, jas hujan, dan PPPK dalam kondisi baik dan lengkap.
- e) Peserta khusus (yang punya sakit tertentu) sudah dihubungi untuk membawa persiapannya.
- f) Objek wisata/tujuan sudah dihubungi dan siap menerima.
- g) *Guide* lokal (kalau ada) sudah dihubungi.
- h) *Crew* sudah memahami tugas dan tanggung jawabnya.
- i) *Tool/kit* yang akan dibagikan pada wisatawan sudah siap.
- j) Susunlah peralatan yang akan dipakai dengan sistematis sesuai dengan urutan acara perjalanan dan seluruh *crew* mengetahuinya.

- k) Tuliskan nama dalam *name tag* benar ejaannya, terbaca jelas.
- l) Hafalkan nama dan ingat ciri-ciri dari wisatawan khusus.
- m) Upaya *seat* rotasi agar tidak membosankan, dengan bijaksana.
- n) Restoran dan akomodasi siap menerima kedatangan.
- o) Alat pembayaran yang diperlukan dalam perjalanan (cek, *voucher*) sudah siap.
- p) Jangan lupa! Penampilan dan persiapan pribadi kita sendiri.

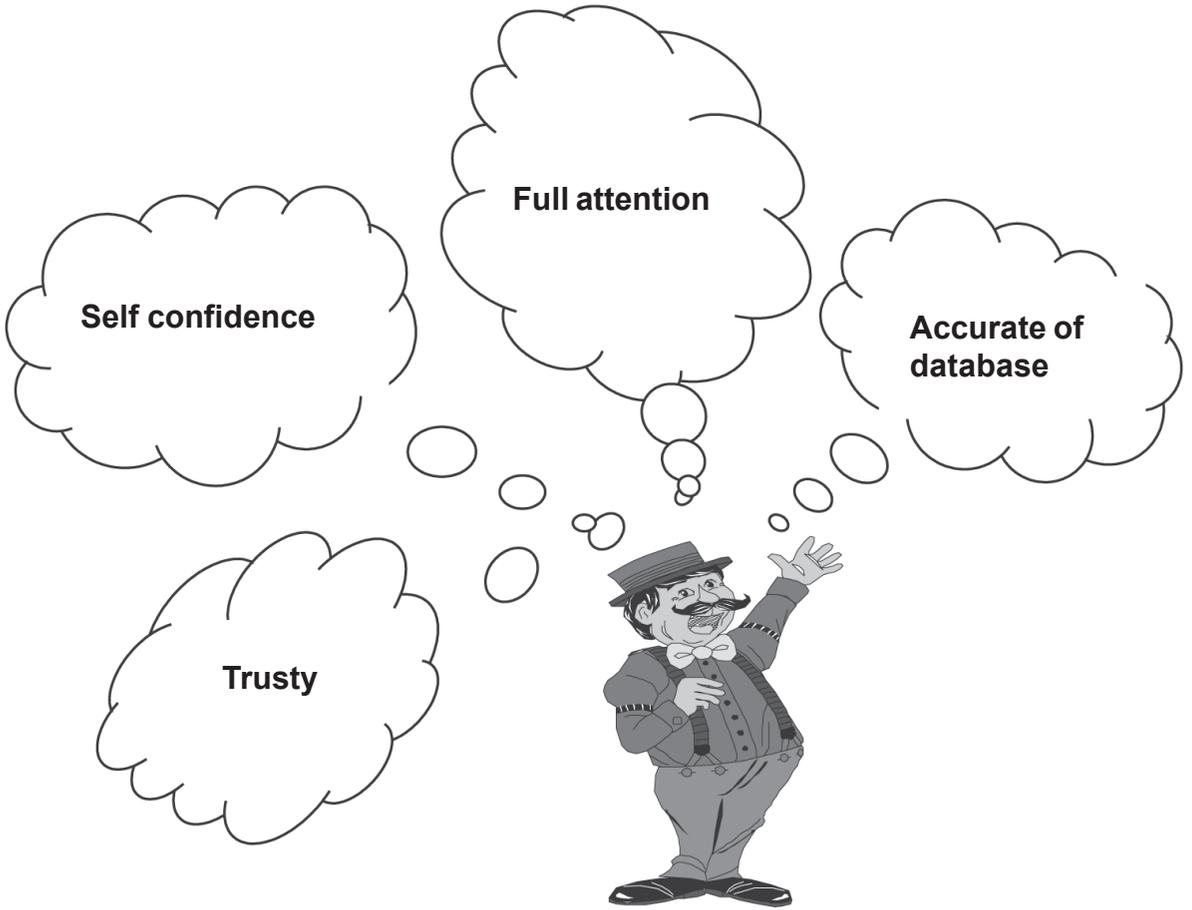


4) Persiapan Menemui Wisatawan

***The first impression* (kesan pertama)**

Usahakan pada pertemuan pertama, Anda dapat menanamkan kepercayaan (*trusty*) dan mampu memberikan kesan yang positif dan simpati.

Begitu pentingnya sebuah kesan pertama, karena merupakan 'pintu masuk' untuk membina hubungan dengan relasi/wisatawan. Bagaimana menciptakan kesan pertama yang positif?



- * *Check* semua kelengkapan kendaraan, AC, *reclining seat*, ban, PPPK, *microphone*, nama *driver* dan *co driver* dan selalu bekerja sama dengan *driver*.
- * Pastikan bahwa Anda berdandan rapi, bersih, serasi, dan sesuai kesempatan dan lokasi yang dikunjungi.
- * Kenali wisatawan Anda dengan bersahabat dan sopan.
- * Tidak melakukan gerakan yang tidak perlu (garuk kepala, rambut dan lain-lain).
- * Dengarkan dan tangkaplah tanda-tanda verbal dan nonverbal.
- * Selalu menyapa wisatawan dengan ringan dan ramah.
- * Senyumlah dengan yang tulus.
- * Memelihara lingkungan kerja selalu bersih dan rapi.
- * Tampilkan diri dengan penuh percaya diri.
- * Jangan membuat kesimpulan terlalu cepat.
- * Selalu menjaga sikap tubuh dan ekspresi wajah yang nyaman dan menenangkan.
- * Perlakukan teman kerja dengan sopan dan saling menghargai.
- * Tidak melipat tangan atau memasukkan tangan ke dalam saku celana.

Microphone Teknik

Teknik menggunakan (*microphone*) sangat mempengaruhi kenyamanan bagi dan kejelasan dalam penyampaian informasi, karena mice adalah penguat suara pemandu. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penggunaan mice adalah:

- 👉 sebaiknya digunakan *cordless mice* (tanpa kabel) dengan *clip mice* sehingga dapat disisipkan pada pakaian dan tidak mengganggu gerak, pilih tempat menyisip yang tepat, mutlak harus dicoba lebih dahulu, perhatikan arah dan jarak dari mulut/bibir.
- 👉 bila menggunakan hand mice, dicoba untuk menghasilkan volume suara yang jelas, tidak bergaung/jernih. Perhatikan luas areal, apakah dalam microbus, bus, alam terbuka ataupun dalam ruangan.
- 👉 perhatikan jarak antara mice dengan bibir, ini tergantung dari masing-masing karakter/merek mice. Posisi mice harus mengikuti gerak arah wajah (hati-hati bila menengok kekiri/kanan, mice harus ikut bergerak).
- 👉 sebagai patokan, lengan tangan sebaiknya melekat pada badan (ketiak rapat) sehingga yang menentukan jarak sekitar siku.
- 👉 pendengaran harus selalu bekerja sama dengan suara dan tangan/jarak.

5) Mutu Layanan

- Bicara dengan fakta
- Jangan menyalahkan orang lain
- Temukan sumber persoalan
- Bina *team spirit*/grup
- Utamakan kepuasan wisatawan tanpa mengabaikan kepentingan perusahaan

Mendengarkan dan Menjawab Pertanyaan

Teknik atau kiat dalam menjawab pertanyaan, sangat penting dan harus dikuasai oleh seorang pemandu; untuk mengantisipasi apabila pertanyaan itu sulit bahkan menyudutkan kita. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah:

- 👂 Perhatikan apakah pertanyaan mereka (pertanyaan terbuka atau tertutup).
- 👂 Dengarkan semua pertanyaan dengan tenang, ramah, simpati.
- 👂 Gunakan bahasa yang dimengerti oleh penanya, atau perlu dengan bantuan media komunikasi atau bahasa gerak.
- 👂 Tidak meremehkan atau menilai bahwa pertanyaan itu hal yang bodoh.
- 👂 Jangan merasa diharuskan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya pribadi, Anda bisa menolaknya dengan halus.
- 👂 Jangan menyanggah pertanyaan yang memusuhi dan kritik, tapi arahkan pada hal positif.
- 👂 Perjelas pertanyaan dengan mengulangi inti dan maksud pertanyaan sehingga Anda bias (melantur) dalam menjawab.
- 👂 Jawablah dengan singkat, jelas dan efektif
- 👂 Jangan merasa bodoh bila Anda tak mampu menjawab, cari jawaban sementara dari *audiens* dan simpulkan.
- 👂 Jujurlah dalam menjawab, jangan beri kesan *sok* tahu.
- 👂 Berhati-hatilah, kadang orang bertanya, bukan karena tidak tahu, tapi hanya ingin membandingkan dan kepastiannya.
- 👂 Bila pertanyaan bersifat keluhan/komplain, dengarkan dengan empati dan upayakan tindak lanjut yang nyata.
- 👂 Jangan memberi kesan bahwa Anda seorang guru dan wisatawan adalah murid Anda. Ingat bahwa wisatawan mengikuti *tour* bukan untuk belajar tetapi untuk bersenang-senang dan santai.
- 👂 Tunjukkan bahwa Anda merasa senang dengan pertanyaan dari mereka dan peran serta mereka.
- 👂 Beri kesempatan yang merata dan tidak pilih kasih.

b. Teknik Memandu Wisatawan

1) Mengawali Pemanduan



Pilihlah suatu tempat yang strategis, aman, menarik, dan mudah dikenal untuk memulai pemanduan. Bila Anda akan memulai suatu perjalanan dengan bus, lakukan *greeting* sebelum naik ke bus atau sebelum bus bergerak.

Yang harus dilakukan adalah

- Mengucapkan salam dengan bahasa yang familiar.
- Perkenalkan nama perusahaan, rekan kerja, dan diri Anda sendiri serta gunakan tanda khusus untuk memudahkan pengenalan.
- Cek nama/amati wisatawan satu persatu dengan menyebut nama, atau persilakan mereka untuk saling mengenali melalui *name tag* yang telah dibagikan, sehingga mereka akan saling mengenal bila *group* belum saling mengenal.
- Jelaskan secara singkat dan jelas *itinerary*, sebaiknya dibagikan sekilas informasi dalam bentuk brosur dengan tulisan dan gambar yang jelas.
- Beri kesempatan untuk bertanya.

2) Melaksanakan Pemanduan

- Kenalilah budaya mereka dan sesuaikan situasi dengan *culture* rata-rata/ terbanyak.
- Pelayanan informasi di atas bus dengan posisi berdiri dengan sikap kaki yang tepat, tergantung goyangan bus bisa dengan jarak 20–30 cm antara dua kaki ke depan atau ke samping, dan boleh bersandar tapi tetap dalam sikap tegak, tidak terkesan malas.



- Jangan menjelaskan suatu objek yang sudah tertinggal atau masih sangat jauh. Adakan kerja sama dengan *driver* supaya kecepatan dikurangi bila ada hal-hal yang menarik dan memerlukan informasi secara lebih rinci.
- Tanggap akan kondisi wisatawan, jenuh, lelah atau mengantuk. Cepat mawas diri apakah penyebabnya dan segera alihkan strategi Anda untuk mengantisipasi keadaan. Bila rata-rata benar-benar mengantuk, persilakan istirahat dan berhentilah bicara kemudian putarlah lagu instrumen yang tenang. Bila terlihat tanda kebosanan cobalah untuk membuat *games*/ permainan yang melibatkan wisatawan. Jangan hanya Anda yang aktif, tapi buatlah mereka aktif dan bergerak.
- Bila Anda menangani *walking tour*, posisikan dimana Anda berdiri agar semua wisatawan dapat melihat dan mendengar Anda dengan jelas. Dalam keadaan berjalan bersama rombongan, Anda harus selalu berada pada posisi kritis, seperti tikungan, jembatan, pintu masuk, sehingga Anda mudah memimpin mereka dan ingatkan kalau ada tempat yang licin atau tangga naik/turun.
- Dalam kondisi berjalan berpencar, harus dikumpulkan lebih dahulu dan berikan informasi lokasi (toilet, tiket *sales*, *souvenir*, kedai snack, dan lain-lain) dimana *meeting point*, samakan waktu dan tentukan jam berapa harus berkumpul sebagai pos dan Anda tetap siap di pos untuk menjaga hal-hal yang *emergency*. Berikan informasi tentang larangan-larangan, tanda bahaya, dan aturan yang berlaku.
- Ajaklah wisatawan untuk bersama-sama menghargai kesepakatan waktu dengan memberikan pengertian tanpa mengurangi kenyamanan dan kesenangan, terpaksa harus kembali untuk meneruskan perjalanan bila saatnya telah tiba.

- Mendahulukan wisatawan yang tua dan lemah, tanpa meremehkan kemampuan dan menyinggung perasaannya, ingat bahwa *culture* berbeda (cross-culture understanding).
- Cobalah untuk memotivasi adanya rasa kebersamaan antarwisatawan.
- Dalam keadaan darurat, cobalah untuk menawarkan alternatif pemecahan yang sama-sama menguntungkan, walaupun dalam hal ini mungkin terjadi tentangan keras dari seseorang, namun tetap hindari adu argumentasi/berdebat.
- Ingatkan pada wisatawan akan barang bawaannya, setiap kali Anda akan berpindah lokasi dan selalu cek jumlah wisatawan.
- Bila terjadi kecelakaan atau ada yang sakit, berikan pertolongan pertama, hubungi dokter/rumah sakit terdekat dan kantor Anda, bila diperlukan.
- Pada saat berhenti untuk makan bersama, hubungi kembali (*reconfirm*) restaurant untuk memastikan kesiapan, dan jumlah seat. Beri informasi apa menunya dan ketentuan lain seperti makanan/minuman tambahan yang tidak termasuk dalam paket serta waktu yang disediakan. Pastikan mereka sudah mulai makan dan berkelilinglah meneliti mutu makanan dan pelayanan restaurant, baru Anda menyusul untuk kemudian jangan biarkan mereka menunggu Anda yang sedang makan. Ambil meja khusus untuk *crew*, sehingga Anda dapat mengamati situasi makan.
- Ingatkan sebelum meneruskan perjalanan, tentang toilet, barang bawaan, dan ucapan terima kasih atas tertib dan sampaikan permintaan maaf bila ada kekurangan.
- Bila ada pemandu lokal pada salah satu objek wisata, perkenalkan *guide* lokal pada wisatawan dan hargailah rekan pemandu Anda.

3) Mengakhiri Pemanduan

- Akhir pemanduan merupakan kesan menyenangkan pada akhir dari *tour* dan membuat wisatawan merasa hilang kelelahannya.
- Pilihlah suatu tempat/lokasi yang strategis, aman, menarik, dan nyaman untuk mengakhiri pemanduan sebelum kembali ke bus.



- Kumpulkan seluruh peserta *tour*, ambil posisi dimana Anda harus berdiri agar semua peserta *tour* dapat melihat dan mendengar Anda dengan jelas.
- Sampaikan bahwa *tour* akan segera berakhir dan berilah rangkuman informasi dari apa yang telah mereka kunjungi.
- Beri kesempatan untuk bertanya dan jawablah dengan singkat dan jelas.
- Bila perusahaan/kantor Anda menyediakan *souvenir* inilah saat paling tepat untuk memberikannya.
- Sampaikan rasa terima kasih perusahaan, *driver/crew* dan Anda sendiri atas kesediaan mereka karena telah bergabung dengan *tour* ini.
- Ingatkan barang bawaan jangan ada yang tertinggal dalam kendaraan
- Katakan bahwa Anda juga terkesan dengan mereka dan berikan salam perpisahan disertai harapan akan jumpa lagi di lain kesempatan.



Kesalahan besar bagi seorang *tour guide* apabila melakukan hal-hal sebagai berikut.

- o Menginformasikan hal-hal negatif secara vulgar.
- o Merasa sebagai orang penting dan sangat dibutuhkan oleh wisatawan.
- o Merasa menjadi pusat perhatian dan minta perhatian dari wisatawan.
- o Menampilkan diri pribadi bukan perusahaan/profesi.
- o Merasa menjadi orang yang paling tahu.

c. **Interview Beberapa Pramuwisata Internasional**

(To improve your english, please discuss with your group to translate this interview)

We interviewed Cherie Anderson, owner and president of Professional *Tour* Management Training in Lake Forest, California, to get her insights on what it's like to be a *tour* director. Ms. Anderson has led tours across the globe. When she is not busy touring, she is training others how to become *tour* guides. In the following interview, she also explains some of the benefits formal training can provide.

Tell us a little bit about your company. When did it get started?

Before I started the company, I was an international *tour* director and cruise host for ten years. I did tours all over the world. In 1993, because I realized there was so little information out there, and yet such a need for guides, I started approaching

the colleges. I told them that here's a career that needs people. There's so much misunderstanding with people who think I'm a travel agent. They think I get groups together; they think I'm bilingual; they think I'm a guide. None of which, of course, is true. And so I started running some community education classes. That expanded into credit classes, and also I did coach training and classroom training. About three years ago, local companies started calling, looking for guides. It's continued to expand into staffing also. Last year I hired *tour* directors for five different *tour* companies to do the Rose Parade program. And I work with, oh, probably five or six different companies in staffing *tour* directors and guides. The problem is that I get them trained, and I hire them locally, and then they want to go out over the road on international and domestic tours. So I'm constantly needing new guides to fill their positions.

How do you recruit your students?

Through the colleges. Usually through introductory classes through community colleges or community services. I'm at about fifteen different colleges now.

After they take the course, do you help your students get jobs?

I do, if I have companies that call me and I think that they are qualified. It's not for everyone. You have to like people; you have to be able to speak in front of a group; you have to be organized; you have to be on time; you have to be responsible. I've had people who I thought were going to be excellent, and then they cancelled at the last minute, or they were late. In this kind of business this can't be accepted because you're not in an office where someone can pick up the phone and answer for you. You've got a group of people sitting, waiting.

Do you belong to an association?

Yes. We have a national association that we've been working on. It's a national association that's trying to have a certification for *tour* directors throughout the country. Right now, if you work as a guide—and several of the states and major cities like New York, and I think New Orleans is doing it now, and Washington, D.C.—you have to be licensed. More and more states and cities are trying to do that.

So there's not really a national certification?

Not yet. Right now in just a few of the cities, actually. But we're trying to get that approved because right now anyone can go out and do it. They might be giving wrong information, and many are, I'm sure.

Would you say that the work for land tours is pretty much year round, or is it more of a seasonal job?

It depends. If you're doing it locally it can be seasonal. I'm working with what are called destination management companies and meeting planners. They're dealing with professional committee meetings and incentive trips. They're really busy during the fall. If you're doing domestic tours in the United States, they're usually busiest in spring, summer, and then it slows down in the fall. International tours are busy all the time because when the domestic season slows down, and the Alaska season slows down, that's when the other side of the world is approaching summer.

It helps if a student is willing to travel.

Yes. Well, there's the local industry. I have local people who have children, and it is wonderful because it's so flexible. If they're not available, they're not available. You know, if the child has something going on the parent doesn't have to work. It's real flexible. Or if the person is in school or has another job, they can do touring part time, and it's a great way to get experience. A lot of people just work locally, and they can be home at night. It's more flexible compared to most jobs.

Do people usually freelance, or do they work through a company?

They usually freelance, throughout the industry. That's why when you start in the business you want to work for several companies in order to keep busy, because you get your seniority, and companies learn that you know how to do the job. The companies have to have people who are good. It's like with my last *tour*. I got home from China this month. You see, each person put out at least \$6,000 for that trip, and we had 70 people. That's a big investment, and the company needs to have those people travel with them again. So we're expected to have 90% excellent ratings the day of our *tour* from our passengers. And that's minimum. Every company does that.

Can you draw any parallels between tour guiding and other types of employment?

Teachers usually make real good guides. Mothers—they're used to being caretakers—make real good guides. Actors/Actresses: they have an audience, a captive audience. Health care workers do real well. We're somewhat like health care workers ourselves in the job. We're caretakers, we're lecturers, we're teachers, we're doctors, nurses, we're managers, we're working almost as travel agents. We wear a lot of hats.

Do you have certain qualifications, or any restrictions you're looking for before you let someone take your classes?

Well, I open it up to anyone because I see people that I don't think are going to do real well that do real well! And a lot of the skills can be learned. Like I said, if they have a tendency of being late, if they're not responsible, that's real bad in the industry. What would you say your typical student is like? Are they usually college age or adults?

What would you say your typical student is like? Are they usually college age or adult?

Actually, it's good for college age people because there's so much opportunity. Or for baby boomers because as they retire, their kids are grown and they have the time. Maturity is looked on as an asset in this business. But, too, I have a young man who's 21 who just did a couple of domestic tours. So you can be young, but actually maturity is an asset.

Is there any other kind of work experience that is particularly helpful?

Travel agenting, because if you're doing tours you do a lot of things that a travel agent does. They're used to airlines, and they've done a lot of travel themselves. Business people are good because there is paperwork, accounting. The people skills are real important. You need to be able to think and make decisions.

You have to think on your feet, obviously, when there's a crisis.

There was this last *tour* when we were at sea and I had a gentleman who had internal bleeding at 1:00 in the morning, and we're on the Yangtze River in China. I took him to the hospital in Wu Han and they wanted to keep him. Well, I'm not going to leave him in the hospital because their hospitals are, well, in China it's so different. It's nothing like what we're used to. They gave him an injection, and I said I want a new needle, and they said, "Oh, this is clean." No! I want a new needle. And they took a blood test, and when I asked them for a new needle they were going to use a razor blade to do the blood test. I ended up taking the doctor and the nurse, and all of the medicine, with us to the ship. It was quite an ordeal, but you deal with those kinds of things, and you have to be good at that. Making decisions when the person they were traveling with is pretty darned stressed and kept saying "I'm living a nightmare! I'm living a nightmare!" So it was stressful.

Perhaps some minimum CPR training would help?

Oh, yes, first aid, CPR, real important. And you have to be healthy! You're exposed to all types of things, too.

There are physical demands, too.

Oh, yes, a lot walking, a lot of physical things, but not too bad. You don't have to be real strong, but you have to walk. In China you walk long distances every day. You need lots of energy and you're dealing with jet lag. So you better be able to function without sleep on the international tours. Domestic ones aren't so bad, but internationally you do have to deal with that.

So, say someone has taken your course and they're all set. What would be their next step toward getting a job?

They should contact the companies I give them the names to, start working locally, start filling up their calendar with local positions to get the experience and use the skills. And networking is real important. There'll be people that they'll make friends with—other *tour* directors—and networking is really the key. For instance, I have a young man who just got back from his second national park *tour* who was recommended by a girl, Sue, who took my course and worked for that company. She was recommended by Peter, who worked for me. That's the key to getting in—networking and getting to know other *tour* directors that let you know where there're openings. The key is networking and getting some local experience before you do what they call, locally, “over the road” and I call “multi-day tours.”

Why do people typically pursue the tour industry?

Some because they're retired, and they want something to do. Others, they're tired of being interior decorators, they're tired of working in an office, they're tired of day-to-day routine, they love to travel. That's usually the main thing—they love to travel. And that's why oftentimes they look in this direction. Or they've been raising children, and now the children are out of the house, and it's time for mother to have some fun.

Do you think perhaps being a tour guide is more suitable to older adults than college-age students?

No. If a college-age student is motivated they'll do fine. Within the next ten years it's only going to get busier. Travel tourism is the biggest industry in the world, the

fastest growing industry in the world. Right now, one out of nine workers are in tourism, and in the early 2000s one out of eight workers will be in tourism. I have an article.... I think this is from last December, in the Los Angeles Times: "The U.S. travel industry will outpace the economy at large and grow more than 18% by the year 2005. And a Washington-based trade association estimates nearly 7.5 million people will be directly employed in travel and tourism jobs by the year 2005, compared with 6.3 million in 1994." In Orange County, California, where I live, there were 4,200 *tour*-related jobs added between October 1995 and '96. And so, county-wide, we have 132,900. And that was a 3.3 growth rate, which outpaced the country's employment growth rate by 2.5%. Los Angeles added 7,000 *tour*-related jobs over the same period.

For a college student, the tour industry is a way for them to make money in the summer time, during the holidays, but if they're interested in management, there's so much opportunity within the companies. For instance, I had a student who took my classes who had a disability. She realized that a land tour would be difficult for people with disabilities, so she started her own cruise-only business for people with disabilities.

There're so many different directions you can go. People can go into working in the offices, if they're the type that like to plan activities. If they're into marketing, they can get into the marketing aspect. If they're into developing their own tours—having the contracts signed, marketing the tours—they could be a product manager. I mean, there are so many different aspects of the business—from contracts, to setting a *tour* up, advertising, marketing—besides being a *tour* director. *Tour* directing is a good place to start because if you are interested in going into management it's the product they're actually selling. So for college students there's a lot of opportunity.

Do people often start as guides before going into an office?

Not necessarily. Some work as a guide. There're some that go to the office and become a product manager. Or they do both together. There are a lot of presidents and vice presidents that started as *tour* directors. But some people want to start in the office, make reservations. They like putting things together. Others don't like that. Most companies will let the *tour* directors move into the office if they want to. A lot of these companies will hire *tour* directors to do their staffing of tours. So that's an office position. And then eventually they'll go back out to be *tour* directors. It seems that the men want to get into the offices more than the women. Still, most of the companies—not all—but most, the presidents are men. The vice presidents are men. I mean, it's that way. But most *tour* directors now are women. It used to be mainly men, and now I think the majority are women.

What would you say average entry-level pay would be?

Locally it runs—for receptive services—maybe \$8.50 an hour. With a destination management company it starts at \$10 an hour. And most local people work an average of \$15 to \$17 dollars an hour. Once you're out over the road, I tell people \$1,200 to \$1,400 a week, and that includes tips, salary, and commissions. As you're in the industry you can make more than that. Most directors make \$200 to \$250 a day. Many make over that, but usually it takes experience to get into the companies you do make more money in.

You mentioned some of the benefits. Is there any way to get things like medical or retirement?

No. There's a couple of companies that hire people as employees, but with most companies you're an independent contractor, or considered a part-time employee. So we don't get benefits.

Say you're starting off by leading some tours in the United States and you pick the Grand Canyon. How do you train for the lectures you're going to give to people?

When we do the training we talk about the lectures. We talk about what makes a good *tour* guide, what makes good narration, but you have to do your own research. And there are classes, where professors will take groups to the Grand Canyon and you can record them. There are local visitor and *tour* centers that can help you. The national parks will help you. The libraries. The video stores have videos if you haven't been there, and that'll give you some information. There's more information out there than you can ever ever share. A good *tour* director is always learning. They're always picking up new books; they're always getting new information. If somebody asked them a question on the *tour* and they don't know the answer, they'll find it out. Then they know it the next time. But they're constantly picking things up. The newspapers are always full of information for guides.

Is it better to specialize in a few certain subjects, such as nature topics or historical topics?

Most guides end up doing that. If they're interested in architecture, they'll talk a lot about the architecture. If they're interested in plants, they'll talk about that. Any *tour* director that does domestic tours needs to know plants. I don't know about internationally—on the international tours I'll have guides who'll point them out. But domestically, you really need to know plants. Stories about history are also always interesting. You want to make your narrative interesting; you don't just want to sound like a history book.

Docenting (being a volunteer lecturer or teacher) is a great way to start getting experience. One of the employers at a company I work with started out as a docent at Olvera Street, our first street in Los Angeles. There's history! History's always important in the tours here. I love animals. In fact, I wanted to docent at San Diego Wildlife Park but it's so far.

Are there any particular jobs in the industry that people consider more glamorous or popular than others?

Probably the international touring. Most people want to work at the internationals. That's where you usually make the most money. And they're probably more interesting than just doing domestic. But most of my students are trying to look into the international tours. I had a lot of people who wanted to do my China *tour*. I just turned down a Southeast Asia *tour*. I had lots of people willing to do that.

Do companies help the guides with the transportation costs or anything like that?

Oh, yes, the *tour* companies pay all our expenses—our airport from home, transfers, of course our flights, our hotels, our laundry, any meals not included on the *tour*—just like any job that you travel in. So all of our expenses are picked up. But it's hard to come up with tax deductions because everything's paid!

You sound like an agent in some ways, too. Companies contact you to pick out the best students or people for the job. So, is what you do very common, or do other companies do a lot of that?

No. In fact, in Southern California I'm it. There's a school out of San Francisco that comes down here and does classes every so often, but that's about it. There's really no one that does what we do that I'm aware of.

How do other people who don't have your services get jobs?

Well, first it depends on what they want to do. If they want to do some of the real basic jobs like receptive services, which is meet and greet, they can contact the companies directly. When I give classes I give people the names of contacts, and I tell them to use my name because companies like to hire people from my classes. There are students who have paid a lot of money to take training that are doing the same things my students are doing who paid very little money. In fact, I have a class at Long Beach each fall. It's a credit class. It costs \$39, or less than that—\$12 a unit for three—so, \$36 for a semester class. It's pretty inexpensive. Some of the other training that I do through the community colleges is more. I have some other training I do through community education, and they charge more than the credit classes. But it's hard to get in if you don't have training. You know, it's the old thing. They want experience, and how do you get experience? I can get people in with training.

Could you summarize quickly some of the advantages of taking classes, like yours, versus somebody who just goes it on their own?

Well, the companies get lots of resumes from people who say, “I love travel and I love people.” And that’s not what they need to know. They need to know that you know the procedures, you know the documentation, you know the safety, you know what needs to be done in taking an international *tour*, or working domestically. It’s not a matter of just getting on and smiling. There’s a lot that goes on behind the scenes. This man who was on my *tour* in China said, “Boy, your job is like a duck.” When people go on tours this is what they see. It’s like we’re gliding across the water on top, but underneath we’re paddling like crazy, and I love that analogy! People see *tour* guides and they think, “Oh! This looks really easy!” But we’re doing a lot behind the scenes. We’re doing a lot to keep it so it runs that way, and you need to know what those things are. If you don’t, even if you do get a job, your people will find out real fast if you know how to do the job or not. Real fast!

Your job does not end when the tour ends, in other words.

At the end of the day? No. No, there’s a lot that goes on behind the scenes.

Do you have a favorite story you might want to relate?

How about the young man who just did his *tour*. Each person calls me after a *tour* and they want to say, “Oh, I wanted to tell you that everything you said was exactly right.” What I stress is that you have to know your job, you have to be direct, and you have to stick to procedures. The young man had some people that said—he told them what time they were going to be departing out of town—and they said, “No, no, we want to go later.” So he changed the time to just 15 minutes later, and he had the other people in the *tour* upset because he did that. So you have to know the psychology of the group, too. You make the decision, you stick with the decision, you never ask for a vote. It’s not a democracy. People take tours because they want to be led. they don’t want to deal with decisions; that’s why they’re there.

I have another student who this last spring was up in Washington, and he called it his Red Cross *tour*. Within a couple of days he had a woman who slit her knee open and had to have 20 stitches, and a man who had to be helicoptered out because he had a heart attack. These are sort of typical stories. Things we talk about in class that, when they get out there, this is what really happens! This is the reality of it all. I have a student, Heidi, who is now over in the Alps working for Tauck Tours. Her first *tour* was with Dominico, and they sent her to the East Coast and said she was going to do a *tour* from New Jersey to Myrtle Beach. So she prepared all the narration and arrived, and they said, “Now you’re doing the *tour* from New Jersey to Niagara

Falls!” And she had people from Germany, people from the United States, and people from England, and she had to translate documents, do the *tour* in two languages, and prepare the narration until two o’clock in the morning. So, it’s a job! But when they get back I say, “Hi, how did you like it?” And they absolutely love it! They absolutely love it.

If you could give people your best advice before pursuing land tour as a career, what would it be?

Know the job, first. Know the procedures. Know your narration. Be prepared. You’ve got to be a leader. You have to let them know rightahead. Do a debriefing at the beginning. That’s always extremely important because that’s what sets up what people should expect—of themselves, of each other, and of you. And that really sort of sets it off to a good tone.

Is there anything else you’d like to add?

Land touring is the kind of job that people have to pay their dues. They have to be willing to take the training; they have to be willing to go out and learn the job. It’s not the kind of job where you can just write a letter and say, “I love people and travel,” and that’s it. There’s a lot more to it than that.

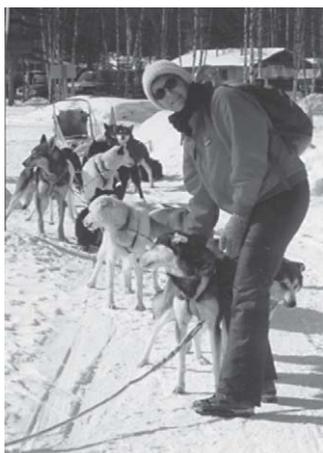
A Brief History and an Introduction to our Staff and Tour Leaders

Have you ever wanted to take a special trip and couldn’t find anyone to go with you? I did. Ever since I was about 12 years old I wanted to go white water rafting on the Colorado River – through the Grand Canyon. Don’t ask me where I got this crazy idea, I just did, and it never seemed to go away. Time went by and I found myself staring 40 in the face. I still talked about going and my friends and husband thought I was crazy – so did most of my family. Obviously I could have gone by myself, but that didn’t appeal to me at all. I wanted to share this lifetime experience with others who could appreciate my enthusiasm. So, to make a long story short, I started *Women Traveling Together* in 1997, among other reasons, in the hope that one day I could get a group together to take this trip. Surely I wasn’t the only woman in the world that wanted to do this! In the years since *Women Traveling Together* began, I have come to realize that there is so much more to the travel experience than just the destination. It has been the women from all over the US, Canada and other countries that have enriched my life far more than the sights I’ve seen. In 1999 I got the opportunity to realize my dream with 14 other women. To this day it is still one of my all-time favorite trips. From a staff of one, *Women Traveling Together* has grown to include so many women (and a few outstandingly talented men) who help to make the wheels of this company turn and the tours we offer so wonderful. We’d like to introduce you to our primary staff and *tour* leaders.

Her Vision Created a Great Way for Women to Travel

Name: Debra Asberry

Hometown: Annapolis, MD



Position: President and Founder; *Tour* Leader

Favorite Destinations:

Iceland

Colorado River Rafting

Montreal & Quebec

Northern Lights in Alaska

Switzerland

Germany

Charleston, SC and Savannah, GA

Tall Ship Sailing

Galapagos Islands

Santa Fe and Albuquerque

“One of the main reasons I started *Women Traveling Together* was to meet other women from around the world who shared my love for travel,” says Debra. “I just knew that if we shared travel as a common interest we would have lots of things in common – and I was so right. I have met so many remarkable women in the years I have been doing this!” Debra’s favorite type of trips are adventure travel. She was a competitive swimmer in her youth, and still swims three days a week in addition to aerobics and Pilates. “If it’s outdoors, or water related, count me in!” says Debra. “To this day my favorite trip is the Colorado River rafting trip. I was 40 at the time and the second youngest woman on the trip. It was so gratifying to me to see women in their 50’s and 60’s (and two in their 70’s!) enjoying such an adventuresome experience.”

Her Second Career Combines Her Administrative and People Skills

Name: Hazel Cannon

Hometown: Spartanburg, SC



Position: Director of Membership and Trip Services; *Tour Leader*

Favorite Destinations:

Las Vegas

Phoenix

Sedona

Lake Powell

Grand Canyon

Italy

England

Holland

Maine

Nantucket

Seattle

Shortly after retiring from a position as a Customer Services Representative, Hazel was asked to fill the position of Director of Membership and Trip Services because she is so meticulous, organized and customers love to work with her. Hazel began in the office but quickly moved into *tour* leadership. She is a natural and travelers really love her southern style, her unhurried approach to touring and her friendliness. “The thing I enjoy most about leading tours is that I get to meet gals from all over the country,” says Hazel. “I really like it when I get to see women whom I’ve met on a previous *tour* – it’s like seeing an old friend!” When not leading tours, Hazel is the woman to talk to if the subject is membership or any trip correspondence. She handles everything from the trip deposits, to final invoicing, to sending out the Traveler’s Information Packages just before the trip departs.

Karin Believes Travel is a Chance to Learn More About Ourselves and The World We Live in

Name: Karin Sokel

Hometown: Arnold, MD



Position: *Tour* Leader and Retreat Leader

Favorite Destinations:

Sedona, AZ

France

Germany

Italy and the Amalfi Coast

California

Mexico

Switzerland

New York City

Peru

Karin believes in living in the moment, and nothing brings you into the present better than travel. “We spend so much of our lives living in the past or thinking about the future that we rarely are just “in the current moment,” says Karin. “You may not necessarily intend travel to be a personal growth opportunity, but it is. A big part of travel is living in the moment – paying attention to everything, and developing new relationships. All of these experiences give us personal insights and expand our view of ourselves and other people we share our travel experience with.” When you get right down to it, Karin finds the personal interaction as exciting as the destination. “Even though I’ve been to certain destinations before, it’s a new experience because the people are new. While you are taking in the sights and sounds you are also taking in people’s stories and sharing in their lives. Different personalities bring different things to the experience and that’s always fun!”

A Former Travel Agency Owner and Travel Club Leader, Karen Has Seen the World a Few Times

Name: Karen Joeckle

Hometown: Las Vegas, NV



Position: *Tour* Leader

Favorite Destinations:

Egypt

San Francisco

San Diego

New York

Orlando

Tahiti

Australia

Japan

Germany

Karen's favorite aspects of travel are experiencing the different cultures in the world, meeting people in those areas and making new friends while traveling. "I think traveling is the most wonderful experience in the world," says Karen. "It really teaches you that people everywhere are people, even though we have our different. We all want to be loved and understood." As a *tour* leader Karen likes sharing her experiences, and meeting the travelers and becoming part of the group. "Because *WTT's* groups are small it's easy to get to know everyone quickly," says Karen. "Even though we do have a planned itinerary and I am leading the group, I still have the opportunity to interact with the other women during free time. I like the fact that the *tour* leader becomes part of the group."

An Thirst for Seeing the World has Taken Kellie Everywhere

Name: Kellie Fennessy

Hometown: Torrance, CA



Position: *Tour Leader*

Favorite Destinations:

Costa Rica

San Francisco

Africa

Galapagos Islands

Key West

France

Italy

Australia

New Zealand

Kellie has seen and done just about everything. As a solo traveler Kellie has hiked Kilimanjaro, sailed in New Zealand, Croatia and Tonga, explored the Galapagos Islands, and much more. Getting off the “beaten track” is a favorite travel activity and she will search out those special places on each trip. She is an avid sailor and can be found most weekends out on the water (when she’s in town). Kellie truly enjoys discussing world travel opportunities - where you have been and where you want to go - so come prepared for travel story time!

An Infectious Smile and a Spirit for Adventure makes Pam at Dynamic *Tour* Leader

Name: Pam Jones

Hometown: Crownsville, MD



Position: *Tour* Leader

Favorite Destinations:

Hawaii

Germany

Santa Fe

Grand Canyon

Italy

Japan

New England

Washington, DC

France

Pam Jones has *tour* leading in her blood, or so you might think when you learn that she not only leads tours for *Women Traveling Together*, but also leads tours for other major touring companies. At home Pam is also a *tour* guide for the Annapolis, MD historic district and in Washington, DC. You will be immediately struck by Pam's outgoing personality and her enthusiasm for travel. Pam has traveled extensively, and enjoys researching the finer details of wherever she is going.

Splitting her Time between Scotland and the US, Chrys Finds Time to Lead Tours

Name: Chrys Foster

Hometown: Vancouver, WA



Position: *Tour Leader*

Favorite Destinations:

Scotland

Ireland

Holland

France

Canada

“My first memories are of Orleans, France where I lived at age 4 with my parents during the Marshall Plan years after World War II. Even at the tender age of four I knew that French baked goods and cuisine were ‘le plus ultra!’ “ Today, after a long history of traveling in Europe and living in Alaska, Chrys calls Vancouver, Washington - near Portland, Oregon - home most of the time (except when she’s at her home in Scotland). Chrys’ favorite past-times include hiking, biking, boating and hot springs hunting in the beautiful Pacific Northwest. Chrys believes in the power of travel to focus a person’s consciousness of their own place and culture in a wider world context. A favorite Margaret Mead Quote says it all: “As the traveler who has once been from home is wiser than he who has never left his own doorstep, so a knowledge of one other culture should sharpen our ability to scrutinize more steadily, to appreciate more lovingly, our own.”

TUGAS

Catatan: Tugas-tugas terperinci di bawah ini mungkin dapat dilaksanakan dalam lingkungan simulasi atau di tempat kerja.

Tugas-1

Aktivitas kegiatan memperhatikan peranan berbagai macam pramuwisata dan hubungan mereka dengan sektor-sektor industri.

Siswa dibagi dua kelompok dan diminta untuk merumuskan dan mendiskusikan:

- definisi pramuwisata,
- berbagai macam pramuwisata,
- aktivitas sehari-hari untuk setiap macam pramuwisata,
- manfaat peranan pramuwisata,
- hubungan pramuwisata dengan berbagai sektor industri.

Tugas-2

Sumber-sumber informasi di dalam sektor yang dikenal dan dinilai.

Penilai meminta Anda mencari informasi mengenai pertimbangan lingkungan mutakhir dan praktek-prakteknya yang menunjang dalam memandu. Carilah informasi, nilailah informasi tersebut, dan diskusikan proses yang Anda gunakan. Ini dapat termasuk:

- seminar-seminar industri,
- kursus-kursus pelatihan,
- *tour* pengenalan,
- keikutsertaan dalam aktivitas perhimpunan pramuwisata,
- penelitian formal dan tidak formal,
- penelitian internet.

Tugas-3

Sumber-Sumber informasi di dalam sektor dikumpulkan dan dinilai.

Pelatih menantang siswa untuk mencari informasi tentang suatu masalah khusus dalam pemanduan dan menggunakan informasi yang diperoleh untuk menyelesaikan masalah tersebut.

Tugas-4

Pengetahuan industri dan peningkatan kualitas pelayanan pemanduan

Anda bekerja di sebuah agen perjalanan setempat. *Supervisor* Anda meminta Anda untuk mempergunakan pengetahuan industri tentang jadwal penerbangan dan akomodasi setempat untuk diinformasikan pada wisatawan Anda sekarang.

Tugas-5

Industri dan jaringan pariwisata.

Anda bekerja untuk perusahaan perjalanan besar. Atasan Anda meminta Anda untuk mencari informasi (pertanyaan menyangkut etika saat ini). Kode etik pemanduan mengatakan:

”Seorang Pramuwisata harus memberi kesan yang baik tentang kebudayaan, agama dan negerinya bila memandu.”

- Dengan menggunakan industri dan jaringan pramuwisata, carilah jawaban yang ada hubungannya dengan persoalan ini.
- Tuliskan informasi tersebut dalam bentuk laporan dan serahkan kepada pelatihmu untuk dinilai dan umpan balik.

Presentasikan hasil penyelidikan kepada pelatih dan kelompokmu.

Tugas-6

Aktivitas-aktivitas pemanduan, persyaratan hukum yang menentukan (dalam) industri.

- Memberi contoh tentang syarat-syarat hukum yang harus dipenuhi oleh seorang pramuwisata.
- Terangkan alasan-alasan persyaratan ini dalam hubungan dengan kewajiban dan tanggung jawab pramuwisata.

Tugas-7

Pertimbangan-pertimbangan etis dalam pemanduan.

- Pelatih memberi tugas para siswa pertanyaan soal etika untuk dipertimbangkan.
- Pertanyaan ini harus dijawab dalam hubungannya dengan kode etik pramuwisata Indonesia.
- Tulislah jawaban Anda dalam bentuk laporan dan serahkan kepada pelatih untuk dinilai kompetensinya dan umpan balik.

Tugas-8

Syarat-syarat keselamatan dalam pemanduan.

Anda bekerja sebagai pramuwisata di daerahmu.

- Pilihlah salah satu kewajiban yang menjadi tanggungjawabmu sebagai pramuwisata.
- Tunjukkan peranan dan aplikasi peraturan keselamatan dalam tugas-tugasmu.
- Tulislah jawaban Anda dalam bentuk laporan, serahkan pada pelatihmu untuk dinilai dan diberikan umpan balik.

Tugas-9

Mutakhirkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan seorang pramuwisata.

Anda bekerja sebagai pramuwisata di daerah setempat. Mutakhirkan pengetahuan Anda mengenai objek wisata utama di daerahmu dengan menggunakan sejumlah metode/cara yang diterangkan oleh pelatihmu.

Tuliskan hasilmu dalam bentuk laporan dan serahkan pada pelatihmu untuk dinilai dan umpan balik.

3. LAYANAN TRANSFER

Kedatangan (*Transfer In*) dan Keberangkatan (*Transfer Out*)

Transfer In adalah pelayanan kedatangan wisatawan di bandara/pelabuhan/terminal/stasiun dimana wisatawan pertama kali tiba atau ditangani oleh seorang pramuwisata.

Transfer Out adalah pelayanan keberangkatan wisatawan di bandara/pelabuhan/terminal/stasiun di mana wisatawan terakhir kali berada di wilayah pelaksanaan perjalanan wisatanya yang diberikan oleh seorang pramuwisata.

a. Transfer In



1) Prosedur dan Informasi Kedatangan Wisatawan

- ❖ Mengetahui jenis transport/kendaraan untuk terminal yang ada di daerah setempat. Hal ini meliputi:
 - o Bandar udara domestik
 - o Bandar udara internasional
 - o Terminal bus
 - o Stasiun kereta api
 - o Pelabuhan laut

- ❖ Membaca informasi pada papan informasi tentang kedatangan/ keberangkatan seperti:
 - o Nomer penerbangan
 - o Perkiraan waktu kedatangan
 - o Perkiraan waktu keberangkatan
 - o Nomor gerbang/*gate*
- ❖ Mengambil tindakan yang diperlukan sehubungan dengan adanya perubahan jadwal.
- ❖ Memberitahukan kepada kantor/perusahaan.
- ❖ Memberitahukan kepada hotel/tempat penginapan.
- ❖ Memberitahukan kepada staf/lain seperti sopir bus.

2) Prosedur Transfer Kedatangan

Jenis-jenis penyedia jasa pengangkutan antara lain:

- o Perusahaan-perusahaan bus
- o Perusahaan-perusahaan Limosin
- o Perusahaan-perusahaan taksi

Hal-hal yang perlu dicatat:

- o Alamat penyedia jasa pengangkutan /nomor teleponnya.
- o Jenis-jenis transportasi yang ada/disediakan
- o Nomor kendaraan
- o Nama supir

Catatan: kita perlu menghubungi dan memastikan mengenai waktu dan tempat yang tepat dengan perusahaan transportasi sebelum kedatangan wisatawan/pelanggan.

3) Teknik Memperkenalkan Diri

- o Papan nama
- o Bed
- o Seragam
- o Payung/bendera
- o Tanda pengenal

Jika hal-hal di atas tidak dilakukan, memungkinkan terjadinya:

- o keluhan/komplain dari pelanggan,
- o kehilangan wisatawan di tempat penjemputan (ini bisa terjadi karena disebabkan oleh banyak hal),
- o Kebingungan dan kehilangan waktu yang sangat berharga.

Dalam pelaksanaan kegiatannya, seorang pramuwisata harus mengetahui fasilitas-fasilitas yang ada di terminal, meliputi:

- o Pusat informasi
- o Ruang tunggu
- o Tempat-tempat *check in*
- o Ruang bayi
- o Mushola
- o Kamar kecil/toilet
- o Tempat penukaran uang
- o Bank dan *restaurant*
- o Gerbang masuk dan keluar
- o Penerbangan, hotel, tempat penyewaan mobil
- o Tempat pemesanan taxi
- o Tempat pertemuan dengan wisatawan grup

Seorang pramuwisata harus mengerti tata cara penyambutan dan aturan yang berlaku di terminal.

Contoh:

- ❖ Bisakah pelanggan ditemui ditempat pengurusan bagasi?
- ❖ Apakah ada tempat khusus yang disiapkan untuk penyambutan wisatawan?
- ❖ Bisakah pelanggan diambilkan/dibawakan barang-barangnya sebelum mereka menyelesaikan urusan mereka di pabean?

Daftar nama penumpang yang tepat dan rinci sangat diperlukan sehingga keterangan-keterangan mengenai hal-hal di bawah ini bisa tercatat/diketahui antara lain:

- o Kedatangan
- o Ketidakterdatangan
- o Keterangan atau penjelasan-penjelasan lainnya
- o Hal-hal lainnya yang tercantum dalam daftar nama penumpang:
 - Jumlah dan nama penumpang yang akan datang
 - Informasi mengenai kedatangan termasuk waktu kedatangan, pesawat, nomor kendaraan/bus atau nomor kereta api
 - Tempat kedatangan, stasiun atau terminal
 - Tempat pertemuan
 - Konfirmasi mengenai cara pengangkutan dan waktu dengan penyedia jasa transportasi
 - Tempat pemberangkatan dan kendaraan yang telah disiapkan
 - Daftar pengecekan bagasi
 - Daftar pengangkutan barang

4) Pengangkutan Bagasi dari Terminal Biasanya Dilakukan Sebelum Kedatangan Wisatawan. Hal ini mencakup:

- o Memastikan kembali waktu dan tempat penjemputan.
- o Pengemudi/sopir datang satu jam sebelum kedatangan di terminal.
- o Memberitahukan sopir mengenai lokasi penjemputan.
- o Menyiapkan uang parkir dan tol bagi sopir/pengemudi.
- o Pengambilan bagasi tepat pada waktunya penting karena wisatawan menjadi tidak khawatir dan dapat melihat bahwa segala sesuatunya telah diurus dengan baik
- o Menunjukkan profesionalitas dalam berbisnis
- o Menghemat waktu

Prosedur pengurusan bagasi:

- o Siapkan daftar bagasi untuk mengecek jumlah bagasi yang diangkut.
- o Kumpulkan bagasi dan hitung, sesuaikan dengan daftar penumpang yang ada.
- o Atur pengangkutan bagasi.
- o Pastikan bagasi yang diangkut adalah bagasi yang tepat.
- o Hitung jumlah bagasi secara cermat sangat diperlukan untuk menghindari terjadinya kehilangan bagasi.

Langkah-langkah yang diambil jika terjadi kehilangan bagasi:

- o Laporkan ke bagian "*Lost and Found*" (kehilangan).
- o Ambil tanda terimanya.
- o Laporkan kehilangan tersebut ke kantor atau biro perjalanan (travel).
- o Hubungi/telepon terus untuk mengetahui perkembangan pencarian dan laporkan hasilnya kepada yang bersangkutan.
- o Jika bagasi tidak ditemukan, laporkan kehilangan tersebut kepada penyedia jasa yang bersangkutan.

5) Prosedur Penyambutan dan Perkenalan secara umum terdiri dari:

Sambutan Umum:

Salam : selamat pagi, siang atau malam

Dialamatkan : tergantung pada jenis wisatawan

Tuan-tuan dan nyonya-nyonya

Hadirin sekalian

Yang mulia atau yang dipertuan agung

Atas nama : (nama biro perjalanan atau perusahaan), Saya ingin mengucapkan selamat datang kepada Anda sekalian di... (tempat)

Perkenalan:

Nama saya . . . dan nama sopir Anda adalah

(jangan lupa tersenyum, penuh keyakinan, kontak mata dengan wisatawan)

Sampaikan beberapa pemberitahuan mengenai:

- ❖ Rencana/acara saat itu
- ❖ Masalah keselamatan dan keamanan
- ❖ Adat dan budaya setempat (lokal)
- ❖ Berbicara seharusnya:
 - o Sambutan
 - o Ramah
 - o Berwawasan
 - o Mempertimbangkan latar belakang budaya wisatawan

6) Menyebarkan Informasi Kedatangan

Informasi kepada wisatawan menyangkut pengaturan/transfer pengangkutan meliputi:

- o Lokasi kendaraan
- o Prosedur pengaturan barang
- o Pengaturan di waktu kedatangan di tempat penginapan
- o Lokasi terminal dari tempat tinggal/penginapan wisatawan
- o Menyiapkan informasi-informasi penting (dilakukan oleh pemandu) seperti: nama hotel, lokasinya, beberapa fasilitas dan kemudahan yang tersedia seperti kotak penyimpanan barang berharga, jaringan internet.

7) Menyampaikan Informasi Kedatangan

Pelanggan/wisatawan harus diberitahukan mengenai pengaturan tur yang akan datang, baik yang termasuk dalam program mereka atau yang ditawarkan sebagai tur pilihan (*optional*) atau tambahan di luar program.

Rinciannya bisa mencakup:

- o Jenis tur, seperti tur keliling kota
- o Waktu/hari keberangkatan
- o Tempat keberangkatan
- o Lama tur
- o Keterangan mengenai pakaian, sepatu dan perlengkapan lain yang harus dipakai
- o Apakah ada tambahan biaya atau tidak

Informasi bagi Wisatawan

Beberapa informasi yang harus disampaikan kepada wisatawan meliputi:

Waktu setempat

Wisatawan harus menyetel/menyesuaikan jam mereka di waktu kedatangan. Pemberitahuan mengenai perbedaan waktu saat kedatangan sangat penting:

Contoh:

- ❖ Waktu Singapura lebih awal 1 jam dari Jakarta
- ❖ Waktu Bali lebih awal 1 jam dari Jakarta
- ❖ Waktu Irian/Papua lebih awal 2 jam dari Jakarta

Jam Kantor: (bisa bervariasi, tapi pada umumnya)

- ❖ Senin sampai Kamis : 08.00-17.00 (*lunch*: 12.00-13.00)
- ❖ Jum'at: 08.00-17.00 (waktu shalat Jum'at ke masjid 11.30-13.00)

Pembagian Waktu:

Di Indonesia ada 3 pembagian waktu menurut wilayah:

- ❖ Waktu Indonesia Barat (GMT + 7 jam)
- ❖ Waktu Indonesia Tengah (GMT + 8 jam)
- ❖ Waktu Indonesia Timur (GMT + 9 jam)

Wisatawan harus diberi tahu mengenai nilai tukar dan hal-hal yang berhubungan dengan mata uang.

Contoh:

- ❖ Mata uang Indonesia adalah rupiah (IDR/Rp)
- ❖ Nilai tukar rupiah sementara ini adalah: untuk US\$1.00 = Rp. . . .

Kondisi uang kertas yang akan ditukar adalah:

- ❖ Bersih (tidak ada noda atau tulisan-tulisan)
- ❖ Halus (tidak terlalu kasar)
- ❖ Tidak sobek

Nilai tukar bisa berubah-ubah disebabkan oleh masalah-masalah seperti:

- ❖ Pertumbuhan atau kelesuan ekonomi
- ❖ Perkembangan politik seperti pergantian pimpinan
- ❖ Masalah keamanan

Mata uang-mata uang utama yang diterima antara lain:

- ❖ Dolar Amerika
- ❖ Dolar Singapura
- ❖ Dolar Australia
- ❖ Dolar Kanada
- ❖ Gulden Belanda
- ❖ Mark Jerman
- ❖ Poundsterling Inggris
- ❖ Ringgit Malaysia

Mata uang asing dapat ditukar di:

- ❖ Bank: bank negara/swasta/asing
- ❖ Tempat penukaran uang: tersebar di seluruh kota
- ❖ Hotel-hotel, tempat-tempat peristirahatan.

Pemberian Tip

Pemberian tip di Indonesia sudah dianggap lazim walaupun tidak merupakan suatu keharusan, namun tergantung dari jenis dan kualitas pelayanan yang diberikan. Di beberapa restoran biaya pelayanan telah dimasukkan ke dalam tagihan. Seorang pemandu harus memberitahukan kepada wisatawan sewaktu-waktu, jika pemberian tip dianggap perlu seperti di:

- ❖ Bandar udara, stasiun kereta api, pelabuhan
- ❖ Hotel
- ❖ Rumah makan
- ❖ Sopir dan lain-lain.

Makna pemberian tip:

- ❖ Sebagai ungkapan rasa puas wisatawan
- ❖ Sebagai penghargaan wisatawan atas pelayanan yang dia terima

8) Mengirim Informasi Kedatangan

Pemberitahuan mengenai letak hotel dan kedekatannya dengan daerah-daerah sekitar sangat diperlukan agar wisatawan merasa cepat terbiasa dengan lingkungan baru.

Contoh:

- o Letak hotel dari kota
- o Pusat kota
- o Timur kota
- o Barat kota
- o Selatan kota
- o Utara kota
- o Fasilitas angkutan lokal yang tersedia : bus, taksi, kereta api
- o Lokasi kantor pos
- o Bank atau tempat penukaran uang
- o Pusat perbelanjaan

Sewaktu melaksanakan *check in* untuk wisatawan grup di hotel/penginapan pramuwisata perlu memberitahukan mengenai segala fasilitas yang ada di hotel tersebut.

Fasilitas-fasilitas yang dimaksud antara lain:

- o Tempat penerimaan wisatawan, antara lain kotak penyimpanan barang berharga
- o Tempat pembayaran/kasir
- o Pelayanan wisatawan (*concierge*)
- o Pusat kegiatan bisnis
- o *Coffe shop*
- o Restoran

- o *Laundry*
- o Bantuan operator untuk telepon lokal, interlokal, dan internasional
- o Pemanggilan kendaraan/mobil
- o Video/TV
- o Tempat parkir
- o Kamar kecil/toilet
- o Fasilitas olahraga: pusat kebugaran, kolam renang, tempat pijat
- o Bar

Informasi mengenai daerah tujuan wisata yang disiapkan oleh seorang pemandu mencakup hal-hal sebagai berikut.

- o Jadwal perjalanan
- o Lama tur berlangsung
- o Jenis kendaraan yang digunakan
- o Standar dan jenis hotel serta fasilitas-fasilitasnya.
- o Jenis makanan yang disiapkan
- o Atraksi wisata yang akan dikunjungi
- o Tur pilihan yang ditawarkan
- o Perlengkapan-perengkapan khusus yang diperlukan seperti sepatu atau pakaian yang harus dipakai
- o Perlengkapan-perengkapan yang disediakan ini harus standar dan cukup bagi setiap wisatawan sehingga mereka merasa nyaman dengan pengaturan tersebut.

9) **Prosedur *Check In***

Prosedur *Check In* di Hotel pada Saat Kedatangan

Meliputi antara lain:

- o Wisatawan diterima oleh manajer yang bertugas untuk menyambut wisatawan saat tiba di hotel.
- o Wisatawan biasanya disuguhkan minuman selamat datang.
- o Wisatawan diberitahukan mengenai fasilitas-fasilitas hotel dan lokasinya, seperti: *coffee shop*, pusat bisnis, dan kamar kecil/toilet.
- o Pengisian formulir registrasi yang mencakup nama, alamat, nomor pasport dan lain-lain.
- o Mengkopi kartu kredit untuk menjaga kemungkinan adanya biaya tambahan.
- o Menyerahkan barang-barang bawaan masing-masing wisatawan.
- o Menunjukkan letak kamar dan memberikan kunci.

Prosedur Check In pada Saat Kedatangan di Tempat Penginapan

Guna memperkecil kemungkinan adanya kebingungan dan penundaan disaat kedatangan wisatawan di hotel, mintalah wisatawan untuk mempersiapkan:

- o Paspor mereka
- o Kartu kredit
- o Pen

Kekacauan bisa terjadi apabila:

- o Adanya kesenjangan komunikasi yang disebabkan oleh masalah bahasa antara wisatawan dan karyawan hotel.
- o Wisatawan gugup/bingung dikarenakan oleh lingkungan yang sama sekali baru
- o Wisatawan tidak diberitahu dengan baik (jelas) misalnya, tidak diberitahu dimana dia harus mengambil kunci.
- o Wisatawan sungkan untuk meminta bantuan
- o Informasi yang diberikan oleh pemandu berlawanan dengan informasi yang diberikan oleh staf hotel

Prosedur Check in pada Saat Kedatangan di Tempat Penginapan

Bantuan yang diberikan dengan sopan dan efisien pada saat proses *check in* berlangsung sangat besar artinya karena:

- o Mungkin wisatawan merasa malu, grogi, dan capek
- o Wisatawan berada pada lingkungan yang sangat baru bagi mereka
- o Mungkin wisatawan Anda wisatawan yang belum sama sekali punya pengalaman bepergian
- o Mungkin juga wisatawan Anda tidak begitu yakin dengan apa yang harus dilakukannya

Bantuan yang sopan dan efisien bisa dilakukan dengan cara:

- o Menawarkan bantuan dengan ramah
- o Memberikan perhatian penuh pada wisatawan
- o Mendengarkan pertanyaan-pertanyaan dan kebutuhan-kebutuhan mereka
- o Menjawab dengan sopan setiap pertanyaan mereka
- o Memberikan informasi-informasi yang diperlukan dengan bijak, penuh percaya diri dan profesional

Prosedur *Check In* pada Saat Kedatangan di Tempat Penginapan

Perlunya hubungan yang baik antara pemandu dan karyawan hotel dikarenakan oleh:

- o Dapat menjamin prosedur *check in* yang efisien
- o Dapat membantu memperkecil masalah kesulitan atau kesenjangan komunikasi, terutama bagi wisatawan yang tidak bisa berbicara dengan bahasa setempat

- o Dapat membantu memenuhi segala macam permintaan dan kebutuhan khusus wisatawan sehingga bisa menginformasikannya kepada karyawan hotel misalnya:
 - o Permintaan makanan khusus bagi para vegetarian
 - o Kebutuhan diet khusus
 - o Permintaan kamar khusus misalnya; kamar bebas rokok
 - o Fasilitas-fasilitas untuk orang cacat



10) Informasi pada saat Transfer In

Pada saat melakukan *transfer in*, informasi diberikan dalam beberapa tahapan.

Menyambut Wisatawan/Grup

- Selamat pagi/siang/sore/malam Bapak-Ibu sekalian,
- Selamat datang di (*nama bandara dan nama kota kedatangan*). Bagaimana dengan penerbangan Anda?
- Saya adalah (*nama pramuwisata*) from (*nama travel*).
- Bolehkah saya tahu, siapa ketua rombongan dari grup ini?
- –untuk grup–

Welcoming Group/Tourist

- Good morning/afternoon ladies and gentlemen.
- Welcome to (*Name of the airport and name of the city*).
- How is your flight?
- I am (*guide's name*) from (*Name of travel company*).
- Could I know, who is the *Tour Leader* please ? — for group —

Menanyakan Bukti Bagasi

- Bolehkah saya meminta bukti bagasi Anda?
- Terima kasih. Ada bagasi? Betul kan?

Asking for Baggage Tag

- Could I have your baggage tag?
- Thank you. There are baggages, aren't they?

Meminta untuk Menunggu

- Bapak-Ibu sekalian,
 - Mohon Anda dapat menunggu disini, saya kan mengatur bagasi Anda terlebih dahulu. Jika Anda ingin ke toilet, ada di sebelah kanan/kiri (tunjukkan arah menuju toilet).
 - Bagi Anda yang memerlukan untuk menukarkan uang, silahkan Anda menuju loket penukaran uang yang ada di depan kantor informasi (*atau arah lain sesuai dengan posisi tempat penukaran uang*).
- Terima kasih.

Asking for Waiting

- Ladies and gentlemen,
- Please wait for me here, I am going to arrange your baggage.
- If you need to go to the toilet, there is on the right/left side (*giving direction*).
- For those who need to change your money please go to the counter in front of the information office (*or other direction depend on the position*). Thank you.

Meminta Bantuan Porter

- Porter, bisakah Anda membantu saya untuk mengambil bagasi grup saya? Ada bagasi (*jumlah bagasi*), ini bukti bagasinya.
- Terima kasih.
- Porter, bagaimana dengan bagasi-bagasinya, apakah sudah lengkap?
- Terima kasih, tolong dimasukkan ke bus (*nama dari bus perusahaan Anda*)

Asking PORTER assistance

- Porter, could you help me to arrange my group baggage, please?
- There are baggages (*number of baggages*), here the baggage tag.
- Thank you.
- Porter, how about the baggages, are everything OK?
- Thank you, please put them into (name of the coach/bus/transport)

Memanggil Wisatawan

- Bapak-Ibu sekalian, semua bagasi Anda sudah di bus, mari kita menuju bus. Hati-hati pada saat menaiki bus.
- (*posisi pramuwisata di depan pintu bus, sambil mengecek jumlah wisatawan*)

Calling the Group

- Ladies and gentlemen, all of your baggages have been on board,
- Please go on board. Mind your head and mind your step. (*guide position in front of the bus' door*)

Pada Saat di Bus

- Bapak-Ibu sekalian,
- Selamat datang di (*nama bus/angkutan perusahaan Anda*).
- Saya ingin memperkenalkan kembali nama saya. Nama saya adalah (*nama pramuwisata*) dan Anda dapat memanggil saya dengan panggilan (*nama panggilan Anda*).
- Saya akan menjadi pramuwisata Anda selama perjalanan transfer kita menuju hotel (*nama hotel*).
- Bapak/Ibu sekalian, sekarang kita meninggalkan Bandara (*nama bandara*). Kita akan berbelok ke kiri/kanan (*sesuai arah*) menuju (*nama kota tujuan*). Kita akan menuju kota (*nama kota*) melalui (*nama jalan yang akan dilalui*). Ini adalah jalan terdekat menuju kota (*nama kota*). Sekarang kita berada di depan pintu gerbang (*nama kota/wilayah*) dan menuju (*menginformasikan nama kota tujuan jikalau bandara berada di luar kota tujuan*).
- Bapak-Ibu sekalian disebelah kanan/kiri Anda, Anda dapat melihat (*informasikan hal-hal yang menarik bagi wisatawan yang berada di sekitar bus selama perjalanan menuju hotel*) dalam perjalanan Anda menuju hotel (*nama hotel*).
- Bapak-Ibu sekalian, wilayah ini adalah..... (*informasikan karakteristik wilayah tersebut yang akan menarik bagi wisatawan untuk diketahui*).

On the Bus

- Ladies and Gentlemen,
- Welcome on board of (*name of you travel agent's bus/coach/transport*).
- I would like to re-introduce myself. My name is (*guide's name*) and you can call me (*your nick name*).
- I am your guide during your transfer in to your hotel, Hotel (*name of the hotel*)

- Ladies and Gentlement, now we are leaving from Airport (*name of the airport*). We are turning left/right to (*name of the city*) . We are going to (*name of the city*) through (*name of the road*). This is the new toll road. Now we are in (*name of the city*) gateway and leaving from (*this is informed if the airpot outside of the capital city*).
- Ladies and Gentlemen on your left and your right side you can see (*inform the overview and the spots around the transport*) along your way to Hotel (*name of the hotel*).
- Ladies and Gentlemen, this area(*inform the characteristic of the area that are interesting to be informed to tourists*).

Tiba di Hotel

- Bapak-Ibu sekalian, kita sudah tiba di hotel (*nama hotel*).
- Silakan turun dari bus dan silakan Anda menuju *lobby* hotel, saya akan mengatur bagasi-bagasi Anda dan kamar Anda, terima kasih.

Arrive at Hotel

- Ladies and Gentlemen, now we are arriving at Hotel (*name of the hotel*).
- Please get off the bus and keep walking to the lobby, I am arranging your baggage and your room. Thank you

Di Hotel

Dengan Staf Hotel

Dengan room boy:

- Selamat pagi/siang/sore/malam,
- Tolong aturkan bagasi grup saya, ada bagasi (*jumlah bagasi*). Terima kasih.

Dengan resepsionis:

- Selamat pagi/siang/sore/malam
- Saya ingin check in buat grup saya. Nama grup saya adalah (*nama grup*).
- Apakah kamar-kamar mereka sudah siap?
- Terima kasih, ada kamar (*jumlah kamar untuk grup*).

At Hotel

Speaking with Hotel Staff

With Room boy:

- Good morning sir, please arrange my group baggages, there are baggages.
Thank you.

With Receptionist:

- Good morning, I would like to do check in for my group. It is
group (*name of the group*).
- Are the rooms ready to be accomodated?
- Thank you, oh, there are rooms (*number of rooms for the group*), aren't they?

Berbicara dengan Wisatawan

- Bapak-Ibu sekalian,
- Selamat datang di hotel (*nama hotel*).
- Ini kunci kamar Anda, silakan diambil dan selamat menikmati istirahat Anda.
- Jika Anda membutuhkan bantuan, silakan hubungi resepsionis.
- Makan malam Anda akan siap di restoran (*nama restoran di hotel*)
pada pukul 7 sampai 9 malam.
- Makan pagi Anda akan disiapkan di tempat yang sama besok pagi pada pukul
6 sampai 9 pagi.
- Saya akan menemui Anda besok pagi pada pukul 8 pagi untuk melaksanakan
wisata.
- Selamat beristirahat.
- Sampai jumpa.

Speaking with tourists

- Well ladies and Gentlemen,
- Wecome to Hotel (*name of the hotel*).
- Here are your keys, please have your keys and enjoy your stay.
- If you need any assisstance please contact the receptionist.
- Your dinner will be ready at Restaurant (*the name of the
restaurant in the hotel*) at 7pm to 9pm
- Your breakfast will be ready at the same restaurat tomorrow morning a 6 am to
9 am.
- I will meet you tomorrow at 8am for our city *tour*.
- Have a nice sleep.
- Good bye.

b. Transfer Out

1. Prosedur Transfer untuk Keberangkatan

Hal-hal yang penting mengenai keberangkatan yang harus dicek dengan pihak penerbangan sebelum keberangkatan meliputi:

- o Informasi mengenai keberangkatan termasuk waktu keberangkatan, nomor penerbangan/kereta api dan bus, waktu pelaporannya (*check in*)
- o Tempat keberangkatan, terminal dan fasilitas-fasilitasnya
- o Konfirmasi mengenai cara dan waktu pengangkutan dengan penyedia jasa angkutan
- o Tempat penjemputan penumpang untuk keberangkatan
- o Jumlah bagasi/barang yang akan diangkut
- o Bagaimana cara mengecek daftar jumlah barang/bagasi
- o Prosedur pemuatan dan pengangkutan barang

Diperlukan adanya **rencana cadangan** yang bisa digunakan jika terjadi perubahan jadwal atau masalah lain. Ini antara lain termasuk:

- o Pemberitahuan kepada kantor
- o Pemberitahuan kepada wisatawan
- o Pemberitahuan kepada penyedia jasa angkutan
- o Menyiapkan penginapan (jika dibutuhkan)
- o Pemberitahuan kepada pihak-pihak lain yang terkait seperti penyedia jasa lain yang bisa terpengaruh akibat perubahan ini

Prosedur keberangkatan mencakup penyelesaian masalah-masalah yang menyangkut:

- o Waktu pelaporan (*check in*), waktu keberangkatan, nomor penerbangan, dan terminal keberangkatan
- o Pemuatan barang (pengecekan jumlah)
- o Waktu dan cara pengangkutan
- o Tempat penjemputan wisatawan yang akan berangkat
- o Dokumen-dokumen keberangkatan wisatawan yang resmi meliputi:
 - o Pass jalan
 - o Pajak bandara
 - o *Passpor*
 - o Tiket
 - o Visa

Pada hari keberangkatan, **prosedur akhir** meliputi:

- o Pembayaran pengeluaran pribadi
- o Pengecekan barang yang tertinggal di kotak penyimpanan
- o Pengecekan barang yang tertinggal di kamar

Rincian daftar nama penumpang berisi:

- o Nama, alamat, nomor *passpor*
- o Kewarganegaraan
- o Visa (jika diperlukan)
- o Tujuan
- o Informasi mengenai tiket misalnya nomor tiket
- o Jumlah bagasi
- o Nomor kamar

Pengecekan barang sebelum keberangkatan sangat penting agar nantinya tidak ada barang-barang yang tertinggal.

Langkah-langkah yang harus diambil adalah:

- o Mempersiapkan daftar barang
- o Mengecek jumlah barang sesuai yang tertera pada daftar jumlah barang
- o Mintalah wisatawan untuk mengecek barang mereka
- o Periksa kembali bersama *bell captain* jumlah barang tersebut
- o Awasi proses pemuatan barang pada saat pengangkutan menuju ke terminal.

Pengecekan terakhir perlu dilakukan sesaat sebelum meninggalkan hotel.

Contoh:

- o Memindahkan semua barang dari kotak-kotak penyimpanan barang
- o Wisatawan sudah memiliki tiket dan *passpor* mereka
- o Wisatawan telah memiliki *pass jalan* yang lengkap
- o Wisatawan telah memiliki surat keterangan sehat dari dokter (jika dibutuhkan)
- o Semua tagihan untuk pengeluaran pribadi sudah dibayar
- o Semua kunci-kunci kamar telah dikembalikan
- o Semua wisatawan mempunyai cukup uang untuk membayar pajak keberangkatan
- o Melakukan pengecekan akhir di atas kendaraan sebelum keberangkatan untuk memastikan semua hal-hal di atas telah terpenuhi.

2) **Prosedur Keberangkatan** meliputi antara lain:

- o Mengecek keabsahan passpor: contoh apakah berlaku untuk sekurang-kurangnya 6 bulan dari saat kedatangan
- o Memberikan informasi mengenai batas pembelian barang bebas cukai (*duty free*): seperti berapa nilai pembelian yang diperbolehkan untuk masing-masing orang
- o Memberikan dan menjelaskan mengenai *pass* jalan bagi wisatawan: contoh data apa yang diperlukan
- o Memberikan informasi mengenai pajak bandara (*Airport tax*):
 - Domestik Rp11.000,00
 - Internasional Rp50.000,00
- o Memberikan informasi mengenai persyaratan-persyaratan visa
- o Membantu pengurusan surat keterangan sehat dari dokter (jika dibutuhkan)
- o Menyarankan kepada wisatawan mengenai barang-barang berharga: misalnya lebih baik dibawa sendiri daripada ditaruh di bagasi pesawat

3) **Umpan Balik Berhubungan dengan:**

- o Kualitas pelayanan yang diberikan
- o Kemampuan pramuwisata
- o Objek wisata yang dikunjungi
- o Penginapan/hotel
- o Sikap pengemudi/sopir
- o Fasilitas-fasilitas kendaraan dan pelayanannya
- o Keluhan-keluhan dan saran-saran

Ini bisa diperoleh melalui tanggapan yang dibuat, survei yang dibagikan atau catatan dan surat dari wisatawan. Masalah-masalah di atas harus disampaikan secara tepat kepada perusahaan sehingga:

- o Perusahaan bisa menggunakan informasi tersebut untuk meningkatkan pelayanan dan produk mereka
- o Perusahaan bisa menggunakan data-data tersebut sebagai bagian dari program uji kualitas mereka.

4) **Langkah-Langkah untuk Memastikan Pelaporan/Check In di Terminal yang Efisien dan Teratur**

- o Mengenali pesawat, waktu keberangkatan dan jumlah rombongan
- o Mengantar wisatawan ke terminal keberangkatan dan tempat *check in*
- o Memastikan bahwa wisatawan telah membawa barang mereka masing-masing
- o Membantu pada saat pengecekan keamanan
- o Memastikan bahwa dokumen-dokumen perjalanan telah lengkap

- o Mengatur wisatawan untuk berkumpul di suatu tempat
- o Mengecek barang jinjingan wisatawan agar tidak lebih dari batas yang diijinkan
- o Mengumpulkan semua paspor, tiket dan pajak keberangkatan (jika diijinkan) untuk membantu check in wisatawan.

5. Informasi Pada saat Transfer Out

Di Hotel

Percakapan dengan Staf Hotel

Dengan room boy:

- Selamat pagi, tolong diatutkan semua bagasi grup saya dan tolong tempatkan di *lobby*.
- Terima kasih

Dengan resepsionis:

- Selamat pagi, saya akan melakukan *check out* grup saya. Nama grup saya adalah (*nama grup*).
- Sudahkah Anda mengecek semua pengeluaran pribadi yang dilakukan oleh setiap anggota grup saya? Jika ada, tolong dibuatkan nota dan saya akan meminta mereka menghubungi Anda.
- Terima kasih.

At Hotel

Speaking with Hotel Staff

With room boy:

- Good morning Sir, please arrange all of my group baggages and put in the lobby. Thank you

With Receptionist:

- Good morning, I would like to check out my group. It is group.
- Have you checked all of the personal expenses?. If there are some personal expenses of my group please put the note and I will let them to finalize it with you.
- Thank you.

Percakapan dengan Wisatawan

- Selamat pagi Bapak/Ibu,
- Apakah Anda sudah menyerahkan semua bagasi Anda? Tolong diingat jika masih ada barang-barang Anda yang tertinggal di kamar.
- Saya berharap tidak ada barang yang tertinggal.

- Baik Bapak/Ibu,
- Bagi Bapak/Ibu yang melakukan pemakaian pribadi terhadap fasilitas hotel yang tidak dalam tanggungan kami sesuai perjanjian *tour* kita, mohon menghubungi resepsionis.
- Terima kasih.
- Baik Bapak/Ibu, mari kita menuju bus, kita akan menuju bandara (*nama bandara*).

Speaking with tourists

- Well Ladies and Gentlemen,
- Good morning, have you put all of your baggages? And have you checked all of your belongings in your room? I hope there will not be any left behind.
- Well Ladies and Gentlemen,
- For those who have made personal expenses please come to check in staff to finalize it.
- Thank you.
- Well, please go on board, we are leaving forAirport. (name of the airport).

Di dalam bus

- Bapak/Ibu sekalian,
- Selamat datang dalam bus (*nama bus*).
- Saya (*nama pramuwisata*) akan mendampingi Anda dalam perjalanan transfer keberangkatan Anda.
- Bapak/Ibu sekalian, sekarang kita akan meninggalkan hotel..... (*nama hotel*) dan sekarang kita berada di (*nama jalan atau area*), tempat ini Anda telah lewati kemarin. Ini adalah pusat kota (*nama kota atau area*) dimana Anda akan melihat (*nama tempat yang menarik*).
- Bapak/Ibu sekalian disebelah kiri/kanan Anda, Anda dapat melihat (*nama objek wisata yang menarik*) dalam perjalanan kita menuju bandara (*nama bandara*)
- Bapak/Ibu sekalian, sekarang kita memasuki wilayah..... (*nama jalan atau wilayah*) menuju bandara.
-
- (*tambahkan dengan informasi lainnya*)

On the Bus

- Ladies and Gentlemen,
- Welcome on board of Utama Tours and Travel bus.
- I am Mustafa will assist you for this transfer out.
- Ladies and Gentlemen, now we are leaving from Sahid Jaya Hotel and now we are in Jl. Dr. Ratulangi as you passed yesterday. This is the centre of Makassar city where you can see the residence house of South Sulawesi Governor.
- Ladies and Gentlemen on your left and your right side you can see the government and corporate building along out way to Hasanuddin Airport.
- Ladies and Gentlemen, now we are entering Sutami Toll Road to go to Airport.
-
- etc

Tiba di Bandara

- Bapak/Ibu sekalian, sekarang kita tiba di bandara (*nama bandara*) dari (*nama kota atau area*).
- Silakan turun dari bus dan silakan masuk ke pintu bandara, saya akan menangani bagasi Anda. Terima kasih.

Arrive at Airport

- Ladies and Gentlemen, now we are arriving at Airport (*name of the airport*) of (*name of the city or area*).
- Please get off the bus and keep walking to the entrance, I am arranging your baggage. Thank you.

Meminta Wisatawan Menunggu

- Bapak/Ibu sekalian,
- Silakan menunggu disini, saya akan memasukkan bagasi Anda.

Asking for Waiting

- Ladies and Gentlemen,
- Please wait for me here, I am going to arrange your baggage

Meminta Bantuan Porter

- Porter, tolong bantu saya mengatur bagasi-bagasi ini.
- Ada ... bagasi (*sebutkan jumlah bagasi*), tolong tempatkan bagasi ini di counter Airline (*nama loket perusahaan penerbangan*).
- Terima kasih.

Asking Porter Assistance

- Porter, could you help me to arrange my group baggage?
- There are baggages (*mention number of baggages*), please put all of the baggage in Airline counter (*name of airline counter*).
- Thank you.

Proses Check In dan Meminta Bukti Bagasi

- Selamat pagi, ini tiket grup saya menuju (*rute/tujuan*)
- Ada bagasi (*sebutkan jumlah bagasi*).
- Terima kasih.

Check In and Asking for Baggage Tag

- Good morning sir, here are my group tickets to (*route/destination*).
- There are baggages (*mention number of baggages*).
- Thank you.

Memanggil Grup

- Bapak/Ibu sekalian, selamat datang di bandara (*nama bandara*).
- Hati-hati dengan bagasi tangan Anda.

Calling the Group

- Ladies and Gentlemen, welcome to the airport of (*name of the airport*), please follow me.
- Please be carefull with your hand luggage. Mind your head and mind your step.

Membagikan Boarding Pass

- Baik Bapak/Ibu sekalian, ini boarding pass Anda. Silakan mengikuti saya menuju ruang tunggu (*sebutkan nama ruang tunggu keberangkatan*).

Distributing Boarding Pass

- Well Ladies and Gentlemen

Here are your boarding pass. Please follow me to Boarding Gate (*mention gate number/name*).

Ruang Tunggu

Baik Bapak/Ibu sekalian, Silakan Anda mengambil tempat duduk sambil menunggu waktu keberangkatan. Jika Anda ingin ke toilet silahkan Anda kesana. Terima kasih.

Waiting Room

- Well Ladies and Gentlemen,
- Please have a seat while we are waiting for the boarding.
- If you need to go to the toilet, there are overthere.
- Thank you.

Mengucapkan Selamat Tinggal bagi Grup

- Baik Bapak/Ibu sekalian,
- Sekarang saatnya Anda naik pesawat, tolong cek barang bawaan Anda, jangan sampai ada yang tertinggal.
- Terima kasih telah mempercayakan perjalanan Anda selama disini dengan perusahaan kami.
- Atas nama perusahaan, saya menyampaikan terima kasih dan memohon maaf jika selama perjalanan Anda ada hal-hal yang kurang berkenan di hati Anda.
- Selamat menikmati penerbangan pulang Anda.
- Terima kasih dan sampai jumpa.

Farewell with Group

- Well Ladies and Gentlemen,
- There is the boarding call, please check all of your belongings and boarding pass.
- Thank you very much to have our travel in your trip.
- On behalf of my travel I would like to say our applogy for your incovenience.
- Have a nice flight go home.
- Thank you very much and good bye.



TUGAS

Untuk mempermahir dan membiasakan Anda dengan kegiatan *transfer in* dan *transfer out*, tugas-tugas terperinci di bawah ini mungkin dapat dilaksanakan dalam lingkungan simulasi atau ditempat kerja.

Tugas-1

Informasi kedatangan dicek dan dicatat secara tepat dengan implementasi yang tepat untuk setiap tindakan yang dibutuhkan dalam rangka menangani perubahan jadwal.

Anda bekerja sebagai pramuwisata di suatu biro perjalanan. Pengawas Anda minta Anda untuk menemui beberapa orang wisatawan yang datang dengan penerbangan Garuda Nomor GA.... dari Jakarta pada hari Minggu pagi.

Jelaskan langkah-langkah yang akan Anda ambil untuk memastikan Anda akan bertemu dengan orang tersebut ketika pesawat ini tiba. Tulislah temuan-temuan Anda dalam format laporan dan presentasikan pada pelatih Anda agar Anda dapat memperoleh tanggapan dan umpan balik.

Tugas-2

Kendaraan telah dikonfirmasi dengan penyedia jasa angkutan mengenai waktu dan tempat.

Anda bekerja di salah satu agen kecil biro perjalanan. Manajer Anda meminta Anda untuk menemui orang dari kapal pesiar "Bali Hai".

Waktu dan tempat kedatangan yang tepat telah dikonfirmasi dengan penyedia jasa angkutan.

Tapi sampai waktu kedatangan wisatawan Anda, bus Anda belum datang.

Langkah-langkah apa yang akan Anda ambil untuk memecahkan masalah ini?

Tulislah solusi Anda dalam format laporan dan diserahkan kepada pelatih Anda untuk mendapatkan umpan balik.

Untuk mempermahir dan membiasakan Anda dengan kegiatan *Transfer In* dan *Transfer Out*, tugas-tugas terperinci dibawah ini mungkin dapat dilaksanakan dalam lingkungan simulasi atau di tempat kerja.

Tugas-3

Teknik pengenalan telah dipraktikkan dengan benar sehingga membuat para wisatawan mudah untuk menemukan pemandu di tempat kedatangan/terminal.

Anda adalah seorang pramuwisata.

Tugas Anda adalah menjemput orang dari stasiun di kota Anda pada hari dan jam sibuk di siang hari antara jam 15.00–16.00.

Jelaskan bagaimana Anda bisa menjemput wisatawan Anda dengan tepat.

Tuliskan langkah-langkah yang akan Anda ambil ke dalam format laporan. Presentasikan laporan Anda kepada pelatih Anda untuk mendapatkan umpan balik.

Tugas-4

Fasilitas-fasilitas terminal yang tersedia telah secara penuh dan benar dimanfaatkan di saat menemui wisatawan.

Anda bekerja pada sebuah agen biro perjalanan kecil.

Manajer Anda meminta Anda untuk melakukan penelitian mengenai fasilitas-fasilitas yang tersedia di salah satu stasiun di kota Anda, seperti keberadaan:

- Ruang VIP
- Ruang bayi
- Kamar kecil/toilet
- Musholla, dan lain-lain

Tuliskan laporan penelitian Anda pada format laporan Anda

Presentasikan kepada pelatih Anda untuk mendapatkan tanggapan dan umpan balik.

Untuk mempermahir dan membiasakan Anda dengan kegiatan *transfer in* dan *transfer out*, tugas-tugas terperinci dibawah ini mungkin dapat dilaksanakan dalam lingkungan simulasi atau di tempat kerja.

Tugas-5

Daftar nama penumpang telah ditulis secara tepat dan mampu menggambarkan kedatangan, ketidakdatangan dan keterangan lainnya.

Anda bekerja sebagai pramuwisata pada sebuah agen biro perjalanan kecil.

Anda harus menjemput wisatawan di bandara yang datang dengan pesawat Garuda nomor penerbangan GA

Siapkan satu daftar isian yang rinci mengenai wisatawan Anda sehingga Anda bisa mengenali dan bertemu dengan wisatawan Anda.

Tuliskan jawaban Anda dalam format laporan.

Presentasikan kepada pelatih Anda dan mintalah umpan balik.

Tugas-6

Pengaturan pengangkutan bagasi dari terminal telah diatur sebelum kedatangan wisatawan.

Pesawat yang Anda tunggu telah tiba.

Anda berada di terminal.

Wisatawan telah tiba tapi mobil pengangkut barang belum datang dikarenakan oleh adanya kerusakan mesin.

Identifikasi dan jelaskan langkah-langkah yang akan Anda ambil untuk memecahkan masalah ini dalam laporan Anda.

Persentasikan laporan Anda kepada pelatih untuk didiskusikan di dalam kelompok dan mintalah umpan balik dari pelatih.

Tugas-7

Prosedur pengecekan telah digunakan dan jumlah bagasi yang tepat telah diangkat.

Simulasi

Anda telah menemui rombongan Anda berikutnya di terminal.

Anda baru mau memasukkan/melaporkan barang-barang.

Sesuaikan jumlah barang-barang yang ada dengan wisatawan yang ada dalam daftar penumpang Anda sebelum Anda mengangkut barang-barang tersebut.

Pastikan bahwa Anda telah melaksanakan prosedur ini sesuai dengan standar industri.

Tugas-8

Jika terjadi kehilangan bagasi prosedur standar telah diikuti dengan tepat dan benar.

Jelaskan bagaimana Anda menghadapi masalah bilamana anggota rombongan merasa kecewa karena perusahaan penerbangan telah salah menaruh barang-barang mereka.

Apa yang Anda lakukan untuk memperbaiki keadaan tersebut?

Tulislah jawaban Anda dalam bentuk laporan singkat dan persentasikanlah di depan pelatih untuk dinilai dan mendapatkan umpan balik.

Tugas-9

Wisatawan disambut dengan sopan, sehingga memberikan kesan positif terhadap pemandu, perusahaan, Indonesia secara umum dan daerah.

Anda menyambut rombongan wisatawan di bandar udara.

Anda akan menemani mereka untuk tur selama 10 hari berikutnya.

- Jelaskan pentingnya penyambutan wisatawan dengan cara sehingga wisatawan akan merasa yakin terhadap Anda sebagai pemandunya.
- Terangkan dan jelaskan bagaimana Anda bisa menyambut wisatawan Anda sehingga mereka mempunyai kesan yang baik mengenai Indonesia pada umumnya dan daerah Anda khususnya.
- Peragakan bagaimana Anda akan melaksanakan penyambutan yang efektif dalam praktik pemanduan dengan menggunakan tehnik bermain peran dengan kelompok Anda.

Mintalah pelatih Anda untuk mengevaluasi penampilan Anda dan memberikan umpan balik.

Tulislah jawaban Anda untuk pertanyaan di atas dalam bentuk laporan.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-10

Sambutan secara umum dan perkenalan.

Para peserta mempraktikkan hal-hal berikut ini di depan pelatih di luar tempat kerja dengan menggunakan simulasi atau bermain peran.

- Penggunaan *microphone* yang benar
- Penyambutan umum
- Perkenalan

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-11

Prosedur transfer secara detail.

Anda bekerja sebagai seorang pramuwisata.

Pimpinan Anda menugaskan Anda untuk menemui karyawan biro perjalanan asing di salah satu terminal yang ada di bandara di kota Anda.

Jelaskan langkah-langkah apa yang Anda lakukan untuk menemui mereka yang sesuai dengan prosedur standar industri.

Tulislah laporan dan berikan kepada pelatih Anda.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-12

Pengaturan *tour* berikutnya secara detail.

Anda telah mempunyai rincian mengenai pengaturan tur yang Anda perlukan dan akan diserahkan kepada wisatawan Anda.

Menggunakan jadwal perjalanan untuk tur, pilihlah informasi yang tepat yang dibutuhkan oleh wisatawan Anda sehingga mereka bisa mempersiapkan diri dengan baik.

Berikan informasi dengan cara melakukan latihan bermain peran dengan peserta lainnya.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-13

Waktu setempat, jam kantor, perbedaan waktu.

Anda bekerja sebagai seorang pramuwisata.

Anda baru saja menemui wisatawan yang baru datang dari kota A.

Mereka harus mengejar penerbangan menuju kota B.

Apa yang akan Anda sarankan kepada wisatawan Anda mengenai masalah perbedaan waktu sehingga mereka tahu waktu kedatangan mereka di kota B (waktu setempat).

Tulislah jawaban Anda dalam bentuk laporan singkat.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-14

Fasilitas penukaran uang dan nilai tukar.

Pelatih harus pergi ke tempat penukaran uang untuk mengetahui nilai tukar yang berlaku saat itu untuk:

- Dollar Amerika
- Dolar Kanada
- Dolar australia
- Ringgit Malaysia
- Euro
- Franch Perancis
- Mark Jerman

Presentasikan hasil-hasil temuan Anda dalam bentuk tabel termasuk nilai tukar saat itu.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-15

Pemberian tip.

Anda seorang pramuwisata.

Anda baru saja mengajak rombongan Anda ke sebuah restoran di sebuah taman wisata. Anda ditanya oleh pimpinan rombongan apakah perlu untuk memberikan tip kepada karyawan restoran tersebut.

Gambarkan dan jelaskan tanggapan Anda pada wisatawan Anda mengenai:

- Karyawan mana yang harusnya diberikan tip?
- Berapa seharusnya jumlah uang yang cocok?

Tulislah jawaban Anda dan presentasikan di depan pelatih Anda.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-16

Letak Hotel dan daerah sekitarnya.

Anda baru saja memasukkan rombongan wisatawan Anda di sebuah hotel baru di daerah Anda.

Apa yang Anda beri tahu kepada wisatawan Anda tentang letak hotel dan daerah sekitarnya untuk membuat mereka merasa mengetahui keadaan sekitarnya dan apa yang ada di sekitarnya?

Tulislah jawaban Anda dalam bentuk laporan.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-17

Fasilitas Akomodasi/penginapan

Mengunjungi hotel/penginapan terdekat.

Pelatih mengatur permainan peran, dimana peserta harus menyiapkan informasi yang memadai mengenai fasilitas-fasilitas yang tersedia.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-18

Sekilas informasi tentang tujuan.

Simulasi dan permainan peran diberikan kepada peserta.

Anda baru saja tiba di Irian Jaya dari Jakarta dengan rombongan tur Anda dan akan melakukan pendakian keesokan harinya.

Siapkan informasi sekilas mengenai tujuan dan persiapan-persiapannya/apa yang diharapkan.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-19

Wisatawan dijelaskan tentang prosedur *check in* di hotel untuk meminimalisir kebingungan dan keterlambatan waktu pada saat kedatangan di tempat penginapan.

Penggunaan simulasi permainan peran untuk melaksanakan hal-hal berikut ini.

- Peserta dibagi menjadi 2 kelompok.
- Peserta bergantian untuk mempersiapkan prosedur *check in* pada saat kedatangan di hotel.

Pelatih mengevaluasi penampilan peserta dan memberikan umpan balik.

Tugas-20

Wisatawan ditawarkan bantuan secara sopan dan efisien untuk membantu *check in* di hotel.

Laksanakan permainan peran berikut ini.

Sebutkan langkah-langkah yang berbeda untuk memberikan bantuan yang sopan dan efisien ketika menghadapi wisatawan yang sulit, banyak keinginan, dan marah.

Mintalah pelatih Anda memberikan umpan balik terhadap cara penanganan Anda terhadap wisatawan yang sulit, banyak kemauan, dan marah.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-21

Pemandu membina hubungan dengan karyawan hotel selama *check in* untuk meminimalkan kesulitan komunikasi antara wisatawan dan karyawan hotel.

Anda membantu wisatawan sewaktu *check in* di hotel.

Informasi-informasi penting apa yang perlu diisi pada formulir *check in*?

Informasi apa yang harus Anda siapkan bagi wisatawan?

Jika ada kesenjangan komunikasi akibat bahasa, langkah-langkah apa yang harus Anda ambil untuk mengatasi masalah ini secara efisien?

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-22

Informasi-informasi keberangkatan di cek dengan pihak angkutan sebelum pelaksanaan transfer dan tindakan dilaksanakan sesuai dengan rencana alternatif apabila perubahan-perubahan telah dijadwal dan masalah-masalah lain terjadi.

Anda bersiap-siap untuk meninggalkan hotel untuk pengangkutan keberangkatan wisatawan Anda.

Tiba-tiba Anda mendapatkan telepon bahwa pesawat Anda akan ditunda selama 6 jam. Langkah-langkah apa yang akan Anda ambil untuk mengatasi masalah ini dengan cara yang tepat?

Presentasikan pemecahan masalah Anda dalam bentuk laporan pada kelas Anda dan pelatih Anda untuk didiskusikan.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-23

Wisatawan telah diatur untuk keberangkatan mereka dari hotel dengan tertib sehingga meminimalkan gangguan di lobby.

Anda bekerja sebagai seorang pramuwisata.

Langkah-langkah apa yang akan Anda ambil sehari sebelum keberangkatan?

Pada hari keberangkatan rombongan harus siap untuk diberangkatkan dari hotel ke terminal. Jelaskan langkah-langkah yang akan diambil untuk memperkecil gangguan pada kegiatan hotel.

Jika ada, salah seorang wisatawan Anda kehilangan sesuatu yang berharga.

Sebutkan langkah-langkah yang akan Anda ambil untuk mengatasi masalah ini.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-24

Daftar nama wisatawan digunakan untuk mengecek secara tepat jumlah wisatawan yang akan berangkat.

Anda bekerja pada sebuah agen biro perjalanan kecil sebagai seorang pramuwisata.

Ketika Anda akan meninggalkan hotel menuju ke terminal, kasir memberi tahu Anda bahwa salah satu wisatawan Anda yang akan berangkat lupa membayar tagihan telponnya.

Sebutkan langkah-langkah apa yang akan Anda ambil untuk mengatasi masalah ini dengan wisatawan Anda dan pihak hotel?

Pelatih mengevaluasi tugas-tugas peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-25

Bagasi telah dicek sebelum keberangkatan dengan menggunakan standar yang memungkinkan tak ada barang yang tertinggal.

Anda baru saja keluar/*check out* dari hotel.

Anda telah melaksanakan pengecekan barang dan menemukan dua tas lain yang terbawa.

Jelaskan apa yang akan Anda ambil untuk mengatasi masalah ini demi kepuasan semua pihak yang terlibat.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-26

Wisatawan diberitahukan untuk mengecek milik hotel, kunci hotel barang yang tertinggal dalam kotak deposit, tiket, dan *passport*.

Salah satu anggota rombongan kehilangan tiketnya untuk tujuan berikutnya.

- Apa yang akan Anda lakukan untuk menjamin wisatawan Anda bisa ikut penerbangan yang sama dengan anggota rombongan lainnya.
- Sebutkan langkah-langkah yang akan Anda ambil untuk membantu wisatawan Anda.
- Mintalah saran dan umpan balik dari pelatih Anda.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-27

Jika dibutuhkan, wisatawan secara tepat diberitahukan tentang prosedur-prosedur yang menyangkut pajak keberangkatan, persyaratan bebas cukai (pajak), *pass jalan*, dan prosedur umum yang berlaku di terminal keberangkatan.

Anda membawa rombongan ke bandara internasional keberangkatan mereka ke luar negeri.

Jelaskan prosedur-prosedur yang berhubungan dengan masalah-masalah yang terjadi di atas.

Pada saat-saat terakhir sebelum keberangkatan salah seorang wisatawan Anda menyadari bahwa dia telah kehilangan *pass jalannya* yang diduplikatnya dari kantor imigrasi.

Sebutkan langkah-langkah apa yang akan Anda ambil untuk membantunya mengatasi masalah tersebut.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-28

Umpan balik terhadap produk dan pelayanan dengan sopan diminta dari wisatawan dan secara tepat disampaikan kepada perusahaan.

Anda bekerja sebagai seorang pramuwisata.

Anda membawa rombongan wisatawan Anda dalam perjalanan tur tiga hari ke Yogyakarta.

Tugas Anda sekarang adalah membuat apakah pelayanan dan produk Anda dapat memenuhi keinginan dan harapan wisatawan Anda.

Persiapkan daftar topik/permasalahan yang Anda ingin dapat tanggapan dari wisatawan Anda

Jelaskan bagaimana Anda akan menyampaikan informasi ini kepada pimpinan Anda.

Diskusikan laporan Anda di kelas.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik.

Tugas-29

Prosedur yang baku digunakan untuk membantu *check in* di terminal keberangkatan.

Anda baru saja mengantar rombongan wisatawan Anda keliling Jawa.

Dan sekarang Anda sedang membantu mereka untuk meninggalkan Indonesia.

- Buatlah daftar prosedur yang Anda butuhkan dan ambil untuk memastikan prosedur *check in* yang teratur dan efisien di terminal pengangkutan.
- Jelaskan mengapa Anda mengambil masing-masing langkah tersebut untuk memastikan ketepatan dan kepuasan wisatawan.

Pelatih mengevaluasi kemampuan peserta, memberikan umpan balik dan diskusi kelompok.

4. LAYANAN PEMANDUAN



Sudahkah Anda mengikuti sebuah *tour* keliling kota (*city tour*) atau mengikuti acara darmawisata? Jika Anda sudah pernah melaksanakannya, tentu Anda setuju bahwa pramuwisata (*tour guide*) yang baik adalah pramuwisata yang dapat menghidupkan suasana perjalanan. Dia mampu membuat hiburan dan menghangatkan suasana yang tentunya tidak mudah untuk dilaksanakan.

a. Keuntungan Pramuwisata

Pramuwisata merupakan suatu pekerjaan yang memberikan kepuasan tersendiri, namun pekerjaan ini menuntut Anda untuk siap berada di dalam suasana jauh dari rumah dan setiap saat harus siap melaksanakan tugas. Tingkat stres pekerjaan ini sebenarnya sangat sedikit dikarenakan Anda berada dalam suasana yang menyenangkan (jika Anda menikmatinya). Meskipun memandu wisatawan dan bekerja sebagai seorang pemandu adalah pekerjaan yang berorientasi kepada orang (*people oriented*) namun seorang pramuwisata tentunya tidak bertanggung jawab 24 jam terhadap kondisi dan aktivitas seorang atau sekelompok wisatawan yang dia berikan pemanduan.

Keuntungan praktis sebagai pramuwisata adalah pada keseluruhan kegiatannya yang menyenangkan dan menarik. Setiap jenis pramuwisata/pramuwisata yang telah disebutkan dalam bagian sebelumnya memberikan keuntungan materi (gaji) tersendiri bagi pramuwisata tersebut. Seorang *city guide* dengan *local guide* ataupun lainnya memiliki kekhasan dalam pembayaran. Hal ini sangat tergantung pada ketentuan yang telah dikeluarkan oleh himpunan pramuwisata yang ada. Namun gaji tersebut juga sangat tergantung pada kondisi yang memungkinkan pramuwisata mendapatkan tip dari wisatawan.

b. Tantangan Pramuwisata

Pekerjaan sebagai pramuwisata merupakan pekerjaan yang memiliki potensi kebosanan yang tinggi dikarenakan kita seringkali harus mengulangi informasi yang sama, datang di lokasi dan tempat yang sama, dan berada dalam lingkungan yang sama.

Seorang pramuwisata yang juga bertindak sebagai sopir (*driver guide*) dituntut untuk mampu berkonsentrasi penuh memberikan pemanduan sekaligus mengendarai kendaraan. Hal ini seringkali mengundang perasaan stres.

c. Strategi mengurangi Rasa Takut dalam Pemanduan

Untuk mengurangi dan menghindari kondisi rasa takut dalam melaksanakan pemanduan, seorang pramuwisata dapat melakukan hal-hal berikut ini.

1) Fokus pada satu orang

Seorang pembicara/pramuwisata yang baik adalah yang mampu memilih satu orang pendengar yang memiliki rasa simpati terhadap kelompoknya.

Mulailah dengan berbicara kepada orang tersebut lalu kembangkan kepada orang lain dalam kelompok tersebut. Jangan pernah terlihat sebagai orang yang berbicara dengan kebosanan dan tanpa perhatian terhadap grup yang kita berikan pemanduan.

2) Terima keinginan wisatawan untuk menyenangkan Anda

Orang jarang mendengarkan suatu pembicaraan dengan maksud memperlihatkan rasa benci terhadap pembicaranya. Orang cenderung untuk menyukai pembicara dan menikmati melakukan perjalanan dengan suasana yang ceria.

- 3) Perhatikan kecemasan Anda sebagai teman
Adrenalin dan perasaan pada saat berhadapan dan berbicara di depan umum akan memberikan kecemasan. Upayakan kecemasan itu menjadi teman Anda dan pendorong Anda untuk melakukan pemanduan. Peserta *tour* akan sangat sulit melihat atau memperhatikan kecemasan Anda dikarenakan mereka akan fokus pada kondisi yang ada di sekitar mereka.
- 4) Jadikan pengalaman menghilangkan perasaan ketakutan
Beberapa pramuwisata melaporkan bahwa perasaan cemas dan takut mereka lambat laun berkurang setelah mereka melakukan pemanduan lebih dari satu atau dua kali.
- 5) Ambil keuntungan bahwa Anda lebih tahu dari peserta *tour*
Yakinkan diri Anda bahwa Anda lebih tahu dari wisatawan Anda (tapi jangan *sok* tahu atau membohongi wisatawan). Untuk berada pada kondisi ini, lakukan persiapan dan organisasikan semua informasi yang Anda butuhkan pada saat Anda memberikan pemanduan.

d. Layanan Pemanduan *City Tour*

Salah jenis kegiatan pemanduan yang dilaksanakan oleh seorang guide/pramuwisata adalah pemanduan perjalanan wisata keliling kota/dalam kota yang biasa disebut dengan *city tour*.

Berikut ini dipaparkan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pemanduan *city tour*.

Sebelum melaksanakan kegiatan *city tour* ada beberapa hal yang perlu diperhatikan.

- Pahami jenis perjalanan yang akan dilaksanakan (pagi hari, siang, sore atau malam hari)
- Kumpulkan informasi sebanyak mungkin mengenai objek yang akan dikunjungi
- Pahami rute perjalanan yang akan dilalui
- Perbaharui informasi dan cek kondisi terakhir setiap objek dengan menggunakan sarana komunikasi yang ada dan teknik pengumpulan informasi
- Siapkan diri secara fisik untuk melakukan kegiatan tersebut

Contoh Pemanduan *City Tour*

Titik pemberangkatan : Hotel
Waktu pemberangkatan : 09.00
Lama *city tour* : 4 jam
Objek yang dikunjungi : 2 objek

Selamat pagi Bapak/Ibu sekalian,

Selamat datang di Kota (*nama kota atau wilayah pelaksanaan tour*).

Bagaimana kondisi Anda pada pagi hari ini?

Saya berharap semua dalam kondisi sehat dan siap untuk menikmati dan menjelajahi wilayah Kota yang indah ini.

Baik Bapak/Ibu sekalian, sebelum kita meninggalkan hotel kita ini, saya persilakan untuk mengecek kelengkapan yang Anda ingin bawa selama pelaksanaan *city tour* kita pagi ini.

Baik, jika semua sudah lengkap mari kita menuju Bus.

Selamat datang di dalam bus Travel (*nama Travel Anda/Bus Anda*).

Perkenalkan saya memperkenalkan *driver* kita pada pagi hari ini Bapak (*nama sopir kita*) dan saya sendiri (*nama tour guide*) atau biasa dipanggil (*nama panggilan jika ada*) akan menemani Anda selama perjalanan Anda.

Baik, sebelum kita melakukan *tour* pada pagi hari ini saya akan menyampaikan rute kita pagi ini.

Kita akan mengelilingi kota dan melihat sejumlah tempat menarik dan pusat keramaian kota ini. Dalam perjalanan pagi ini kita akan berhenti di dua objek yang sangat terkenal di kota ini yaitu dan

Di masing-masing objek saya memberikan Anda waktu 30 menit untuk melihat lebih dekat objek tersebut.

Bapak driver, mari kita mulai perjalanan.

Bapak-Ibu sekalian sekarang kita sudah meninggalkan hotel. Kita akan berbelok ke kiri di Jl. (*nama jalan*). Jalan ini berasal dari nama (*ceritakan keunikan dan asal nama jalan tersebut*)..... (*lanjutkan dengan menjelaskan spot yang ada*).

Bapak-Ibu sekalian, kita sudah sampai di objek wisata kita yang pertama pada pagi hari ini. Silakan Anda turun dari bus dan langsung menuju pintu gerbang. Saya akan menyusul dan mengurus izin masuk Anda.

Selamat datang di (*sebutkan nama objek*). Bapak-Ibu silahkan masuk, Anda akan ditemani oleh *local guide* kita Bapak (*nama local guide*). Bapak-Ibu sebelum masuk saya perlu mengingatkan bahwa kita berkumpul kembali di bus 30 menit ke depan yaitu pukul 10.00. Terima kasih. Silakan menikmati *tour* Anda di tempat ini.

(suasana di dalam bus setelah mengunjungi objek wisata pertama)

Baik Bapak-Ibu, apakah semua sudah lengkap? Tolong mengecek masing-masing rekan kita. Terima kasih.

Bagaimana perasaan Anda setelah mengunjungi objek wisata
(*nama objek wisata*). Saya berharap Anda menikmati dan memberikan kesan kepada
Anda, objek ini sangat terkenal dengan (*berikan
info sebagai kesimpulan dari semua info yang telah di dapat wisatawan dari local
guide*).

Sekarang kita akan melanjutkan perjalanan ke objek kunjungan kita berikutnya
..... (*nama objek wisata berikutnya*).

Baik, Bapak-Ibu, kita sudah sampai kembali di hotel. Saya berharap
perjalanan kita pagi ini berkesan dan memberikan pengalaman baru bagi
Anda. Atas nama (*nama travel*) mengucapkan terima kasih telah
memperkirakan kami untuk memandu dan menemani perjalanan Anda.
Kami tetap menanti kedatangan Anda selanjutnya dengan keluarga dan
rekan-rekan untuk menikmati suasana di kota ini.

e. Layanan Pemanduan *On Site* (Sebagai *Local Guide*)

Jenis lain pemanduan yang dilaksanakan oleh seorang guide/pramuwisata adalah
pemandu dan di objek/area wisata yang biasa disebut dengan *on-side tour*.

Berikut ini dipaparkan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pemanduan *on site
tour*.

Sebelum melaksanakan kegiatan sebagai *local guide* ada beberapa hal yang perlu
diperhatikan:

- Pahami seluk-beluk objek wisata yang Anda akan berikan informasi (biasanya
seorang local guide telah diberikan pelatihan khusus dan detail mengenai objek
wisata yang menjadi tanggung jawabnya)
- Pahami jenis wisatawan yang datang, apakah *new comer* (*pengunjung baru*)
atau sudah mengunjungi tempat tersebut beberapa kali
- Siapkan informasi mengenai ketentuan umum objek, yang akan disampaikan
kepada wisatawan
- Perbaharui informasi dan cek kondisi terakhir setiap objek dengan menggunakan
sarana komunikasi yang ada dan teknik pengumpulan informasi
- Siapkan diri secara fisik untuk melakukan kegiatan tersebut

Contoh Pemanduan *On Site Tour*

Titik pemberangkatan : Pintu gerbang

Waktu pemberangkatan : 11.00

Lama *city tour* : 30 menit

Selamat pagi Bapak/Ibu sekalian,

Selamat datang di (*nama objek pelaksanaan tour*).

Bagaimana kondisi Anda pada siang hari ini?

Saya berharap semua dalam kondisi sehat dan siap untuk menikmati dan menjelajahi
objek wisata ini.

Baik Bapak/Ibu sekalian, sebelum kita keliling di tempat ini saya persilahkan untuk mengecek kelengkapan yang Anda ingin bawa selama pelaksanaan *tour* kita siang ini.

Baik, jika semua sudah lengkap mari kita masuk.

Baik, Bapak-Ibu sekarang kita berada di depan (*nama spot yang Anda gunakan sebagai intro pemanduan Anda*). Perkenalkan saya memperkenalkan diri, saya (*nama local guide*) atau biasa dipanggil (*nama panggilan jika ada*) akan menemani Anda selama *tour* di tempat ini.

Mohon dalam *tour* ini tetap dalam kelompok dan mengambil selalu jalur kiri agar tidak terganggu oleh kelompok lain.

Bapak-Ibu sekalian objek ini dibangun pada (*sampaikan sekelumit sejarah objek*). Objek ini sangat terkenal dengan (*ceritakan keunikan dari objek tersebut*). (*lanjutkan dengan menjelaskan spot yang ada*).

Bapak-Ibu sekalian, kita sudah sampai di spot terakhir objek ini, namanya Pintu Selamat Jalan. Pintu ini khusus dibuat dengan desain tradisional dan unik untuk memberikan kesan terakhir bagi wisatawan yang mengunjungi tempat ini.

Atas nama pengelola (*sebutkan nama manajemen pengelola objek*) mengucapkan terima kasih atas kunjungan Anda dan kami tetap menanti kedatangan Anda selanjutnya dengan keluarga dan rekan-rekan untuk menikmati suasana di tempat ini.

Terima kasih dan selamat jalan.



Untuk memahami lebih jauh teknik memberikan informasi dari semua jenis pemanduan yang biasa dilakukan oleh seorang guide, Anda dapat mengembangkan dasar pola pemanduan dengan berpegang pada ketentuan bentuk sebuah pemandu, yaitu:

- 1) *Opening* (Informasi Pembuka)
- 2) *Commentary* (Isi Pemanduan)
- 3) *Closing* (Informasi Penutup Pemanduan)

Pada dua contoh informasi pemanduan di atas, yang tercetak warna hitam adalah bagian **OPENING**. Warna biru adalah **COMMENTARY** dan warna merah adalah **CLOSING**.

f. Mengatasi Situasi Sulit Dalam Pemanduan

Memandu adalah kegiatan yang beresiko baik risiko dalam skala kecil maupun risiko dalam skala besar. Risiko-risiko dan kejadian yang terjadi dalam *tour* akan dihadapi oleh semua pramuwisata baik yang pemula maupun yang profesional. Pramuwisata yang baik adalah yang menyiapkan diri dan segala hal dalam mengantisipasi segala hal yang mungkin saja terjadi.

Berikut ini beberapa langkah dan prosedur yang seharusnya dilakukan seorang *guide* dalam menghadapi permasalahan yang muncul.

Menghadapi Perubahan Jadwal Perjalanan



Perubahan-perubahan jadwal perjalanan diperlukan jika hal-hal berikut ini terjadi.

- ❖ Perubahan keadaan cuaca, seperti cyclone
- ❖ Penyedia jasa lain tidak datang, seperti sopir tidak datang
- ❖ Masalah-masalah mesin
- ❖ Kerusakan-kerusakan atau keributan umum
- ❖ Penutupan jalan, seperti banjir

Untuk memperkecil gangguan, kita perlu:

- ❖ Mempunyai nomor-nomor telepon penting seperti penanganan keadaan darurat, kantor pusat
- ❖ Mempunyai peta jalanan yang lengkap
- ❖ Membawa daftar penginapan dan penyedia jasa angkutan cadangan

Panduan Praktis

Pemberitahuan kepada wisatawan mengenai perubahan-perubahan yang tidak bisa dihindari meliputi:

- ❖ Menjelaskan mengapa perubahan diperlukan
- ❖ Sabar dan peka dalam mengatasi perasaan tidak puas dan kecewa wisatawan

Menjelaskan perubahan-perubahan tersebut secara rinci dan pengaruhnya terhadap kelanjutan tur tersebut.

- ❖ Mendengarkan umpan balik dari wisatawan-wisatawan karena mungkin mereka punya beberapa pendapat yang baik.
- ❖ Ingatlah bahwa orang ingin tahu apa yang terjadi. Karena mereka mungkin telah membayar mahal dan memilih tur ini karena melihat program-program khusus yang ditawarkan dan sekarang harus di ubah.

Prosedur-prosedur dalam melakukan perubahan jadwal tur, meliputi:

- ❖ Menghubungi kantor pusat sebelum memberitahukan kepada penyedia jasa yang lain.
- ❖ Melaporkan kepada orang-orang tertentu di kantor untuk mendapatkan persetujuan terhadap perubahan-perubahan tersebut seperti manajer-manajer.
- ❖ Memberitahukan kepada perusahaan secara berkala apabila terjadi perubahan keadaan.
- ❖ Penyebab masalah-masalah tersebut dan usulan perubahan dilaporkan sedini mungkin.
- ❖ Kebijakan yang diberikan secara lisan harus dijadikan dokumentasi tertulis.

Menangani kejadian-kejadian yang tidak terduga

Rencana cadangan harus dimasukkan kedalam rencana-rencana persiapan tur. Prosedur-prosedur atau kegiatan-kegiatan alternatif yang kita akan ikuti jika terjadi hal-hal yang tidak terduga dan menyebabkan terjadinya perubahan dari rencana asli.

Contoh:

Salah satu jalan utama terkena banjir atau tertutup oleh tanah longsor.

Rencana-rencana alternatif yang bisa dipakai antara lain:

- ❖ Menggunakan jalan yang lain
- ❖ Menunda keberangkatan
- ❖ Menggunakan jenis transportasi lain

Rangkaian-rangkaian tindakan yang diambil harus mengikuti langkah-langkah berikut.

- ❖ Mengutamakan wisatawan
- ❖ Tetap tenang
- ❖ Menguasai keadaan—gunakan perasaan Anda dan pengalaman-pengalaman hidup Anda.
- ❖ Mengikuti prosedur-prosedur perusahaan
- ❖ Terapkan rencana-rencana cadangan
- ❖ Komunikasikan perubahan-perubahan tersebut dengan:
 - o Wisatawan
 - o Kantor pusat
 - o Penyedia-penyedia produk jasa lain
 - o Orang-orang lain yang terkait, seperti polisi, orang-orang dari bagian pelayanan gangguan.

Prosedur-prosedur perusahaan dalam menangani keselamatan atau kecelakaan harus diikuti. Hal-hal yang bisa terjadi:

- ❖ Luka parah
- ❖ Sakit parah
- ❖ Wisatawan meninggal

Hal-hal yang perlu diperhatikan:

- ❖ Tetap tenang, kuasai keadaan, periksa bahaya
- ❖ Lakukan pertolongan pertama bila mungkin
- ❖ Mencari bantuan dan meyakinkan wisatawan-wisatawan
- ❖ Meneruskan pengaturan situasi dan rombongan
- ❖ Menggunakan rencana cadangan pada tempatnya
- ❖ Memberitahukan kepada pihak-pihak yang berwenang, perusahaan Anda, penyedia-penyedia produk jasa lain
- ❖ Lakukan pemberitahuan secara terus menerus kepada wisatawan.

Sumber-sumber bantuan terdiri dari:

- ❖ Wisatawan-wisatawan yang lain
- ❖ Masyarakat sekitar
- ❖ Para ahli seperti dokter-dokter, perawat-perawat.

Ingatlah:

- ❖ Ketika bantuan dari para ahli telah tiba, pusatkan perhatian pada anggota rombongan yang lain dan keselamatan mereka.
- ❖ Kembali laksanakan tugas-tugas kepemimpinan sehingga perjalanan segera kembali seperti semula.

g. Laporan-Laporan *Tour*



Laporan-laporan tur akan meliputi informasi sebagai berikut

- ❖ Peristiwa-peristiwa atau kecelakaan-kecelakaan yang terjadi selama tur
- ❖ Masalah-masalah yang ditemukan
- ❖ Bagaimana menangani masalah-masalah
- ❖ Hubungan yang dibuat dengan karyawan dari penyedia produk jasa lain selama tur misalnya jika terjadi kesulitan-kesulitan

- ❖ Jika ada produk-produk, pelayanan-pelayanan, fasilitas-fasilitas, dan tempat-tempat wisata yang baru
- ❖ Nama-nama karyawan baru (jabatan mereka) yang ditemukan selama tur
- ❖ Informasi pokok mengenai tur termasuk jumlah/nama/tanggal-tanggal perjalanan

Tanya jawab perlu dilakukan supaya umpan balik dari wisatawan dapat dilaporkan kembali ke perusahaan dengan tepat dan benar.

Hal tersebut dapat diperoleh dengan:

- ❖ Daftar pertanyaan
- ❖ Perbincangan dengan wisatawan
- ❖ Surat atau *e-mail* ke perusahaan
- ❖ Komentar bisa mengenai:
 - o Tur
 - o Pemandu
 - o Produk-produk atau pelayanan yang diberikan oleh penyedia produk jasa lain

Komentar bisa berupa:

- ❖ Komentar positif misalnya pujian pada pemandu
- ❖ Komentar negatif misalnya keluhan tentang pemandu
- ❖ Rekomendasi untuk masa yang akan datang

Bagian terakhir dari Bab Pemanduan Wisata (*Tour Guide* ini) dipaparkan beberapa informasi objek wisata beberapa daerah yang ada (silakan Anda kembangkan untuk daerah Anda dan daerah-daerah lainnya) sebagai bahan informasi Anda untuk melaksanakan pemanduan.

Informasi-informasi ini bermanfaat jika Anda ingin melakukan pemanduan *More Than One day Tour/ Multiday Tour* dan juga *tour* antarkota dan antarpulau yang biasa disebut dengan *Overland Tour*.

Informasi ini adalah *updating* dari bahan-bahan di internet yang juga dapat Anda kembangkan dan *update* sendiri dengan mengunjungi *website* yang ada pada informasi sumber setiap objek yang ada pada halaman 357-400.



Ingat:

Menjadi pramuwisata memerlukan pengulangan-pengulangan praktis sebanyak mungkin dan memperbaharui informasi yang ada.

Silakan Anda menggunakan internet sebagai salah satu sumber yang cepat dan sederhana. Gunakan *searching engine*, seperti :yahoo, google, dan lainnya.

8. Hal-Hal Penting yang Harus diperhatikan Sebelum dan Selama Perjalanan Wisata

1) Dokumen Perjalanan

- a) Paspor
Dipegang sementara oleh *tour leader* pada saat keberangkatan pesawat untuk keperluan *check in*, imigrasi, dan lain-lain.
- b) Visa
Dimintakan oleh kami sebelum keberangkatan sesuai dengan negara yang dikunjungi dalam perjalanan *tour*, kecuali ada permintaan dari peserta untuk pergi ke negara lain di luar jadwal *tour*.
- c) Tiket Perjalanan
Dipegang oleh *tour leader* selama *tour* dan akan diberikan apabila ada peserta yang akan berpisah dari *tour*.

2) Barang Bawaan

- a) Tas perjalanan STELLA KWARTA (bagasi kabin). Tas ini harap dipakai dan diisi dengan satu stel pakaian, obat-obatan pribadi, dan keperluan pribadi lainnya untuk persiapan bila terjadi keterlambatan koper.
- b) Bagasi *check in*. Bagasi yang akan dimasukkan ke dalam bagasi pesawat jangan terlalu besar dan berat. Berat maksimum adalah 20 kilogram sesuai peraturan perusahaan penerbangan. Kelebihan berat bagasi diharapkan agar tidak sampai terjadi karena akan sangat mahal apabila harus membayar.
- c) Cara mengepak yang baik.
 - i. Jangan meletakkan paspor/tiket di dalam koper.
Jangan mengisi koper terlalu penuh karena akan ada barang tambahan yang dibeli.
 - ii. Sebaiknya membawa pakaian yang tidak mudah kusut dan ringan karena biasanya tidak ada waktu untuk mencuci di hotel.
 - iii. Diharapkan tidak membawa perhiasan yang mahal.
Karena dikhawatirkan akan tertinggal atau hilang.
 - iv. Bagi yang berkacamata/lensa kontak diharapkan membawa cadangan gantinya bila hilang atau rusak.
 - v. Harap membawa obat-obatan (terutama bagi yang sedang menjalani pengobatan jalan).
 - vi. Harap menggunakan sepatu yang ringan/nyaman untuk berjalan (terutama untuk wanita dianjurkan untuk tidak memakai sepatu yang bertumit tinggi).

Sebaiknya semua memakai sepatu kets.

- vii. Bagi yang membawa titipan orang lain harap mengetahui isinya dengan pasti.
- viii. Harap mengepak sendiri isi koper agar dapat menjawab dengan pasti apabila ditanya oleh petugas keamanan.
- ix. Harap membawa baju hangat/jaket tebal.
- d) Barang yang tidak boleh dibawa masuk. Masing-masing negara mempunyai peraturan sendiri untuk barang-barang yang tidak boleh dibawa masuk ke negaranya, seperti : daging mentah, buah-buahan, sayuran, dan lain-lain.
- e) Pakaian dan laundry
Hampir semua hotel menyediakan fasilitas "*fast laundry*" dan "*dry cleaning*". Ada beberapa hotel yang dapat melakukannya dalam 24 jam dan ada yang tidak. Sebaiknya mengenai hal ini ditanyakan terlebih dahulu. Umumnya fasilitas ini sangat mahal biayanya.

3) **Airport Check In**

Waktu *check in* adalah 2 jam sebelum keberangkatan karena akan ada pemeriksaan oleh petugas bea cukai dan keamanan.

4) **Keuangan**

- a) Pembatasan Keuangan
Ada beberapa negara yang memberlakukan pembatasan keuangan yang dibawa masuk ke negaranya sehingga diharuskan mengisi pernyataan.
- b) Kartu Kredit
Umumnya toko-toko besar menerimanya.
- c) Cek Perjalanan
Dianjurkan untuk dibawa karena lebih aman. Apabila hilang dapat diganti oleh bank yang bersangkutan.
- d) Penukaran Uang
Umumnya kita dapat membawa dollar Amerika untuk ditukarkan di negara yang bersangkutan.
- e) Pendanaan
Harap membawa uang untuk keperluan tambahan seperti:
 - i. Belanja
 - ii. Membeli *souvenir* (kenang-kenangan)
 - iii. *Tour* tambahan (bila ada)

5) Asuransi Perjalanan

Dianjurkan untuk dibeli karena akan berguna bila terjadi keterlambatan koper, sakit, dan lain-lain. Pihak STELLA KWARTA akan menawarkan kepada Anda beberapa macam asuransi perjalanan yang dijual yang sebaiknya Anda beli untuk menanggulangi hal-hal yang tidak diinginkan. Sebagai contoh, bila Anda sakit, biaya rumah sakit di luar negeri akan sangat mahal.

6) Setibanya di Tempat Tujuan

a) Di Bandara

- i. Biasanya sebelum tiba di suatu negara kita diharuskan untuk mengisi kartu embarkasi dan bea cukai. Hal ini biasanya akan dibantu oleh *tour leader*.
- ii. Harap antri di depan petugas imigrasi. Siapkan paspor dan tiket.
- iii. Selesai pemeriksaan imigrasi, kita akan menuju tempat pengambilan bagasi untuk mengambil bagasi masing-masing.
- iv. Kemudian untuk selanjutnya kita akan berkumpul di suatu tempat untuk selanjutnya akan dijemput oleh perwakilan kami disana.

b) Di Hotel:

- i. *Check in*
- ii. *Tour leader* akan mengatur semuanya dan para peserta diharapkan untuk menunggu di *lobby* untuk kemudian akan dibagikan kunci kamar masing-masing.
- iii. Untuk permintaan khusus seperti *connection room*, harap dimintakan sebelumnya, tetapi tidak dijamin karena tergantung ada/tidak kamar yang dimaksud.
- iv. Bagasi akan diantar oleh *porter* ke masing-masing kamar.
- v. *Check out*

Sebelumnya harap menghubungi petugas hotel apabila ada pengeluaran-pengeluaran tambahan, seperti telepon, cucian, minuman, dan lain-lain.

7) Kendaraan dan Tempat Duduk

Umumnya walaupun di dalam bus terdapat kamar kecil, kita tidak dapat memakainya karena biasanya sopir-sopir bus tersebut tidak dapat membersihkannya. Maka dari itu kita pasti akan berhenti setiap 2 jam dalam perjalanan jauh.

- a) Diharapkan dengan sangat untuk menjaga kebersihan di dalam bus itu. Jika Anda makan atau minum di dalam bus, harap sampahnya dikumpulkan di dalam satu tempat agar memudahkan sopir untuk membersihkannya.
- b) Posisi tempat duduk peserta dapat di atur sedemikian rupa agar semuanya merasa puas dan senang.

- c) Jangan pernah untuk meniggalkan barang Anda di dalam bus walaupun terkunci sekalipun apalagi sepanjang malam.
- d) Bagi yang merokok tidak diperbolehkan untuk merokok di dalam bus.

8) Mengikuti Petunjuk *Tour Leader*

Terutama ditempat-tempat ramai, rombongan jangan terpisah-pisah, karena akan lebih aman dan akan sulit mencari bila ada anggota rombongan yang lain. Bila sampai Anda tersesat/terpisah dari rombongan, diharap Anda diam di suatu tempat sampai *tour leader* datang mencari Anda.

9) Keamanan

- a) Harap menyimpan paspor, uang dan barang-barang berharga lainnya di kotak pengaman hotel (*safe deposit box*).
- b) Membawa uang secukupnya bila mengikuti acara *tour* (tidak perlu bawa semua).
- c) Hati-hati terhadap copet yang biasanya banyak di kota-kota besar.
- d) Lebih baik keluar secara berkelompok atau beberapa peserta sekaligus.
- e) Harap memberitahukan *tour leader* apabila akan keluar baik sendiri maupun keompok.
- f) Periksa dan kunci kamar sebelum tidur.

10) Perubahan Acara atau Hotel

Kadang-kadang acara maupun hotel dapat berubah karena adanya gangguan cuaca, keterlambatan pesawat, pemogokan, dan hal-hal lainnya.

11) Pemberian Tip

- a) Untuk pemandu lokal, sopir, *porter*, dan pelayanan restoran sudah termasuk di dalam biaya *tour*.
- b) Untuk *tour leader* dari Indonesia belum termasuk dalam biaya *tour*.

12) Makanan

- a) Untuk sarapan pagi umumnya secara *American Breakfast*.
- b) Untuk makan siang maupun malam diusahakan masakan Cina, namun semua ini tergantung daerah yang dikunjungi.
- c) Bagi peserta yang mempunyai larangan makanan mohon memberitahukan pada saat pendaftaran.
- d) Jangan lupa untuk selalu minum air guna mencegah terjadinya dehidrasi, karena umumnya udara di luar negeri sangatlah kering.

13) Pemakaian Telepon

- a) Untuk hubungan internasional biasanya sangat mahal bila dilakukan dari dalam kamar, peserta dianjurkan untuk membeli kartu telepon yang banyak tersedia.

14) Belanja (Shopping)

- a) Lebih baik kita belanja ditoko dimana harganya pasti (*fixid price*) untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.
- b) *Tour leader* dapat memberitahukan saran tempat untuk belanja.
- c) Kadang-kadang kita dapat memperoleh *tax refund*.
- d) Sebaiknya kita tidak berbelanja di setiap tempat tujuan karena akan membutuhkan banyak waktu, sementara tempat-tempat yang akan kita kunjungi banyak.

15) Tegangan Listrik

Bagi yang akan membawa dan menggunakan peralatan listrik diharapkan untuk memeriksa terlebih dahulu tegangan di negara yang akan di kunjungi. Dianjurkan kalau mungkin untuk membawa adaptor.

16) Film dan Baterai

Dianjurkan untuk membeli film di Indonesia, karena di luar negeri sangat mahal harganya.

17) Kebiasaan Setempat

Anda mungkin akan melihat bahwa di beberapa tempat *service/pelayanannya* tidak sebaik seperti di Indonesia. Dimohon agar Anda tetap sabar dan bertoleransi karena kebudayaan mereka dengan kita berbeda. Cobalah untuk tidak membanding-bandingkan karena sebenarnya perbedaan-perbedaan tersebutlah yang harus kita nikmati dalam perjalanan. Jika Anda berada di negara asing, diharapkan untuk menghormati kebudayaan mereka, terutama di tempat-tempat suci.

18) Tambahan Bagi yang Mengikuti Ziarah

Diharapkan agar membawa :

- a) Rosario
- b) Kitab suci
- c) Pakaian renang (bagi yang hendak berenang di laut mati, Israel), handuk kecil, dan juga kacamata renang (menjaga mata dari semburan air laut mati).

5. CONTOH BEBERAPA OBJEK WISATA SEBAGAI INFORMASI PEMANDUAN

Berikut ini dipaparkan beberapa objek wisata yang dapat dipergunakan sebagai bahan informasi pemanduan.

Informasi-informasi ini dapat juga Anda *down load* dari internet.

a. JAWA BARAT

Sumber: <http://www.tourismwestjava.com/>

Patuha Resort



Jenis:	WH/WB
Luas:	5 ha
Ketinggian:	1700 m (dpl)
Suhu:	18–26°C
Curah hujan:	3.700 mm/thn
Topografi:	landai berbukit
Kota terdekat:	Bandung
Jarak dari kota terdekat:	37 km
Ket: WH (Wisata Harian), WB (Wisata Bermalam), BP (Bumi Perkemahan), TWA (Taman Wisata Alam)	

Keadaan Umum

Patuha Resort (PPAW) merupakan salah satu resort eksklusif di kaki gunung Patuha. Terletak di Desa Tunggul Baru Kecamatan Ciwidey Bandung di antara lereng pegunungan dengan udara sejuk dan pemandangan yang sangat indah. Dapat dijangkau dengan mudah selama 1 jam dari Kota Bandung, 4 jam dari Jakarta lewat Cipulrang. Patuha Resort merupakan pilihan yang sangat tepat untuk Anda yang mendambakan suasana alami dalam kegiatan bisnis seperti rapat, pendidikan, pelatihan, olah raga, dan kegiatan lainnya, atau hanya sekedar beristirahat menghilangkan rasa jenuh.

Dilengkapi fasilitas pemondokan dengan arsitektur dan bangunan yang sangat harmoni dengan lingkungan alamnya terdapat 12 kamar pondokan yang dapat menampung 48 orang menyajikan *viewing point* yang bisa digunakan untuk menikmati keindahan panorama alam sekitar.

Pangandaran



Jenis:	TWA
Luas:	20 ha
Ketinggian:	0–50 m (dpl)
Suhu:	29–30°C
Curah hujan:	3.196 mm/thn
Topografi:	landai
Kota terdekat:	Ciamis
Jarak dari kota terdekat:	20 km
Ket: WH (Wisata Harian), WB (Wisata Bermalam), BP (Bumi Perkemahan), TWA (Taman Wisata Alam)	

Keadaan Umum

Taman Wisata Alam Pangandaran ditetapkan berdasarkan SK Menteri Pertanian Nomor 170/Kpts/Um/3/1978 tanggal 10 Maret 1978 dengan luas 37,7 ha. Secara geografis terletak pada 108°30' – 109°00' BT dan 7°LS, sedangkan berdasarkan administrasi pemerintahan termasuk wilayah Desa Pangandaran, Kecamatan Pangandaran, Kabupaten Ciamis. Menurut administrasi pengelolaan hutan Perum Perhutani termasuk BKPH Pangandaran KPH Ciamis.

Kawasan ini terletak pada bagian utara dari Pananjung Pangandaran, sebagian besar bertopografi landai dan pada beberapa tempat terdapat tonjolan-tonjolan bukit kapur yang terjal. Ketinggian tempat kawasan berada antara 0–20 m dpl.

Menurut klasifikasi Schmidt dan Ferguson, Kamojang dan sekitarnya termasuk tipe iklim A dengan curah hujan rata-rata 3.196 mm per tahun. Temperatur udara minimum 25°C, maksimum sebesar 30°C, dan kelembapan sebesar 80–90%.

Potensi Wilayah

Kawasan TWA Pangandaran merupakan hutan sekunder tua yang berumur antara 50–60 tahun mendominasi kawasan TWA Pangandaran. Selebihnya adalah sisa-sisa hutan primer yang tidak luas dan terpecah letaknya, serta sedikit hutan pantai.

Pohon-pohon di hutan sekunder tua di dalam kawasan TWA Pangandaran memiliki ketinggian rata-rata antara 25–35 m, dengan jenis-jenis yang dominan di antaranya laban (*Vitex pubescens*), ki segel (*Dillenia excelsa*), dan marong (*Cratoxylon formosum*), juga terdapat beberapa jenis pohon peninggalan hutan primer seperti pohpohan (*Buchania arborescens*), kondang (*Ficus variegata*), dan benda (*Disoxylum caulostachyllum*). Pohon-pohon tersebut umumnya ditandai oleh tumbuhnya jenis tumbuhan liana dan epifit.

Hutan pantai hanya terdapat di bagian timur dan barat kawasan. Ditumbuhi pohon formasi *Barringtonia*, seperti butun (*Barringtonia aseatica*), ketapang (*Terminalia catappa*), nyamplung (*Callophyllum inophyllum*), dan waru laut (*Hibiscus tiliaceus*).

Dengan berbagai ragam floranya, kawasan taman wisata alam Pangandaran merupakan habitat yang cocok bagi kehidupan satwa-satwa liar. Jenis satwa liar yang dapat dijumpai pada kawasan ini antara lain: tando (monyet ekor panjang) (*Macaca fascicularis*), lutung (*Presbytis cristata*), kalong (*Pteropus campyrus*), banteng (*Bos sondaicus*), rusa (*Cervus timorensis*), kancil (*Tragulus javanica*), dan landak (*Hystrix javanica*).

Sedangkan jenis-jenis burung yang dapat dijumpai antara lain burung canghegar (*gallus varius*), tlungtumpuk (*Magalaema javensis*), cipeuw (*Aegitina tiphia*), larwo (*Copsychus malaharicus*), dan jogjog (*Pycnonotus plumosus*).

Jenis amphibi yang dapat ditemui di antaranya adalah katak pohon (*Rhacopnorus leucomistak*), katak buduk (*Bufo melanostictus*), dan bancet (*Rana limnocharis*). Sedangkan jenis reptilia yang dapat ditemui di antaranya adalah biawak (*Dracopolon sp.*), tokek (*Gecko gecko*), dan beberapa jenis ular, antara lain ular pucuk (*Dryopsis prasinus*).

Potensi Wisata

Selain objek wisata berupa hutan alam maupun tanaman, daya tarik yang lain adalah pantai pasir putih, gua alam, dan peninggalan sejarah serta Batu Kalde. Berikut uraian dari masing-masing objek wisata alam tersebut.

Gua Keramat atau Gua Parat

Menurut cerita gua ini dahulunya merupakan untuk bertapa dan bersemedi oleh beberapa pangeran dari Mesir yaitu Pangeran Kesepuluh (Syech Ahmad), Pangeran Kanoman (Syech Muhammad), Pangeran Maja Agung, dan Pangeran Raja Sumenda. Pangeran Maja Agung mempunyai istri empat yang salah satu istrinya bernama Dewi Cimilar Putri Jin, mempunyai seorang Putri bernama Dewi Ranggasmara.

Pangeran Pangeran Batara Sumenda adalah kakak dari Pangeran Maja Agung. Pada suatu hari, Pangeran Maja Agung memanggil kedua putranya Pangeran Ahmad dan Pangeran Muhammad untuk memberikan tugas untuk mengislamkan daerah Ciamis Selatan. Pangeran Maja Agung percaya bahwa kedua anaknya dapat menjalankan tugasnya karena mereka mempunyai kesaktian dari sepuluh jimat yang disebut Konco Kaliman.

Adik tirinya yang bernama Dewi Ranggasmara pernah meracuni kedua kakaknya karena menginginkan jimat, akan tetapi perbuatannya segera diketahui. Sebagai pembalasannya kakaknya hendak memperkosa adiknya tetapi hal itu tidak sempat dilakukan karena sempat diketahui oleh punakawannya.

Pada hari yang telah ditentukan Pangeran Ahmad dan Muhammad pergi untuk menjalankan tugasnya akan tetapi Pangeran Maja Agung tidak mendapat berita tentang putranya. Kemudian mengutus kakaknya Pangeran Raja Sumenda untuk mencarinya.

Pangeran Raja Sumenda pergi sendirian dari Mesir, beliau mendengar suara yang memberitahukan bahwa kedua keponakannya ada dalam sebuah gua.

Setelah ketemu kemudian melapor kepada Raja Maja Agung, tidak lama kemudian beliau menyusul dan bersama-sama bersemedi di gua ini yang sekarang diberi nama Gua Keramat.

Didalam gua ini terdapat dua kuburan yang bukan sebenarnya, hanya sebagai tanda saja bahwa ditempat inilah syech Ahmad dan Muhamad menghilang (tilem).

GUA PANGGUNG

Menurut cerita yang berdiam di gua ini adalah Embah Jaga Lautan atau disebut pula Kiai Pancing Benar. Beliau merupakan anak angkat dari Dewi Loro Kidul dan ibunya menugaskan untuk menjaga lautan di daerah Jawa Barat pada khususnya dan menjaga pantai Indonesia pada umumnya oleh karena itu beliau disebut Embah Jaga Lautan.

Sebenarnya Embah Jaga Lautan ini berasal dari Mesir yang ditugaskan untuk menyiarkan agama Islam. Beliau mempunyai istri tujuh orang yang setiap malam beliau bergiliran menengok salah satu ketujuh istrinya. Ketujuh istrinya itu selalu bertengkar satu sama lain. Pada satu hari istrinya yang ketujuh tidak sempat ditengok karena beliau pergi memancing. Pancing yang digunakan tidak berbentuk melingkar akan tetapi lurus dan ikan yang didapatnya disebut ikan topel karena ikan tersebut menempel pada pancingnya. Setelah beliau mempunyai ikan topel tersebut ketujuh istrinya kemudian rukun bersama, maka oleh karena itu beliau disebut juga Kiai Pancing Benar dan sampai sekarang masih banyak orang yang menangkap ikan tersebut karena masih percaya akan khasiatnya.

Disebut Panggung karena di dalam gua ini terdapat tempat seperti panggung yang dipakai untuk sembahyang para wali atau orang-orang yang akan naik haji ke Mekkah.

GUA LANANG

Menurut cerita gua ini dulunya merupakan keraton yang pertama Kerajaan Galuh, sedangkan keraton yang kedua terdapat di Karang Kamayaan Ciamis. Raja Galuh ini laki-laki (*lanang*) yang sedang berkelana.

BATU KALDE ATAU SAPI GUMARANG

Ditempat ini menurut cerita tinggal seorang sakti yang dapat menjelma menjadi seekor sapi yang gagah berani dan sakti.

Sapi Gumarang adalah nakhoda kapal, pada suatu hari Sapi Gumarang ini diutus untuk membeli padi ke daerah Galuh, akan tetapi tidak berhasil sebab Raja Galuh tidak mengizinkan berhubungan persediaan padi untuk daerah itu sendiri belum mencukupi.

Nakhoda kapal sangat marah mendengar hal itu kemudian dia mengutus Sapi Gumarang untuk merusak seluruh Galuh dan sekitarnya. Sapi Gumarang dapat menjalankan tugasnya dengan baik terbukti seluruh padi baik yang berada di lumbung dan di sawah terkena hama. Raja Galuh sangat terkejut dengan keadaan ini dan beliau yakin hal ini pasti dilakukan oleh utusan nakhoda, kemudian beliau menyusun putra angkatnya Sulanjana untuk mencari Sapi Gumarang dan harus mempertanggungjawabkan perbuatannya dan akan membantu Kerajaan Galuh apabila terserang hama.

RENGGANIS

Cerita ini berawal dengan adanya sebuah pemandian berupa sungai kepunyaan seorang raja bernama Raja Mantri. Pada suatu hari, Raja Mantri pergi melihat-lihat pemandiannya, kebetulan waktu itu Dewi Rengganis dan para inangnya sedang mandi.

Dewi Rengganis adalah putri dari kayangan, karena terdorong oleh perasaan hatinya kemudian Raja Matri mengambil pakaian Dewi Rengganis. Alangkah terkejutnya sang Dewi karena pakaiannya sudah tidak ada pada tempatnya, inangnya disuruh untuk mencarinya akan tetapi tidak berhasil. Karena kesalnya Dewi Rengganis kemudian berkata barang siapa menemukan bajunya maka akan dijadikan saudara bila perempuan dan bila laki-laki akan dijadikan suami.

Semua perkataan Dewi terdengar oleh Raden Mantri kemudian dia keluar dari persembunyiannya. Untuk menepati janji, Dewi Rengganis bersedia menjadi istri Raden Raja Mantri.

Setelah menikah kemudian pemandian ini diserahkan kepada Dewi Rengganis. Sejak itu pemandian itu dinamakan Cirengganis dan sampai sekarang banyak orang yang masih percaya akan khasiat apabila mandi di sana.

Makam Sunan Gunung Jati

Dihiasi dengan keramik buatan Cina zaman Dinasti Ming. Di kompleks makam ini di samping tempat dimakamkannya Sunan Gunung Jati juga tempat dimakamkannya Fatahilah panglima perang pembebasan Batavia. Lokasi ini merupakan kompleks pemakaman bagi keluarga Keraton Cirebon, terletak ± 6 km ke arah utara dari Kota Cirebon.

Trusmi

Sentra batik tradisional Cirebon yang memiliki motif khas Cirebonan. Terletak 9 km dari ibukota Cirebon ke arah utara (di Desa Trusmi, Kecamatan Weru). Di samping itu terdapat juga makam Ki Buyut Trusmi yaitu salah seorang tokoh penyebar agama Islam di wilayah Cirebon.

Makam Nyi Mas Gandasari

Salah seorang murid Syekh Syarif Hidayatullah (Sunan Gunung Jati) dalam penyebaran agama Islam, terkenal dengan kemampuan ilmunya yang tiada tanding. Terletak di Desa Pangurangan Kecamatan Pangurangan atau 27 km dari ibukota Sumber.

Makam Syekh Magelung Sakti

Merupakan salah satu seorang pendekar yang dapat mengalahkan Nyi Mas Gandasari dan disegani karena di samping sebagai salah seorang pendekar juga, beliau juga dikenal sebagai seorang yang berjasa dalam penyebaran agama Islam di tanah Cirebon. Makam beliau terletak di Desa Karang Kendal Kecamatan Kapetakan, 21 km dari ibukota *Sumber*.

Makam Talun

Di sini tempat dimakamkannya Mbah Kuwu Cirebon yaitu salah seorang pimpinan tertinggi di wilayah Cirebon. Di samping sebagai tokoh masyarakat, beliau juga sangat disegani dalam ilmu pengetahuannya. Sehingga sampai saat ini masih banyak diziarahi oleh masyarakat Cirebon. Terletak di Desa Cirebon Girang Kecamatan Cirebon Selatan 5 km dari pusat ibukota Sumber.

Belawa

Lokasi wisata ini berjarak kira-kira 25 km dari kota *Sumber* ke arah timur. Objek wisata ini memiliki daya tarik dari kura-kura yang mempunyai ciri khusus di punggung dengan nama latin "***Aquatic Tortose Ortilia norneensis***".

Menyimpan legenda menarik tentang keberadaannya di Desa Belawa Kecamatan Sedong. Menurut penelitian merupakan spesies kura-kura yang langka dan patut dilindungi keberadaannya. Objek wisata ini direncanakan untuk dikembangkan menjadi kawasan yang lebih lengkap taman kura-kura (*turtle park*) atau taman reptilia. Sektor swasta dapat bekerja sama dengan pemerintah kabupaten untuk pengelolaan taman kura-kura tersebut.

Situ Sedong

Terletak di Desa Sedong sekitar 26 km dari arah pusat ibukota Sumber, dengan luas lahan 62,5 ha. Selain mempunyai panorama yang indah, situ ini juga disebut pula situ pengasingan yang merupakan tempat rekreasi air dan pemancingan. Pihak pemerintah kabupaten mengundang para investor untuk bermitra dalam pengelolaan wisata ini.

Banyu Panas *Palimanan*

Objek wisata ini terletak di Desa Palimanan Barat Kecamatan Palimanan sekitar 16 km dari Cirebon ke arah Bandung.

Objek wisata ini merupakan pemandian air panas dengan kadar belerang yang dipercaya dapat menyembuhkan penyakit kulit. Pemandian air panas ini ada di sekitar bukit Gunung Kapur Gunung Kromong yang mempunyai keistimewaan mata air selalu berpindah-pindah. Pihak investor diundang untuk mengembangkan lokasi ini untuk dijadikan wisata spa.

Plangon

Objek wisata plangon berlokasi di Kelurahan Babakan Kecamatan Sumber ± 10 km dari Cirebon. Tempat rekreasi dengan panorama alam yang indah yang dihuni oleh sekelompok kera liar. Selain tempat rekreasi, terdapat juga makam **Pangeran Kejaksan** dan **Pangeran Panjunan**.

Puncak acaranya biasa di masa ziarah Plangon tanggal 2 Syawal, 11 Dzulhijjah, dan 27 Rajab. Untuk pengembangan wisata ini meliputi lahan sekitar 10 ha, dan status tanah ini milik Kesultanan. Kapasitas pengunjung rata-rata sekitar 58.000 pengunjung/tahun. Objek ini cukup mempunyai prospek untuk dikembangkan, peluang terbuka untuk pengelola lokasi wisata dan bangunan makam.

Lapangan GOLF Ciperna

Kawasan ini berada di tepi jalan raya Cirebon Kuningan dengan kontur tanah berbukit berjarak 5 km ke selatan dari Cirebon, berada pada ketinggian 200 m di atas permukaan laut.

Daya tarik utama kawasan ini adalah keindahan pemandangan kota Cirebon dengan latar belakang laut lepas ke arah utara, sedangkan ke arah selatan Gunung Ciremai disuasana yang menarik. Berdasarkan Perda Nomor 25 Tahun 1996, kawasan wisata Ciperna ditetapkan seluas 300 ha yang dipertunjukkan bagi lima ruang kawasan pengembangan antara lain:

1. Kawasan wisata **Agro Griya**. Pembangunan Agro Griya dalam bentuk rumah kebun yang dapat disewakan dengan fasilitas hotel bintang.
2. Kawasan wisata **Agro Tirta**. Pembangunan Agro Tirta dalam bentuk pembuatan danau buatan yang dilengkapi rekreasi air.
3. Kawasan **Agro Wisata I**.
4. Kawasan **Agro Wisata II**. Agro wisata I dan II diarahkan dalam bentuk pembangunan kawasan perkebunan mangga gedong gincu, srikaya, atau tanaman jenis lainnya. Di samping itu membangun *track* olahraga yang dapat menyesuaikan dengan kontur tanah sekitarnya.
5. Kawasan **Land Mark**. Sarana dan prasarana yang ada di antaranya:
 - beberapa di lokasi strategis di tepi jalan raya Cirebon Kuningan,
 - tersedia jalur listrik PLN,
 - tersedia jalur telepon umum, dan
 - tersedia air bersih melalui PDAM atau air tanah.

Situ Patok

Luas Situ Patok 175 ha yang terletak di Desa Setu Patok sekitar 6 km dari Cirebon ke arah Tegal, objek wisata ini selain mempunyai panorama indah juga tersedia sarana rekreasi air dan pemancingan.

Lokasi ini berpotensi untuk dikembangkan sekitar lahan 7 ha, dengan status tanah negara. Prasarana yang diperlukan pembuatan dermaga, pengadaan perahu motor, dan sarana pemancingan, serta pembangunan rumah makan yang artistik. Jalan ke arah lokasi cukup baik dan lebar, jaringan aliran listrik sudah tersedia dan saat ini minat masyarakat untuk mengunjungi wisata ini cukup banyak.

Cikalahang

Kawasan Cikalahang merupakan kawasan yang baru berkembang dengan daya dukung alam. Sasaran wisatawan pada awalnya adalah objek wisata Telaga Remis yang dikelola oleh Perum Perhutani KPH Kuningan dan berada di wilayah Kuningan.

Hingga saat ini kawasan Telaga Remis masih menarik wisatawan yang dapat diandalkan dari segi *income*. Akan tetapi, jalan menuju objek wisata ini melalui Desa Cikalahang yang berada di wilayah Kabupaten Cirebon, sehingga keberadaan memberikan keuntungan bagi masyarakat sekitar usaha lain sebagai daya pendukung. Di samping itu juga kawasan Cikalahang telah berkembang menjadi suatu kawasan yang mempunyai daya tarik sendiri yaitu dari usaha restoran/rumah makan ikan bakar. Dengan banyaknya peminat menjadi wilayah itu berkembang pesat menjadi daya tarik wisata makan, sehingga pada hari-hari libur penuh dikunjungi wisatawan.

Menjual keadaan alam yang menarik dengan sumber air dari kaki Gunung Ciremai yang tidak pernah kering, sangat memungkinkan untuk membuka peluang usaha kolam renang yang bersifat alami dengan fasilitas modern serta bumi perkemahan.

Kawasan wisata Cikalahang terletak sekitar 6 km dari ibukota Kabupaten Cirebon di Sumber dan 1 km dari jalan alternatif Cirebon Majalengka dengan lingkungan alam yang masih asri.

Wanawisata Ciwaringin

Hutan wisata dengan menampilkan keindahan alam dan banyak ditumbuhi oleh pohon kayu putih. Menyediakan lokasi bagi para penggemar jalan kaki dan arena *motor cross*. Di lokasi ini juga terdapat Danau Ciranca bagi penggemar memancing. Berlokasi di Desa Ciwaringin Kecamatan Ciwaringin, 17 km dari ibukota Sumber.

b. YOGYAKARTA dan JAWA TENGAH

Sumber: <http://www.yogyes.com/>

Kota Jogja/Yogyakarta

Jogja (beberapa orang menyebutnya **Yogyakarta**, **Jogjakarta**, atau **Yogya**) adalah kota yang terkenal akan sejarah dan warisan budayanya. Jogja merupakan pusat Kerajaan Mataram (1575–1640), dan sampai sekarang ada kraton (istana) yang masih berfungsi dalam arti yang sesungguhnya. Jogja juga memiliki banyak candi berusia ribuan tahun yang merupakan peninggalan kerajaan-kerajaan besar zaman dahulu, di antaranya adalah Candi Borobudur yang dibangun pada abad ke-9 oleh Dinasti Syailendra.

Selain warisan budaya, Jogja memiliki panorama alam yang indah. Hamparan sawah nan hijau menyelimuti daerah pinggiran dengan Gunung Merapi tampak sebagai latar belakangnya. Pantai-pantai yang masih alami dengan mudah ditemukan di sebelah selatan Jogja.

Masyarakat di sini hidup dalam damai dan memiliki keramahan yang khas. Cobalah untuk mengelilingi kota dengan sepeda, becak, ataupun andong Anda akan menemukan senyum yang tulus dan sapaan yang hangat di setiap sudut kota. Tanpa Anda sadari, tiba-tiba Anda akan merasa seperti sedang berada di rumah sendiri.

Atmosfir seni begitu terasa di Jogja. Malioboro, yang merupakan urat nadi Jogja, dibanjiri barang kerajinan dari segenap penjuru. Musisi jalanan pun selalu siap menghibur pengunjung warung-warung lesehan.

Banyak orang yang pernah berkunjung ke Jogja mengatakan bahwa kota ini selalu *bikin kangen*. Berkunjunglah ke sini, Anda pasti akan mengerti sebabnya.

Objek Wisata di Jogja/Yogyakarta

Jogja/Yogyakarta memiliki banyak objek wisata, sebagian besar berupa warisan kerajaan-kerajaan agung di masa lalu dan objek wisata alam. YogYES.COM menyediakan informasi lengkap tentang objek wisata di Jogja/Yogyakarta.

Candi, Peninggalan Kerajaan-Kerajaan Agung Abad ke-8 dan ke-9



Ada dua jenis candi di Indonesia, candi Hindu dan candi Buddha. Sebagian besar candi-candi di Yogyakarta merupakan peninggalan kerajaan-kerajaan agung di abad ke-8 dan ke-9.

- Borobudur, Candi Budha Terbesar di Abad ke-9
- Membaca Pesan dari Nirwana di Candi Gampingan
- Candi Gebang
- Candi Ijo, Candi yang Letaknya Tertinggi di Yogyakarta
- Mengungkap Teka-Teki Bendungan Kuno di sekitar Candi Kedulan
- Candi Mendut
- Candi Pawon
- Candi Plaosan, candi kembar di Yogyakarta
- Prambanan, Candi Hindu Tercantik di Dunia
- 21 Tahun Merangkai "Puzzle" Candi Sambisari
- Candi Tara, Peninggalan Buddha Tertua di Yogyakarta

Tempat-Tempat Menarik



Tempat-tempat menarik di Jogja memberikan pengalaman yang tak ternilai. Di dalamnya tercermin gambaran kehidupan masyarakat Jogja yang ramah, guyub, dan berbudaya.

- Agrowisata Turi, Menikmati Salak Pondoh di Taman Buah
- Alun-Alun Kidul Yogyakarta, Mencari Ketenangan Hati dan Berkah
- Menapaki Istana Pertama Ngayogyakarta Hadiningrat
- Angkringan Lik Man, Menikmati Malam di Yogyakarta bersama Kopi Joss
- Adisutijpto, Bandara Internasional di Yogyakarta
- Beringharjo, Pasar Tradisional Terlengkap di Yogyakarta
- Bintaran, Dari Kediaman Pangeran Bintoro ke Kawasan Indisch
- "Matahari" dalam Senjakala Bioskop Permata
- Banyusumurup, Desa Kerajinan Aksesoris Keris
- Kampung Serangan, Mengunjungi Kediaman Para Penatah Keris
- Pasar Gabusan, Surga Kerajinan Bantul
- Cerita Mural di Perempatan Galeria
- Gereja Ganjuran, Bertemu Yesus dalam Wajah Jawa
- Pesanggrahan Gua Siluman Yang Misterius
- Kaliurang, Plesir ala Nyonya dan Meneer
- Kasongan, Memburu Keramik di Pemukiman Kundi
- Kampung Kauman, Pesona Perjuangan Islam
- Kotabaru, Jelajah ke Kota Taman Tua
- Kotagede, Menikmati Pesona Kota Tua

- Kraton Yogyakarta, Pusat Jagad Raya
- Taman Mural di Kolong Jembatan Layang Lempuyangan
- Loji-Loji, Kawasan Indisch Pertama di Yogyakarta
- Malioboro, Bernostalgia di Surga Cinderamata
- Masjid Kotagede, Masjid Tertua di Yogyakarta
- Dusun Mlangi, Wisata Religius Islami
- Ngasem, Pasar Burung Tertua di Yogyakarta
- Pabrik Tegel Kunci, Mengenal Produksi Ubin-Ubin Klasik
- Panggung Krapyak, Tempat Raja-Raja Berburu
- Pasar Kliithikan Yogyakarta, Berburu Barang Bekas dan Unik
- Pabrik Cerutu Taru Martani, Legenda Cigar van Java
- Pecinan Yogyakarta, Kawasan Dagang Bersejarah
- Pabrik Gula Madukismo dan Besi Jembatan Sungai Kwai di Thailand
- Prawirotaman, Kampung Batik dan Penginapan Yang Mendunia
- Puncak Suroloyo, Meneropong Borobudur dari Pertapaan Sultan Agung
- Istana Ratu Boko, Kemegahan di Bukit Penuh Kedamaian
- “Berpetualang” Menyusuri Selokan Mataram
- Sendang Sono, *Lourdes*-nya Indonesia
- Sendang Sriningsih, Perantara Rahmat Tuhan
- Sosrokusuman, dari Penginapan Murah Hingga Wayang Kancil
- Sosrowijayan, Kampung Turis di Pusat Kota Yogyakarta
- Stasiun Tugu, Salah Satu Pemberhentian Kereta Tertua di Indonesia
- Tamansari (Taman Sari)
- Giwangan, Terminal Tipe A Terbesar di Indonesia
- Wanagama, Oase di Perbukitan Kapur
- Pesanggrahan Warungboto dan Pesona Taman Air Abad 19

Pantai-Pantai Alami di Yogyakarta



Di sebelah selatan Yogyakarta, Anda akan menjumpai banyak pantai. Pantai yang terdekat adalah Parangtritis. Ada pula pantai-pantai yang alami di wilayah Gunung Kidul, seperti Krakal, Baron, Wedi Ombo, dan lain-lain.

- Pantai Baron
- Pantai Congot, Nuansa Khas Pantai Nelayan
- Pantai Depok, Menikmati Hidangan Ikan Laut Segar
- Pantai Drini
- Pantai Glagah, Pemandangan Laguna Hingga Agrowisata
- Pantai Krakal
- Pantai Kukup
- Pantai Ngobaran, dari Pura hingga Landak Laut Goreng
- Pantai Ngrehehan
- Parangkusumo, Pantai Cinta di Yogyakarta
- Parangtritis, Pantai Paling Terkenal di Yogyakarta
- Pantai Sadeng, Mengunjungi Muara Bengawan Solo Purba
- Sepanjang, si Pantai Kuta Tempo Doeloe
- Pantai Siung, Memiliki 250 Jalur Panjat Tebing
- Pantai Sundak, Perkelahian Asu dan Landak yang Menuai Berkah
- Pantai Trisik, Menikmati Suasana Pedesaan Pesisir
- Pantai Wediombo, Memancing Ikan dari Bukit Karang

Museum dan Monumen di Jogja/Yogyakarta

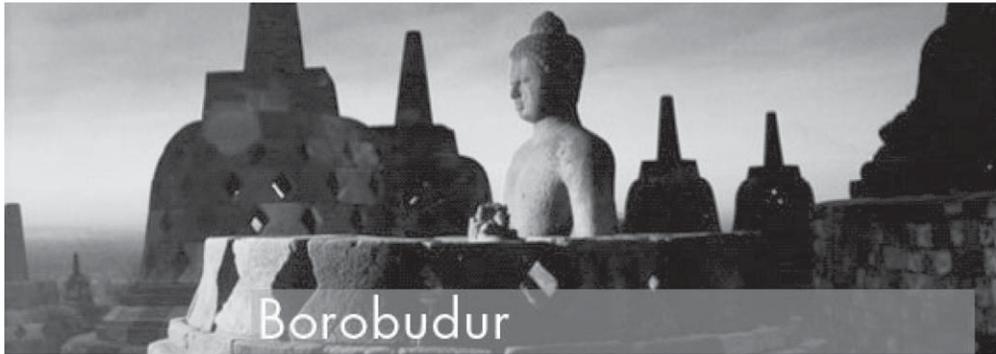


Museum-museum di Jogja menyimpan bukti sejarah perjalanan budaya Jawa. Tak hanya itu, bukti-bukti sejarah nasional juga menjadi lambang kegagahan dan patriotisme bangsa Indonesia.

- Museum Affandi, Mengunjungi Istana Sang Maestro
- Museum Kekayon, Memutar Rekaman Sejarah Indonesia
- Monumen Yogya Kembali, Jejak Peristiwa Enam Jam di Yogyakarta
- Museum Kapal Samudraraksa
- Sasana Wiratama, Mengenang Perjuangan Pangeran Diponegoro
- Museum Sasmitaloka, Mengunjungi Kediaman Sang Guru
- Museum Sonobudoyo, Menikmati Koleksi Keris Nusantara
- Tugu Jogja, Landmark Kota Jogja yang Paling Terkenal
- Museum Ullen Sentalu, Sinar Kecantikan Putri Keraton

Borobudur, Candi Buddha Terbesar di Abad ke-9

Borobudur adalah candi Buddha terbesar di abad ke-9 yang berukuran 123 × 123 meter. Candi Borobudur selesai dibangun berabad-abad sebelum Angkor Wat di Kamboja.



Borobudur Sunrise



Buddha



Borobudur in the Past

Borobudur, Candi Buddha Terbesar di Abad ke-9

Siapa tak kenal Candi Borobudur? Candi Buddha ini memiliki 1.460 relief dan 504 stupa Buddha di kompleksnya. Jutaan orang mendamba untuk mengunjungi bangunan yang termasuk dalam *World Wonder Heritages* ini. Tak mengherankan, sebab secara arsitektural maupun fungsinya sebagai tempat ibadah, Borobudur memang memikat hati.

Borobudur dibangun oleh Raja Samaratungga, salah satu raja Kerajaan Mataram Kuno, keturunan Wangsa Syailendra. Berdasarkan prasasti Kayumwungan, seorang Indonesia bernama Hudaya Kandahjaya mengungkapkan bahwa Borobudur adalah sebuah tempat ibadah yang selesai dibangun tanggal 26 Mei 824, hampir seratus tahun sejak masa awal dibangun. Nama Borobudur sendiri menurut beberapa orang berarti sebuah gunung yang berteras-teras (*budhara*), sementara beberapa yang lain mengatakan Borobudur berarti biara yang terletak di tempat tinggi.

Bangunan Borobudur berbentuk punden berundak terdiri atas sepuluh tingkat. Tingginya 42 meter sebelum direnovasi dan 34,5 meter setelah direnovasi karena tingkat paling bawah digunakan sebagai penahan. Enam tingkat paling bawah berbentuk bujur sangkar dan tiga tingkat di atasnya berbentuk lingkaran dan satu tingkat tertinggi yang berupa stupa Buddha yang menghadap ke arah barat. Setiap tingkatan melambangkan tahapan kehidupan manusia. Sesuai mahzab Budha Mahayana, setiap orang yang ingin mencapai tingkat sebagai Buddha mesti melalui setiap tingkatan kehidupan tersebut.

Bagian dasar Borobudur, disebut *Kamadhatu*, melambangkan manusia yang masih terikat nafsu. Empat tingkat di atasnya disebut *Rupadhatu* melambangkan manusia yang telah dapat membebaskan diri dari nafsu namun masih terikat rupa dan bentuk. Pada tingkat tersebut, patung Buddha diletakkan terbuka. Sementara, tiga tingkat di atasnya dimana Buddha diletakkan di dalam stupa yang berlubang-lubang disebut *Arupadhatu*, melambangkan manusia yang telah terbebas dari nafsu, rupa, dan bentuk. Bagian paling atas yang disebut *Arupa* melambangkan nirwana, tempat Budha bersemayam.

Setiap tingkatan memiliki relief-relief indah yang menunjukkan betapa mahir pembuatnya. Relief itu akan terbaca secara runtut bila Anda berjalan searah jarum jam (arah kiri dari pintu masuk candi). Pada reliefnya Borobudur bercerita tentang suatu kisah yang sangat melegenda, yaitu Ramayana. Selain itu, terdapat pula relief yang menggambarkan kondisi masyarakat saat itu. Misalnya, relief tentang aktivitas petani yang mencerminkan tentang kemajuan sistem pertanian saat itu dan relief kapal layar merupakan representasi dari kemajuan pelayaran yang waktu itu berpusat di Bergotta (Semarang).

Keseluruhan relief yang ada di Candi Borobudur mencerminkan ajaran sang Buddha. Karenanya, candi ini dapat dijadikan media edukasi bagi orang-orang yang ingin mempelajari ajaran Buddha. YogYES mengajak Anda untuk mengelilingi setiap lorong-lorong sempit di Borobudur agar dapat mengerti filosofi agama Buddha. Atisha, seorang buddhis asal India pada abad ke-10, pernah berkunjung ke candi yang dibangun tiga abad sebelum Angkor Wat di Kamboja dan empat abad sebelum Katedral Agung di Eropa ini.

Berkat mengunjungi Borobudur dan berbekal naskah ajaran Buddha dari Serlingpa (salah satu raja Kerajaan Sriwijaya), Atisha mampu mengembangkan ajaran Buddha. Ia menjadi kepala biara Vikramasila dan mengajari orang Tibet tentang cara mempraktikkan Dharma. Enam naskah dari Serlingpa pun diringkas menjadi sebuah inti ajaran disebut "*The Lamp for the Path to Enlightenment*" atau yang lebih dikenal dengan nama *Bodhipathapradipa*.

Salah satu pertanyaan yang kini belum terjawab tentang Borobudur adalah bagaimana kondisi sekitar candi ketika dibangun dan mengapa candi itu ditemukan dalam keadaan terkubur. Beberapa mengatakan Borobudur awalnya berdiri dikitari rawa kemudian terpendam karena letusan Merapi. Dasarnya adalah prasasti

Kalkutta bertuliskan 'Amawa' berarti lautan susu. Kata itu yang kemudian diartikan sebagai lahar Merapi. Beberapa yang lain mengatakan Borobudur tertimbun lahar dingin Merapi.

Dengan segala kehebatan dan misteri yang ada, wajar bila banyak orang dari segala penjuru dunia memasukkan Borobudur sebagai tempat yang harus dikunjungi dalam hidupnya. Selain menikmati candinya, Anda juga bisa berkeliling ke desa-desa sekitar Borobudur, seperti Karanganyar dan Wanurejo untuk melihat aktivitas warga membuat kerajinan. Anda juga bisa pergi ke puncak Watu Kendil untuk dapat memandang panorama Borobudur dari atas. Tunggu apa lagi? Tak perlu khawatir gempa 27 Mei 2006, karena Borobudur tidak terkena dampaknya sama sekali.

Naskah: Yunanto Wiji Utomo

Photo: PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan & Ratu-Boko

Peta dan Artistik: Sutrisno

Malioboro, Bernostalgia di Surga Cenderamata

Menyusuri jalanan sepanjang satu kilometer tentunya akan sangat melelahkan, tapi cerita kenangan dari bangunan tua dan taburan cendera mata akan mengobatinya.



Malioboro



Beringharjo



The Antique Clock



Vredeburg

Membentang di atas sumbu imajiner yang menghubungkan Kraton Yogyakarta, Tugu, dan puncak Gunung Merapi, jalan ini terbentuk menjadi suatu lokalitas perdagangan setelah Sri Sultan Hamengku Buwono I mengembangkan sarana perdagangan melalui sebuah pasar tradisional semenjak tahun 1758. Setelah berlalu 248 tahun, tempat itu masih bertahan sebagai suatu kawasan perdagangan bahkan menjadi salah satu ikon Yogyakarta yang dikenal dengan Malioboro.

Terletak sekitar 800 meter dari Kraton Yogyakarta, tempat ini dulunya dipenuhi dengan karangan bunga setiap kali Kraton melaksanakan perayaan. Malioboro yang dalam bahasa sansekerta berarti "karangan bunga" menjadi dasar penamaan jalan tersebut.

Diapit pertokoan, perkantoran, rumah makan, hotel berbintang, dan bangunan bersejarah, jalan yang dulunya sempat menjadi basis perjuangan saat agresi militer Belanda ke-2 pada tahun 1948 juga pernah menjadi lahan pengembaraan para seniman yang tergabung dalam komunitas Persada Studi Klub (PSK) pimpinan seniman Umbul Landu Paranggi semenjak tahun 1970-an hingga sekitar tahun 1990.

Memasuki Malioboro, wisatawan akan disambut hotel legendaris di Yogyakarta. Semenjak pendiriannya pada tahun 1908, hotel yang mulai beroperasi semenjak 1911 ini telah membenahi dirinya, dari *cottage* hingga menjadi hotel megah berbintang empat dengan tetap mempertahankan pola arsitektur awalnya yang merupakan satu bangunan utama serta bangunan tambahan di sayap kanan dan kiri. Bernama awal "Grand Hotel De Djokdja" pada masa penjajahan Belanda yang hanya menampung wisatawan-wisatawan Gubernur Belanda saja, kini menjadi Inna Garuda yang bisa diakses oleh masyarakat luas. Jika kebetulan wisatawan menginap di tempat ini dan menempati kamar 911 atau 912, ruangan tersebut sempat menjadi kantor MBO (Markas Besar Oemoem) TKR pimpinan Panglima Besar Jenderal Sudirman.

Menikmati pengalaman berbelanja, berburu cendera mata khas Jogja, wisatawan bisa berjalan kaki sepanjang bahu jalan yang berkoridor (*arcade*). Di sini akan ditemui banyak pedagang kaki lima yang menggelar dagangannya. Mulai dari produk kerajinan lokal seperti batik, hiasan rotan, wayang kulit, kerajinan bambu (gantungan kunci, lampu hias dan lain sebagainya) juga blangkon (topi khas Jawa/Jogja) serta barang-barang perak, hingga pedagang yang menjual pernak-pernik umum yang banyak ditemui di tempat perdagangan lain. Sepanjang *arcade*, wisatawan selain bisa berbelanja dengan tenang dalam kondisi cerah maupun hujan, juga bisa menikmati pengalaman belanja yang menyenangkan saat menawar harga. Jika beruntung, bisa berkurang sepertiga atau bahkan separuhnya.

Jangan lupa untuk menyisakan sedikit tenaga. Masih ada pasar tradisional yang harus dikunjungi. Di tempat yang dikenal dengan Pasar Beringharjo, selain wisatawan bisa menjumpai barang-barang sejenis yang dijual di sepanjang *arcade*, pasar ini menyediakan beraneka produk tradisional yang lebih lengkap. Selain produk lokal Jogja, juga tersedia produk daerah tetangga seperti batik Pekalongan atau

batik Solo. Mencari batik tulis atau batik print, atau sekedar mencari tirai penghias jendela dengan motif unik serta spreng indah bermotif batik. Tempat ini akan memuaskan hasrat berbelanja barang-barang unik dengan harga yang lebih murah. Berbelanja di kawasan Malioboro serta Beringharjo, pastikan tidak tertipu dengan harga yang ditawarkan. Biasanya para penjual menaikkan harga dari biasanya bagi para wisatawan.

Di penghujung jalan “karangan bunga” ini, wisatawan dapat mampir sebentar di Benteng Vredenburg yang berhadapan dengan Gedung Agung. Benteng ini dulunya merupakan basis perlindungan Belanda dari kemungkinan serangan pasukan Kraton. Seperti lazimnya setiap benteng, tempat yang dibangun tahun 1765 ini berbentuk tembok tinggi persegi melingkari areal di dalamnya dengan menara pemantau di empat penjuru yang digunakan sebagai tempat patroli. Dari menara paling selatan, YogYES sempat menikmati pemandangan ke Kraton Kesultanan Yogyakarta serta beberapa bangunan historis lainnya.

Sedangkan Gedung Agung yang terletak di depannya pernah menjadi tempat kediaman Kepala Administrasi Kolonial Belanda sejak tahun 1946 hingga 1949. Selain itu sempat menjadi Istana Negara pada masa kepresidenan Soekarno ketika ibukota negara dipindahkan ke Yogyakarta.

Saat matahari mulai terbenam, ketika lampu-lampu jalan dan pertokoan mulai dinyalakan yang menambah indahny suasana Malioboro, satu persatu lapak lesehan mulai digelar. Makanan khas Jogja seperti gudeg atau pecel lele bisa dinikmati disini selain masakan oriental ataupun *sea food* serta masakan Padang. Serta hiburan lagu-lagu hits atau tembang kenangan oleh para pengamen jalanan ketika bersantap.

Bagi para wisatawan yang ingin mencicipi masakan di sepanjang jalan Malioboro, mintalah daftar harga dan pastikan pada penjual, untuk menghindari naiknya harga secara tidak wajar.

Mengunjungi Yogyakarta yang dikenal dengan “Museum Hidup Kebudayaan Jawa”, terasa kurang lengkap tanpa mampir ke jalan yang telah banyak menyimpan berbagai cerita sejarah perjuangan bangsa Indonesia serta dipenuhi dengan beraneka cendera mata. Surga bagi penikmat sejarah dan pemburu cendera mata.

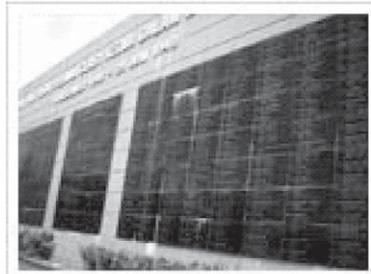
(YogYES.COM: R. Syah)

Monumen Yogya Kembali, Jejak Peristiwa Enam Jam di Yogyakarta

Dalam enam jam pasukan Belanda kocar-kacir. Sebuah serangan yang menjadi awal kembalinya kedaulatan Republik Indonesia.



Machine Gun



The List of Heroes



Diaroma



Roem Royen Negotiation

1 Maret 1949, 06.00

Pusat Kota Yogyakarta

Bunyi sirene tanda istirahat dibunyikan dari pos pertahanan Belanda. Di bawah komando Letkol Soeharto, Komandan Brigade 10 daerah Wehrkreise III, mulai menggempur pertahanan Belanda setelah mendapat persetujuan dari Sri Sultan Hamengku Buwono IX selaku penggagas serangan. Pasukan Belanda yang satu bulan semenjak Agresi Militer Belanda II bulan Desember 1948 disebar pada pos-pos kecil, terpencar dan melemah. Selama enam jam Tentara Nasional Indonesia (TNI) berhasil menduduki Kota Yogyakarta, setelah memaksa mundur pasukan Belanda. Tepat pukul 12.00 siang, sesuai dengan rencana, semua pasukan TNI menarik diri dari pusat kota ketika bantuan Belanda datang. Sebuah kekalahan telak bagi pihak Belanda.

Pertempuran yang dikenal dengan Serangan Umum 1 Maret inilah yang menjadi awal pembuktian pada dunia internasional bahwa TNI masih mempunyai kekuatan untuk mengadakan perlawanan serta menyatakan bahwa Republik Indonesia masih ada. Hal ini terpicu setelah Pemerintah Belanda yang telah menangkap dan mengasingkan Bung Karno dan Bung Hatta ke Sumatera, memunculkan propaganda dengan menyatakan Republik Indonesia sudah tidak ada.

Berita perlawanan selama enam jam ini kemudian dikabarkan ke Wonosari, diteruskan ke Bukit Tinggi, lalu Birma, New Delhi (India), dan berakhir di kantor pusat PBB New York. Dari kabar ini, PBB yang menganggap Indonesia telah merdeka memaksa mengadakan Komisi Tiga Negara (KTN). Dalam pertemuan yang berlangsung di Hotel Des Indes Jakarta pada tanggal 14 April 1949 ini, wakil Indonesia yang dipimpin Moh. Roem dan wakil Belanda yang dipimpin Van Royen, menghasilkan sebuah perjanjian yang ditanda tangani pada tanggal 7 Mei 1949. perjanjian ini kemudian disebut dengan perjanjian Roem Royen (Roem Royen Statement). Dalam perjanjian ini Belanda dipaksa untuk menarik pasukannya dari Indonesia, serta memulangkan Presiden dan Wakil Presiden, Soekarno-Hatta ke Jogja. Hingga akhirnya pada tanggal 27 Desember 1949 secara resmi Belanda menyerahkan kedaulatan kepada Republik Indonesia.

Untuk mengenang peristiwa sejarah perjuangan bangsa, pada tanggal 29 Juni 1985 dibangun Monumen Yogya Kembali (Monjali). Peletakan batu pertama monumen setinggi 31,8 meter dilakukan oleh HB IX setelah melakukan upacara tradisional penanaman kepala kerbau. Empat tahun kemudian, tepatnya pada tanggal 6 Juli 1989, bangunan ini selesai dibangun. Pembukaannya diresmikan oleh Presiden Suharto dengan penandatanganan Prasasti.

Monumen yang terletak di Dusun Jongkang, Kelurahan Sariharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman ini berbentuk gunung, yang menjadi perlambang kesuburan juga mempunyai makna melestarikan budaya nenek moyang pra sejarah. Peletakan bangunan pun mengikuti budaya Jogja, terletak pada sumbu imajiner yang menghubungkan Merapi, Tugu, Kraton, Panggung Krapyak, dan Parang Tritis. "Poros Makro Kosmos atau Sumbu Besar Kehidupan" begitu menurut Pak Gunadi pada YogYES. Titik imajiner pada bangunan yang berdiri di atas tanah seluas 5,6 hektare ini bisa dilihat pada lantai tiga, tepatnya pada tempat berdirinya tiang bendera.

Nama Monumen Yogya Kembali merupakan perlambang berfungsinya kembali Pemerintahan Republik Indonesia dan sebagai tetengger sejarah ditarik mundurnya tentara Belanda dari Ibukota Yogyakarta pada tanggal 29 Juni 1949 dan kembalinya Presiden Soekarno, Wakil Presiden Mohammad Hatta dan petinggi lainnya pada tanggal 6 Juli 1949 di Yogyakarta.

Memasuki area monumen yang terletak sekitar tiga kilometer dari pusat kota Jogja ini, pengunjung akan disambut dengan replika Pesawat Cureng di dekat pintu timur serta replika Pesawat Guntai di dekat pintu barat. Menaiki podium di barat dan timur pengunjung bisa melihat dua senjata mesin beroda lengkap dengan tempat duduknya, sebelum turun menuju pelataran depan kaki gunung Monumen. Di ujung selatan pelataran berdiri tegak sebuah dinding yang memuat 420 nama pejuang yang gugur antara 19 Desember 1948 hingga 29 Juni 1949 serta puisi Karawang Bekasi-nya Chairil Anwar untuk pahlawan yang tidak diketahui namanya.

Monumen dikelilingi oleh kolam (jagang) yang dibagi oleh empat jalan menuju bangunan utama. Jalan barat dan timur menghubungkan dengan pintu masuk lantai satu yang terdiri dari empat ruang museum yang menyajikan sedikitnya 1.000 koleksi tentang Satu Maret, perjuangan sebelum kemerdekaan hingga Kota Yogyakarta menjadi ibukota RI. Seragam Tentara Pelajar dan kursi tandu Panglima Besar Jenderal Sudirman yang masih tersimpan rapi di sana. Di samping itu, ada juga ruang Sidang Utama, yang letaknya di sebelah ruang museum I. Ruangan berbentuk lingkaran dengan diameter sekitar 25 meter ini berfungsi sebagai ruang serbaguna, karena biasa disewakan untuk keperluan seminar atau pesta pernikahan.

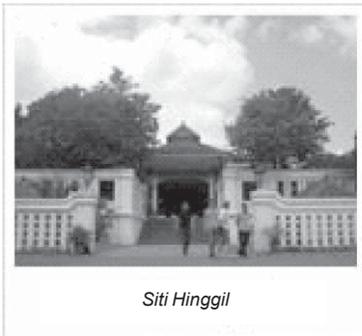
Sementara itu jalan utara dan selatan terhubung dengan tangga menuju lantai dua pada dinding luar yang melingkari bangunan terukir 40 relief yang menggambarkan peristiwa perjuangan bangsa mulai dari 17 Agustus 1945 hingga 28 Desember 1949. Sejumlah peristiwa sejarah seperti perjuangan fisik dan diplomasi sejak masa Proklamasi Kemerdekaan, kembalinya Presiden dan Wakil Presiden ke Yogyakarta hingga pembentukan Tentara Keamanan Rakyat tergambar di relief tersebut. Sedangkan di dalam bangunan, berisi 10 diorama melingkari bangunan yang menggambarkan rekaan situasi saat Belanda menyerang Maguwo pada tanggal 19 Desember 1948, SU Satu Maret, Perjanjian Roem Royen, hingga peringatan Proklamasi 17 Agustus 1949 di Gedung Agung Yogyakarta.

Lantai teratas merupakan tempat hening berbentuk lingkaran, dilengkapi dengan tiang bendera yang dipasang bendera merah putih di tengah ruangan, relief gambar tangan yang menggambarkan perjuangan fisik pada dinding barat dan perjuangan diplomasi pada dinding timur. Ruangan bernama Garbha Graha itu berfungsi sebagai tempat mendoakan para pahlawan dan merenungi perjuangan mereka.

Selama ini perjuangan bangsa hanya bisa didengar melalui guru-guru sejarah di sekolah, atau cerita seorang kakek pada cucunya. Monumen Yogya Kembali memberikan gambaran yang lebih jelas bagaimana kemerdekaan itu tercapai. Melihat berbagai diorama, relief yang terukir atau koleksi pakaian hingga senjata yang pernah dipakai oleh para pejuang kemerdekaan. Satu tempat yang akan memuaskan segala keinginan tentang perjalanan Bangsa Indonesia meraih kemerdekaan. **(YogYES.COM: R.Syah)**

Kraton Yogyakarta, Pusat Jagad Raya

Terletak di tengah poros utama yang membujur dari utara ke selatan, serta poros sekunder dari timur ke barat. Dikelilingi barisan pegunungan yang disebut Cakrawala sebagai tepian jagad.



Siti Hinggil



Bangsal Kencana



Shadow Puppet Show



Atap Siti Hinggil

Membentang antara Tugu sebagai batas utara dan Panggung Krapyak di batas selatan, antara Sungai Code di timur dan Sungai Winongo sebelah barat. Antara Gunung Merapi dan Laut Selatan, Kraton dalam pikiran masyarakat Jawa, diartikan sebagai pusat dunia yang digambarkan sebagai pusat jagad.

Setelah Perjanjian Giyanti, Pangeran Mangkubumi diberi wilayah Yogyakarta. Untuk menjalankan pemerintahannya, Pangeran Mangkubumi membangun sebuah istana pada tahun 1755 di wilayah Hutan Beringan. Tanah ini dinilai cukup baik karena diapit dua sungai, sehingga terlindung dari kemungkinan banjir. Raja pertama di Kesultanan Yogyakarta adalah Pangeran Mangkubumi dengan gelar Sri Sultan Hamengku Buwono I (HB I).

Karaton, *Keraton* atau *Kraton*, berasal dari kata *ka-ratu-an*, yang berarti tempat tinggal ratu/raja. Sedang arti lebih luas, diuraikan secara sederhana, bahwa seluruh struktur dan bangunan wilayah Kraton mengandung arti berkaitan dengan pandangan hidup Jawa yang esensial, yakni *Sangkan Paraning Dumadi* (dari mana asalnya manusia dan kemana akhirnya manusia setelah mati).

Garis besarnya, wilayah Kraton memanjang 5 km ke arah selatan hingga Krapyak dan 2 km ke utara berakhir di Tugu. Pada garis ini terdapat garis linier dualisme terbalik, sehingga bisa dibaca secara simbolik filosofis.

Dari arah selatan ke utara, sebagai lahirnya manusia dari tempat tinggi ke alam fana, dan sebaliknya sebagai proses kembalinya manusia ke sisi *Dumadi* (Tuhan dalam pandangan Jawa). Sedangkan Kraton sebagai jasmani dengan raja sebagai lambang jiwa sejati yang hadir ke dalam badan jasmani.

Kraton menuju Tugu juga diartikan sebagai jalan hidup yang penuh godaan. Pasar Beringharjo melambangkan godaan wanita. Sedangkan godaan akan kekuasaan dilambangkan lewat Gedung Kepatihan. Keduanya terletak di sebelah kanan. Jalan lurus itu sendiri sebagai lambang manusia yang dekat dengan Pencipta (*Sankan Paraning Dumadi*).

Secara sederhana, Tugu perlambangan *Lingga* (laki-laki) dan Krapyak sebagai *Yoni* (perempuan). Dan Kraton sebagai jasmani yang berasal dari keduanya.

Setelah diguncang gempa tahun 1867, Kraton mengalami kerusakan berat. Pada masa HB VII tahun 1889, bangunan tersebut dipugar. Meski tata letaknya masih dipertahankan, namun bentuk bangunan diubah seperti yang terlihat sekarang.

Tugu dan Bangsal Manguntur Tangkil atau Bangsal Kencana (tempat singgasana raja), terletak dalam garis lurus, ini mengandung arti, ketika Sultan duduk di singgasananya dan memandang ke arah Tugu, maka beliau akan selalu mengingat rakyatnya (*manunggaling kawula gusti*).

Tatanan Kraton sama seperti Kraton Dinasti Mataram pada umumnya. Bangsal Kencana yang menjadi tempat raja memerintah, menyatu dengan Bangsal Prabayeksa sebagai tempat menyimpan senjata-senjata pusaka Kraton (di ruangan ini terdapat lampu minyak Kyai Wiji, yang selalu dijaga abdi dalem agar tidak padam), berfungsi sebagai pusat. Bangsal tersebut dilingkupi oleh pelataran Kedhaton, sehingga untuk mencapai pusat, harus melewati halaman yang berlapis-lapis menyerupai rangkaian bewa (ombak) di atas lautan.

Tatanan spasial Kraton ini sangat mirip dengan konstelasi gunung dan dataran Jambu Dwipa, yang dipandang sebagai benua pusatnya jagad raya.

Dari utara ke selatan area keraton berturut-turut terdapat Alun-Alun Utara, Siti Hinggil Utara, Kemandhungan Utara, Srimanganti, Kedhaton, Kemagangan, Kemandhungan Selatan, Siti Hinggil Selatan dan Alun-Alun Selatan (pelataran yang terlindung dinding tinggi).

Sedangkan pintu yang harus dilalui untuk sampai ke masing-masing tempat berjumlah sembilan, disebut *Regol*. Dari utara terdapat gerbang, pangurukan, tarub agung, brajanala, srimanganti, kemagangan, gadhung mlati, kemandhungan dan gading.

Brongtodingrat memandang penting bilangan ini, sebagai bilangan tertinggi yang menggambarkan kesempurnaan. Hal ini terkait dengan sembilan lubang dalam diri manusia yang lazim disebut *babahan hawa sanga*.

Kesakralan setiap bangunan Kraton, diindikasikan dari frekuensi serta intensitas kegiatan Sultan pada tempat tersebut.

Alun-Alun, Pagelaran, dan Siti Hinggil, pada tempat ini Sultan hanya hadir tiga kali dalam setahun, yakni pada saat Pisowan Ageng Grebeg Maulud, Sawal dan Besar. Serta kesempatan yang sangat insidental yang sangat khusus misal pada saat penobatan Sultan dan penobatan Putra Mahkota atau Pangeran Adipati Anom.

Kraton Yogyakarta memanglah bangunan tua, pernah rusak dan dipugar. Dilihat sekilas seperti bangunan Kraton umumnya. Tetapi bila kita mendalami Kraton Yogyakarta, yang merupakan contoh terbesar dan terindah dengan makna simbolis, sebuah filosofi kehidupan, hakikat seorang manusia, bagaimana alam bekerja dan manusia menjalani hidupnya dan berbagai perlambangan eksistensi kehidupan terpendam di dalamnya. (**YogYES.COM**)

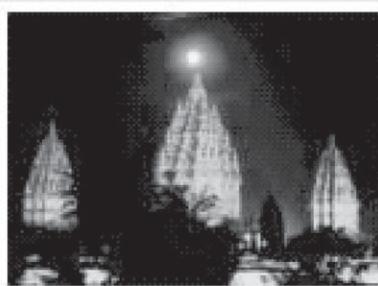
Penulis: R. Syah

Photo & Artistik: Sutrisno

Copyright © 2006 *YogYES.COM*

Prambanan, Candi Hindu Tercantik di Dunia

Candi Prambanan adalah mahakarya kebudayaan Hindu dari abad ke-10. Bangunannya yang langsing dan menjulang setinggi 47 meter membuat kecantikan arsitekturnya tak tertandingi.



Prambanan Full Moon



Prambanan Sunset



Prambanan Temple



19 September 2006

Candi Prambanan adalah bangunan luar biasa cantik yang dibangun di abad ke-10 pada masa pemerintahan dua raja, Rakai Pikatan dan Rakai Balitung. Menjulang setinggi 47 meter (5 meter lebih tinggi dari Candi Borobudur), berdirinya candi ini telah memenuhi keinginan pembuatnya, menunjukkan kejayaan Hindu di tanah Jawa. Candi ini terletak 17 kilometer dari pusat kota Yogyakarta, di tengah area yang kini dibangun taman indah.

Ada sebuah legenda yang selalu diceritakan masyarakat Jawa tentang candi ini. Alkisah, lelaki bernama Bandung Bondowoso mencintai Roro Jonggrang. Karena tak mencintai, Jonggrang meminta Bondowoso membuat candi dengan 1.000 arca dalam semalam. Permintaan itu hampir terpenuhi sebelum Jonggrang meminta warga desa menumbuk padi dan membuat api besar agar terbentuk suasana seperti pagi hari. Bondowoso yang baru dapat membuat 999 arca kemudian mengutuk Jonggrang menjadi arca yang ke-1.000 karena merasa dicurangi.

Candi Prambanan memiliki 3 candi utama di halaman utama, yaitu Candi Wisnu, Brahma, dan Siwa. Ketiga candi tersebut adalah lambang Trimurti dalam kepercayaan Hindu. Ketiga candi itu menghadap ke timur. Setiap candi utama memiliki satu candi pendamping yang menghadap ke barat, yaitu Nandini untuk Siwa, Angsa untuk Brahma, dan Garuda untuk Wisnu. Selain itu, masih terdapat 2 candi apit, 4 candi kelir, dan 4 candi sudut. Sementara, halaman kedua memiliki 224 candi.

Memasuki Candi Siwa yang terletak di tengah dan bangunannya paling tinggi, Anda akan menemui 4 buah ruangan. Satu ruangan utama berisi arca Siwa, sementara 3 ruangan yang lain masing-masing berisi arca Durga (istri Siwa), Agastya (guru Siwa), dan Ganesha (putra Siwa). Arca Durga itulah yang disebut-sebut sebagai arca Roro Jonggrang dalam legenda yang diceritakan di atas.

Di Candi Wisnu yang terletak di sebelah utara Candi Siwa, Anda hanya akan menjumpai satu ruangan yang berisi arca Wisnu. Demikian juga Candi Brahma yang terletak di sebelah selatan Candi Siwa, Anda juga hanya akan menemukan satu ruangan berisi arca Brahma.

Candi pendamping yang cukup memikat adalah Candi Garuda yang terletak di dekat Candi Wisnu. Candi ini menyimpan kisah tentang sosok manusia setengah burung yang bernama Garuda. Garuda merupakan burung mistik dalam mitologi Hindu yang bertubuh emas, berwajah putih, bersayap merah, berparuh dan bersayap mirip elang. Diperkirakan, sosok itu adalah adaptasi Hindu atas sosok *Bennu* (berarti 'terbit' atau 'bersinar', biasa diasosiasikan dengan Dewa Re) dalam mitologi Mesir Kuno atau *Phoenix* dalam mitologi Yunani Kuno. Garuda bisa menyelamatkan ibunya dari kutukan Aruna (kakak Garuda yang terlahir cacat) dengan mencuri Tirta Amerta (air suci para dewa).

Kemampuan menyelamatkan itu yang dikagumi oleh banyak orang sampai sekarang dan digunakan untuk berbagai kepentingan. Indonesia menggunakannya untuk lambang negara. Konon, pencipta lambang Garuda Pancasila mencari inspirasi di candi ini. Negara lain yang juga menggunakannya untuk lambang negara adalah Thailand, dengan alasan sama tapi adaptasi bentuk dan kenampakan yang berbeda. Di Thailand, Garuda dikenal dengan istilah *Krut* atau *Pha Krut*.

Prambanan juga memiliki relief candi yang memuat kisah Ramayana. Menurut para ahli, relief itu mirip dengan cerita Ramayana yang diturunkan lewat tradisi lisan. Relief lain yang menarik adalah pohon Kalpataru yang dalam agama Hindu dianggap sebagai pohon kehidupan, kelestarian dan keserasian lingkungan. Di Prambanan, relief pohon Kalpataru digambarkan tengah menggapit singa. Keberadaan pohon ini membuat para ahli menganggap bahwa masyarakat abad ke-9 memiliki kearifan dalam mengelola lingkungannya.

Sama seperti sosok Garuda, Kalpataru kini juga digunakan untuk berbagai kepentingan. Di Indonesia, Kalpataru menjadi lambang Wahana Lingkungan Hidup (Walhi). Bahkan, beberapa ilmuwan di Bali mengembangkan konsep *Tri Hita Karana* untuk pelestarian lingkungan dengan melihat relief Kalpataru di candi ini. Pohon kehidupan itu juga dapat ditemukan pada gunung yang digunakan untuk membuka kesenian wayang. Sebuah bukti bahwa relief yang ada di Prambanan telah mendunia.

Kalau cermat, Anda juga bisa melihat berbagai relief burung, kali ini burung yang nyata. Relief-relief burung di Candi Prambanan begitu *natural* sehingga para biolog bahkan dapat mengidentifikasinya sampai tingkat *genus*. Salah satunya relief kakatua jambul kuning (*Cacatua sulphurea*) yang mengundang pertanyaan. Sebabnya, burung itu sebenarnya hanya terdapat di Pulau Masakambing, sebuah pulau di tengah Laut Jawa. Lalu, apakah jenis itu dulu pernah banyak terdapat di Yogyakarta? Jawabannya silakan cari tahu sendiri. Sebab, hingga kini belum ada satu orang pun yang bisa memecahkan misteri itu.

Nah, masih banyak lagi yang bisa digali di Prambanan. Anda tak boleh jemu tentunya. Kalau pun akhirnya lelah, Anda bisa beristirahat di taman sekitar candi. Tertarik? Datanglah segera. Sejak tanggal 18 September 2006, Anda sudah bisa memasuki zona 1 Candi Prambanan meski belum bisa masuk ke dalam candi. Beberapa kerusakan akibat gempa 27 Mei 2006 lalu kini sedang diperbaiki.

Naskah: Yunanto Wiji Utomo

Photo: PT Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan & Ratu-Boko

Peta & Artistik: Sutrisno

<http://www.central-java-tourism.com>

Propinsi Jawa Tengah, sebagai salah satu wilayah tujuan wisata Indonesia menawarkan berbagai macam tujuan wisata seperti pemandangan alam, budaya atau barang-barang kerajinan.



Tepat berada di tengah Pulau Jawa, disebelah barat berbatasan dengan Jawa Barat, bagian timur berbatasan dengan Jawa Timur dan bagian selatan terdapat Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dataran rendah berada di sepanjang pantai utara sedangkan dataran tinggi di sebelah utara. Dapat ditemukan deretan pegunungan dari barat ke timur seperti Gunung Slamet (3,428 m), Gunung Perahu (2,585 m), Gunung Sindoro (3,135 m), Gunung Sumbing (3,321 m), Gunung Merapi (3,142 m), Gunung Ungaran (2,050 m) dan Gunung Lawu (3,265 m) di perbatasan Jawa Timur serta terdapat Gunung Muria (1,602 m) sebelah utara.

Daerah pegunungan yang sejuk dengan panorama yang indah sangat bagus untuk dinikmati misalnya **Baturaden, Dataran Tinggi Dieng, Bandungan, Kopeng, Tawangmangu dan Colo**.

Sungai terbesar adalah Sungai Serayu yang bersumber dari Dataran Tinggi Dieng dan **Sungai Bengawan Solo**.



Administrasi

Dipimpin oleh Gubernur secara administratif terdiri dari 35 kabupaten dan kotamadya, masing-masing secara berurutan dipimpin oleh Bupati dan Walikota. Kabupaten dan kota dibagi lagi menjadi kecamatan yang dipimpin oleh Camat. Kecamatan dibagi lagi menjadi desa sebagai tingkatan administratif yang paling rendah yang dikepalai oleh Kepala Desa.



Iklim

Temperatur rata-rata antara 21°–32°C dan mempunyai 2 musim, yakni musim hujan (Oktober–April), dan musim kemarau (April–Oktober).



Agama

Kebebasan menganut agama dilindungi oleh pemerintah, di antara lima agama yang diakui (Islam, Protestan, Katolik, Buddha, dan Hindu).



Bahasa

Walaupun sebagian besar masyarakatnya mempergunakan bahasa Jawa dengan berbagai dialek, bahasa Indonesia tetap sebagai bahasa utama.



Penduduk

Orang Jawa terkenal akan keramahan dan kesopanannya. Tahun 2000 populasi penduduk adalah 30,7 juta (896 orang per km²). Dengan mata pencaharian sebagai petani, pedagang, pegawai negeri.

c. JAWA TIMUR

Sumber: <http://eastjava.com/tourism/surabaya>

Propinsi Jawa Timur dengan ibukota Surabaya, memiliki luas wilayah 47.921 km², terletak pada 7–8° Lintang Selatan dan 111–111.5° Bujur Timur. Jumlah penduduknya 33.139.000 jiwa (BPS 1990). Suku-suku yang mendiami wilayah tersebut adalah Jawa, Madura, Tengger dan Osing serta beberapa suku kecil pendatang.

Gunung Bromo



Objek wisata Gunung Bromo adalah salah satu yang sangat dikenal oleh wisatawan mancanegara dan domestik. Melihat matahari terbit dan menyaksikan kawahnya bukan satu-satunya pilihan, karena Gunung Bromo (dan Gunung Semeru) adalah pusat dari Taman Nasional Kawasan Tengger, yang berarti masih banyak lagi objek yang dapat disaksikan di kompleks tersebut.

Kota Malang



Sebagai dataran tinggi dengan panorama yang indah, sejak jaman kolonial Malang telah dikenal sebagai tempat peristirahatan dengan julukan Switzerland of Indonesia dan Paris of East Java. Terbukti dengan banyaknya taman yang asri dan bangunan arsitektur Eropa yang sampai kini masih tetap dipertahankan. Banyaknya objek wisata menarik didukung fasilitas yang lengkap seperti hotel, travel, pusat perbelanjaan, bank, toko *souvenir*, dan kerajinan menjadikan Malang sebagai kota pariwisata yang siap melayani aktifitas turisme domestik dan mancanegara.

Karapan Sapi Madura



Karapan Sapi di Madura berupa pacuan sepasang sapi dengan menarik kereta bernama Kleres, tempat joki berdiri dan mengendalikan sepasang sapi tersebut pada waktu lari adu cepat. Peserta adalah sapi jantan, kulit cokelat, asli Madura. Pacuan diadakan pada bulan Agustus sampai dengan pertengahan Oktober, hari Minggu, pukul 09.00 WIB. Piala yang direbutkan adalah Piala Bergilir Presiden RI, tempat pacuan di Kabupaten Pamekasan, Madura.

d. **BALI**

Sumber: <http://pariwisata.denpasarkota.go.id/>

SANUR

Sanur merupakan pionir kepariwisataan Bali yang sampai sekarang masih menjadi salah satu tujuan wisata utama. Nama Sanur diduga berasal dari kata "Saha Nuhur" yang berarti memohon untuk datang pada suatu tempat. Sanur memiliki beberapa catatan sejarah. Pada tahun 1906 peristiwa "Perahu Sri Komala" milik Belanda berlabuh di Pantai Sanur. Pada saat itu Belanda dengan liciknya menuduh bahwa penduduk Sanur melakukan pembajakan atas isi perahu tersebut. Hal tersebut dilakukan untuk mencari dalih menyerang Kerajaan Badung. Maka pada tanggal 20 September 1906 berkecamuklah "Perang Puputan Badung" yang semangatnya diwariskan pada generasi penerusnya. Karena Pantai Sanur dinilai strategis, maka tentara NICA Jepang pun masuk ke Bali melalui Pantai Sanur pada tahun 1945. Keindahan Sanur telah mengundang banyak wisatawan. Di kalangan pariwisata pantai Sanur pertama kali diperkenalkan oleh pelukis Belgia bernama A. J. Le Mayeur bersama istrinya Ni Polok yang menetap di Sanur sejak tahun 1937. Pada tahun 1963 geliat pariwisata Sanur makin terasa dengan didirikannya Hotel Bali Beach (sekarang Inna Grad Bali Beach) .

Pembangunan hotel yang mengambil lahan pertanian (sawah dan kebun kelapa) milik masyarakat sempat membuat was-was para tokoh masyarakat Sanur saat itu. Melalui pembentukan Badan Pembina Desa Sanur pada tahun 1965, maka mulailah dirintis berbagai usaha. Melihat perkembangan pariwisata mulailah dirintis usaha dibidang pariwisata yang salah satunya dengan membangun permandian umum dan warung mini (*snack bar*) yang merupakan cikal bakal Beach Market Restaurant. Untuk tetap menjadikan Sanur sebagai daerah tujuan wisata utama pemerintah Kota Denpasar bekerja sama dengan Pemerintah Provinsi Bali dan dana bantuan dari Pemerintah Jepang melaksanakan penataan pantai dari pantai Matahari Terbit sampai dengan Mertasari-6 km dalam bentuk menanggulangi abrasi dengan melakukan penambahan lebar pantai dan penertiban bangunan-bangunan yang ada pantai. Sedangkan untuk menjaga keamanan dan kenyamanan wisatawan telah dipasang beberapa CCTV di beberapa tempat di wilayah Sanur.

POTENSI

Potensi yang terdapat di Kawasan Pariwisata Sanur di antaranya:

Sosial Budaya

Potensi sosial budaya dalam rangka pengembangan Kawasan Pariwisata Sanur meliputi : pura, puri (jero) pasar tradisional, bangunan atau monumen bersejarah, peninggalan purbakala, tradisi setempat, kesenian, kerajinan dan aktifitas kehidupan sehari-hari.

Pura

- Pura Dalem Kedewatan (Desa Sanur Kaja)
- Pura Balatri (Desa Sanur Kaja)
- Pura Sakenan (P Serangan)
- Pura Sasuhunan Wadon (P Sakenan)
- Pura Empat Payung (P Serangan)
- Pura Belanjong (Desa Sanur Kauh)

Jero Gede Sanur

Di Desa Sanur Kaja terdapat sebuah rumah tinggal keluarga yang memiliki potensi sebagai daya tarik wisata. Di kalangan masyarakat setempat rumah tersebut dikenal dengan sebutan Jero Gede Sanur. Di samping sebagai rumah tempat tinggal keluarga, keberadaan Jero Gede Sanur juga menjadi pusat orientasi dalam bidang adat dan agama.

Pasar Tradisional

Di beberapa desa di kawasan pariwisata Sanur terdapat sejumlah pasar tradisional yang memiliki potensi sebagai daya tarik wisata. Pasar? Pasar yang dimaksud di antaranya Pasar Sindu, Pasar Intaran, dan Pasar Adat Intara.

Bangunan/Monumen Bersejarah

Bangunan atau monumen bersejarah yang memiliki potensi sebagai daya tarik wisata adalah Monumen Perjuangan yang terletak di areal parkir Pantai Matahari terbit. Bangunan monumen yang menyerupai candi ini terbuat dari batu padas hitam dengan luas pelataran 5 meter persegi dan tinggi 6 meter

Bangunan bersejarah lainnya adalah Museum Le Mayeur. Museum ini terletak di tepi pantai yang berjarak sekitar 200 meter dari hotel Grand Bali Beach. Bangunan ini dibangun oleh seorang pelukis asing bernama A.J Le Mayeur yang datang ke Bali pada tahun 1937, sekaligus mempopulerkan keberadaan Pantai Sanur sebagai tempat wisata. Museum yang dibangun dengan langgam arsitektur Bali tersebut lebih banyak memajang lukisan yang menggambarkan kehidupan Le Mayeur bersama istrinya yang bernama Ni Polok, seorang perempuan Bali.

Peninggalan Purbakala

Jenis-jenis peninggalan purbakala yang memiliki potensi sebagai daya tarik wisata di kawasan Pariwisata Sanur adalah:

Situs Purbakala Belanjong

Prasasti ini terletak di kawasan Mertasari Sanur, berbentuk pilar dengan tinggi - 177 cm dengan garis tengah 62 cm. Prasasti ini ditulis dengan 2 huruf yaitu huruf Pre-Nagari menggunakan bahasa Bali Kuno dan huruf Kawi menggunakan bahasa Sansekerta.

Prasada dan Arca

Di Kelurahan Serangan terdapat tiga buah prasada masing-masing di Pura Sakenan, Pura Sasuhunan Wadobn, dan Pura Cemara serta dua buah arca Nandini dalam kondisi tidak utuh di Pura Sasuhunan Wadon.



PATUNG CATUR MUKA

Dibangun pada tahun 1973, dirancang oleh seorang ahli patung terkenal bernama 'I Gusti Nyoman Lempad' dari Desa Ubud Gianyar. Patung Catur Muka ini terletak tepat di perempatan Jalan (Gajah Mada ? Surapati ? Udayana ? Veteran). Patung ini memiliki 4 kepala, dimana keempat mukanya menghadap ke empat arah mata angin, oleh karena itu disebut dengan 'Catur Muka', sebagai lambang dari Dewa Brahma manifestasi Tuhan sebagai pencipta dunia beserta isinya. Dibangun pada tahun 1973, dirancang oleh seorang ahli patung terkenal bernama 'I Gusti Nyoman Lempad' dari Desa Ubud Gianyar. Patung Catur Muka ini terletak tepat di perempatan Jalan (Gajah Mada ? Surapati ? Udayana ? Veteran). Patung ini memiliki 4 kepala, di mana keempat mukanya menghadap keempat arah mata angin, oleh karena itu disebut dengan 'Catur Muka', sebagai lambing dari Dewa Brahma manifestasi Tuhan sebagai pencipta dunia beserta isinya.

PATUNG GARUDA WISNU KENCANA

Patung ini berlokasi di Bukit Unggasan - Jimbaran Bali. Karya *masterpiece* Bali I Nyoman Nuarta. Saat ini dikembangkan sebagai taman budaya dan menjadi Landmark bagi pariwisata Bali dan Indonesia.

Patung tersebut berwujud Dewa Wisnu yang dalam agama Hindu adalah Dewa Pelindung, mengendarai burung Garuda. Diambil dari cerita "Garuda & Kerajaannya" dimana rasa bakti dan pengorbanan burung Garuda untuk menyelamatkan ibunya dari perbudakan akhirnya dilindungi oleh Dewa Wisnu.

Patung ini dibangun dengan ketinggian 140 meter, diproyeksikan untuk mengikat tata ruang dengan jarak pandang sampai dengan 20 km sehingga dapat terlihat dari Kuta, Sanur, Nusa Dua, hingga Tanah Lot. Patung Garuda Wisnu Kencana ini merupakan simbol dari misi penyelamatan lingkungan dan dunia.

KAWASAN NUSA DUA

Indah sekali membayangkan suatu masyarakat yang tinggal di sudut sebuah pulau terindah di dunia, nun jauh dari keramaian kota, masyarakatnya hidup dengan tenang di sepanjang pantai berpasir putih dengan kilauan cahaya surya terpantul air laguna yang tenang.

Pemandangan yang begitu indah hingga kini masih belum terusik, bahkan bentuk bangunan berarsitektur Bali masih tetap dijaga keharmonisannya sebagai ciri khas Pulau Bali.

Sebagai daerah pariwisata di kawasan ini telah tersedia sistem pelayanan yang kompleks bagi masyarakat wisatawan modern, seperti air bersih, instalasi listrik, telepon, saluran sanitasi serta fasilitas lainnya. Segala sesuatunya diusahakan dirancang dengan seksama untuk menghindari polusi, kebisingan, pemandangan yang menyesakkan dan lain-lain.

Kawasan wisata ini terletak di paling selatan Pulau Bali, suatu lokasi yang paling dini mendapat sinar pagi. Di sepanjang 4 kilometer pantainya yang berpasir putih ditumbuhi ratusan hektar pohon nyiur dengan hotel-hotel berbintangnya nan megah berfasilitas standar internasional. NUSA DUA yang berjarak hanya 15 menit dari pelabuhan udara Ngurah Rai Bali telah banyak memberikan kontribusi pembangunan kepariwisataan dan bahkan mengimbas ke daerah-daerah di sekitarnya, seperti Benoa dan Sawangan.

SANGEH

Sangeh adalah nama sebuah desa yang di bagian utara desanya. Ditumbuhi pohon pala seluas 14 hektare dan dihuni oleh ratusan kera. Pohon pala seperti itu tidak dijumpai di tempat lain di Bali dan keberadaannya di Sangeh ini merupakan misteri. Sebuah pura kecil diselimuti lumut hijau tersembunyi di sela-sela hutan pala yang menjulang tinggi itu. Di punggung sebuah tugu pura tersebut di pahat patung Garuda, seekor burung mistik yang di dalam cerita Samudramantana dikisahkan sedang mencari tirta Amerta di dasar samudera, kemudian atas jasanya oleh Bathara Wisnu dihadiahkan seteguk kepadanya, akhirnya Garuda menjadi kendaraan setia Bathara Wisnu.

e. SULAWESI SELATAN

Sumber: <http://www.geocities.com/wisatamakassar/makassar1.html>

Benteng Ujung Pandang (Fort Rotterdam)

Benteng Ujung Pandang merupakan peninggalan sejarah keperkasaan kerajaan masa lalu di Sulawesi Selatan. kerajaan masa lalu di Sulawesi Selatan. Kerajaan yang sangat kuat dan berjaya di Sulawesi pada masa abad ke-17 adalah kerajaan Gowa, dengan ibukota Ujungpandang yang terkenal dengan nama Makassar. Ibukota Makassar masa itu dilihat dari arah laut adalah sebuah kota dilengkapi oleh perbentengan. Kerajaan mempunyai 17 benteng yang melindungi ibukota dan daerah sekitarnya. Pada tahun 1667 ketika kekuatan Gowa dikalahkan oleh Belanda semua perbentengan dimusnahkan terkecuali Benteng Somba Opu setelah dua tahun kemudian dihancurkan secara total oleh pihak Belanda.

Benteng Ujungpandang sejak awal dibangun pada tahun 1545 oleh raja Gowa ke-X yang bernama Imanrigau Daeng Bonto Karaeng Lakiung, juga terkenal dengan nama Karaeng Tunipalangga Ulaweng. Bentuk dasar benteng ini adalah segi empat dengan gaya arsitektur Portugis yang dibuat dari bahan tanah liat, modelnya sama dengan benteng di Eropa di abad ke-16 dan ke-17. Dengan tambahan tonjolan keluar melekat pada bentuk dasar pada benteng tampak seperti penyu. Sebagian sumber berpendapat bahwa dengan bentuk penyu itu menggambarkan kerajaan Gowa adalah kerajaan pelaut dan benteng itu sebagai pelindung ibukota.

Semasa pendudukan Belanda benteng itu dibangun kembali dan diberi nama Fort Rotterdam. Pada masa itulah benteng menjadi pusat pemerintahan dan perdagangan. Selama pendudukan Jepang benteng berfungsi sebagai pusat studi pertanian dan bahasa.

Sekarang bangunan yang ada di dalam benteng dimanfaatkan oleh Suaka Peninggalan Sejarah dan Purbakala, Taman Budaya (kesenian, pagelaran tari, musik dan lain-lain), serta museum negeri, museum menggelar berbagai benda sejarah, manuskrip, patung, keramik, pakaian tradisional dan berbagai benda budaya lainnya dari kebanyakan suku bangsa di Sulawesi Selatan.

Pelabuhan Paotere

Suku bangsa Makassar, Bugis dan Mandar terkenal sebagai bangsa pelaut. Perahu layar mereka sejak beratus tahun silam telah sampai berlayar ke pulau Madagaskar dekat Afrika, Australia, dan beberapa pulau kecil di samudera pada kawasan Pasifik. Mereka adalah pelaut yang perkasa, baik dikala perang dan damai dengan perahu layar tradisionalnya dan kecakapannya menentukan arah dengan melihat ke atas bintang, meramalkan arah angin dan badai dengan melihat arah gumpalan awan, mengenal arus laut, kedalaman dan daerah karang yang berbahaya, dengan mencium aroma dari air laut.

Paotere adalah tempat berlabuhnya perahu layar orang Sulawesi dari berbagai penjuru Indonesia. Banyak tipe perahu yang berlabuh, beberapa di antaranya yang kecil dengan layar tunggal, beberapa perahu dengan layar dan mesin seperti pinisi, lambo, dan beberapa jenis lainnya. Sangat mencengangkan melihat pemandangan tiang perahu yang besar bersebelahan dengan masjid dan rumah-rumah di pantai, buruh pelabuhan memuat dan membongkar muatan dan banyak perahu tradisional bercadik lalu lalang di ufuk senja dihadapan pelabuhan. Pemandangan lebih indah lagi bila senja mendatang dengan panorama matahari tenggelam yang memancarkan warna-warni sebagai latar belakangnya.

Kebun Anggrek Bund dan Koleksi Karang Laut

Kebun Anggrek Bund adalah salah satu di antara kebun anggrek besar di Indonesia. Pengalaman Bund melakukan fertilisasi silang dan mengawinkan anggrek telah menghasilkan bunga yang unik dan hasil tersebut telah diregister oleh Daftar Sander di London. Banyak macam anggrek langka dan anggrek biasa dari Sulawesi Selatan dikembangkan dan dapat dibeli dengan harga yang pantas. Koleksinya berupa karang dan koral laut yang ditemukan dari daerah ini merupakan koleksi yang sangat sempurna dibandingkan dengan koleksi lainnya.

Kuburan Pangeran Diponegoro

Pangeran Diponegoro adalah anak dari Sultan Hamngkubuwono ke-III Yogyakarta, adalah seorang dari kerajaan Jawa terakhir yang memimpin Perlawanan melawan Belanda yang dikenal sebagai perang Jawa di tahun 1825-1830. Perang bermula pada penolakan kebijaksanaan kolonial Belanda yang meninggikan pajak dan pola aturan pemilikan tanah yang tidak adil.

Dia kemudian ditangkap melalui tipu daya dan diasingkan ke Manado, kemudian dipindahkan ke Ujung Pandang ditawan di Fort Rotterdam. Dia meninggal dunia di Ujung pandang di tahun 1855. Kuburannya dibangun dalam bentuk kuburan orang Jawa dijaga dan dipelihara di kuburan keluarga.

Pulau Samalona

Samalona adalah tempat yang menyenangkan dan terkenal sebagai tempat untuk berenang dan menyelam, salah satu dari pulau-pulau koral di lepas pantai Ujung Pandang. Batu karang yang mengelilinginya berupa taman laut di bawah air mempunyai susunan koral dalam segala tipe dan warna-warni yang indah dan berbagai rona warna yang sungguh mengagumkan dari ikan tropis dan kehidupan biota lautnya. Pulau ini dulunya hanya diperuntukkan bagi kaum elit, juga kurang berpenghuni. Fasilitas saat ini tersedia bagi wisatawan yang ingin beristirahat malam di pulau tersebut.

Pulau Barrang Lompo

Barrang Lompo adalah salah satu dari pulau-pulau koral di lepas pantai Ujung Pandang. Ia mempunyai taman laut yang sangat elok dan menarik. Di antara pulau di sekitarnya hanya Barrang Lompolah yang mempunyai sumber mata air tawar menjadikan pulau ini banyak dihuni oleh nelayan, pelayar dan beberapa keluarga perajin perak tradisional. Kampung nelayan di siang hari sangat lengang, terlihat beberapa orang sedang membenahi jala ikannya atau tampak beberapa orang sedang mencat perahu cadik tradisionalnya.

Paling kurang, sekali setahun tiap perahu layar mereka didaratkan untuk perbaikan dan dicat kembali. Setelah diperbaiki mereka melautkan kembali dengan upacara penurunan perahu ke laut. Dan para perajin perak tradisional menjual hasil karya seninya ke Ujung Pandang.

Pulau Kayangan

Kayangan adalah pulau koral yang paling dekat dengan pelabuhan Makassar telah dikembangkan sebagai pusat rekreasi. Ia merupakan tempat bersantai yang terkenal bagi penduduk Ujung Pandang. Di akhir pekan pertunjukan dan hiburan khusus selalu diprogramkan untuk menghibur para pengunjung. Perahu penyeberangan telah diatur secara berjadwal untuk mengantar pengunjung ke pulau dan membawanya kembali ke Ujung Pandang.

Barombong

Barombong merupakan salah satu tempat yang terkenal bagi penduduk Ujung Pandang. Kekhususan tempat santai ini karena memiliki pasir hitam. Di akhir pekan pantainya dikunjungi untuk berlibur. Tempat itu cocok digunakan untuk berenang, main ski air, berlayar atau hanya berbaring untuk sekadar mandi sinar matahari.

TANA TORAJA

Tidak perlu dipertanyakan lagi, Tana Toraja adalah salah satu daerah yang cantik di Indonesia. Di kejauhan punggung bukit yang bergerigi dari pengunungan yang berjejer di utara sampai di kejauhan lebih yang bening menembus celah bambu dan pohon aren yang pipih diatas bukit kecil di tengah sawah, atap dan rumah Toraja yang melengkung dengan sangat manis berdiri mendemonstrasikan kecakapan yang mengagumkan dari orang Toraja dalam keahlian mengukir dengan warna lukisan yang alami. Sebelum Belanda menguasai daratan ketinggian ini pada abad ke-20 Masehi tidak ada satu kata pun yang diberikan kepada nama dari agama mereka selain ada kata aluk yang mengaju kepada suatu kebiasaan ritual dan masalah kehidupan sehari-hari yang harus dikendalikan, bagaimana sebuah rumah dibangun, beras dimasak, anak-anak dan kepala desa disapa, aturan dan jumlah kerbau yang harus dikorbankan di upacara demikian juga posisi dari bintang-bintang dikala pelukuan dimulai. Salah satu dari dasar ajaran selalu ada tukar dan saling memberi dan menerima antara mereka, anugerah dan kutukan selalu terjadi antar yang hidup dengan spirit dan nenek moyang mereka.

Upacara kematian adalah upacara yang paling bergengsi di dalam tradisi Toraja. Toraja mempunyai banyak atraksi untuk wisatawan. Di daerah pengunungan yang sejuk ini, pemandangan yang khusus, para pengrajin harmonis dengan keheningan dan keindahan yang alami. Walaupun lebih dari setengah penduduk telah memeluk agama Kristen, mereka tetap berbangga dengan warisan wilayahnya dengan menyambut para wisatawan dengan upacara ritualnya.

Makale

Makale adalah ibukota pemerintahan dari Tana Toraja bukit-bukit yang terjal dari kota dimahkotai oleh puncak menara gereja, sembari kaki lembah didominasi oleh bangunan pemerintah yang baru. Banyak di antaranya mengambil tipe bangunan rumah tradisional Toraja arsitektur yang penuh dengan ukiran dan atap yang melengkung. Kota merupakan daerah yang tepat menghubungkan dengan daerah Toraja barat, sekitar London, Suaya dan Sangalla. Pada saat pasar kota ini merupakan pusat aktivitas karena rakyat dari jauh datang dengan hasil produksinya berupa binatang, kerajinan tangan tikar, keranjang dan kerajinan buatan lokal.

Rantepao

Rantepao adalah kota yang kedua setelah Makale di Toraja. Keuntungan Rantepao adalah sebagian besar dari tempat-tempat yang menarik berada di sekitar radius 15 km dari pusat kota.

Kuburan Batu Lemo

Di kuburan Lemo dapat dilihat serambi tau-tau satu dengan museum batu karang terjal dialam terbuka kombinasi kematian ritual. Tau-tau atau patung kayu berarti manusia kecil yang dianggap mewartakan spirit si mati terbuat dari kayu atau bambu. Secara periodik pakaiannya dapat diganti melalui upacara yang disebut Ma'nene (menghormati kepada orang tua).

Kuburan Sisi Batu Karang Terjal Londa

Londa kuburan sisi batu karang terjal adalah salah satu sisi dari kuburan itu berada di ketinggian dari bukit mempunyai gua yang dalam di mana peti-peti mayat diatur dan dikelompokkan berdasarkan garis keluarga.

OBJEK WISATA DI BULUKUMBA

Tana Beru (Tempat Pembuatan Perahu)

Bulukumba berada di kilometer 153 sebelah selatan dari Ujung Pandang. Diluar kota terdapat pantai pasir putih yang menyenangkan, di kilometer 17 dari kota terdapat pembuatan perahu tradisional. Dari galangan ini dibangun banyak perahu layar orang Sulawesi dalam ukuran besar dan kecil. Termasuk di dalamnya Pinisi Nusantara yang telah melayari Samudera Pasifik dan Amanna Gappa yang telah berlayar sampai ke Madagaskar.

Tanjung Bira

Tanjung Bira terkenal dengan pantai pasir putih yang cantik dan menyenangkan. Airnya jernih baik untuk tempat untuk berenang. Di depan terdapat pulau kecil dengan hamparan pasir putih. Menambah indahny panorama alam sekitar. Sedang di belakang menjulang puncak "Puang janggo" pada ketinggian ± 400 m, dapat ± 40 menit. Di tempat ini dapat menyaksikan pemandangan laut dari semua penjuru angin. Tersedia sarana penginapan dengan beberapa fasilitas. Pantai Bira berlokasi sekitar 41 km arah timur kota Bulukumba, dengan pelabuhan penyeberangan (fery) yang menghubungkan daratan Sulawesi Selatan dengan Pulau Selayar.

f. MANADO

Sumber: <http://www.manado-tourism.info>

TAMAN NASIONAL BUNAKEN

Mempunyai daya tarik seperti:

- habitat mangrove yang kaya akan flora dan fauna seperti mollusca, plasma nutfah;
- habitat pasir pantai: pasir putih dengan topografi datar;
- habitat terumbu karang: lebar 2.5 km dan mempunyai dinding terjal yang dihuni oleh ribuan biota laut seperti ikan napoleon dan ikan langka "coelacanth" (raja laut);
- habitat laut dalam.

Taman Nasional Bunaken

Perairan gugusan pulau-pulau Bunaken, Manado Tua, Siladen (di wilayah Kota Manado) dan pulau-pulau Mantehage dan Nain (di wilayah Kabupaten Minahasa), diresmikan sebagai Taman Nasional Bunaken oleh Presiden RI pada tanggal 24 Desember 1991.

Taman Nasional ini memiliki potensi-potensi yang spesifik sebagai berikut.

- *Potensi biologis daratan.* Kaya dengan berbagai jenis flora kelapan, palma, sagu, silar, dan woka, dengan fauna spesifik, yaki (kera hitam sulawesi) dan kuskus.
- *Habitat mangrove dan padang lamun.* Pencegah erosi garis pantai; kaya dengan berbagai jenis kepiting, umang, mollusca dan ikan-ikan muda; sebagai tempat ikan bertelur dan berkembang, juga merupakan habitat bagi jenis duyung, penyau laut dan burung laut.
- *Habitat pantai pasir.* Dengan pantai pasir putih yang bertopografi landai; kaya dengan kehidupan berbagai jenis umang, kepiting, dan udang.
- *Habitat terumbu karang.* Hamparan terumbu karang ini, terutama yang terletak di perairan Pulau Bunaken, lebarnya dapat mencapai 2,5 km. Yang sangat spesifik adalah formasinya yang dimulai dengan karang datar di kedalaman ± 5 meter, kemudian membentuk bukit-bukit di bawah air, sampai ke tebing vertical ke bawah (*drop off*) yang ratusan meter (*underwater greatwalls*).

DAFTAR EXECUTIVE BOARDS HIMPUNAN PRAMUWISATA INDONESIA

EXECUTIVES OF NATIONAL BOARD FOR INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION

Secretariat Office : Jalan Akasia No.28, Denpasar-Bali, Indonesia
Tel: +62 361 246500 (Hunting), 7475001, Fax: +62 361 245599
E-mail: kandia@hpionline.org, www.hpionline.org,
Celular :+62 8123946921

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF NORTH SUMATERA CHAPTER

Secretariat :
Jalan Mesjid Taufiq No. 27, Medan North Sumatera. Tel: +62 61 6621624
Celular: 0813621116038.

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF KEPULAUAN RIAU CHAPTER

Secretariat :
Batam Centre Lantai II No.44, Batam, KEPRI .
Tel:0778-465277, Fax:0778-467063. Celular: 0812-7704349.

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF JAMBI CHAPTER

Secretariat :
Jalan Haji Agus Salim, Kota Baru Jambi.
Tel:0741-445056 Fax:0741445054

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF LAMPUNG CHAPTER

Secretariat :
DISPARDA LAMPUNG,
Jalan Wr. Supratman No.39 , Gunung Mas Bandar Lampung.
Tel:0721-261430 Fax: 0721-26684.
Celular: 0816-410630

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF WEST SUMATERA CHAPTER

Secretariat :
Jalan Tanjung Karang Block C 12, Siteba Padang 25146,
Sumatera Barat
Tel: 0751-41439 Fax: 0751-53845,
Celular: 0812-6736554

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF SOUTH SUMATERA CHAPTER

Secretariat :

Jalan Demang Lebar Daun Kav.IX, Palembang 30137,
Sumatera Selatan

Tel:0711-311345,356661, Fax:0711-311544,

Celular: 0812-7838194

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF BANTEN CHAPTER

Secretariat:

Jalan Sudirman No.1, Taman K3 Ciceri Serang, Banten 42118.

Tel:0254-7037119, Fax: 0254-217642,

Celular: 0815-86883672

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF DKI JAKARTA CHAPTER

Secretariat:

Gedung Dinas Pariwisata, Jalan Kuningan Barat No.2

Jakarta-Selatan.

Tel: 021-847065, Fax: 021-847065,

Celular:0818-83121

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF WEST JAVA CHAPTER

Secretariat:

Jalan LL RE Martadinata No.209,

Bandung-Jawa Barat 40119

Tel /Fax: 022-7234657.

Celular: 0811-228702.

E-mail:herman@bharatours.com

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF CENTRAL JAVA CHAPTER

Secretariat:

Jalan Kinanti III No.21,

Semarang- Jawa Tengah.

Tel/Fax: 024-7609940.

Celular: 0815-75502770.

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF EAST JAVA CHAPTER

Secretariat:

Wisma Tropodo, Jalan Candrawasih BU/01,
Waru- Sidoarjo 6125, Jawa Timur.

Tel: 031-8667572.

Celular: 0812-3160041

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

CHAPTER

Secretariat:

Jalan Laksda Adisucipto, Santan, Maguwo,
Sleman Yogyakarta

Tel / Fax: 0274-48750.

Celular: 0812-2968750.

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF BALI CHAPTER

Secretariat :

Gedung Bali Tourism Board, Jalan Raya Puputan No. 41,
Renon-Denpasar, Bali.

Tel/Fax: 0361-232839.

Celular: 0813-37020783

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF NUSA TENGGARA BARAT CHAPTER

Secretariat

SMA 4 MATARAM, Jalan Raden Panji Anom- Cakranegara-
Mataram- NTB

Tel: 0370-635096. Celular: 0817-5790763

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF NUSA TENGGARA TIMUR CHAPTER

Secretariat :

MANUMADI TOURS & TRAVEL,
Jalan Soekarno Hatta, Labuan Bajo, Manggarai Barat- NTT.

Tel /Fax: Celular: 0813-17972824

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF MALUKU CHAPTER

Secretariat :

Jalan Mutiara No. 71,
Kota Ambon, maluku.

Tel / Fax: 0911-353403 Celular : 0852-18563853

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF SOUTH SULAWESI CHAPTER

Secretariat:

FORT ROTERDAM, Jalan Ujung Pandang No. 1,

Makassar- Sulawesi Selatan

Tel: 0411- 5035272,

Celular: 0812-4229567

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF CENTRAL SULAWESI CHAPTER

Secretariat :

Jalan Miangas Lorong I,

Palu, Sulawesi Tengah.

Tel: 0451-458744.

Celular: 0852-40029605.

email: adventure_58@yahoo.com

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF GORONTALO CHAPTER

Secretariat :

EKS KANTOR GUBERNUR,

Jalan Sudirman No. 54, Kota Gorontalo- Gorontalo.

Tel/Fax: 0435-827615. Celular: 0812-4423514

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF NORTH SULAWESI CHAPTER

Secretariat :

SULTAN TOURIST INFORMATION ,

Jalan Sam Ratulangi No. 13 (Samping BCA),

Manado 95011.

Tel/sms : 0812-440 4882. Fax: 0431-857238.

email:dpdhpisulut@hotmail

EXECUTIVE BOARD OF INDONESIAN TOURIST GUIDE ASSOCIATION OF SOUTH EAST SULAWESI CHAPTER

Secretarist :

Jalan Diponegoro No. 63 Benubenua

Kendari 93123 Sulawesi Tenggara

Telp/Fax: +62 (0) 401 325 877,

Mobile: +62 (0) 813 4171 5000,

E-mail: infodpdhpisultra@yahoo.com

Perencanaan dan Operasional Perjalanan Wisata



A. Tujuan Khusus

Setelah mempelajari topik ini, peserta didik diharapkan mampu memahami dan menerapkan kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh karyawan yang bekerja pada Biro Perjalanan Wisata, khususnya sebagai staf bagian *tour* sesuai dengan tuntutan Standar Kompetensi yang berlaku.

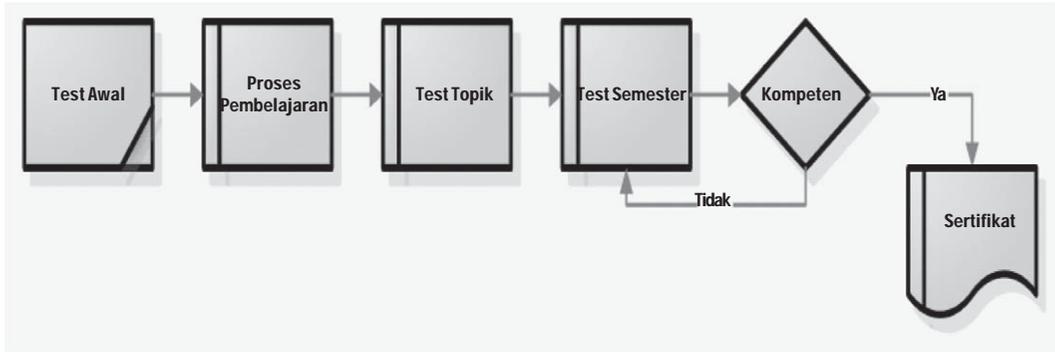
B. Lingkup Materi

- ✓ Lingkup Biro Perjalanan Wisata
- ✓ Jenis-jenis *tour* dan pengelompokan wisatawan
- ✓ Paket wisata *Ready Made* dan *Tailor Made*
- ✓ Wisata dengan menggunakan jasa BPW
- ✓ Komponen-komponen paket wisata
- ✓ Jadwal perjalanan/*Itinerary*
- ✓ Menghitung harga paket wisata
- ✓ Menawarkan harga produk wisata
- ✓ Menyusun laporan keuangan

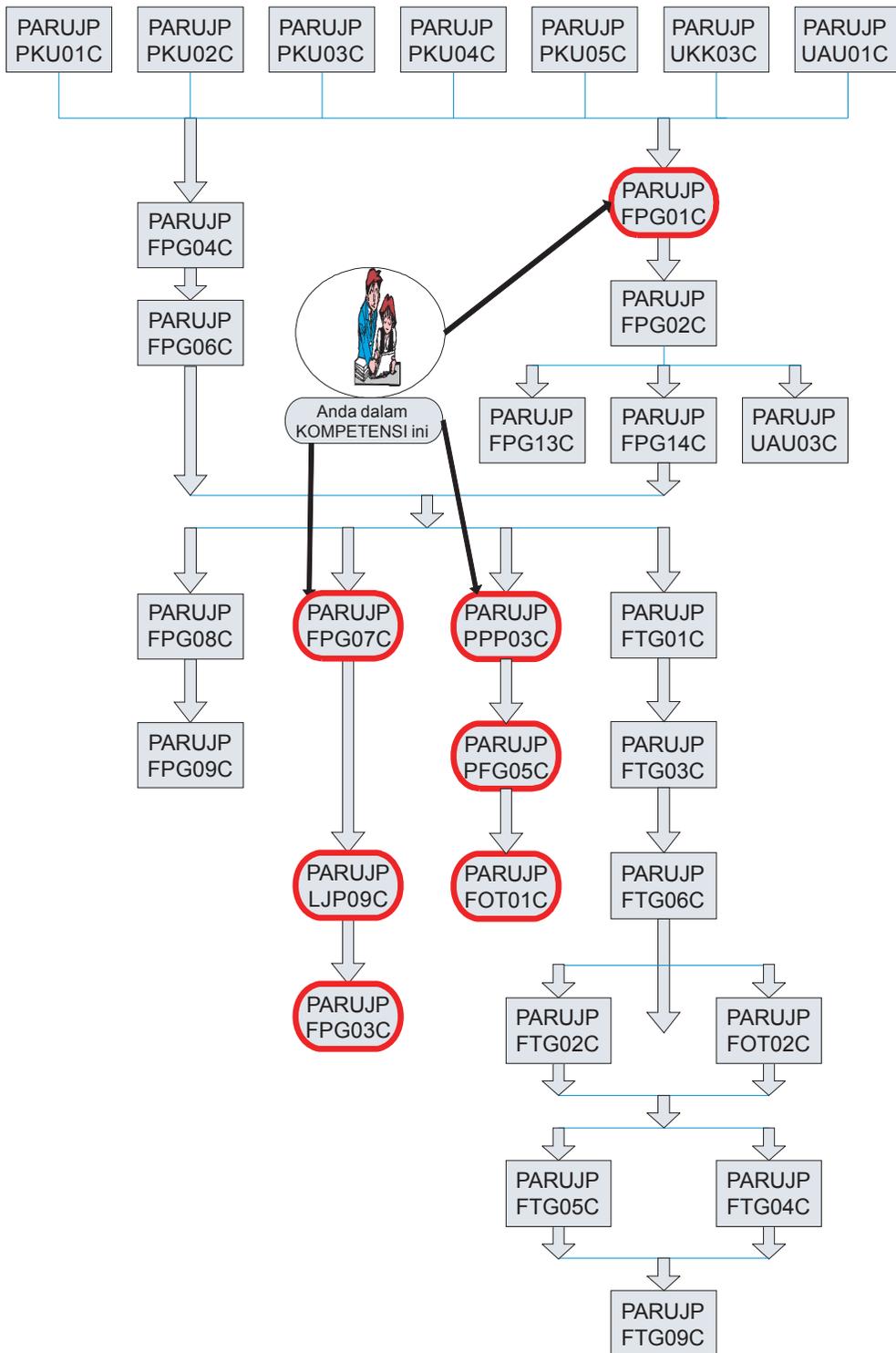
C. Persyaratan

Sebelum mempelajari bab ini, seyogyanya siswa sudah mengenali daerah-daerah tujuan wisata terkenal di Indonesia dan negara lain.

D. Alur Pembelajaran



Peta Kompetensi Lulusan SMK-UJP



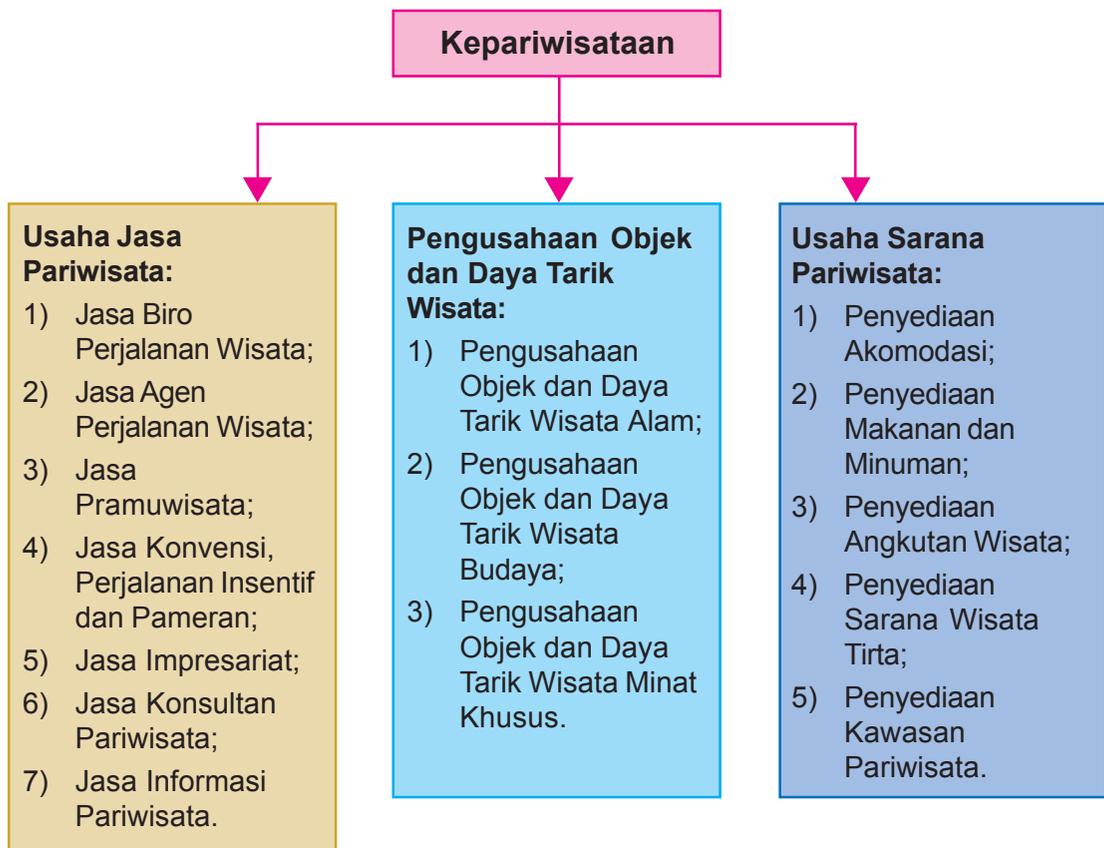
Kompetensi Lulusan SMK – UJP

Kode	Unit Kompetensi
PARUJPPKU01C	Bekerja dengan Kolega dan Pelanggan
PARUJPPKU02C	Bekerja di Lingkungan Sosial yang Berbeda
PARUJPPKU03C	Mengikuti Prosedur Kesehatan, Keselamatan dan Keamanan di Tempat Kerja
PARUJPPKU04C	Menangani Situasi Konflik
PARUJPPKU05C	Mengembangkan dan Memperbarui Pengetahuan Industri Pariwisata
PARUJPUK03C	Mengikuti Prosedur Higienis di Tempat Kerja
PARUJPUAU01C	Berkomunikasi Melalui Telepon
PARUJPFTG01C	Bekerja Sebagai Pemandu Wisata
PARUJPFTG02C	Memberikan Bantuan Layanan Transfer Keberangkatan/Kedatangan
PARUJPFTG03C	Mengembangkan dan Memelihara Pengetahuan Umum yang diperlukan oleh Pramuwisata
PARUJPFTG04C	Mengkoordinasikan dan Mengendalikan Perjalanan Wisata
PARUJPFTG05C	Memimpin Rombongan Perjalanan Wisata
PARUJPFTG06C	Menyiapkan dan Mempresentasikan Komentar Pemanduan pada Perjalanan Wisata
PARUJPFTG09C	Mengelola Perpanjangan Perjalanan Wisata (<i>Extended Tour</i>)
PARUJPFOT01C	Mengalokasikan Sumber Daya Perjalanan Wisata
PARUJPFOT02C	Melakukan Pengecekan Pra Keberangkatan <i>Tour</i>
PARUJPFPG04C	Menerima dan Memproses Reservasi
PARUJPFPG06C	Mengoperasikan Sistem Reservasi Komputer
PARUJPFPG08C	Menghitung Harga dan Menerbitkan Tiket Penerbangan Domestik
PARUJPFPG09C	Menghitung Harga dan Menerbitkan Tiket Penerbangan Normal Internasional
PARUJPFPG07C	Memproses Dokumen Perjalanan Selain Tiket Penerbangan
PARUJPPPP03C	Mencari dan Mengemas Produk dan Jasa Pariwisata
PARUJPFPG05C	Memesan dan Mengkoordinasikan Layanan Penyedia Jasa dan Produk Pariwisata
PARUJPLJP09C	Menyiapkan dan Menawarkan Harga Produk
PARUJPFPG03C	Menjual Produk dan Jasa Pariwisata
PARUJPFPG01C	Mencari dan Menyediakan Informasi tentang Tujuan Wisata dan Memberikan Saran
PARUJPFPG02C	Mengakses dan Menginterpretasi Informasi Produk Wisata
PARUJPFPG13C	Memelihara Inventaris Informasi Produk Wisata
PARUJPFPG14C	Mengembangkan dan Memperbarui Pengetahuan Lokal
PARUJPUAU03C	Mengumpulkan dan Mempresentasikan Informasi

PERENCANAAN DAN OPERASIONAL PERJALANAN WISATA

1. Biro Perjalanan Wisata

Sesuai dengan Undang-Undang RI No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan, menyatakan bahwa Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan *jasa pariwisata*, menyediakan atau mengusahakan *objek dan daya tarik wisata*, usaha sarana *pariwisata* dan *usaha lain* yang terkait di bidang tersebut.



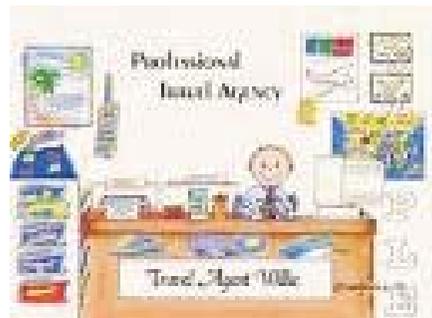
Perjalanan dapat dikelompokkan sebagai berikut.

- ✓ *Business Travel*, perjalanan yang jelas tujuannya untuk berbisnis.
- ✓ *Leasure Travel*, perjalanan yang “seolah-olah” tidak jelas tujuannya, untuk bersenang-senang, tapi sebenarnya juga untuk menambah wawasan tentang hal-hal yang ingin diketahui, seperti lingkungan, alam, flora, fauna, budaya, sejarah, adat istiadat dan, lain-lain.
- ✓ *Individual Travel*, perjalanan yang dilakukan untuk kepentingan pribadi, seperti berobat, mengunjungi teman, dan lain-lain.

Perjalanan wisata atau biasa disebut *tour*, mempunyai ciri-ciri yang spesifik yang memperlihatkan kegiatan wisatanya, hampir mendekati pengertian *leasure travel*, tapi disini lebih mengarah pada tujuan perjalanan tersebut yaitu mengunjungi objek/atraksi wisata dengan memanfaatkan komponen-komponen pariwisata seperti : transportasi, akomodasi, restoran, *souvenir*, budaya, adat, dan fasilitas lain.

Perjalanan wisata dapat dikelola secara perorangan/kelompok maupun dengan menggunakan jasa biro perjalanan yang berupa paket wisata.

- ☺ Biro Perjalanan Wisata sebagai salah satu dari industri pariwisata, menghasilkan produk yang mengacu pada kepuasan dan kebutuhan wisatawan. Produk tersebut adalah produk yang mengandung aspek semua jasa yang dibutuhkan wisatawan, sejak berangkat hingga kembali (*As far as the tourist concerned, the product covers the complete experience from the time he leaves home to time he returns to it*).
- ☺ Biro Perjalanan Wisata dapat diartikan sebagai usaha jasa komersial, yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, atau kelompok orang (*group*) untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata.
- ☺ Biro Perjalanan Wisata adalah usaha yang merencanakan perjalanan dan sekaligus penyelenggaraan wisata yang kegiatannya meliputi :
 - Penyusunan dan penyelenggaraan paket wisata
 - Penyediaan pelayanan wisata
 - Pemesanan akomodasi, restoran, dan sarana lainnya
 - Penyelenggaraan perlengkapan perjalanan (dokumen) wisata



(Kepmen Parpostel No: Km
10/Pw.102/Mppt-93)

⇒ Fungsi Biro Perjalanan Wisata adalah :

▫ Fungsi Umum

Biro Perjalanan Wisata merupakan sebuah perusahaan jasa pariwisata yang mempunyai tujuan untuk mempersiapkan atau menguruskan perjalanan seseorang dengan segala kebutuhan dari perjalanan itu. Oleh karenanya BPW berfungsi untuk dapat memberikan penerangan atau informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata pada khususnya.

▫ Fungsi Khusus

– Travel Biro sebagai *intermediary* (perantara)

Travel Biro berfungsi sebagai perantara antara wisatawan dengan perusahaan industri pariwisata (sebagai *supplier*). Untuk kepentingan wisatawan, ia bertugas melengkapi segala informasi tentang berbagai hal menyangkut perjalanan wisatawan, terutama daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi; memberikan nasihat/petunjuk tentang acara perjalanan (*itinerary*) yang baik, termasuk pemilihan hotel, transportasi, bar dan restoran, pertunjukan, dan lain-lain. Ia juga mengatur/menyiapkan perencanaan perjalanan, dan menyelenggarakan perjalanan wisata sesuai dengan keinginan wisatawan.

Dari sisi perusahaan industri pariwisata (*supplier*) sebagai produsen, Travel Biro merupakan saluran distribusi untuk menjual produk-produk jasa perusahaannya.

– Travel Biro sebagai *organisor*

Travel Biro harus bisa menciptakan kerja sama yang baik antara wisatawan dengan perusahaan industri pariwisata sebagai *supplier* (perusahaan angkutan, perhotelan, transportasi, restoran, objek wisata, dan lain-lain).

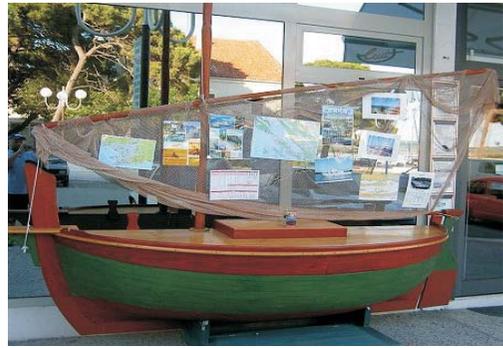
Untuk maksud tersebut perusahaan harus aktif melakukan kontak dan kerja sama dengan pihak *supplier*; membuat perjanjian-perjanjian yang khusus mengatur hubungan kerja yang akan dilaksanakan untuk kegiatan wisata, sehingga jelas hak dan kewajiban masing-masing.

Fungsi lain sebagai organisator yang penting adalah menyiapkan bermacam-macam paket wisata, baik berupa *tailor made tour*, maupun *ready made tour* yang dapat ditawarkan ke calon wisatawan.

Di Indonesia, menurut Surat Keputusan Direktur Jendral Pariwisata No.Kep.16/U/II/88 tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha Perjalanan, kita memperoleh dua pengertian tentang Agen Perjalanan (*Travel Agent*) dan Biro Perjalanan (*Travel Bureau*) yang mempunyai kegiatan berbeda satu sama lain.

Biro Perjalanan Wisata bisa disebut sebagai "*Wholesaler*" yang mempunyai kegiatan usaha yang lebih luas dibandingkan dengan Agen Perjalanan Wisata yang bisa disebut sebagai "*Retailer*".

Beberapa BPW di Indonesia yang sudah beroperasi di lingkup internasional, seperti Panorama Tour, Smailing Tour, Anta Tour, dan lain-lain, mempunyai cabang-cabang perusahaan di luar negeri. Mereka menerbitkan katalog yang berisi produk produk paket wisatanya. Biasanya paket-paket tersebut dijual melalui agen-agen perjalanan dengan memberikan komisi.



Display brosur dan tour catalog

⇒ **Agen Perjalanan (*Travel Agent*)**

Agen Perjalanan Wisata adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan.

Lingkup pekerjaan sebuah Agen Perjalanan tidak seluas Biro Perjalanan, mencakup kegiatan usaha sebagai berikut:

- a. Menjadi perantara dalam pemesanan tiket angkutan udara, laut, dan darat.
- b. Mengurus dokumen perjalanan.
- c. Menjadi perantara di dalam pemesanan akomodasi, restoran, dan sarana wisata lainnya.
- d. Menjual paket-paket wisata yang dibuat oleh Biro Perjalanan.

Dari batasan tersebut diatas, Agen Perjalanan seharusnya hanya menjual produk dari *wholesaler* yang berupa layanan jasa penjualan paket wisata, tiket dan lainnya, namun ada juga Agen Perjalanan yang mampu menyusun sendiri paket wisata dan menjualnya langsung kepada wisatawan.

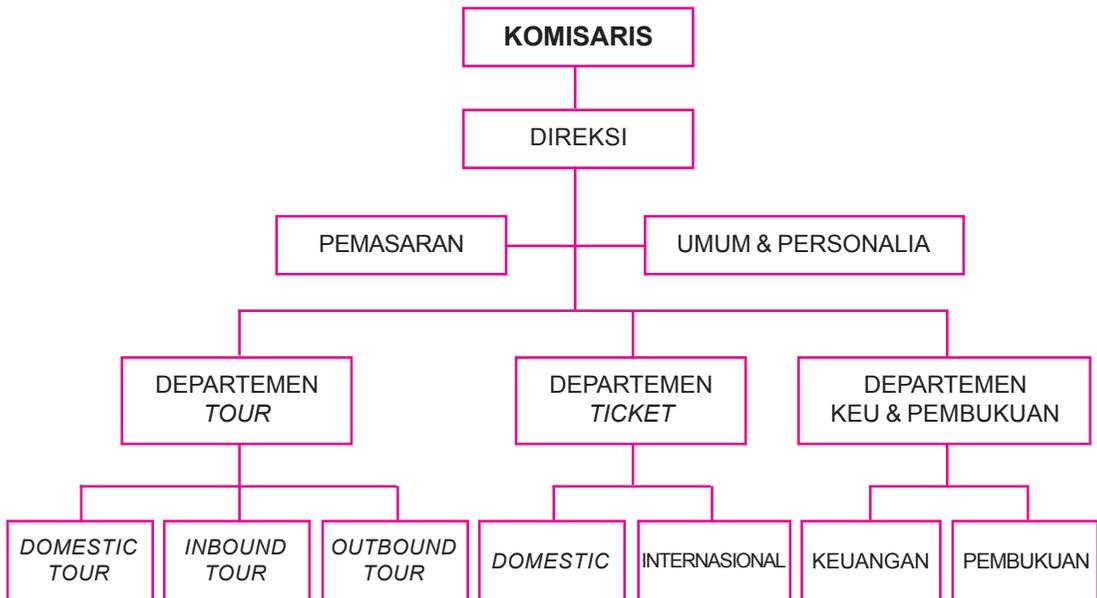
Semakin besar lingkup kegiatan *Travel Agent*, dalam perkembangannya dan berdasarkan pengalaman dan modal akan dapat meningkatkan perusahaannya menjadi *wholesaler*.

Di beberapa negara, Travel Bureau tidak menjual langsung kepada wisatawan, melainkan melalui *Travel Agent*. Hal ini berbeda dengan di Indonesia dimana Biro Perjalanan Wisata (BPW) bisa menjual langsung kepada wisatawan; sebaliknya Agen Perjalanan juga selain menjual paket wisata produk BPW, mereka juga bisa membuat paket-paket wisata dan dijual langsung kepada wisatawan.

Armin D. Lehmann dalam bukunya ,*Travel and Tourism, An introduction to Travel Agency Operations* menyatakan: "*There has always been a distinct difference between travel agents and tour operators, although some companies, are both. The travel agent is a retailer; the tour operator is a wholesaler*".

Dinyatakan bahwa ada perbedaan yang jelas antara *travel agents* dan *tour operators*, walaupun ada beberapa perusahaan yang melakukan keduanya. *Travel agents* adalah "*retailer*" sedangkan *tour operators* adalah "*wholesaler*".

Contoh Sederhana : Struktur Organisasi Biro Perjalanan Wisata



⇒ Lingkup Pekerjaan pada Biro Perjalanan Wisata

a. Fungsi Pemasaran

- *Making sales calls*
Menghubungi *customers* dan menginformasikan produk wisata
- *Advising clients*
Memberikan alternatif pilihan bagi wisatawan dengan menjelaskan detail produk, termasuk fasilitas dari berbagai produk wisata
- *Transmitting information*
Menyebarkan dan memberikan informasi yang diperlukan
- *Planning and carrying out promotional company*
Merencanakan dan mempromosikan (produk) perusahaan
- *Analyzing clients and maintaining Passenger name Records (PNRs)*
Menganalisa dan memelihara PNRs
- *Maintaining Correspondence*
Memelihara hubungan surat menyurat dengan kolega dan pelanggan
- *Others*
Lain-lain kegiatan pemasaran sesuai dengan kebutuhan



Kesibukan melayani *client* di BPW (wikipedia)

b. Fungsi Produksi/Operasi

- *Collecting & reviewing brochures and other literatures from travel products suppliers and ascertaining the currency of information*
Mengoleksi dan meninjau ulang brosur dan *literature* lain dari pemasok dan menetapkan informasi yang terkini/terbaru
- *Writing tickets*
Menerbitkan/*issue* tiket
- *Booking space*
Mengupayakan peluang pemesanan *tour* maupun tiket
- *Maintaining and controlling airline ticket stock*
Menjaga dan mengontrol/memantau *stock* tiket
- *Keeping tariffs up to date*
Menjaga agar info *tarrif* selalu *up to date/terbaru*
- *Designing Package Tours*
Merancang paket wisata, baik untuk *ready made tours* maupun *tailor made tours*
- *Preparing quotations and agent tariff*
Menyiapkan penghitungan harga (untuk keperluan produk khusus, *Agent Tariff*, dan atas pesanan)
- *Receive and process reservations*
Menerima pemesanan jasa dan melakukan proses penyiapan layanan ke supplier (transport, hotel, restoran, dan lain-lain)
- *Finalising booking and execution*
Menyelesaikan proses akhir pemesanan jasa dan pelaksanaan layanan jasa
- *Filing*
Mengarsipkan dokumen perusahaan
- *Ordering*
Mengorder segala kebutuhan perusahaan
- *Others*
Kegiatan-kegiatan lain sesuai kebutuhan



Mempertahankan pelanggan dengan mengirimkan brosur dari produk baru

c. Fungsi Keuangan/Akuntansi



Peralatan (berikut software khusus seperti CRS) yang harus dikuasai pengoperasiannya oleh staf di perusahaan perjalanan

- *Bookkeeping and accounting*
Melakukan pembukuan dan akuntansi
- *Billing*
Melakukan pembuatan *invoice* dan pembayaran kepada pemasok
- *Budgeting*
Merencanakan anggaran perusahaan

⇒ Sumber pendapatan Biro Perjalanan Wisata Sebagai Mediator dan Komisioner

Sebagaimana layaknya usaha-usaha lainnya, perusahaan dalam kegiatan usahanya harus memperoleh penghasilan/pendapatan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Pendapatan tersebut diperoleh dari berbagai sumber (*sources of revenue*) dengan beberapa cara, yaitu:

- a. *Commission on sales* (komisi atas penjualan)
 - Tiket bus/pesawat dan paket wisata, tiket masuk objek wisata, dan lain-lain
 - Asuransi
 - Akomodasi, sewa kendaraan
- b. *Override commissions*
Tambahan komisi dari komisi normal yang diberikan oleh *principal* atau *wholesaler* (biasanya dalam persentase)
- c. *Fees charged for services*
Biaya atas jasa layanan yang diberikan (pengurusan visa, paspor)
- d. Profit margin
Laba yang ditambahkan dari harga pokok
 - *a set amount*: menambahkan sejumlah angka tertentu
 - *a set percentage*: dengan menambahkan sekian persen (%)
Misal: pada paket wisata, pertunjukan, dan lain-lain

Sumber-sumber pendapatan perusahaan perjalanan diperoleh, antara lain dari:

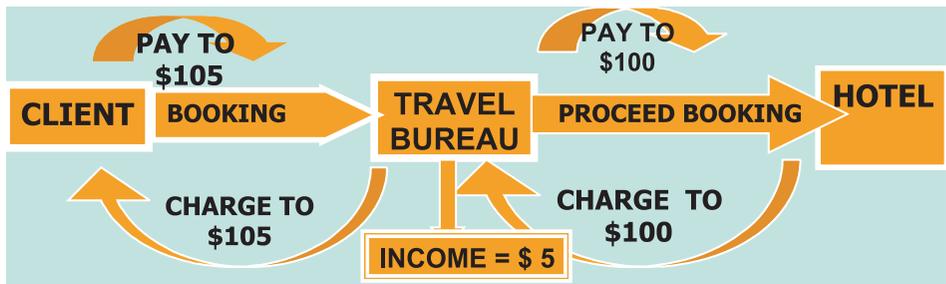
- ✓ Jasa Layanan Akomodasi
 - * Hotels
 - * Motels

- * Resorts
- * Youth Hostels
- * Bungalows
- * Guest Houses
- * Lain-lain
- ✓ Jasa Layanan Transportasi
 - * Darat (sepeda, sepeda motor, delman, bus, kereta api)
 - * Laut (kapal Laut, ferry)
 - * Udara (pesawat udara)
- ✓ Jasa Penyelenggaraan Wisata
 - * Berbagai macam jenis paket wisata menurut karakteristiknya
- ✓ Jasa Pengurusan Dokumen Perjalanan (*Travel Document*)
 - * Jasa pengurusan paspor
 - * Jasa pengurusan visa
- ✓ Jasa-Jasa Lainnya

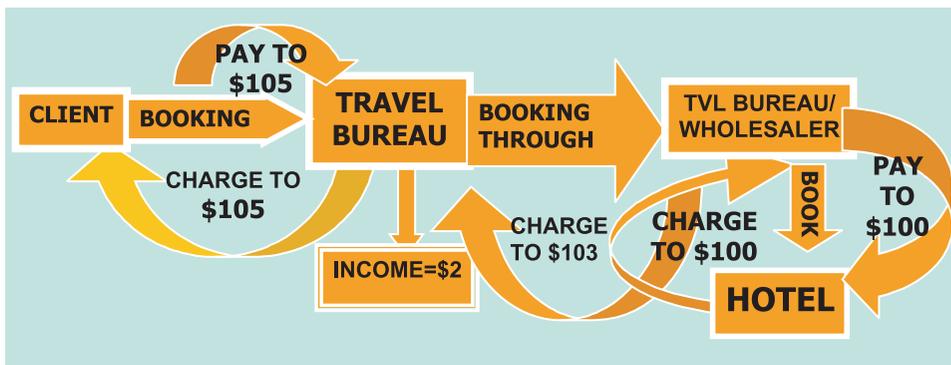
a. Pendapatan dari Jasa Layanan Akomodasi

- ✓ Hubungan antara Hotel dengan Biro Perjalanan
 Dalam hubungan kerja sama antara Biro Perjalanan dengan hotel (sebagai *supplier*), ada dua kondisi yang biasa dilakukan, yaitu:
 - 1) Pihak hotel (sebagai *supplier*) memberikan komisi penjualan kepada Biro Perjalanan karena fungsinya sebagai perantara antara tamu dengan hotel.
 - 2) Pihak hotel (sebagai *supplier*) memberikan harga khusus (*contract rate*) kepada Biro Perjalanan karena fungsinya sebagai perantara antara tamu dengan hotel.
- ✓ Hubungan antara Biro Perjalanan, Hotel, dan Tamu
 - 1) Pihak Biro Perjalanan membayar harga net ke hotel (*supplier*) sesuai dengan perjanjian yang berlaku.
 - 2) Pihak Biro Perjalanan menagih pembayaran ke tamu dengan menambahkan "laba" dari harga net yang dibayarkan ke hotel, sesuai dengan kebijakan perusahaan.

⇒ **Skema Perolehan Pendapatan Sebagai Mediator/Perantara dan Komisioner**



Wisatawan membayar kepada perusahaan perjalanan \$ 105 (*selling price* BPW), kemudian perusahaan perjalanan memesan kamar dan membayar kepada hotel \$100 (sesuai perjanjian BPW dengan hotel), sehingga *income* bagi Biro Perjalanan adalah \$5 per *pax*.



Wisatawan membayar kepada Biro Perjalanan \$105 (*selling price* BPW), kemudian Biro Perjalanan memesan kepada hotel melalui *wholesaler* dengan membayar \$103 (sesuai perjanjian BPW dengan *wholesaler*), Selanjutnya *wholesaler* membayar kepada hotel seharga \$100 (perjanjian antara hotel dengan *wholesaler*), sehingga *income* yang didapat dari layanan tersebut adalah: Biro Perjalanan mendapat \$2 dan *wholesaler* mendapat \$3.

b. Pendapatan dari Jasa Transportasi

Perusahaan Biro Perjalanan dalam kegiatan operasionalnya sangat membutuhkan jasa transportasi untuk para tamu/pelanggannya. Di sini perusahaan dalam perannya sebagai mediator antara perusahaan jasa transportasi dengan tamu memperoleh pendapatan atas jasa tersebut berupa:

- komisi yang diberikan oleh perusahaan jasa transportasi,
- *surcharge* (biaya tambahan) yang dikenakan pada tamu.

Transportasi Darat

– Mobil/Bus

- * Bus regular

Perusahaan dapat menjual tiket bus dengan menambahkan biaya untuk jasa/administrasi sebagai pendapatan perusahaan.

- * Penyewaan mobil/Bus

Car/bus hire: net cost + profit margin (income)

Perusahaan dapat menjual jasa penyewaan mobil/bus dari perusahaan transportasi. Biasanya perusahaan mendapat harga khusus dari perusahaan transportasi, dan kemudian menambahkannya dengan sejumlah tertentu sebagai pendapatan perusahaan.

– Kereta Api

Perusahaan dapat menjual tiket KA dengan menambahkan biaya untuk jasa/administrasi sebagai pendapatan perusahaan.

Transportasi Laut

– Regular

Perusahaan dapat menjual tiket kapal laut penumpang dengan menambahkan biaya untuk jasa/administrasi sebagai pendapatan perusahaan.

– Penyewaan kapal laut/boat/dan lain-lain.

Perusahaan dapat menjual jasa penyewaan kapal laut, boat, dan lain-lain dari perusahaan transportasi. Biasanya perusahaan mendapat harga khusus dari perusahaan transportasi, dan kemudian menambahkannya dengan sejumlah tertentu sebagai pendapatan perusahaan.

Transportasi Udara

Perusahaan Biro Perjalanan paling banyak berhubungan dengan perusahaan/maskapai penerbangan. Banyak perusahaan justru mengandalkan pendapatannya dari jasa penjualan tiket pesawat udara. (pembahasan tentang Reservasi dan Tiket, dalam Bab 2)

Secara umum pendapatan perusahaan diperoleh dari:

- * komisi penjualan,

- * selisih antara harga net dari perusahaan penerbangan dengan harga jual perusahaan.

c. Pendapatan dari Jasa Pengurusan *Travel Document*

Perusahaan juga bisa memperoleh pendapatan dari jasa pengurusan dokumen perjalanan. Pendapatan diperoleh dari jasa layanan pengurusan. Semua biaya yang dikeluarkan untuk pengurusan dokumen kemudian ditambahkan dengan *jasa pengurusan* (sebagai pendapatan perusahaan).

d. Pendapatan Jasa Penyelenggaraan Paket Wisata

Biaya yang dikeluarkan untuk suatu paket wisata merupakan kumpulan dari semua komponen biaya yang terkandung dari penyelenggaraan paket wisata tersebut. Jumlah semua komponen biaya tersebut merupakan "harga pokok penjualan" (*cost of sale*) dari paket wisata tersebut.

Pendapatan perusahaan diperoleh dari laba (*profit*) yang ditambahkan dari harga pokok tersebut untuk mendapatkan "harga jual" (*selling price*); bisa dengan cara:

- 1) menambahkan dengan jumlah angka tertentu, atau
- 2) menambahkan dengan persentase (%) tertentu.



Based on % = mark up berdasarkan berapa % dari total cost

Based on \$ atau Rp = mark up berdasarkan \$ atau Rp

2. Jenis-Jenis *Tour* dan Pengelompokan Wisatawan

Kepariwisataan Indonesia yang berkembang, selain kegiatan "*domestic tourism*" yaitu lalu lintas wisatawan di dalam negeri, juga berkembang kegiatan "*foreign tourism*" termasuk di dalamnya lalu lintas wisatawan dari luar negeri ke dalam negeri (*in bound tourism*), maupun dari dalam negeri ke luar negeri (*out going tourism*).

⇒ *Tour* ditinjau dari sisi asal kedatangan dan daerah tujuan wisatanya dapat dikelompokkan menjadi:

✓ *Inbound Tour*

Kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu.



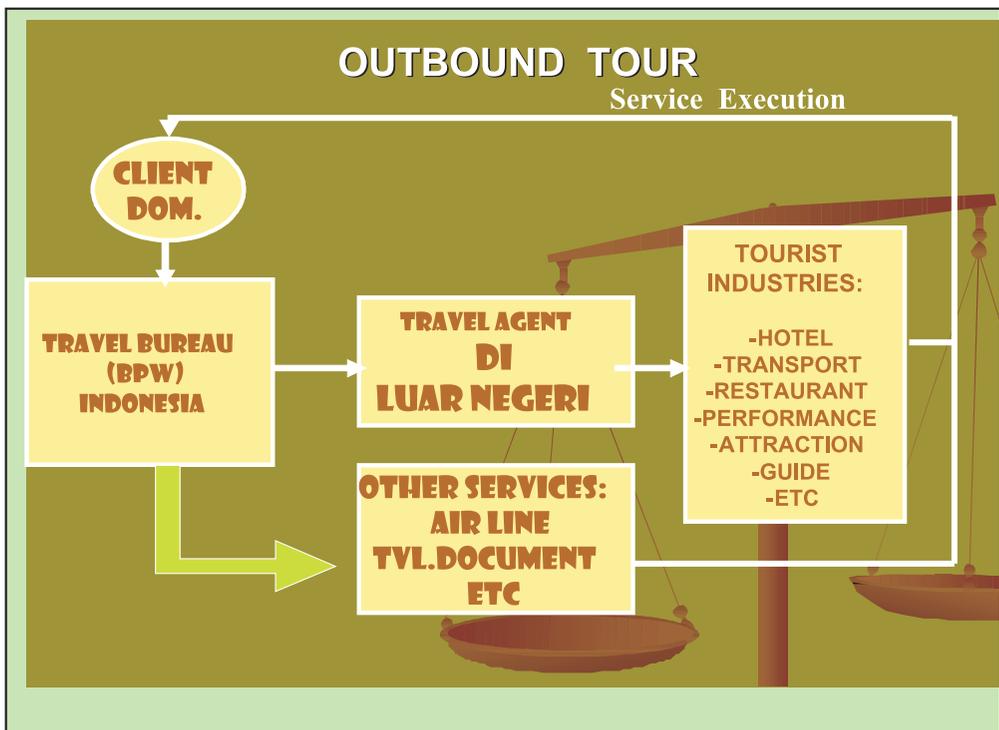
Penjelasan :

- *Client* yang bermaksud berkunjung ke Indonesia dapat menghubungi *Tour Operator* setempat yang akan menindaklanjuti dengan menghubungi Biro Perjalanan di Indonesia; atau bila memungkinkan *client* bisa langsung menghubungi Biro Perjalanan di Indonesia.
- Biro Perjalanan yang dihubungi dapat bekerja sama dengan kantor cabang (kalau punya) dan Agen Perjalanan Lokal, untuk masalah reservasi dan operasionalnya.

- Biro Perjalanan (pusat dan cabang) dan Agen Perjalanan Lokal menyiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk perjalanan wisata tersebut, dengan bekerja sama dengan industri pariwisata lainnya (hotel, transport, restoran, dan lain-lain).
- Pelaksanaan *tour* oleh para penyedia jasa pariwisata dan unsur lain yang terkait, berdasarkan pesanan yang diterima.

✓ **Outbound Tour**

Kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan keluarnya warga negara sendiri yang bepergian keluar negeri sebagai wisatawan.

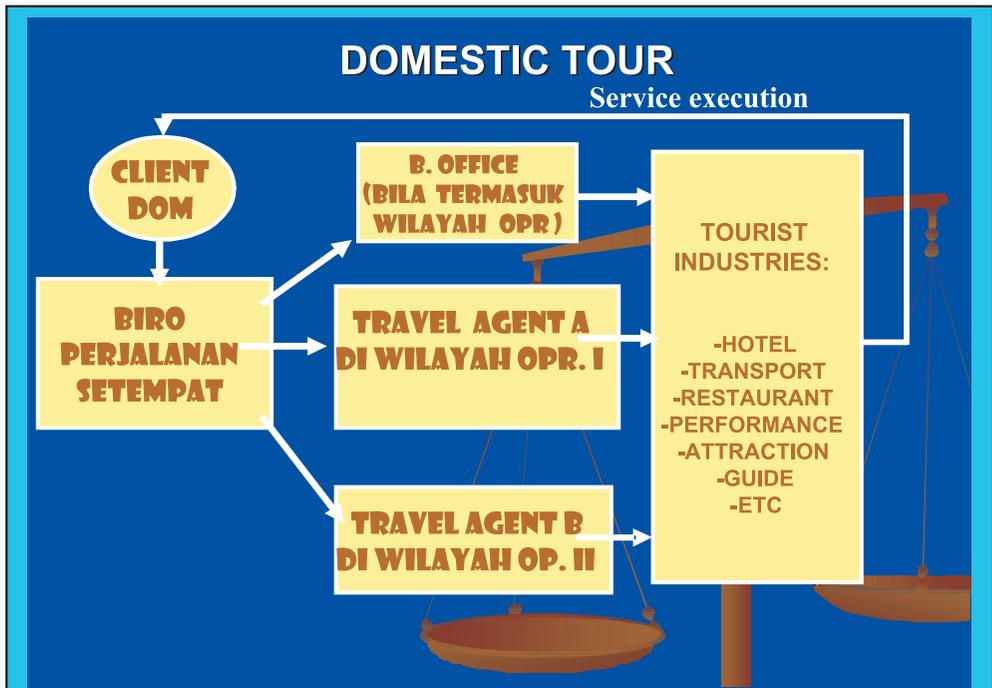


Penjelasan :

- *Client* yang bermaksud berkunjung ke luar negeri bisa menghubungi Biro Perjalanan setempat atau ke Biro Perjalanan yang menyelenggarakan paket/produk wisata yang sesuai.
- Biro Perjalanan tersebut akan menindaklanjuti dengan menghubungi *Tour Operator* di luar negeri yang akan menyiapkan dan melaksanakan perjalanan wisata sesuai dengan pesanan.
- Biro Perjalanan tersebut juga menyiapkan semua layanan yang diperlukan: tiket penerbangan, *travel document*, *airport handling*, asuransi, dan lain-lain.
- Pelaksanaan *tour* sesuai dengan persiapan yang dilakukan.

✓ **Domestic Tour**

Kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan dilakukannya perjalanan wisata oleh warga negara sendiri di tanah airnya sendiri.



Penjelasan:

- *Client* domestik yang bermaksud berkunjung ke daerah lain di Indonesia bisa menghubungi Biro Perjalanan setempat yang akan bertindak sebagai penyelenggara perjalanan.
- Biro Perjalanan tersebut akan menindaklanjuti dengan menghubungi/ bekerja sama dengan Agen Perjalanan Lokal dan Kantor Cabang Perusahaan (kalau punya) yang berada di wilayah operasional perjalanan wisata.
- Biro Perjalanan (pusat dan cabang) dan Agen Perjalanan Lokal menyiapkan segala sesuatu yang diperlukan untuk perjalanan wisata tersebut, dengan bekerja sama dengan industri pariwisata lainnya (hotel, transport, restoran, dan lain-lain).
- Pelaksanaan *tour* oleh para penyedia jasa pariwisata dan unsur lain yang terkait, berdasarkan pesanan yang diterima.

⇒ Jenis/Macam Wisatawan (*Tourist*)

- ✓ Wisatawan Asing (*Foreign Tourist*)
Orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara di mana ia biasanya tinggal.
- ✓ *Domestic Foreign Tourist*
Orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal di suatu negara, yang melakukan perjalanan wisata di wilayah negara di mana ia tinggal.
- ✓ Wisatawan Dalam Negeri/*Domestic Tourist*
Seseorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati batas negaranya.
- ✓ *Indigenous Foreign Tourist*
Adalah warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya di luar negeri, pulang ke negara asalnya, dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
- ✓ *Transit Tourist*
Wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu negara tertentu, yang sedang menumpang kapal udara, kapal laut, dan lain-lain, yang terpaksa singgah di pelabuhan/ bandara bukan atas kemauannya sendiri.
- ✓ *Business Tourist*
Orang yang melakukan perjalanan (apakah orang asing atau warga negara sendiri) yang mengadakan perjalanan untuk tujuan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukan setelah tujuan utamanya selesai (*post tour*).

3. Paket Perjalanan Wisata

Paket wisata (*package tour, inclusive tour*) diartikan sebagai suatu perjalanan wisata dengan satu atau lebih tujuan kunjungan yang disusun dari berbagai fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual dengan harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata.

Sebelum memahami paket wisata, harus dipastikan apakah dalam rangkaian komponen-komponen wisata tersebut terdapat acara mengunjungi objek/atraksi wisata. Bila hanya paket perjalanan (transportasi) dan akomodasi saja, tidak dapat dikatakan paket tour.

Paket tersebut hanyalah paket perjalanan **Free and Eazy**, sementara program *tour* bisa dipilih sendiri (biasanya memilih *seat-in-coach/SIC* yang biasanya tersedia di hotel-hotel).

Contoh : CKG-MES-CGK Paket Free And Eazy 3 Hari/ 2malam

Hari 01 :KEDATANGAN - TRANSFER KE HOTEL

Tiba di bandara Polonia, Medan. Penjemputan dan langsung transfer ke hotel . Acara bebas.

Hari 02 : FREE atau OPTIONAL TOURS

Makan pagi di hotel. Setelah makan pagi acara bebas, atau mengadakan program sesuai pilihan (*optional tour*), atas biaya sendiri.

Hari 03 : KEBERANGKATAN - TRANSFER KE BANDARA

Makan pagi di hotel. Transfer ke bandara Polonia untuk penerbangan kembali ke Jakarta.

Paket wisata sebagai suatu produk

- ✓ *Tour/wisata* dikatakan sebagai suatu produk jasa, karena merupakan suatu proses kegiatan yang dimulai dari merencanakan perjalanan menuju satu atau lebih tempat persinggahan sampai kembali lagi ke tempat asal dengan merangkaikan beberapa komponen yang diperlukan dalam perjalanan tersebut dalam kurun waktu yang ditetapkan. Hasil dari proses pengemasan komponen tour tersebut kemudian dijual kepada masyarakat melalui promosi.

Paket wisata dalam bentuk media (brosur, katalog, video) merupakan suatu produk nyata yang berfungsi sebagai alat promosi dari produk jasa layanan (*intangible product*) yang akan dijual kepada wisatawan.

Pengemasan paket wisata dilakukan berdasarkan trend pasar wisata (yang sedang dan akan berkembang), tentunya mempertimbangkan analisis terlebih dahulu, untuk memastikan bahwa produk tersebut akan dibeli wisatawan.

Contoh Paket Tour

Bali Paket Tour



Kintamani Tour -:*Start*: 8.30 am - Durasi: 8 jam *tour* diawali dengan menonton tarian Barong dan Keris di Desa Batubulan.

Kemudian dilanjutkan dengan mengunjungi desa-desa seni seperti Desa Mas yang terkenal dengan ukiran kayu, Desa Celuk yang terkenal dengan kerajinan perak dan emas khas Bali, Kintamani yang terkenal dengan pemandangan danau dan Gunung Batur yang indah.

Dari Kintamani perjalanan dilanjutkan menuju Tampak Siring - Pura dengan tempat permandian dan mata air suci di dalamnya. Makan siang dihidangkan di lokal restoran. Tour diakhiri dengan mengunjungi Pasar Seni Sukawati untuk membeli oleh-oleh khas Bali.

Harga per pax

2–3 Orang	4–6 Orang	7–16 Orang	17–26 Orang	27–34 Orang
Rp264.500	Rp214.500	Rp200.500	Rp164.500	Rp152.500

- Harga sudah termasuk guide, lunch, soft drink, tiket masuk ke objek wisata.

⇒ Secara umum dikenal dua jenis paket wisata, yaitu :

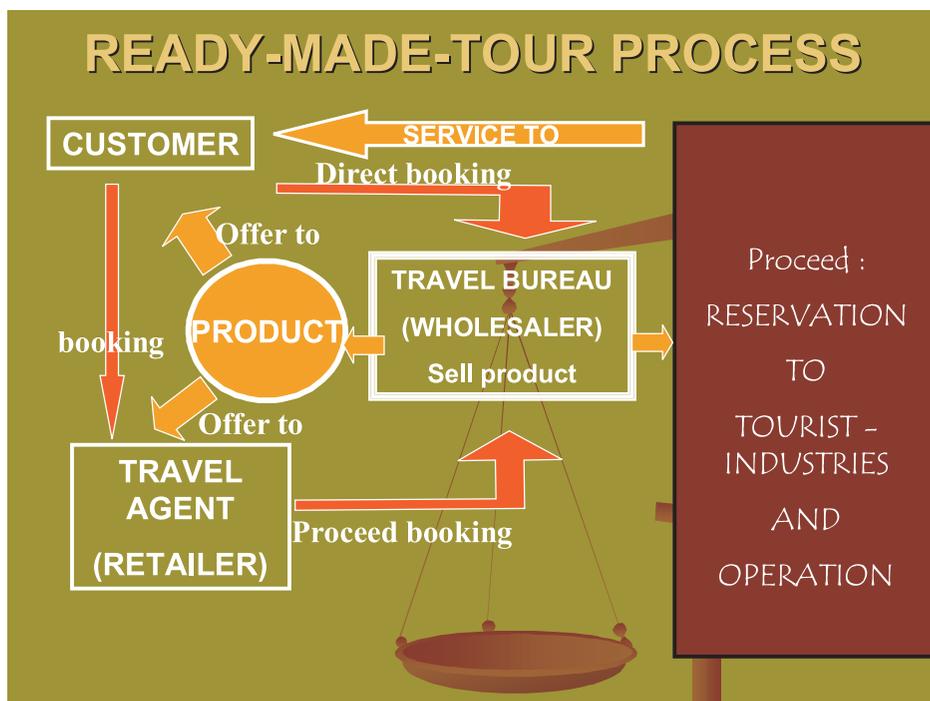
✓ **Ready made tour,**

paket wisata yang telah disiapkan (*pre arranged package tour*) atau lebih terkenal dengan **ready made tour** (*Tour/Package Tour that has been made and ready to market to customer*)

Penyiapan paket *tour* ini didasari dari riset kebutuhan konsumen dengan memperhatikan target/sasaran pasar yang dituju. Kunci keberhasilan dari pemasaran paket ini adalah luasnya relasi dari perusahaan terkait dan kemahiran negosiasi harga komponen *tour*, sehingga didapat harga jual yang bersaing.

Harga pada *tour* ini biasanya diklasifikasikan dalam kelompok:

1–2 pax, 3–5 pax, 6–9 pax, dan seterusnya tergantung dari jumlah *seat* dalam kendaraan yang dipakai. Semakin besar jumlah tamu/penumpang, semakin murah harga *tour*.



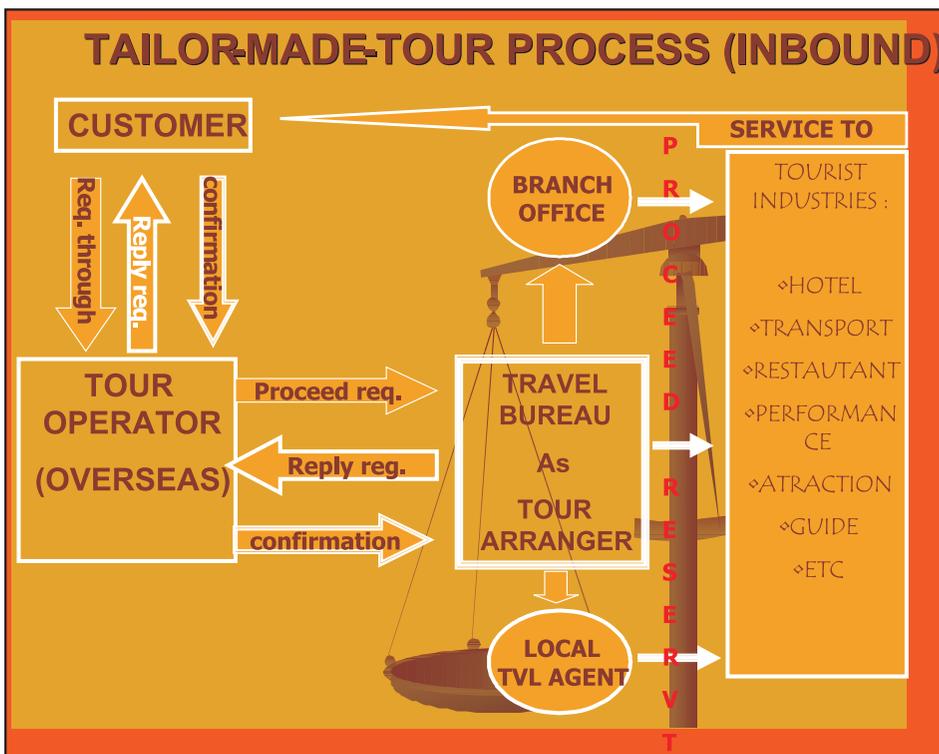
Penjelasan:

- Biro Perjalanan (*wholesaler*) membuat produk (paket wisata) untuk dipasarkan ke tamu/pelanggan, langsung maupun melalui agen-agen perjalanan yang berfungsi sebagai *retailer*.
- *Customer* bisa *booking* produk tersebut langsung ke Biro Perjalanan (*wholesaler*), atau melalui Agen Perjalanan yang diinginkan.
- Biro Perjalanan menindaklanjuti semua pesanan dengan proses reservasi dan pelaksanaan operasional.
- Pelaksanaan tur sesuai dengan yang sudah dipersiapkan.

✓ **Tailor made tour,**

paket wisata disiapkan atas permintaan (*custom tailor made tour*) atau lebih dikenal dengan ***tailor made tour*** (*Tour/Package tour which is made based on request/negotiation with customer*).

Penyiapan paket ini lebih difokuskan pada kejelian seorang *tour planner* untuk mengenali kemampuan (selera, sosial, *finance*) dan keinginan calon wisatawan serta memotivasi wisatawan untuk membeli "jasa" yang sangat khusus dengan pelayanan dan harga yang khusus.



Penjelasan Proses *Tailor Made Tour* (Kasus untuk *Inbound Tour*)

- *Customer* (luar negeri) yang akan mengunjungi Indonesia menghubungi *tour operator* setempat untuk menanyakan tentang produk (program perjalanan) dan harga.
- *Tour operator* menghubungi Travel Biro di Indonesia untuk melanjutkan permintaan dari *customer*.
- Travel Biro memproses dan menjawab ke *tour operator* semua permintaan (program + harga) dan minta konfirmasi atas penawaran tersebut.
- Jawaban dan penawaran dari Biro Perjalanan tersebut oleh *tour operator* disampaikan dan dinegosiasikan dengan *customer* hingga tercapai kesepakatan dan konfirmasi (proses negosiasi ini bisa berulang-ulang hingga tercapai kesepakatan, atau bisa juga terjadi pembatalan).
- *Tour operator* mengkonfirmasi semua penawaran dari Biro Perjalanan (program dan harga).
- Selanjutnya Biro Perjalanan bekerja sama dengan *tour operator* lokal dan kantor cabang (kalau punya) untuk melanjutkan dengan proses reservasi dan operasional.
- Pelaksanaan tour sesuai dengan persiapan yang dilakukan.

PAKET WISATA LOMBOK - 4 HARI/3MALAM (*Tailor Made*)

Diselenggarakan untuk "Ujepe Group" – 27 Oktober 2007

Hari 1 : KEDATANGAN DI MATARAM – CITY TOUR (L)

Tiba di bandara Selaparang-Lombok, penjemputan dan langsung mengadakan "Mataram City Tour" mengunjungi: Istana Mayura, Pura Meru, Taman Narmada sebagai Replica Gunung Rinjani, Lingsar Pura muslim waktu telu, Kota Mataram. Makan siang di lokal restoran.

Check in Hotel **Senggigi Beach** untuk istirahat dan bermalam.

Hari 2 : SASAK TRADITIONAL TOUR (B, L)

Setelah makan pagi di hotel berangkat untuk "Sasak Traditional Tour", wisata sehari mengunjungi Desa Banyumulek pusat kerajinan Gerabah, Desa Sukarara tempat kerajinan tenun ikat dan songket sasak lombok, Desa tradisional suku Sasak di Rambitan, Kuta, dan Tanjung Aan Beach salah satu pantai yang paling indah di Lombok. Makan siang di lokal restoran di Pantai Kuta.

Kembali ke hotel untuk bermalam.

Hari 3: GILI AIR TOUR (B, L)

Makan pagi di hotel. Wisata sehari ke Gili Air ,dalam perjalanan mengunjungi: pasar pagi Gunung Sari, pemandangan dan kera di Hutan Pusuk, Pelabuhan Bangsal, kemudian menyeberang ke Gili Air. Tiba di Gili Air menikmati acara berenang, *snorkeling*, keliling naik cidomo. Makan siang dengan *lunch box*.

Kembali ke hotel untuk bermalam.

Hari 4: KEBERANGKATAN KE JAKARTA (B)

Makan pagi di hotel, menunggu waktu sampai ditransfer ke bandara untuk penerbangan kembali ke Jakarta.

***Program dapat diatur kembali sesuai dengan jam kedatangan/ keberangkatan pesawat**

Harga per orang (untuk rombongan minimum 30 orang):

Sekamar berdua : Rp2.250.000,00

Sekamar sendiri : Rp2.700.000,00

Harga termasuk:

- Tiket pesawat udara Jakarta-Mataram-Jakarta
- Menginap 3 malam di Hotel Senggigi Beach (termasuk makan pagi)
- *Tour* sesuai program di atas.
- 2 x makan siang di lokal restoran, dan 1 x *lunch box*
- *Guide*, Donasi
- Harga net tanpa komisi

Harga tidak termasuk:

- *Airport tax*
- Makan dan acara yang tidak tercantum dalam program
- Semua pengeluaran pribadi (telepon, *laundry*, dan lain-lain)

B = Breakfast, L = Lunch, D = Dinner

✓ **Regular Tour/Seat-In-Coach (SIC) Tour,**

adalah *tour* yang diselenggarakan dengan waktu, objek, dan harga yang sudah ditentukan sesuai dengan perencanaan yang disusun oleh suatu *tour operator*.

Misalnya suatu *tour operator* menyelenggarakan *tour* yang pemberangkatannya ditentukan pada waktu-waktu tertentu (misalnya pemberangkatan tiap hari jam 8.00, atau tiap hari Minggu jam 8.00).

Penyelenggaraan *tour* ini tidak tergantung pada banyaknya peserta, satu orang atau dua orang pun, *tour* tetap diselenggarakan karena sudah dijadwalkan secara kontinu.

Jadi, *regular tour* merupakan *tour* yang tersedia dan siap untuk dijual, yang telah direncanakan dan dapat diselenggarakan oleh *tour operator* yang bersangkutan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Biasanya harga *regular tour* ini relatif lebih murah dari jenis *tour* lainnya (*private tour*), dan biasanya peserta *tour* adalah secara perorangan sehingga sering kali satu dan lain peserta *tour* belum saling kenal. Jadwal perjalanan (*itinerary*) dari *tour* ini tidak bisa dirubah dan dipastikan berangkat sesuai jadwal.

For foreign individual tourists to visit the major cities in China, normally they can take two kinds of tours organized by a local travel agency. One is to take a **private tour** using a private vehicle with a personal tour guide; the other is to take **seat-in-coach tours** dubbed (**SIC tour**) with a shared tour guide. Taking a **seat-in-coach tour** means other individual tourists like you will join the the same tour and as a result you will enjoy **better prices** than **private tours** for the similar tour of same scenic spots. But a **seat-in-coach tour** is not as flexible as a private tour though you do have the opportunity to meet new friends from other parts of the world. We offer several SIC tours for your choices in each major city.

For reservation, no need for any deposit, just kindly send us an email or give us a call to inform us of your hotel room number and date for departure. Our tour guide will contact you on the evening before and collect the money on the spot when you board the coach.



Contoh SIC :



Tour Code : G/P+V/M (Royal Grand Palace & Vimanmek)

Price : 1,200 Baht minimum 2 pax

Pick Up Time : 08.00 at hotel

Duration of Tour : 08.00 a.m. - 13.00 p.m.

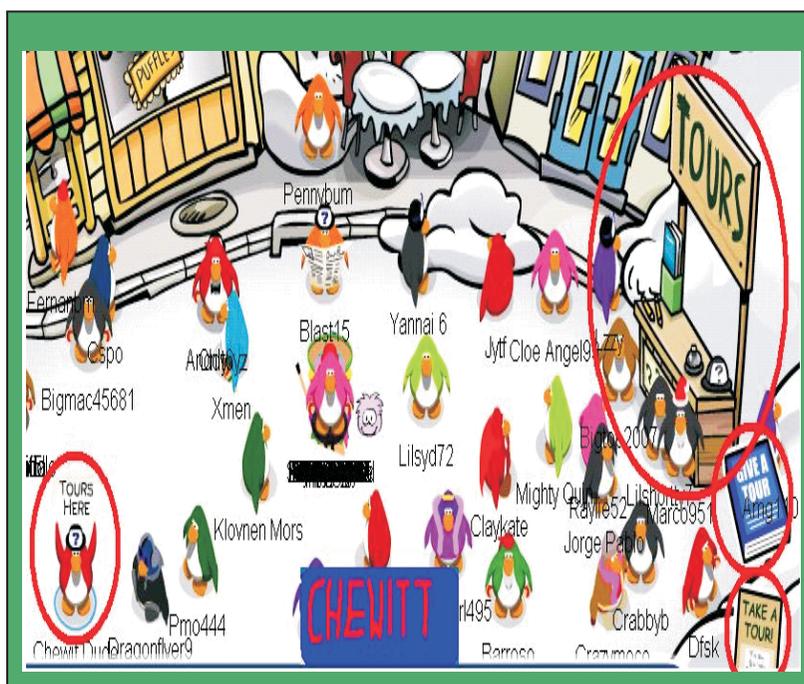
Visit Temple of The Emerald Buddha (Wat Phra Keow), the wonders of the world. Within its enormous compound is the most exotic Buddhist temple and at the heart of the temple itself is a fabulous Buddha image. You also visit the Vimanmek Mansion, the world's largest building made entirely of golden teak. The three story wooden palace has 81 rooms, halls and ante-rooms, and now Thailand's first handicraft museum.

4. Menyusun Paket Wisata

Dalam penyusunan paket wisata, perlu dipertimbangkan faktor-faktor:

⇒ Lingkungan ekonomi atau financial

- ✓ Lingkungan hidup, terutama menyangkut pemanfaatan objek wisata dan budaya/nilai-nilai yang dianut masyarakat di lokasi wisata maupun asal wisatawan.
- ✓ *Target market*/pasar dari produk wisata, dalam arti:
 - a. saingan dari produk wisata sejenis,
 - b. karakteristik wisatawan,
 - c. detail produk wisata,
 - d. kelayakan harga paket (dibandingkan nilai produk).
- ✓ Pemilihan peralatan dan teknik yang akan digunakan selama kegiatan berlangsung (mulai dari persiapan produk sampai dengan pasca produk wisata/ setelah wisatawan menikmati paket wisata).
- ✓ Sarana dan fasilitas perjalanan termasuk pada objek wisata.
- ✓ Mutu/kualifikasi dari pengelola paket tour (mulai dari *survey*, *tour planner*, *promosi*, *sales*, *tour guide*, dan lain-lain).
- ✓ Peraturan dan perundang-undangan dari pemerintah lokal/pusat maupun dari negara asal wisatawan.



Pengetahuan /wawasan dari seorang *tour planner* harus selalu dikembangkan, sesuai dengan daerah tujuan wisata,

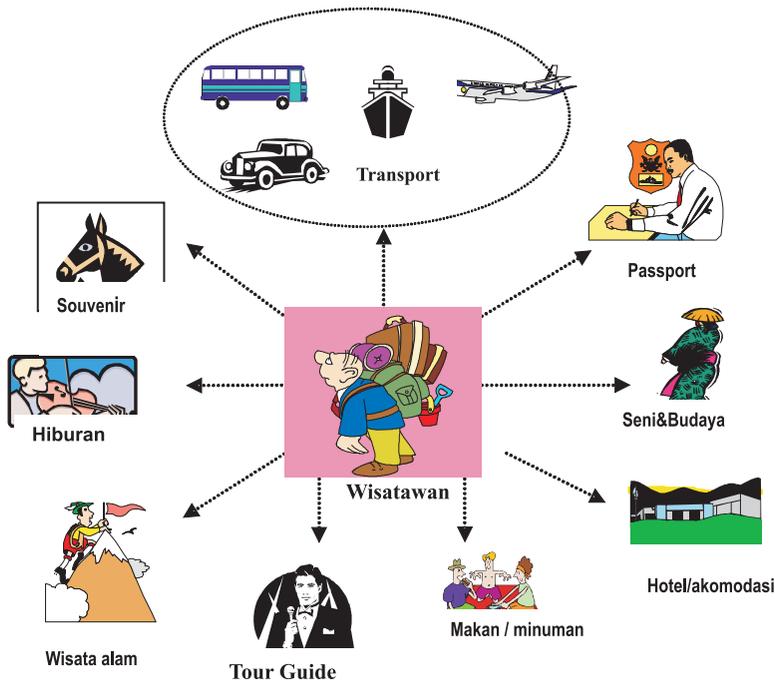
⇒ **Ciri-ciri utama dari sebuah perjalanan wisata adalah:**

- ✓ Merupakan sebuah perjalanan keliling, dari suatu tempat ke tempat-tempat tujuan, tinggal untuk sementara, dan kembali lagi ke tempat asal.
- ✓ Dilaksanakan dalam keadaan *relax*, aman, dan menyenangkan, dan tidak untuk mencari nafkah di tempat tujuan.
- ✓ Bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan.
- ✓ Suatu perjalanan yang merupakan rangkaian dari bermacam-macam komponen perjalanan yang sudah direncanakan terlebih dahulu.
- ✓ Memasukkan berbagai komponen objek dan daya tarik wisata.
- ✓ Lama perjalanan dalam waktu yang ditentukan.

5. Perbedaan Berwisata dengan Memanfaatkan Paket *Tour* dan Berwisata Tanpa Menggunakan Jasa Biro Perjalanan

Komponen	Paket Tour		Pribadi	
	Kekuatan	Kelemahan	Kekuatan	Kelemahan
Biaya	Terencana, lebih murah	Terikat pada perjanjian <i>tour</i>	Lebih mahal	Lebih boros
Waktu	Terjadwal	Tidak bebas	Bebas	Waktu terbuang
Sosial	Dapat berinteraksi	Diperlukan penyesuaian	Bebas	Tidak ada teman baru
Wawasan	Tersedia informasi	–	Mencari sendiri	Mencari sendiri
Objek	Terprogram	Hanya dalam paket	Bebas	Sering berubah
Transportasi	Tersedia	Terikat	Bebas	Urus sendiri
Keamanan	Jaminan	–	Tidak pasti	Urus sendiri
Akomodasi	Jaminan	–	Bebas	Belum pasti

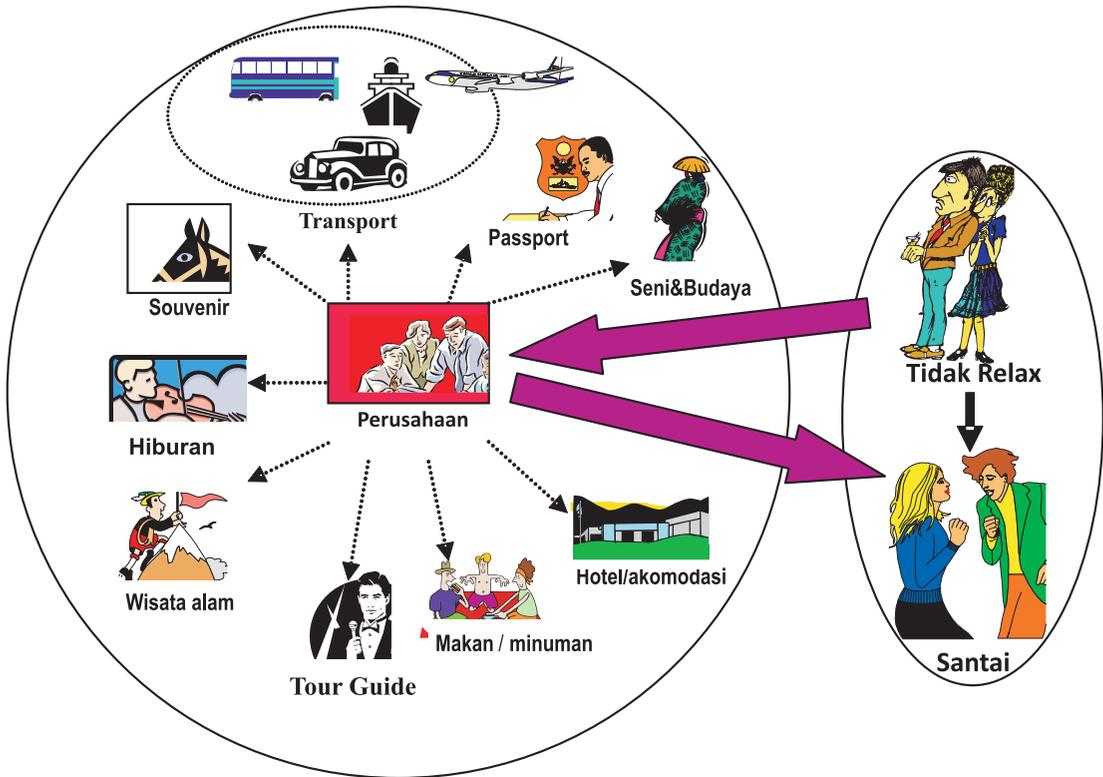
⇒ **Perjalanan Mengurus Sendiri (Tidak Menggunakan Jasa Perusahaan Perjalanan)**



Wisatawan melakukan sendiri semua persiapan aktifitas perjalanan, yang biasanya jarang sekali dilakukan oleh mereka adalah:

Persiapan	Akibat
Tidak booking terlebih dahulu	Seringkali tidak dapat tempat/ <i>room</i> / <i>seat</i>
Tidak memilih perusahaan pemasok/komponen <i>tour</i>	Bukan yang terbaik/tidak setara dengan harga
Sulit melakukan negosiasi harga	Harga yang didapat adalah <i>pubish rate</i>
Tidak memiliki pedoman/informasi tentang <i>route</i> perjalanan/lokasi objek, resto, akomodasi	Sering kali buang waktu karena kesasar
Tidak menyusun <i>route</i> dan perhitungan waktu – jarak tempuh	<i>Route/itinerary</i> yang tidak sistimatis
Prakiraan biaya tidak tepat	Tidak terduga
Sibuk dengan persiapan	Kelelahan dan kurang <i>relax</i>

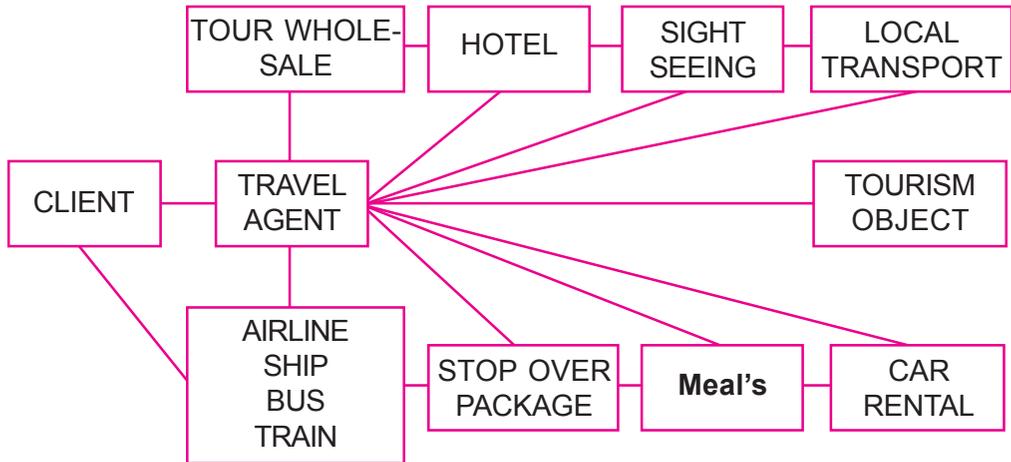
⇒ Menggunakan Jasa Perusahaan Perjalanan (*Ready Made* atau *Tailor Made*)



Wisatawan dibantu oleh perusahaan perjalanan untuk menyusun semua persiapan aktifitas perjalanan:

Persiapan yang dilakukan	Akibat
Melakukan <i>booking</i> terlebih dahulu	Pasti mendapat tempat/ <i>room/seat</i>
Memilih perusahaan pemasok/komponen <i>tour</i>	Yang terbaik/tidak setara dengan harga
Negosiasi harga	Harga <i>contract/corporate/spesial discount</i>
Peta perjalanan/lokasi objek, resto, akomodasi	Waktu yang terjadwal dan lokasi jelas
<i>Route</i> dan perhitungan waktu – jarak tempuh	<i>Route/itinerary</i> yang sistimatis
Prakiraan biaya	Terukur/pasti
Kelelahan dan <i>relax</i>	<i>Enjoy</i> dan <i>relax</i>

⇒ **Sistem Suplay Reservasi Paket Perjalanan**



Gunung Karakatau sebagai objek wisata

6. Menentukan Komponen Paket Wisata/Layanan Jasa Pemasok



a. *Transfer In* dan *Transfer Out*



Penjemputan wisatawan dari bandara/stasiun KA menuju hotel (*transfer in*) dan mengantarkan wisatawan dari hotel menuju bandara/stasiun KA setelah selesai melaksanakan wisata. Penggunaan jasa *transfer in/out* ini perlu memperhatikan berapa jumlah wisatawan untuk menentukan pilihan kendaraan apa yang akan digunakan dan menggunakan transportasi apa, pukul berapa kedatangan, waktu *check in* bandara saat kembali ke negara/tempat asal. Negosiasikan juga berapa harga sewa sesuai dengan *market (corporate rate)* serta untuk memastikan ketersediaan/aksesibilitas, manfaat, potensi laba.



b. Alat Transportasi



Pertimbangkan berapa jumlah wisatawan, tujuan perjalanan, kondisi jalan menuju objek, kemungkinan dapat masuknya kendaraan besar (bus), kekuatan menanjak pada jalan yang naik (*hilly*), keharusan menggunakan AC, perlunya *audio visual* dalam bus, keharusan menggunakan *microphone*, kondisi tempat duduk (*recycling*) dan jarak antar tempat duduk untuk keleluasaan kaki, dan yang lebih utama kelayakan pengemudi. Negosiasikan juga berapa harga sewa sesuai dengan *market (corporate rate)* serta untuk memastikan ketersediaan/aksesibilitas, manfaat, potensi laba.



c. Akomodasi (Hotel)



Memilih hotel sesuai dengan daya beli dan siapa yang melakukan wisata atau sesuai dengan pesanan pengguna jasa. Lakukan "*hotel inspection*" terlebih dahulu untuk meyakinkan bahwa fasilitas hotel sesuai dengan kondisi yang dijanjikan dalam klasifikasi hotel. *Occupancy hotel* pada saat tamu akan datang, yakinkan bahwa *room* sudah status OK (*confirmed*) dengan bukti pesanan.

Selain itu pertimbangkan jarak yang layak dari hotel ke bandara dan objek wisata. Negosiasikan juga berapa *room rate* sesuai dengan *market (corporate rate)*, serta untuk memastikan ketersediaan/aksesibilitas, manfaat, potensi laba.



d. Objek Wisata



Ber macam-macam jenis tujuan wisata, antara lain

- Wisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)
- Rekreasi (*Recreation Tourism*)
- Wisata alam dan lingkungannya (*Eco Tourism*)
- Wisata bahari/laut (*Marine Tourism*)
- Wisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*), wisata ini bukan berarti misi kebudayaan, tetapi wisatawan datang untuk menikmati budaya.
- Wisata untuk olah raga (*Sport Tourism*): wisata yang melibatkan kegiatan fisik; wisatawan datang bukan hanya untuk menghadiri atau menonton even-even olah raga, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam aktivitas-aktivitas olah raga itu sendiri.
- Wisata petualangan (*Adventure Tour*), wisata untuk menjelajah alam dengan relax dan senang nati, bukan berarti penjelajahan untuk penelitian.
- Wisata konvensi (*Convention Tourism*)
- Wisata tujuan pendidikan (*Education Tour*)
- Wisata kuliner (*Culinary Tour*), wisata sambil menikmati makanan-makanan unggulan (tradisional dan disajikan secara tradisional)
- Wisata sambil Belanja (*Shopping Tour*)
- Dan lain-lain.

Dalam menentukan pilihan objek yang akan ditawarkan, perlu memperhatikan kelompok usia, sosial, kesehatan dan motivasi dalam mengikuti wisata. Yakinkan bahwa objek wisata yang akan dikunjungi sudah/masih beroperasi, dalam perbaikan, atau sudah ditutup.

Jarak dan waktu tempuh antara objek wisata dengan akomodasi juga menjadi kunci utama dari kelancaran perjalanan wisata. Negosiasikan juga berapa biaya masuk (*entrance fee*) sesuai dengan *market* (harga rombongan/*discount*) serta untuk memastikan ketersediaan/aksesabilitas, manfaat, potensi laba.



e. Atraksi Kesenian Tradisional



Memilih atraksi/pertunjukan/*performance* perlu memerhatikan apakah wisatawan *respect* terhadap seni tradisional, apakah selalu ada pertunjukan secara rutin di sebuah gedung kesenian, ataukah akan "menyewa" suatu *group* seni dan mendatangkannya ke hotel (biaya penyelenggaraan ini rata-rata mahal biayanya).

Waktu pertunjukan juga harus dipertimbangkan untuk dapat mengatur jadwal wisata (*itinerary*); perlu juga dipertimbangkan jumlah wisatawan yang akan menikmati *performance* tersebut.

Negosiasikan juga berapa biayanya sesuai dengan market dan jenis atraksi serta untuk memastikan ketersediaan/aksesibilitas, manfaat, potensi laba.



f. Budaya/Adat Istiadat



Dalam memilih objek adat istiadat/budaya, harus memperhatikan apakah budaya yang dimaksud termasuk sejarah pubakala dan peninggalan-peninggalannya. Adat istiadat juga dibedakan antar adat kebiasaan sehari-hari pada suatu golongan/suku tertentu atau adat istiadat yang menyangkut upacara-upacara adat seperti perkawinan, khitanan, dan lain-lain.

Adat istiadat sehari-hari dapat dilihat langsung tanpa merencanakan secara khusus, tidak dibutuhkan biaya yang mahal. Namun untuk adat istiadat perkawinan, upacara adat yang sudah langka, biasanya perusahaan berupaya mengadakan acara khusus, dengan kerja sama (*sponsorship*) sehingga perusahaan harus "mengeluarkan biaya yang mahal untuk acara tersebut" agar dapat menyajikan apa yang sudah disepakati dalam paket wisata.

Untuk mendapatkan daftar acara tradisional di daerah tujuan wisata budaya seperti Bali, Yogyakarta, Solo, Padang, Makasar, Manado, Jakarta, Bandung, dan daerah lain yang dinas pariwisatanya sudah memiliki "situs" di internet, lebih mudah mencarinya, namun harus tetap dilakukan konfirmasi sebelumnya.

Negosiasikan juga berapa harga sewa sesuai dengan market (*corporate rate*) serta untuk memastikan ketersediaan/aksesibilitas, manfaat, potensi laba.



g. *Tour Guide*



Memilih atau menentukan siapa *tour guide*/pemandu wisata, juga harus mempertimbangkan level dari wisatawan dan kinerja pemandu wisata. Karena peranan pemandu wisata (yang sering kali berperan sebagai *tour leader* atau juga *tour operator*) sangat memengaruhi kesuksesan suatu perjalanan wisata.

Seorang pemandu wisata yang profesional biasanya adalah mereka yang *smart* (cerdas), daya ingatnya harus kuat, harus memiliki kemampuan beradaptasi yang tinggi, serta mampu mengambil keputusan dalam keadaan darurat dalam perjalanan.

Negosiasikan juga berapa biaya/honor sesuai dengan *market* dan bahasa yang dibutuhkan serta untuk memastikan ketersediaan/aksesabilitas, manfaat, potensi laba.



h. *Restaurant/Meal*



Memilih menu dan restoran, harus benar-benar dapat dipertanggungjawabkan, terutama dari sisi kebersihan dan kenyamanan, walaupun unsur "lezat" adalah subjektif, harus "mencari info" tentang "citra" restoran tersebut. Lokasi restoran juga menjadi pertimbangan.

Faktor pilihan dan selera atau kebiasaan menu makanan dari wisatawan juga harus dipertimbangkan, tentunya harus dihindari masakan yang ekstrim rasanya (sangat pedas/asam dan bau khusus, seperti terasi, tauco, dan lain-lain) kecuali bila ada *special request* (permintaan khusus).

Negosiasikan juga berapa harga sesuai dengan jenis *meal*, jumlah wisatawan, dan untuk memastikan ketersediaan/aksesabilitas, manfaat, potensi laba.



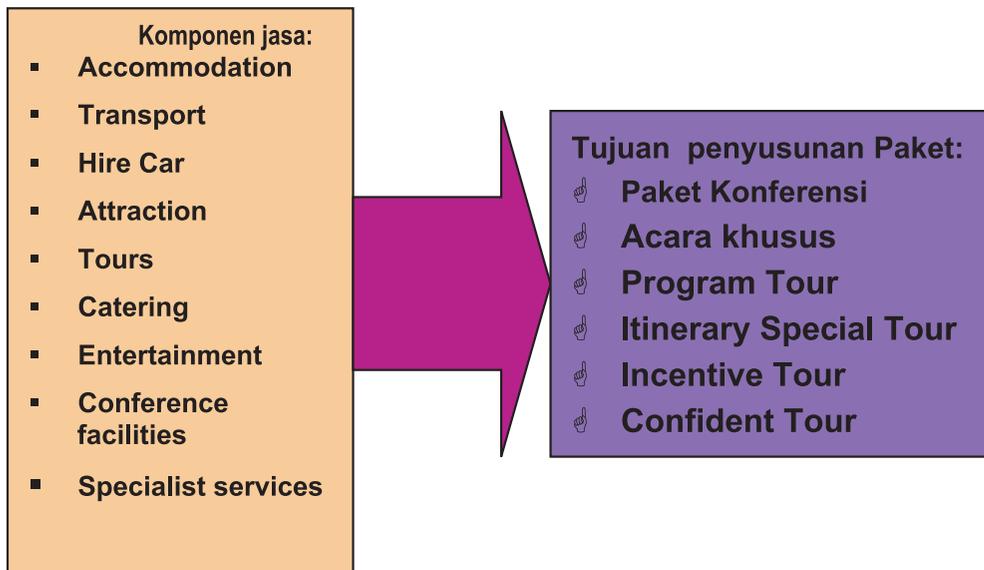
i. Cendera mata/Souvenir



Peran cendera mata dalam bisnis pariwisata merupakan benda nyata yang dapat memperkuat kesan yang didapat pada saat menikmati jasa layanan perusahaan penyelenggara perjalanan.

Cendera mata akan lebih bermakna pada waktu-waktu mendatang (3–5 atau 10 tahun kemudian) yang juga akan membantu mengingatkan wisatawan pada citra perusahaan. Memilih cendera mata hendaknya yang ringan, kecil, awet, aman/tidak tajam, dan tentunya mewakili daerah tujuan wisata atau seni setempat selain juga harus menarik. Negosiasikan juga berapa komisi yang diperoleh sesuai dengan jumlah belanja wisatawan ditempat tersebut dan untuk memastikan ketersediaan/aksesibilitas, manfaat, potensi laba.

7. Menentukan Tujuan Penyusunan Paket *Tour*



- ⇒ Dalam menyusun paket wisata, sebaiknya melakukan konsultasi atau mendiskusikan dengan rekan kerja berdasarkan **tujuan** penyusunan paket yang berorientasi pada pelanggan. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan:

Keuntungan Wisatawan

- ✓ Apa keuntungan yang didapat wisatawan?
- ✓ Apa hak dan kewajiban wisatawan?
- ✓ Bagaimana teknik mengatasi komplain dari wisatawan?
- ✓ Detail informasi/wawasan apa saja yang bisa didapat wisatawan?



Market Analisis

- ✓ Siapa target *market*/wisatawan?
- ✓ Apa keinginan *market*?
- ✓ Apa yang sedang *trend*?
- ✓ Apa *point of interest* dari paket tur?
- ✓ Bagaimana daya beli market?

Perusahaan Sejenis Sebagai Pesaing/Mitra

- ✓ Kenali perusahaan sejenis.
- ✓ Apa *core* bisnis dari mereka?
- ✓ Temukan informasi dan pengalaman perusahaan sejenis.
- ✓ Ketahui kesan/*image* dari *customer* perusahaan sejenis.

Pemasok/Komponen Tour

- ✓ Apa saja jenis pemasok?
- ✓ Siapa, alamat, *contact person* dari pemasok?
- ✓ Bagaimana hubungan baik dengan pemasok?
- ✓ Bagaimana sistem pembayaran ke pemasok?
- ✓ Berapa *discount* dan jaminan mutu/janji?
- ✓ Apa sanksi bila terjadi pembatalan?

Waktu

- ✓ Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk wisata?
- ✓ Kapan tur dimulai dan berakhir?
- ✓ Dimana *meeting point* dan *farewell*?
- ✓ Berapa jumlah minimal *pax*?
- ✓ Bagaimana komposisi gender?
- ✓ Amankah situasi umum pada saat tur?

Objek Wisata

- ✓ Bagaimana akses menuju objek?
- ✓ Berapa jarak dan waktu tempuh antarpoin?
- ✓ Adakah denah menuju objek?
- ✓ Adakah jalan alternatif menuju objek?
- ✓ Bagaimana mendapat informasi detail daya tarik objek?
- ✓ Siapa *tour guide* yang ditunjuk?
- ✓ Adakah *lokal guide* pada objek?
- ✓ Berapa *entrance fee* di objek?
- ✓ Berapa lama berada di setiap objek?
- ✓ Di mana istirahat untuk toilet dan *smoker*?

Transportasi

- ✓ Berapa jumlah *seat* dan apa alat transportasi yang digunakan?
- ✓ Berapa daya muat kendaraan?
- ✓ Bagaimana kondisi bus dan *driver*?
- ✓ Berapa harga sewa?
- ✓ Bagaimana transaksi dan perjanjian sewa?

Meal



- ✓ Apa jenis *snack* dan kapan disajikan?
- ✓ Bagaimana penyajiannya?
- ✓ Apa jenis *breakfast*, *lunch*, dan *dinner*?
- ✓ Di mana dilakukan *breakfast*, *lunch*, dan *dinner*?
- ✓ Berapa waktu untuk keperluan *breakfast*, *lunch*, dan *dinner*?
- ✓ Berapa harga dan transaksi pembayaran meal dan ketentuan-ketentuannya?

Kemampuan Perusahaan

- ✓ Apa *souvenir*/kit dari perusahaan?
- ✓ Bagaimana sistem pembayaran dengan asuransi?
- ✓ Apa ketentuan *cancellation*?
- ✓ Bilakah batas valid?
- ✓ Berapa harga yang dipublikasikan?
- ✓ Bagaimana dan berapa biaya promosi dan pemasaran?
- ✓ Apa hak dan kewajiban perusahaan?
- ✓ Bagaimana memantau pelaksanaan tur/komunikasi?
- ✓ Bagaimana berkomunikasi dengan pemasok?
- ✓ Berapa perkiraan biaya komunikasi?
- ✓ Bagaimana melakukan *komplain* kepada pemasok?
- ✓ Siapa penanggung jawab dan pelaksana

Mengumpulkan informasi terkini dari objek wisata dapat dilakukan melalui:

- ✓ Riset meja (mempelajari informasi dalam brosur/internet/majalah/koran)
- ✓ Menghubungi: otoritas pariwisata/pemasok produk/jaringan distribusi
- ✓ Inspeksi destinasi/lokasi (bila diperlukan/bila lokasi belum dikenal dengan baik)
- ✓ Melalui situs di jaringan internet (sumber yang dapat dipercaya)

Hasil survei dituliskan dalam bentuk format resmi yang berlaku dalam perusahaan di mana Anda bekerja atau dalam bentuk narasi dan foto-foto (sesuai aturan perusahaan) Survei memerlukan biaya yang cukup mahal, sering kali survei dilakukan bersama-sama dengan perusahaan lain atau disponsori oleh lembaga negara (pariwisata) dan hasilnya dikemas secara intern pada tiap perusahaan, sebagai "bahan baku" produk wisata.

Contoh format :

Tourism Object Inspection Form

Name of Object : _____ Location : _____
 Date of Inspect : _____ Phone number : _____
 Contact person : _____

No.	Item	Conditions					Note
		E	G	A	F	P	
	First impression of Object						
	Accessibility of front entrance to object						
	Closeness and operational days						
	Appearance of staff						
	Clean and safety						
	Facility of guard safety						
	Local Guide						
	Duration for around inside						
	Meal facility						
	Price of meal						
	Souvenir shop						
	Entrance fee and discount						
	Brochure						
						

E: Excellent G: Good A: Average F: Fair P: Poor

Attraction Object Inspection Form

Name of Attraction : _____ Location : _____
 Date of Inspect : _____ Phone number : _____
 Contact person : _____

NO.	ASSESSMENT ASPECT	SCORE					Note
		E	G	A	F	P	
1.	Location						
2.	Distance from City						
3.	Accessibility: Car/ Train/ Bus/ Ferry						
4.	Costs						
5.	Facilities/features:						
	• Parking Area						
	• Restaurants						
	• Toilet						
	• Public Phones						
	• Litter Baskets						
	• Souvenir Shop						
	• Others						
6.	Hours of business						
7.	Special Characteristics						

E: Excellent G: Good A: Average F: Fair P: Poor

Contoh:**Attraction Object Inspection Form**

Name of Destination : Ciseeng Hot Springs
 Location : Desa Ciseeng – Parung, Bogor
 Date of Inspect : 20 September 2006
 Phone number : –
 Contact person : Moh. Badran

NO.	ASSESSMENT ASPECT	SCORE					REMARKS
		E	G	A	F	P	
1.	Location		V				North Bandung
2.	Distance from City		V				40 km from Jakarta
3.	Accessibilities :						
	Car			v			
	Bus		v				
	Train						
	Ferry						
4.	Costs (Entrance Fee)		V				Rp3.000, 00
5.	Facilities						
	Parking Area		V				
	Restaurants		V				
	Toilets		V				
	Public Phone		V				
	Litter Baskets		V				
	Souvenir Shop		V				
	Others		V				akomodation
6.	Hours of business		V				
7.	Special Characteristics		V				Hot Spring Water Swimming & Bath

E: Excellent G: Good A: Average F: Fair P: Poor

8. *Distribution Of Time* dan Fungsi *Itinerary*

DOT = Distribution Of Time

Dalam memprakirakan jarak jalan (km) dan waktu tempuh, perlu dipikirkan kondisi jalan raya secara fisik (rusak/halus, macet ataupun pada jam kerja yang biasanya padat kendaraan) dimana bus yang kita gunakan harus mengurangi kecepatan.

Seringkali terjadi keterlambatan sampai di tujuan karena pengelola *tour* tidak memperhitungkan kondisi jalan raya atau peraturan lalu lintas (bila ada perubahan dan terpaksa harus berputar karena ternyata jalan tersebut sudah tidak dapat dilalui). Keterlambatan akan sangat mengecewakan wisatawan dan menurunkan *image* perusahaan.

Perhatikan contoh di bawah ini.

Berapa waktu tempuh (waktu yang diperlukan) untuk *route* dari Nusa Raya Hotel menuju Pasar Parung bila jaraknya 10 km dan kecepatan bus 30 km/jam?

$$\text{Waktu tempuh} = \text{jarak} : \text{kecepatan per jam}$$

$$\begin{aligned} \text{Waktu tempuh} &= 10 \text{ km} : 30 \text{ km/jam} \\ &= 10/30 \times 60 \text{ menit} = 20 \text{ menit} \end{aligned}$$

Waktu yang diperlukan untuk menempuh jarak 10 km (dari hotel ke Pasar Parung) adalah 20 menit.

Contoh:

Merdeka Palace – Cipanas – Bogor

Time Duration	Minute	Route	Distance	Remark
08.20	–	Start From Nusa Raya Hotel Hotel – VEDC Sawangan	–	– Check preparation
08.20 – 08.40	20"	Nusa Raya Hotel – Parung road	10 km	– 30 km/hrs /traffic jump
08.40 – 09.00	20"	Parung Market – “Tahu YunYi and Talas stick”	10 km	– Hilly road, 30 km/hrs
09.00 – 09.20	20"	“Tahu YunYi and Talas stick” – Tol Ciawi Bogor	10 km	– Rail way, 30 km/hrs
09.20 – 09.35	15"	Tol Ciawi Bogor – Bogor City	12,5 km	– Good road, 30 km/hrs
09.45 – 10.00	15"	Bogor City – Safari Park	7,5 km	– Hilly road, 30 km/hrs
... – And so on		– And so on
Total	... hour + ... minute		... km	

⇒ **Fungsi Itinerary**

Pengertian *tour itinerary* secara umum adalah susunan jadwal perjalanan wisata yang sudah diatur sedemikian rupa secara sistematis untuk memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada wisatawan. *Tour itinerary* berisi urutan perjalanan/*route*, penentuan waktu berdasarkan **jarak dan waktu tempuh**, keterangan singkat tentang lokasi yang dikunjungi atau dilalui.

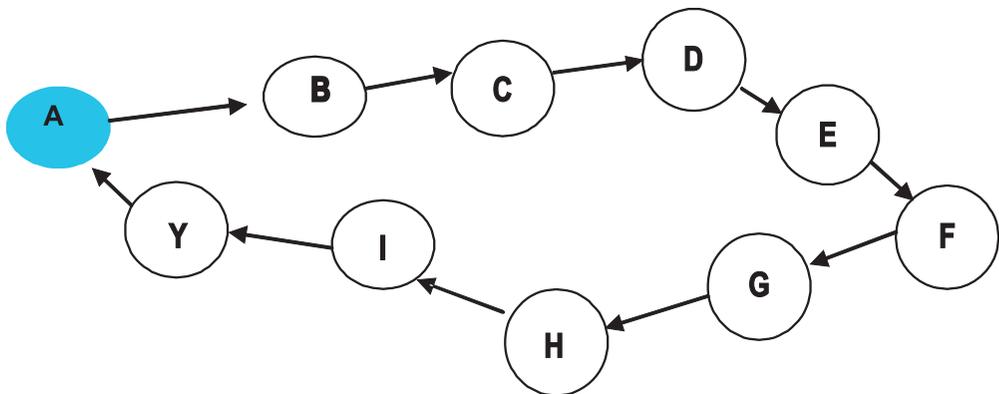
Route hanya arah dan urutan perjalanan, yang dalam penentuannya diusahakan untuk tidak menempuh jalan yang persis sama antara berangkat dan kembali. Hal ini sangat penting karena berangkat dari hotel dan kembali ke hotel menempuh jalan yang sama, akan menimbulkan kebosanan bagi wisatawan dan tentu mereka akan komplain karena wawasan dan kesan yang "dibelinya" tidak sesuai dengan uang yang dia keluarkan.



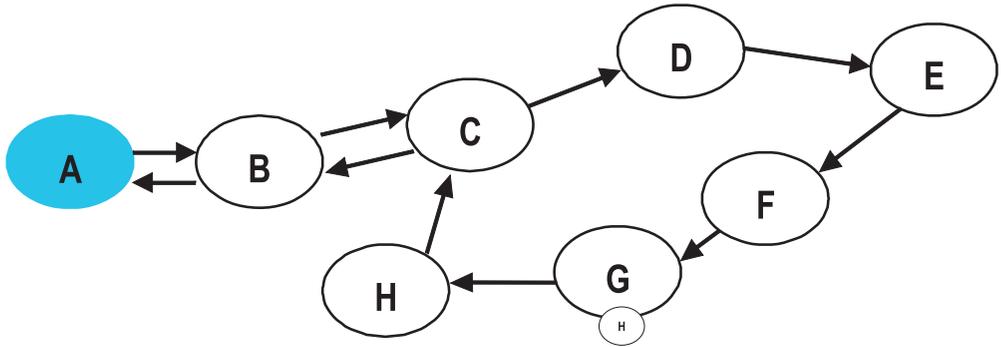
Itinerary merupakan jabaran dari *route* disertai distribusi waktu (**DOT=distribution of time**) dan penjelasan singkat tentang *point of interest* yang dilalui, sepanjang perjalanan maupun lokasi dimana wisatawan turun dari kendaraan dan menikmati objek wisata. *Itinerary* yang disusun oleh *tour planner*, akan digunakan sebagai pegangan dan *check list* bagi seorang *tour guide* dengan menambahkan detail informasi objek yang akan dipresentasikan pada pelaksanaan *tour*.

Beberapa Bentuk Route Perjalanan

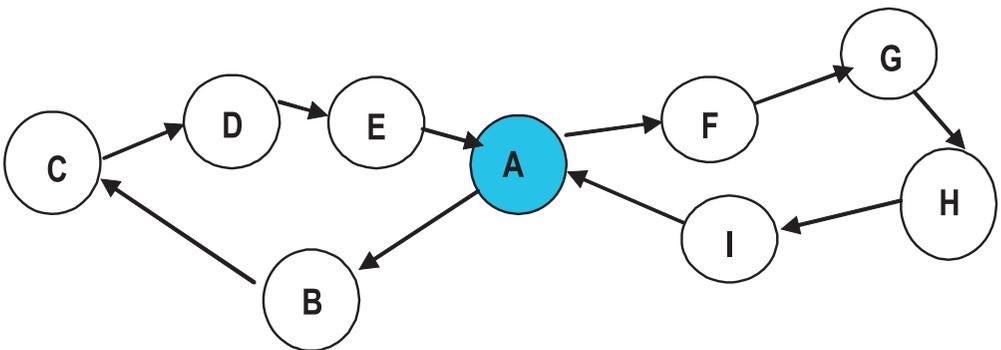
- Membentuk lingkaran A-B-C-D-E-F-G-H-I-Y-A. Sarat dengan wawasan.



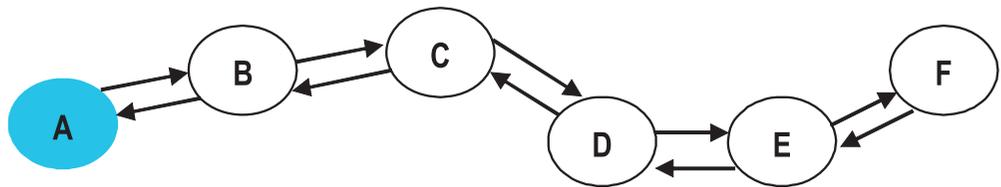
- Membentuk A-B-C-D-E-F-G-H-C-B-A. Kurang baik, pengulangan CBA pada akhir perjalanan, saat wisatawan hampir lelah.



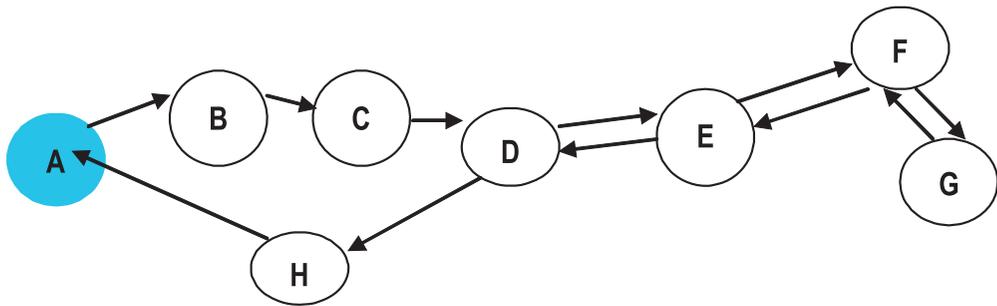
- Membentuk A-B-C-D-E-A-F-G-H-I-A. Hati-hati pengulangan pada A dan perhitungkan jarak alur kiri dan kanan.



- Membentuk A-B-C-D-E-F-E-D-C-B-A. Buruk sekali, pengulangan total.



- Membentuk A-B-C-D-E-F-G-H-G-F-E-D-H-A. Buruk, pengulangan pada DEFGH dilakukan pada saat wisatawan bersemangat sehingga kecewa akan sangat dirasakan.



Penjelasan:

- Route 1 Membentuk lingkaran A-B-C-D-E-F-G-H-I-Y-A. Sarat dengan wawasan
- Route 2 Membentuk A-B-C-D-E-F-E-D-C-B-A. Buruk sekali pengulangan total
- Route 3 Membentuk A-B-C-D-E-F-G-H-C-B-A. Kurang baik, pengulangan CBA pada akhir perjalanan, saat wisatawan hampir lelah
- Route 4 Membentuk A-B-C-D-E-F-G-H-G-F-E-D-H-A. Buruk, pengulangan pada DEFGH dilakukan pada saat wisatawan bersemangat sehingga kecewa akan sangat dirasakan.
- Route 5 Membentuk A-B-C-D-E-A-F-G-H-I-A. Hati-hati pengulangan pada A dan perhitungkan jarak alur kiri dan kanan.

Pilihan *route* 2–3, dan 4 dapat saja dilakukan bila memang fasilitas jalan raya memang tidak tersedia, namun wisatawan harus diberi informasi tentang pengulangan *route*.

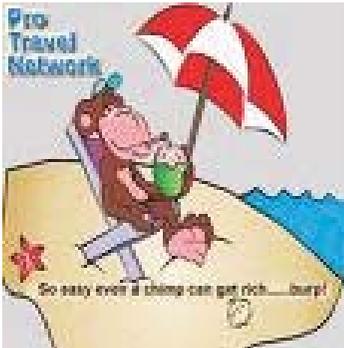
Itinerary merupakan jabaran dari *route* disertai waktu dan sekilas singkat tentang *point of interest* yang dilalui, sepanjang perjalanan maupun lokasi dimana wisatawan turun dari kendaraan dan menikmati objek wisata.

⇒ **Pengetahuan yang Menunjang Penyusunan *Tour Itinerary***

Seorang *tour planner* sebaiknya memiliki pemahaman dan pengalaman tentang:

- *Geography* dan dapat membaca peta serta memperkirakan waktu tempuh dan jarak.
- Pernah melakukan survey/kunjungan langsung/*searching* dari sumber yang akurat dan terkini.
- Memahami detail perjalanan dan *point of interest* yang dilalui ataupun yang akan dikunjungi.

- Memahami kebutuhan dalam perjalanan, seperti: kebutuhan udara segar, toilet, kepenatan (kaki tangan dan punggung), kejenuhan dalam perjalanan.
- Memahami tata aturan *meal* yang layak (*snack* dan makan siang/malam) mencakup waktu dan tempat makan.



- Memahami pengetahuan *traveling health*, agar dapat mencegah secara dini hal-hal yang ditimbulkan karena trauma perjalanan (kulit terbakar sinar matahari, mabuk karena terlalu lama perjalanan tanpa istirahat, akibat menahan air seni, dan akibat terlambat makan).

- Dapat melakukan negosiasi dengan baik (dalam melakukan *contract rate* dan mencari harga terbaik).
- Dapat merencanakan budget (dengan bantuan ahli keuangan) dan memperkirakan keuntungan bagi perusahaan (dan karyawan).
- Memahami keasuransian (asuransi kesehatan, asuransi perjalanan, dan asuransi di objek wisata).
- Memahami dan dapat menilai brosur wisata yang baik (dengan persyaratannya).

Dalam penyusunan *tour program* harus dibuat seteliti mungkin sehingga dapat menguntungkan kedua belah pihak (wisatawan dan perusahaan).

⇒ **Menyusun *Itinerary/Tour Program***

Itinerary (jadwal acara perjalanan), memuat:

Kegiatan (acara) selama perjalanan yang dilakukan, *route*/jalan yang akan ditempuh, waktu, keterangan tentang tempat yang akan disinggahi, dan berbagai hal yang perlu sebagai penjelasan seluruh kegiatan.

Dalam menyusun *itinerary*, perlu dipahami apa kebutuhan pengguna jasa (wisatawan) dan tujuan perusahaan pelaksana, dengan mempertimbangkan beberapa hal, antara lain:

- *Budget* (Anggaran yang tersedia)
Menyangkut daya beli calon wisatawan; berapa biaya yang dianggarkan untuk melaksanakan perjalanan, sehingga acara perjalanan bisa disusun sesuai keinginan dan daya beli calon wisatawan.

- *Distance and geography*
Berkaitan dengan jarak tempuh dan waktu yang diperlukan untuk melaksanakan acara perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, maupun waktu keseluruhan yang dimiliki calon wisatawan.
- *Special events vs free time*
Diperhatikan acara kunjungan ke objek-objek wisata dan juga acara bebas buat wisatawan (untuk kegiatan-kegiatan pribadi).
- *Shopping*
Diperhatikan pula acara untuk berbelanja sebagai bagian dari daya tarik perjalanan tersebut.
- *Location of accommodation*
Dalam memilih akomodasi perlu dipertimbangkan faktor lokasi yang sesuai dengan selera dan keinginan wisatawan.
- *Rest and luncheon stops*
Beban acara perjalanan hendaknya tidak terlalu berat, harus dipertimbangkan waktu istirahat dan juga waktu makan siang.
- *Tour members*
Jumlah peserta wisata perlu dipertimbangkan untuk menentukan jadwal acara perjalanan.

⇒ **Pelaksanaan Tour**

- ✓ Kapan *tour* dapat diselenggarakan, berapa biaya/harganya (tergantung apakah *high session/low season*) Tentukan yang terbaik bagi wisatawan sesuai dengan kondisinya.
- ✓ **Berapa banyak** peserta *tour* termasuk pembimbing *tour* (*tour leader*)?
- ✓ Bila paket dibuat untuk *ready made*, **berapa range** yang harus disusun? apakah harga sudah termasuk komisi untuk perantara/agen perjalanan?
- ✓ Bila disusun untuk *tailor made*, apakah pesanan secara langsung atau melalui perantara/agen perjalanan?
- ✓ Menyesuaikan transportasi dengan jumlah peserta *tour*.
- ✓ Menentukan fasilitas layanan sesuai dengan pesanan/permintaan.
- ✓ Memilih akomodasi dan objek yang akan dikunjungi.
- ✓ Menginformasikan "nilai tambah" dari paket yang disusun.



⇒ **Jenis Itinerary**

Dari sisi tampilan Itinerary dapat dilakukan dengan cara:

- ✓ Matrik/tabel

Wholeday Safari Park – Bogor

Day	Time	Discription
01	05.30	Breakfast in Balai Peni
	06.00	Start From Nusa Raya Hotel – VEDC Sawangan
	06.00-0610	Opening and introduction of tour program
	06.10 –	The City of Bogor
	07.30	The Municipality of Bogor which lies between two river, Ciliwung and Cisadane. Both flowing parallel to the northwest and surrounded by mounts Salak, Pangrango and Gede.
	07.30 – 08.30	Leaving for “Puncak” Since it has pleasant weather and it natural scenery is so lovely, this are is visited, After passing through the area of Tugu, we are able to see “Safari Park” is the bigest in Asia Tenggara.....
	08.30 –	Take a rest and having pleasant weather at
	08.45	“Puncak Pass”

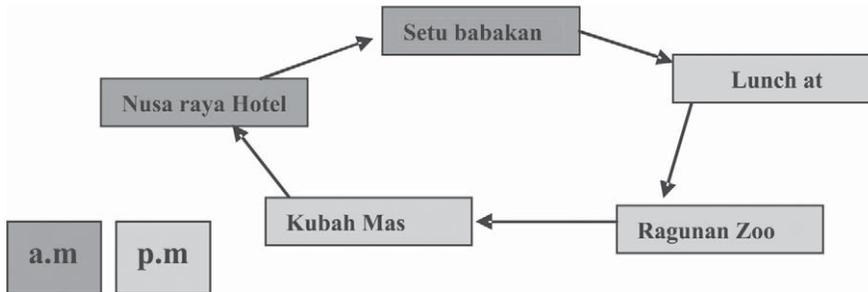
✓ **Narasi**

a.m Meeting service at Indonesia Hotel, morning visit to National Monument and take photographs at Merdeka Palace. Leaving the modern city of Jakarta to the “The Fantastic Zoo Ragunan” via Jakarta city toll, have a nice lunch on the way to “Situ Babakan” Pasar Minggu at Warung Betawi, with a traditional food services.

p.m After lunch have a Traditional Performance Tari Topeng and Arak-Arakan Ondel-Ondel will pick up the group from Warung Betawi to the Bus, back to Jakarta City, drop off at Mandarin Hotel, check in on own arrangement.



Peta/map



Note:

- Setu Babakan, Danau alami dengan atraksi budaya Betawi (penduduk asli Jakarta dan macam-macam makanan tradisional Betawi.....)
- Ragunan Zoo,
- Kubah Mas,

Dari sisi kegunaan *itinerary* dapat dibuat dengan cara:

✓ **Summary Itinerary**

- *Brief format for brochures* (jadwal acara ringkas, utamanya untuk keperluan brosur)
- *Design to inform, remind and be persuasive* (dirancang untuk menginformasikan, mengingatkan, dan meyakinkan)



✓ **Detailed Passenger Itinerary**

- More detailed than summary it always include : name of hotels, restaurants, and all other information on a daily basis that is *necessary for passenger to plan his/her day* (dibuat lebih rinci dengan mencantumkan: hotel, restoran, dan informasi lain setiap harinya, yang perlu bagi wisatawan untuk dapat merencanakan kegiatannya).

DETAIL PASSENGERS ITENERARY

Day 1/Aug 04 JAKARTA – BANDUNG (L)
 Pick up at your hotel in Jakarta and proceed to Taman Mini Indonesia (Indonesia in Miniature park). Visit this cultural park displaying some traditional houses built in real size and each representing one of Indonesia's provinces. Proceed to Bogor, to visit the Zoological Museum and world famous Botanical Garden, founded early 19th c. by Sir Stamford Raffles. Continue drive to Bandung via Puncak Pass, through mountain road covered with beautiful tea plantations. Overnight at the Hotel PANGHEGAR.

Day 2/Aug 05 BANDUNG (B,L)
 Breakfast at hotel. Fullday excursion start with Tangkuban Perahu north of Bandung and well known for its various steamy craters. Continue passing beautiful tea plantation to Sariater hot springs, a spa resort with hot pools for the one willing to enjoy volcanic curative effects. Proceed to Padasuka village to attend " Angklung " concert, a traditional Sundanese bamboo musical instrument.

Day 3/Aug 06 BANDUNG - JOGJAKARTA (B,L)
 Breakfast at hotel. Transfer back to Jakarta via Cikampek. Direct transfer to airport for flight GA 212 depart at 17.45 to Yogyakarta.

✓ **Operational Working Itinerary**

- Gives explicit instructions regarding routing, timing and the like
- Developed by operation staffs for the purpose of keeping guides, escorts, tour directors and drivers well-informed

Dibuat untuk kepentingan guide, supir, pimpinan rombongan agar diketahui dengan baik: *route*, waktu, dan lain-lain.

OPERATIONAL WORKING ITENERARY

Aug 04 : JAKARTA-BANDUNG
 08.00 Depart from Hotel Sari Pacific, Visit Taman Mini and Bogor Botanical Garden. Proceed to Bandung via Puncak Pass.
 13.30 Lunch at Rest. Sederhana, Bogor
 Accommodation at Hotel PANGHEGAR

Aug 05 : TANGKUBAN PRAHU-ANGKLUNG
 08.00 Start to visit Tangkuban Prah and Sariater
 13.00 Lunch at Restaurant Lembang
 15.00 Observe Angklung at Padasuka Village
 Accommodation at Hotel PANGHEGAR

Aug 06 : BANDUNG-CIKAMPEK-JAKARTA
 09.00 Depart for Jakarta via Cikampek
 12.00 Lunch at local restaurant in Cikampek
Tour ends at Airport for flight to Yogya GA 212 ETD 17.45

9. Penghitungan Harga Paket Wisata (*Tour Costing*)

Salah satu daya tarik utama untuk membeli suatu produk adalah *HARGA*; *customer* yang cerdas pasti akan mempertimbangkan “nilai lebih” yang akan dia dapatkan dibandingkan dengan “nilai rupiah” yang dia keluarkan.

Perusahaan hendaknya benar-benar “cermat” dalam negosiasi harga dengan pemasok; harus ada perjanjian yang jelas menyangkut harga yang disepakati tersebut. Bagaimana kondisi kualitas /fasilitas yang akan didapat/dinikmati wisatawan dengan harga tersebut, sehingga apabila wisatawan komplain kepada perusahaan, Anda dapat melanjutkan komplain kepada pemasok terkait.

■ *Hotel Tarrif*

Tarif hotel sangat menentukan dalam mendapatkan harga *tour* yang bersaing, yang akan berpengaruh pada volume kedatangan wisatawan ke daerah tujuan wisata. Ada beberapa jenis tarif hotel, yang dikemas sedemikian rupa untuk memberikan keuntungan secara *win-win* antara pihak hotel, perusahaan perjalanan, dan wisatawan, di antaranya:

⇒ *Publish rate/rack rate*

Adalah harga yang diberlakukan untuk umum, tercantum dalam brosur/*leaflet* yang dikeluarkan oleh hotel. Harga ini diberlakukan bagi tamu yang *booking* langsung ke hotel.

⇒ *Contract Rate*

Adalah harga yang diberikan oleh pihak hotel kepada perusahaan perjalanan, karena perannya memberikan kontribusi penjualan kepada pihak hotel.

⇒ *Company Rate*

Semacam *contract rate* yang diberikan kepada perusahaan atau lembaga lain karena adanya hubungan yang saling menguntungkan.

⇒ *High Season Rate*

Yaitu harga yang diberlakukan oleh hotel pada saat musim ramai (*peakseason*). Biasanya berupa tambahan (*surcharge*) dari *contract rate*.

⇒ *Roh (Run Of The House)*

Yaitu harga kontrak (*contract rate*) yang diberlakukan untuk semua jenis/tipe kamar. Dalam hal ini, pihak hotellah yang menentukan jenis kamar yang diberikan ke tamu (tamu/pemesan tidak bisa memilih), tergantung pada kamar yang tersedia pada saat itu.



Menghitung Harga *Net* Hotel

Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk harga hotel:

- a. Pajak dan Layanan (*Government Tax and Service*)
Dilihat apakah harga yang tercantum *sudah* atau *belum* termasuk pajak dan layanan (biasanya 21 %).
- b. Komisi (*Commission*)
Apakah harga yang tercantum adalah harga *net* (harga bersih) atau ada pemberian komisi.
- c. Jenis Kamar (*Type of Room*)
Perhatikan jenis kamar yang berlaku untuk harga yang tercantum.
- d. Masa berlaku (*Validity*)
Perhatikan masa berlakunya harga yang tercantum.
- e. Persyaratan-Persyaratan (*Terms and Conditions*)
Perhatikan persyaratan-persyaratan yang ditentukan, misalnya : pembayaran, jatuh tempo pemesanan (*cut date period*), pembatalan (*cancellation fee*), FOC (*free of charge*), dan lain-lain.

Contoh:

1. HOTEL ALFA

SINGLE ROOM = USD 40.00

DOUBLE ROOM = USD 50.00

* Prices are not included 21% Tax and service

* 10% Commission for Travel Agent

SINGLE ROOM	=	40.00	
+ 21% Tax & Service	=	8.40	
		<hr/>	= 48.40

Commission 10% × 40.00 = 4.00

NET PRICE TO HOTEL = **44.40**

DOUBLE ROOM	=	50.00	
+ 21 % Tax & Service	=	10.50	
		<hr/>	= 60.50

Commission 10% × 50.00 = 5.00

NET PRICE TO HOTEL = **55.50**

2. HOTEL BETA

SINGLE ROOM = USD 50.00

DOUBLE ROOM = USD 50.00

* Prices are subject to 21% Tax and service

* Prices are net non commissionable

SINGLE/DOUBLE ROOM = 50.00

+ 21% Tax & Service = 10.50

NET PRICE TO HOTEL = **60.50**

3. HOTEL GAMA

SINGLE ROOM = USD 40.00

DOUBLE ROOM = USD 50.00

* Prices are inclusive of 21% Tax and service, and net non commissionable

NET PRICE TO HOTEL:

SINGLE ROOM = **USD 40.00**

DOUBLE ROOM = **USD 50.00**

Menghitung Harga Jual (*Selling Price*) Hotel oleh Perusahaan Perjalanan:

Untuk membuat/menghitung harga jual (*selling price*) hotel:

- ✓ Menghitung harga pokok (Net Price) yang harus dibayarkan ke hotel
- ✓ Menambahkan laba (*profit*), dengan dua cara:
 - menambahkan dengan jumlah besaran tertentu (*a set amount is added*), misalnya Rp20.000,00/room/night
 - menambahkan sekian persen (%) untuk laba (*a set percentage margin is added*), misalnya 10%/room/night

Perusahaan perjalanan umumnya mempunyai harga jual hotel-hotel di beberapa daerah/kota, yang disusun dalam tabel HOTELS TARIFF, dan dimasukkan dalam *Confidential Agent Tariff*.

**Contoh Hotels Tariff untuk Area Yogyakarta,
dari suatu Biro Perjalanan (Travel Bureau)**

Jogja Hotel Rates 2006-2007 Domestic & Overseas Market					
HOTEL & ADDRESS	TYPE	SINGLE	DOUBLE/ TWIN	EXTRA BED	REMARKS
Hyatt Regency***** Jl.Palagan	Garden View Regency Club	Rp.435.000,- Rp.715.000,-	Rp.435.000,- Rp.715.000,-		Domestic Valid until Sept 30, 2006
	Garden View Regency Club	US\$.70.00 US\$.106.00	US\$.70.00 US\$.106.00		Overseas Valid until March 2007
Grand Mercure Phoenix***** Jl. Jend Sudirman	Superior Deluxe	Rp.325.000,- Rp.400.000,-	Rp.325.000,- Rp.400.000,-	.125.000,-	Domestic Valid July 01– Nov10,2006
	Superior Deluxe	US\$.45.00 US\$.55.00	US\$.45.00 US\$.55.00	US\$. 16.00	Overseas Valid until March 30, 2007
Ibis *** Jl. Malioboro	Superior Deluxe	WEEK - Rp.305.000,- Rp.355.000,-	DAYS Rp.305.000,- Rp.355.000,-	120.000,-	Domestic Valid until Nov 10, 2006
	Superior Deluxe	WEEK - Rp.330.000,- Rp.380.000,-	END Rp.330.000,- Rp.380.000,-		
	Superior Deluxe	US\$. 38.00 US\$. 44.00	S\$.38.00 US\$.44.00	US\$.16.00	Overseas Valid Until March, 2007

Menghitung Total Harga Hotel

Menghitung total/jumlah harga hotel bisa dengan dua cara:

- a. Menghitung berdasarkan jumlah kamar
- b. Menghitung berdasarkan jumlah tamu

Contoh :

Harga Hotel NIRWANA : SGL = \$ 40.00 ; DBL = 50.00

Kita akan menghitung **jumlah harga** untuk tamu berjumlah 10 Pax, dengan penggunaan kamar : 4 TWN + 2 SGL, selama 2 malam

Cara a:

Berdasarkan Jumlah Kamar

$$4 \text{ TWN} - 2 \text{ Malam} : 4 \times 2 \times \$ 50.00 = \$ 400.00$$

$$2 \text{ SGL} - 2 \text{ Malam} : 2 \times 2 \times \$ 40.00 = \$ 160.00$$

$$\text{JUMLAH} = \underline{\underline{\$ 560.00}}$$

Cara b:

Berdasarkan Jumlah Tamu/Pax

Jumlah tamu : 10 Pax (4 TWN + 2 SGL) – 2 Malam

Dasar penghitungan dengan cara ini adalah :

- ✓ menentukan harga per orang (dengan asumsi kamar TWN/DBL), sehingga harga per orang = $\frac{1}{2}$ TWN = \$ 50.00 : 2 = \$ 25.00/pax
- ✓ untuk tamu yang menggunakan kamar SGL, dikenakan tambahan (SGL *room supplement*) = SGL – $\frac{1}{2}$ TWN = \$40.00-\$25.00=\$15.00

Jadi harga per orang (*sharing twin*) – 2 Malam = 2 x \$ 25.00 = \$ 50.00

Single supplement – 2 Malam = 2 x \$ 15.00 = \$ 30.00

Untuk tamu 10 orang (4 TWN + 2 SGL) – 2 Mlm, jumlahnya menjadi :

Total 10 *pax* (*sharing TWN*) = 10 X \$ 50.00 = \$ 500.00

2 *single supplement* = 2 X \$ 30.00 = \$ 60.00

TOTAL HARGA = \$ 560.00

■ **TOUR TARIFF**

⇒ **Dasar Penghitungan Harga *Tour***

Ada beberapa cara dalam melakukan penghitungan harga suatu *tour* (*quotation*); pada intinya adalah menghitung semua biaya yang dikeluarkan untuk penyelenggaraan suatu *tour*. Untuk itu maka perlu diketahui komponen apa saja yang terkandung dalam *tour* tersebut dan biaya-biaya yang harus dikeluarkan untuk tiap-tiap komponen tersebut.

Dari penghitungan harga (*quotation*) tersebut kemudian dihitung harga pokok (*cost of sale*) per orang.

Untuk menentukan *harga jual*, maka perlu ditambahkan "mark-up" dari harga pokok (*cost of sale*) sebagai laba (*profit*) perusahaan; bila perlu dapat pula diperhitungkan untuk pemberian komisi kepada pihak *retailer*.

Contoh:

- Harga pokok suatu produk = \$ 100.00
- Perusahaan menambahkan 20% sebagai perolehan/profit (*commissionable*)
- Harga jual (*selling price*) menjadi **\$ 125.00** (*commissionable*)
Angka \$ 125.00 didapatkan dari kalkulasi berikut.

$$\$100.00 \times \frac{100}{(100 - 20) = 80} = \mathbf{\$ 125.00}$$

Perhatikan:

- * Harga jual dengan *mark up* 20% = \$ 125.00
- * Bila perusahaan memberikan komisi sebesar 10%, maka besarnya komisi = 10% x \$ 125.00 = \$ 12.50
- * Bila perusahaan menghendaki *break even* (kembali pokok) dengan memberikan komisi 20% (20% x \$ 125.00= \$ 25.00), maka hasilnya sama dengan harga pokok : \$ 125.00 – \$ 25.00 = \$ 100.00.

Catatan:

Bandingkan dengan penghitungan *add on*

- Harga jual dengan *add on* 20% = \$ 120.00
- Bila memberikan komisi sebesar 20% (20% x \$ 120.00= \$ 24.00), maka hasilnya: \$ 120.00 – \$24.00 = **\$ 96.00 (bukan \$ 100.00)**

Contoh lain:

Harga pokok (*Cost of Sale*) suatu produk = \$ 200.00

Perusahaan BPW ingin menambahkan (*add on*) 15% sebagai perolehan perusahaan dan akan memberikan komisi penjualan sebesar 5% bagi agen (*retailer*)

Perhitungan :

Cost of Sale (Harga Pokok Penjualan) = \$ 200.00

Add on 15% = 15% x \$ 200.00 = \$ 30.00

Penjualan Bersih yang diharapkan = \$ 230.00

Komisi 5% untuk Retailer = $230 \times \frac{5}{100 - 5}$ = \$ 12.10

Penjualan (commission 5%) = **\$ 242.10**

(atau : $\$ 230.00 \times \frac{100}{100 - 95} = \mathbf{\$ 242.10}$)

CARA I

1. Mencari *cost component*, yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk penyelenggaraan *tour* tersebut.
 - * Biaya transportasi
 - * Biaya guide
 - * Tiket masuk ke objek
 - * Parkir
 - * Donasi
 - * Biaya tol
 - * Biaya *guide* lokal(kalau ada)
 - * Biaya lain-lain
2. Menghitung biaya per orang : **Total Biaya** dibagi **Jumlah Tamu**
3. Menambahkan profit (dengan persentasi atau dengan nilai tertentu)

CONTOH:

TOTAL PAX : 10 PAX

TOUR : JAKARTA CITY TOUR (4 HOURS)

VISIT :

- NATIONAL MUSEUM
- NATIONAL MONUMENT
- FATAHILLAH SQUARE
- SUNDA KELAPA HARBOUR

COST COMPONENT:

TRANSPORTATION UNTUK 10 PAX (4 HOURS) = Rp650.000,00

GUIDE FEE JAKARTA CITY TOUR = Rp100.000,00

	<u>ENT. FEE</u>	<u>LCL. GUIDE</u>	<u>PARKIR</u>	<u>DONATION</u>
NAT.MUSEUM	5.000,00/ <i>pax</i>	20.000,00	5.000,00	-
NAT.MONMT	5.000,00/ <i>pax</i>	20.000,00	5.000,00	-
FATAHILLAH	2.500,00	-	5.000,00	-
S.KELAPA	5.000,00	-	5.000,00	25.000,00

TOUR COST COMPONENT	COST COMPONENT	TOTAL COST PAX:10
TRANSPORT	650.000,00	650.000,00
GUIDE	100.000,00	100.000,00
MUSEUM		
■ Entrans fee	5.000,00/pax	50.000,00
■ Parking fee	5.000,00	5.000,00
■ Local guide	20.000,00	20.000,00
MONAS		
■ Entrans fee	5.000,00/pax	50.000,00
■ Parking fee	5.000,00	5.000,00
■ Local guide	20.000,00	20.000,00
FATAHILLAH		
Entrans fee	2.500,00	25.000,00
Parking fee	5.000,00	5.000,00
SUNDA KELAPA HBR		
■ Entrans fee	5.000,00	50.000,00
■ Donation	25.000,00	25.000,00
■ Parking fee	5.000,00	5.000,00
TOTAL COST	TOTAL TOUR COST (FOR 10 PAX) =	1.010.000,00
COST PER PAX	TOTAL COST : TOTAL PAX =	101.000,00
SELLING PRICE	PROFIT = Rp 9.000,00/pax =	101.000,00

Cara lain yang serupa dengan di atas bisa juga dilakukan penghitungan harga, dengan langsung menghitung biaya per orang untuk tiap-tiap komponen *tour*:

TOUR COMPONENT	COST COMPONENT	TOTAL COST PAX:10
TRANSPORT	650.000,00	65.000,00
GUIDE	100.000,00	10.000,00
MUSEUM		
■ Entrans fee	5.000,00/ <i>pax</i>	5.000,00
■ Parking fee	5.000,00	500,00
■ Local Guide	20.000,00	2.000,00
MONAS		
■ Entrans fee	5.000,00/ <i>pax</i>	5.000,00
■ Parking fee	5.000,00	500,00
■ Local Guide	20.000,00	2.000,00
FATAHILLAH		
Entrans fee	2.500,00/ <i>pax</i>	2.500,00
Parking fee	5.000,00	500,00
SUNDA KELAPA HBR		
■ Entrans fee	5.000,00/ <i>pax</i>	5.000,00
■ Donation	25.000,00	2.500,00
■ Parking fee	5.000,00	500,00
COST PER PAX		101.000,00
SELLING PRICE, PROFIT = Rp9.000,00/pax	:	101.000,00

CARA II (METODE *FIXED COST & VARIABLE COST*)

1. Sama dengan di atas
2. Membagi *cost component* menjadi dua:
FIX COST dan *VARIABLE COST*
3. Menghitung $TOTAL COST = FIX COST + (VAR. COST \times TOTAL PAX)$
4. Menghitung $COST/PAX = TOTAL COST : TOTAL PAX$
5. Menambahkan profit (dengan persentasi atau dengan nilai tertentu)

FIX COST (FC):

Biaya yang ***jumlahnya tidak berubah*** dan tidak berpengaruh dengan berubahnya (bertambah/berkurang) jumlah penumpang/tamu.

Contoh:

Biaya sewa/*charter* mini bus (AC) dengan 29 *seat* (untuk kapasitas penumpang 10–29 orang) adalah Rp2.000.000,00/day.

Biaya transport (untuk *range* penumpang 10–29) merupakan "*Fix Cost*"

Misalkan *seat*nya ditempati oleh 11, atau 15 atau 25 penumpang, perusahaan tetap harus membayar sejumlah Rp2000.000,00/day

Contoh lain yang masuk katagori *Fix Cost*:

donasi (sumbangan), biaya tol, parkir, *guide fee*, dan lain-lain.

VARIABLE COST (VC):

Biaya yang ***jumlahnya berubah*** sebanding dengan perubahan jumlah penumpang/tamu.

Contoh:

Biaya makan siang di restoran = Rp50.000,00/orang, maka bila jumlah tamunya berbeda (misal 11, 15, atau 25 tamu) , jumlah yang harus dibayar oleh perusahaan akan berbeda-beda sesuai dengan jumlah tamunya.

Contoh lain yang masuk katagori Variable Cost: tiket bus/KA/pesawat udara, tiket masuk pertunjukan, dan lain-lain.

TOTAL COST (TC):

Jumlah semua biaya yang dikeluarkan untuk semua penumpang

$$TC = FC + (VC/UNIT \times TOTAL PAX)$$

COST PER PAX:

Biaya untuk tiap-tiap penumpang

$$COST PER PAX = TOTAL COST (TC) : TOTAL PAX$$

CONTOH: JAKARTA CITY TOUR

	<u>FIXED COST</u>	<u>VAR.COST</u>
	Transport	
	Guide Fee	
<u>National Museum:</u>		
	Local Guide	Entrance fee
	Parkir	
<u>National Monument:</u>		
	Local Guide	Entrance fee
	Parkir	
<u>Fatahillah Square:</u>		
	Parkir	Entrance Fee
<u>Sunda Kelapa Harbour:</u>		
	Parkir	Entrance Fee
	Donation	

TOUR COST COMPONENT	FIXED COST	VARIABLE COST
TRANSPORT	650.000,00	
GUIDE	100.000,00	
MUSEUM		
■ Entrans fee		5.000,00
■ Parking fee	5.000,00	
■ Local Guide	20.000,00	
MONAS		
■ Entrans fee		5.000,00
■ Parking fee	5.000,00	
■ Local Guide	20.000,00	
FATAHILLAH		
Entrance fee		2.500,00
Parking fee	5.000,00	
SUNDA KELAPA HBR		
■ Entrance fee		5.000,00
■ Donation	25.000,00	
■ Parking fee	5.000,00	
TOTAL	835.000,00	17.500,00
TOTAL COST	(FC + VC X TTL PAX) = 1.010.000	
COST PER PAX	TTL COST: TTL PAX	101.000,00
SELLING PRICE	PROFIT = Rp9.000,00/pax	110.100,00

FOC = Free of Charge

Istilah *Free of Charge* (FOC) biasa ditemui dalam bidang usaha perjalanan, yang artinya adalah pemberian bebas biaya oleh Biro Perjalanan, hotel, perusahaan penerbangan, restoran, dan perusahaan perjalanan lain, oleh karena adanya kondisi-kondisi tertentu, atau atas permintaan khusus.

Contoh:

- ✓ Pemberian FOC oleh hotel:
 - *one room FOC for minimum 10 rooms booking*
 - *one passenger FOC (sharing double room) for every 15 paying guests*
- ✓ Pemberian FOC oleh Biro Perjalanan
 - *Prices are inclusive of 1 FOC for every 15 paying guests*
 - *Prices included 1 FOC for tour leader (sharing twin room)*
- ✓ Pemberian FOC oleh restoran
 - satu orang bebas biaya untuk setiap rombongan minimum 20 tamu.

Pemberian FOC Karena Permintaan Khusus

Seringkali terjadi adanya permintaan pemberian FOC khusus (diluar ketentuan yang ada), yang diperuntukkan bagi orang-orang yang dianggap khusus. Oleh karena dari pihak *supplier* tidak memberikan FOC, maka biaya untuk pemberian FOC tersebut *dibebankan* pada tamu lainnya.

Contoh sederhana:

“n” dan FOC

Lima orang teman (*sharing*) menjamu **seorang** kenalan lama disebuah *Restaurant*. Berapa yang harus dibayar oleh seorang penjamu, (bila harga makan per paket diketahui Rp100.000,00 per orang)?

Jawab:

Biaya makan 6 orang (n = sejumlah orang yang ikut makan)

$Rp100.000,00 \times 6 = RP600.000,00$

Dibebankan kepada 5 orang

$600.000 : (n-1) = Rp600.000,00 : 5 = Rp120.000,00$

Contoh:

Anggota-anggota sebuah asosiasi perfilman akan melakukan perjalanan wisata ke negara/kota lain selama 3 hari dengan biaya mandiri.

Dalam perjanjian tercantum bahwa jumlah rombongan adalah 17 orang (termasuk 2 orang pendamping dari pemesan), dan rombongan memerlukan 1 orang *tour leader* dari perusahaan perjalanan (mulai start hingga berakhir).

Biaya keseluruhan (18 orang) selama 3 hari adalah 90 juta rupiah, sudah termasuk profit dan pajak.

Berapa biaya yang harus dibayar oleh setiap anggota asosiasi tersebut?

Catatan:

Dalam kasus ini diandaikan tidak ada pemberian FOC dari pihak *supplier*.

Jawab:

Jumlah yang berangkat/participants (17 orang) dan dari Perusahaan Perjalanan (1 orang tour leader) = 18 orang (n). Jumlah FOC = 3 orang (2 orang free atas permintaan pemesan + 1 orang TL), sehingga biaya pemberangkatan 18 orang dibebankan kepada 15 orang.

Yang harus dibayar per orang adalah 90 juta: 15 = 6 juta rupiah/pax

➤ **AG = Agent Commission**

Komisi untuk agen yang diberikan sebagai jasa penjualan produk dari *wholesale Agent Commission* dilakukan dengan cara:

Ditentukan oleh *wholesale* dan sudah termasuk dalam *selling price*, dengan konsekuensi bahwa *wholesale* tidak menjual langsung kepada wisatawan atau bila menjual harus dengan harga yang sama.

➤ **Mark Up by Agent**

Diberikan harga pokok dari *wholesale*, agen dibebaskan untuk menentukan sendiri dalam % maupun langsung dengan \$ atau Rp

➤ **Rounding Up**

Seringkali hasil dari perhitungan diperoleh angka yang “kurang baik” (misalnya Rp125.423,33). Untuk itu perlu dibulatkan dan umumnya dibulatkan ke atas untuk memperoleh angka yang “baik” (misalnya menjadi Rp125.450,00 atau Rp125.500,00)

➤ **Tour Condition**

Berisi persyaratan atau fasilitas yang termasuk maupun yang tidak termasuk dalam harga *tour*. *Tour Condition* harus jelas untuk menghindari kesalahpahaman yang mendatangkan tuntutan/komplain dari wisatawan

Contoh penghitungan:**Betawi Traditional Special PackageTour (Full Day Tour)****Itinerary:**

- a.m Meeting service at Indonesian Hotel, morning visit to National Monument and take photographs at Merdeka Palace. Leaving the modern city of Jakarta to the “The Fantastic Zoo Ragunan” via Jakarta city toll, have a nice lunch on the way to “Situ Babakan” Pasar Minggu at Warung Betawi, with a traditional food services.
- p.m After lunch have a Traditional Performance Tari Topeng and Arak-arakan Ondel-Ondel will pick up the group from Warung Betawi to the Bus, back to Jakarta City, drop off at Mandarin Hotel, check in on own arrangement (L).

Data:

Jumlah pax = n = 4 orang (India) (FOC =1)
 Sewa mobil 6 seat : Rp1.250.000,00/day
 Snack (2x) : Rp20.000,00/pax
 Lunch (1X) : Rp50.000,00/pax
 Entrance fee (all) : Rp80.000,00/pax
 English guide : Rp200.000,00
 Lokal guide (2x) : Rp100.000,00
 Special performance : Rp250.000,00
 Surcharge (add on) : 15%
 Agent comm. : 10%
 Kurs in USD = \$ 1 = Rp9.300,00

⇒ **Tour Costing**✓ **Penghitungan dengan Rumus:****Formula:**

$$TC = FC + (VC \times n)$$

$$\begin{aligned} \text{COST/PAX} = TC : n \\ = (FC + VC.n) : n \end{aligned}$$

FC = Fixed Cost n = Total Passenger (5 pax include FOC)

VC = Variable Cost AC = Agent Commision

TC = Total Cost

Tour Components	Fixed Cost	Variable Cost
Sewa mobil	Rp1.250.000,00	
Snack (2x)		Rp20.000,00
Lunch (1X)		Rp50.000,00
Entrance fee (all)		Rp80.000,00
English guide	Rp200.000,00	
Lokal guide (2x)	Rp100.000,00	
Special performance	Rp250.000,00	
Total	Rp1.800.000,00	Rp150.000,00
Penghitungan:		
Cost per pax (included 1 FOC) = Total Cost 5 pax : 4 pax	$(1.800.000 + 150.000 \times 5) : 4$ $= \text{Rp}637.500,00$	
Surcharge: 15%	$15\% \times \text{Rp}637.500,00 = \text{Rp}95.625,00$	
Net selling price	Rp733.125,00	
Selling price (agent comm. 10 %)	$100/90 \times \text{Rp}733.125 = \text{Rp}814.583,00$	
Harga per pax in USD	US\$ 87.59	
Harga per pax (round up) in USD	\$ 88.00	

Penghitungan tanpa rumus, bisa dilakukan dengan menggunakan cara seperti dalam pembahasan sebelumnya. Kita hitung semua biaya untuk 5 orang, kemudian untuk mendapatkan harga per orang maka jumlah biaya untuk 5 orang tersebut dibagi dengan 4 orang (biaya 5 orang dibebankan pada 4 orang).



Jumlah pax = n = 5 orang (India) (FOC =1) berarti biaya untuk 5 orang dibebankan kepada 4 orang.

Sewa mobil 6 seat : Rp1.250.000,00/day
 Snack (2x) : Rp20.000,00/pax
 Lunch (1X) : Rp50.000,00/pax
 Entrance fee & park (all) : Rp80.000,00/pax
 English guide : Rp200.000,00
 Lokal guide (2x) : Rp100.000,00
 Special performance : Rp250.000,00
 Agent comm. : 10%

Kurs in USD = \$ 1 = Rp9.300,00

Komponen	Harga per pax	
	Biaya Komponen	Total Biaya 5 pax
Transportasi	Rp1250.000,00 /day	Rp1.250.000,00
Snack (2x)	Rp20.000,00 /pax	Rp100.000,00
Lunch (1X)	Rp50.000,00/pax	Rp250.000,00
Entrance Fee	Rp80.000,00/pax	Rp400.000,00
English Guide	Rp200.000,00	Rp200.000,00
Lokal guide (2x)	Rp100.000,00	Rp100.000,00
Special performance	Rp250.000,00	Rp250.000,00
Total biaya untuk 5 pax		Rp2.550.000,00
Biaya per pax (Total Biaya 5 pax: 4)		Rp637.500,00
Surcharge 15%	15% x Rp637.500,00	Rp95.625
Harga sebelum AC	Rp637.500,00+ Rp95.625,00	Rp733.125,00
Harga per pax (agent comm. 10%)	100/90 x Rp733.125,00	Rp814.583,00
Harga per pax dalam US \$ (1 US\$ = Rp9.300,00) US\$ 87.59		
Harga per pax in USD (Round Up) \$ 88.00		

Atau dengan menghitung langsung biaya per pax tiap komponen:

Komponen	Harga per pax	
	Penghitungan	Biaya/pax
Transportasi Rp1.250.000/day	Rp1250.000,00: 4 pax	Rp312.500,00
Snack (2x) Rp20.000,00/pax	Rp20.000,00 x 5: 4 pax	Rp25.000,00
Lunch (1X) Rp50.000/pax	Rp50.000,00 x 5: 4 pax	Rp62.500,00
Entrance Fee & park (all) Rp80.000,00/pax	Rp80.000,00 x 5: 4 pax	Rp100.000,00
English Guide Rp200.000,00	Rp200.000,00 : 4 pax	Rp50.000,00
Lokal guide (2x) Rp100.000, -	Rp100.000,00 : 4 pax	Rp25.000,00
Special performance Rp250.000, -	Rp250.000,00 : 4 pax	Rp62.500,00
Biaya per pax		Rp637.500,00
Surcharge 15%	15% x Rp637.500,00	Rp95.625,00
Harga sebelum AC	Rp637.500,00+ Rp95.625,00	Rp733.125,00
Harga setelah agent comm. 10%	100/90 x Rp733.125,00	Rp814.583,00
Harga per pax dalam US \$ (1 US\$ = Rp9.300,00)		US\$ 87.59
Harga Per Pax in USD (Round Up)		\$ 88.00

AGENT TARIFF/CONFIDENTIAL AGENT TARIFF

- Dibuat oleh perusahaan sebagai salah satu alat pemasaran (marketing tool)
- Memuat produk perusahaan bersangkutan beserta harga jual: *tour/package tour*, hotel, tiket, dan lain-lain.
- *General condition/tour Condition*, persyaratan-persyaratan umum yang terkandung di dalamnya
- *Validity*, masa berlaku *confidential tariff*

⇒ **Menghitung Quotation Confidential Agent Tariff (CAT)**

Harga-harga yang tercantum dalam CAT umumnya sebagai berikut:

- a. Dikelompokkan menjadi beberapa kelompok jumlah tamu

Misalnya:

1 *pax* ; 2 *pax* ; 3–5 *pax* ; 6–9 *pax* ; 10–15 ; 15–19 (+1) ; 20–Up (+ 1)

Pengelompokan jumlah tamu tersebut *tidak baku* melainkan *disesuaikan* dengan kondisi setempat , terutama penggunaan transportasi untuk penyelenggaraan *tour*.

Pengelompokan jumlah pax dalam CAT ditentukan dari daya muat minimal dan maksimal dari alat transportasi yang digunakan.

PENGELOMPOKAN PAX DAN PENGGUNAAN TRANSPORTASI					
1–2 Sedan	3–5 L300	5–9 ELF	10–14 Mini bus	15–19 Mini bus	20up bus

- b. Harga yang tercantum, pada umumnya adalah harga per orang Untuk harga paket wisata menginap harga dicantumkan *per orang* dengan pengertian menginap *sekamar berdua (sharing twin/double room)*, dan dicantumkan pula *harga tambahan* untuk penggunaan Single Room (*single room supplement*).

Ada juga yang mencantumkan harga per orang untuk penggunaan kamar *triple room*, harga untuk anak-anak (dengan atau tanpa *extra bed*).

- c. Cara penghitungan

CAT memuat harga jual dari semua produk yang dimiliki oleh Biro Perjalanan yang menerbitkannya. Proses penentuan harga jual berlaku secara umum, yaitu menentukan harga pokok dari produk tersebut, kemudian menentukan harga jualnya sesuai dengan kebijakan perusahaan, dengan memperhitungkan komisi untuk pihak ketiga (bila diperlukan).

Dalam menentukan harga pokok, oleh karena tarif yang dibuat per orang berdasarkan pengelompokan jumlah tertentu, maka diperlukan *bilangan pembagi* untuk mendapatkan harga per orang dalam setiap kelompok.

Ada beberapa cara dalam menentukan bilangan pembagi:

Contoh:

Kelompok	Pembagi I (Jumlah terkecil)	Pembagi II (Jumlah tengah)	Pembagi III (Jumlah terbesar)
3–5 pax	3	4	5
6–9 pax	6	7/8	9
10–15 pax	10	12/13	15
15–19 pax	15	17	19
20 pax–up	20	20	20

Cara yang mana akan dipakai, tergantung dari kebijakan perusahaan, yang tentunya berkaitan dengan kebijakan penentuan % profit yang menentukan harga jual (*selling price*) dari produk tersebut.

⇒ Pembagi jumlah terkecil

Merupakan cara paling “aman” karena semakin besar jumlah pax dalam *range* tersebut, persentasi/bagian keuntungan yang didapat semakin besar.

- ⇒ Pembagi jumlah tengah
Bila jumlah *pax* yang datang lebih kecil dari angka pembagi, maka persentasi/bagian keuntungan yang diperoleh semakin kecil, dan sebaliknya.
- ⇒ Pembagi jumlah terbesar
Cara ini yang paling “tidak aman” karena kemungkinan besar jumlah *pax* yang datang lebih kecil dari angka pembagi tersebut, sehingga persentasi/bagian keuntungan yang diperolehpun lebih kecil dari yang diperhitungkan.

Khusus fasilitas transportasi untuk pariwisata minimal adanya:

- Pengatur suhu udara
- Jumlah *seat* disesuaikan, sehingga nyaman untuk bergerak
- Tempat duduk/*seat* yang nyaman dan menghadap ke depan
- Alat pengeras suara (untuk mini bus dan *big bus*)
- Pengemudi yang ramah dan berpengalaman
- Bersih/disediakan tempat sampah

Contoh:

Pembuatan harga *tour* untuk *Confidential Agent Tariff*

MEMBUAT TARIFF : JAKARTA CITY TOUR (4 HRS)						
Visit : National Museum, Fatahillah Square, Sunda Kelapa Harbour						
DESCRIPTION COST COMPONENT	TTL PAX 2	TTL PAX 3	TTL PAX 6	TTL PAX 10	TTL PAX 15+1	TTL PAX 20+1
Transport	250000	250000	400000	600000	600000	800000
Guide	50000	50000	50000	75000	75000	75000
Entrance Fee:						
Central Museum	4000	6000	12000	20000	32000	42000
Fatahillah	3000	4500	9000	15000	24000	31500
S.Kelapa/Don	10000	10000	10000	15000	15000	15000
Local Guide	9000	9000	9000	12000	12000	12000
Parking Fee	6000	6000	6000	15000	15000	15000
Others	1000	1000	1000	3000	3000	3000
TOTAL COST :	333.000	336.500	497.000	755.000	776.000	993.500
COST/PAX IN US\$	\$ 18.50	\$ 12.46	\$ 9.20	\$ 8.39	\$ 5.75	\$ 5.52
SELLING PRICE (ADD ON 10 %)	\$ 20.35	\$ 13.71	\$ 10.12	\$ 9.23	\$ 6.32	\$ 6.13
SELL PRICE (COMM 5 %)	\$ 21.42	\$ 14.43	\$ 10.65	\$ 9.72	\$ 6.65	\$ 6.39
SELL PRICE (+ 1% VAT)	\$ 21.64	\$ 14.58	\$ 10.76	\$ 9.82	\$ 6.72	\$ 6.45
SELLING PRICE (ROUNDED UP)	\$ 22.00	\$ 15.00	\$ 11.00	\$ 10.00	\$ 7.00	\$ 6.50

Hasil perhitungan dimasukkan/susun dalam AGENT

**CONFIDENTIAL AGENT'S TARIFF 2007 (for OVERSEAS)
NET PRICE PER PERSON IN US-DOLLARS**

JAKARTA AREA Tour Codes	2	3-5	6-9	10-14	15-19	20-up
Transfer Airport -Hotel or VV	18.00	12.00	9.00	8.00	5.00	5.00
Jakarta City Tour(4 hrs)	22.00	15.00	11.00	10.00	7.00	6.50
Taman Mini Tour (4 hrs)	22.00	15.00	12.00	10.00	8.000	7.00
Evening Ancol Tour (3 hrs)	20.00	17.00	17.00	14.00	14.00	13.00
Bogor Botanical Tour (6hrs)	17.00	15.00	14.00	13.00	10.00	9.000
Bogor + Puncak Tour (8 hrs)	20.00	18.00	16.00	15.00	13.00	11.00
PACKAGE TOUR 2 DAYS/1 NIGHT	89.00	77.00	75.00 SglSuppl	68.00 = 30.00	64.00	64.00
PACKAGE TOUR 3 DAYS/2 NIGHT	125.00	110.00	110.00 SglSuppl	102.00 = 60.00	98.00	98.00

Included:

Tours and transfers based on AC car/coach and accompanied by English speaking guide

Accommodation (for package tours) as mentioned in the itinerary meals and items mentioned in the itinerary

Excluded:

Airfares, airport taxes, meals and items not mentioned in the itinerary, all personal extras

Cara lain untuk membuat *Confidential Agent Tariff* bisa dilakukan dengan menggunakan metode *Fix & Variable Cost*.

Contoh:

Tour: Betawi Traditional Special PackageTour (Code: H. 023 S)

Itinerary:

a.m Meeting service at Indonesian Hotel, morning visit to National Monument and take photographs at Merdeka Palace. Leaving the modern city of Jakarta to the "The Fantastic Zoo Ragunan" via Jakarta city toll, have a nice lunch on the way to "Situ Babakan" Pasar Minggu at Warung Betawi, with a traditional food services.

- p.m After lunch have a Traditional Performance Tari Topeng and Arakarakan Ondel-Ondel will pick up the group from Warung Betawi to the Bus, back to Jakarta City, drop off at Mandarin Hotel, check in on own arrangement.

TOUR COMPONENTS	FIX COST (FC)	VARIABLE COST (VC)
Transportasi Rp1.250.000,00/day	1.250.000	
Snack (2x) Rp20.000,00/pax		20.000
Lunch (1X) Rp50.000,00/pax		50.000
Entrance fee Rp80.000,00/pax		80.000
English guide Rp200.000,00	200.000	
Lokal guide (2x) Rp100.000,00	100.000	
Special performance Rp250.000,00	250.000	
Total	FC: 1.800.000	VC:150.000
Total Cost/pax	(1.800.000 + 150.000 X 5): 5 = Rp510.000, -	
Surcharge /add on: 15%	15% x Rp510.000, - = Rp76.500,00	
Net selling price	510.000 + 76.500 = Rp586.500,00	
Selling price (after Agent Com: 10%)	100/90 x 586.500 = Rp651.666,00	
SELLING PRICE (+ 1 % VAT)	Rp658.248,00	
Selling price (Rounding up)	Rp660.000,00	

Masukkan ke dalam table:

Tour Codes	Price/pax/Rp					
	1-2	3-5	5-9	10-14	15-19 (+ 1 FOC)	20up (+ 1 FOC)
H. 023 S	Rp660.000, -
Tour Condition Include: Lunch and snack/refreshment, guide \$ entrance fee.						

Pembandingan keuntungan antara 5 pax dengan 7 pax
Perhitungan cost/pax untuk 5-9 pax dengan angka pembagi 5

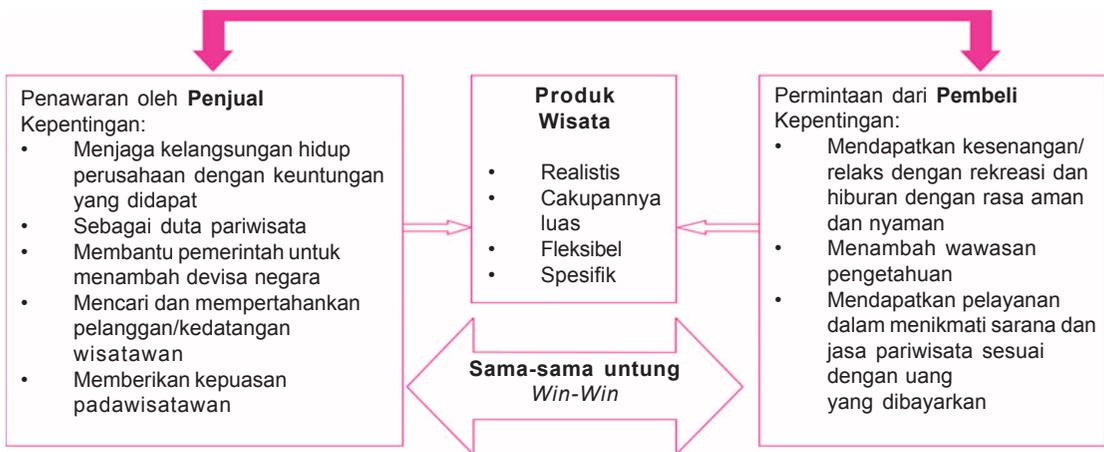
Pax	Pemasukan	Pengeluaran/Operasional	Keuntungan
5 pax	Rp660.000,00x 5 Rp3.300.000,00	Rp510.000,00 x 5 Rp2.550.000,00 (basic) COST PER PAX = Rp510.000,00	Rp750.000,00
7 pax	Selling: Rp660.000,00/pax Rp660.000,00x 7 Rp4.620.000,00	Cost Price 5-9 pax: Rp510.000,00/pax Rp510.000,00X 7 = Rp3.570.000,00	Rp1.050.000,00
7 pax	Rp660.000,00 x 7 Rp4.620.000,00	Rp1.800.000,00+ (150.000,00 x 7) = Rp2.850.000,00 (Cost/pax = Rp2.850.000,00 : 7 = Rp407.143,00	Rp1.770.000,00
Keuntungan untuk tamu 7 pax (cost/pax sesungguhnya)			= Rp1.770.000,00
Keuntungan untuk tamu 7 pax (cost/pax dengan pembagi 5)			= Rp1.050.000,00
Selisih keuntungan			= Rp520.000, -
Dalam penghitungan cost/pax dengan bilangan pembagi 5 , Fix Cost: 5 pax Sebenarnya untuk 7 pax, penghitungan cost/pax, Fix Cost: 7 (lebih kecil)			

10. Pemasaran Produk Industri Pariwisata

Keberhasilan dalam menentukan produk wisata/paket *tour* adalah bahwa paket wisata tersebut harus memomorsatukan kebutuhan **pasar**.

Yang dimaksud dengan **pasar** adalah permintaan yang nyata atau yang potensial akan suatu produk wisata tertentu yang didasarkan pada sesuatu motivasi perjalanan. Sedangkan dari sisi produsen, pasar wisata biasa dikatakan sebagai *target market* (sasaran utama) dalam mengemas dan memasarkan produk wisata.

Pada dasarnya, pertemuan antara permintaan (*demand*) dan penawaran (*supplay*) akan terjadi suatu tata niaga perdagangan yang mencakup mutu dan jenis produk, tingkat/mutu kebutuhan pembeli, penjualan, promosi/informasi, ketepatan distribusi, dan pelayanan.



Secara umum **pasar/market** (wisata) menunjukkan suatu negara/teritorial yang memiliki potensi untuk datang mengunjungi suatu obyek wisata di negara/teritorial lain, biasanya adalah negara-negara maju yang tingkat ekonomi dan pendidikannya sudah cukup tinggi sehingga kebutuhan mereka tidak hanya pada tingkat makan, minum, perumahan, pakaian, pendidikan, tetapi sudah mencapai kebutuhan rekreasi dengan penambahan wawasan jelajah yang mendunia/internasional.

Sebelum menentukan komponen paket *tour*, perlu dipertimbangkan “siapa” *customer* kita, seperti:

a. Usia:

- ✓ Usia muda (18–34 tahun), biasanya menyenangi wisata *adventure* (petualangan alam), seringkali tergabung dalam kelompok ekowisata/pencinta alam.
- ✓ Usia 35–50 tahun, usia ini adalah usia produktif yaitu usia dimana sedang berkonsentrasi untuk mengembangkan karier; kegiatannya tergantung dari hobi atau kegemaran keluarga (istri dan anak-anak).

Biasanya mereka pergi bersama keluarga (istri dan anak-anak). Kelompok ini cenderung membutuhkan atraksi, fasilitas dan akomodasi yang berorientasi keluarga. Kegiatan utamanya adalah pembimbingan mengenal wawasan alam/teritorial, budaya, perilaku, dan arena permainan sebagai latihan fisik selain membina keakraban dan relaks bersama diluar kesibukan bekerja dan anak-anak bersekolah.

- ✓ Oldery (usia 50 ke atas). Kelompok usia ini mengutamakan keselamatan dan kenyamanan di usianya yang tidak muda lagi dan cenderung memerlukan pelayanan lebih “*care*” dan hati-hati. Biasanya mereka menyenangi perluasan wawasan intelektual dan destinasi yang kaya dengan aneka budaya. Mereka memerlukan fasilitas akomodasi, makan, minum, dan transportasi yang lebih nyaman.



b. Minat Wisatawan

- ✓ Mencari pengalaman/petualangan (*experience/adventure*)
- ✓ Minat pada budaya lokal (*cultural pursuits*)
- ✓ Menikmati alam natural (*ecotourism enthusiasm*)
- ✓ Keperluan relaksasi : udara pegunungan, pantai (*rest, relaxation, and indulgence seeking*)
- ✓ Penyaluran dalam aktivitas *sport* dan *hobby* (*active and sporting interests*)

c. Daya Tarik Wisata yang akan Ditawarkan

- ✓ Pemandangan alam, mistik, eksotik dan budaya yang khas
- ✓ Kombinasi dari pantai, budaya, barang berkualitas, dan hotel yang baik
- ✓ Banyaknya areal pilihan untuk petualangan ringan
- ✓ Keramahan penduduk kepada para wisatawan

d. Kondisi Kesejahteraan Masyarakat /Wisatawan Pengguna Jasa

- ✓ Pendapatan rata-rata penduduk per tahun.
- ✓ Hak cuti karyawan rata-rata 3 minggu/pertahun
- ✓ Tingkat mobilitas yang tinggi (*frequent travellers*)
- ✓ Ekonomi yang relatif stabil dengan tingkat inflasi yang rendah
- ✓ Pemberian tunjangan sosial bagi tuna karya dan purna karya
- ✓ Indeks hidup
- ✓ Jumlah kelas menengah yang besar dalam piramida penduduk

⇒ Perencanaan produk wisata berdasarkan permintaan pasar



a. Target Kualitas Produk Ditentukan Berdasarkan *Need Analysis*:

- ✓ Trend pasar
 - Mengumpulkan data dan menganalisa jenis *tour* yang sedang digemari
 - Selalu mengamati perusahaan / mitra sebagai pembanding
- ✓ Daya beli
 - Mempertimbangkan daya beli masyarakat pengguna jasa
 - Ketepatan waktu kebutuhan
 - Saat liburan panjang resmi (*high session*) atau *low session*
- ✓ Tingkat sosial
- ✓ Target *market*, kepada level masyarakat mana produk akan dijual
 - Menyesuaikan produk dengan tingkat sosial
 - Budaya masyarakat
 - Adat istiadat, nilai hidup yang dianut serta karakteristik masyarakat pengguna jasa dan masyarakat pada daerah tujuan wisata

Menganalisa Kebutuhan/Permintaan Wisatawan.

⇒ **Permintaan *Customer***

- ☞ Anda bekerja sebagai staf tour planner pada Biro Perjalanan “Puspita” Tour and Travel yang berada di Jakarta. Pada hari ini Anda menerima dan melayani tamu Mr. Chiang, seorang Manager HRD dari Perusahaan Export-Import yang berada di Singapura, yang meminta “Puspita” Tour untuk menyiapkan sebuah paket perjalanan wisata (*tailor made*) untuk para karyawannya (berusia antara 30 tahun–50 tahun) yang ingin menikmati liburan di Jakarta dan Bali.

Di Jakarta, rombongan ingin mengetahui sejarah dan budaya asli Jakarta dan obyek wisata alam.

Mereka akan datang pada hari Rabu (4) tanggal 16 Januari 2008 dari Singapura ke Jakarta dengan GA 844; *tour* berakhir hari Jumat, tanggal 18 Januari 2008, menuju Denpasar dengan MZ 244.

Kondisi paket yang diinginkan sebagai berikut:

Lama program : 3 hari 2 malam

Jumlah peserta : 16 orang (10 laki-laki dan 6 perempuan)

FOC : 1 orang (laki-laki)

Hotel : Bintang 3 /standard/sharing

Pemandu wisata : Bahasa Inggris

Makan : Makan di luar hotel, kecuali *breakfast* dan *welcome party*

- ☞ Harga tour termasuk:
 - *Welcome party* dan *traditional dance*
 - Biaya masuk obyek wisata dan guide
 - Cendera mata dari perusahaan (@ Rp27.000,00)

- ☞ Harga tour tidak termasuk:
 - Tiket penerbangan dan *airport tax*
 - Asuransi perjalanan dan kesehatan
 - Biaya pengeluaran pribadi (*laundry, telephone, extra meal*)

Harga tour berlaku sampai dengan 30 Mei 2008

Nilai tukar mata uang hari ini adalah USD 1.00 = IDR 9000,00

⇒ **Analisa kebutuhan dalam menentukan komponen paket wisata**

- ✓ Siapa Anda? Anda adalah staf "*tour planner*" pada Biro Perjalanan "Puspita".
- ✓ Apa Tugas Anda? Menerima pesanan untuk menyusun paket wisata.
- ✓ Siapa customer anda? Mr.Chiang, seorang Manager HRD dari Perusahaan Export-Import yang berada di Singapura.
- ✓ Layanan yang diinginkan? *Tailor Made Tour*.
- ✓ Siapakah pengguna jasa? Karyawan berusia antara 30–50 tahun.
- ✓ Apa keperluan mereka datang ? Liburan di Jakarta dan Bali.
- ✓ Apa yang diinginkan? Mengetahui sejarah budaya Jakarta dan objek wisata alam.
- ✓ Kapan Mereka datang? Hari Rabu (4) tanggal 16 Januari 2008
- ✓ Dengan apa mereka ke kota Anda? Singapura ke Jakarta dengan GA 844, *tour* berakhir hari Jumat, tanggal 18 Januari 2008, rombongan menuju Denpasar dengan MZ 244.
- ✓ Bagaimana kondisi paket yang diinginkan?
 - Lama program 3 hari 2 malam
 - Jumlah peserta 16 orang (10 laki-laki dan 6 perempuan)
 - FOC 1 orang (Laki-laki)
 - Hotel bintang 3/Standard/*Sharing*, sama bagi seluruh rombongan
 - Pemandu wisata Bahasa Inggris
 - Makan di luar hotel, kecuali *breakfast* dan *welcome party*

☞ Harga tour termasuk:

- *Welcome Party* dan *traditional dance*
- Biaya masuk obyek Wisata dan guide
- Cinderamata dari perusahaan (@ Rp27.000,00)

☞ Harga tour tidak termasuk:

- Tiket penerbangan
- Asuransi perjalanan dan kesehatan
- Biaya pengeluaran pribadi (*laundry, telephone, extra meal*)

Harga tour berlaku sampai dengan 30 Mei 2008.

Nilai tukar mata uang hari ini adalah USD 1.00 = IDR 9000,00

Komponen wisata yang diperlukan adalah:

☞ **Mengumpulkan data-data yang diperlukan**

☺ Airline Time Table

From Singapura - To Jakarta

12 34567	0530	SIN	0820	CGK	GA881	NONSTOP
1234567	1430	SIN	1715	CGK	SQ122	NONSTOP
1234567	0925	SIN	1115	CGK	MZ235	NONSTOP
1234567	1530	SIN	1820	CGK	GA844	NONSTOP
1 3 5	1230	SIN	15.20	CGK	GA975	NONSTOP
2 4 6	1700	SIN	2010	CGK	GA244	NONSTOP

From Jakarta - To Denpasar

12 34567	0805	CGK	1115	DPS	GA822	NONSTOP
1 34 67	1035	CGK	1340	DPS	MZ244	NONSTOP
1 3 5 6	15.35	CGK	1805	DPS	GA874	NONSTOP
2 5 7	1620	CGK	1710	DPS	MZ248	NONSTOP

☺ **JAKARTA HOTEL RATES (USD)**

NO	HOTEL NAME	ROOM TYPE	SGL	DBL
1	Grand Kirana*****	Standard	140	160
		Deluxe	160	175
		Suite	175	200
2	Mulia Kencana****	Standard	80	80
		Deluxe	95	95
		Suite	125	125
3	Wijaya Raya****	Standard	80	80
		Deluxe	95	95
		Suite	125	125
4	Miracle Hotel ***	Standard	45	45
		Deluxe	55	55
		Suite	70	70
5	Puspita Hotel ***	Standard	40	40
		Deluxe	50	50

NOTE:

- The Name of hotel is not real name
- Rates are the **contract rates** for the tour operator, **included 21%** government tax and service
- All rates are included breakfast
- Check out time at 13.00.

☺ **Meals Rate**

Meal /person	All Restaurant \$
Lunch	6
Dinner	8
Snack & Soft Drink (Box)	3
Dinner Party	10

☺ **Akomodasi**

HOTEL NAME	ROOM TYPE	Month / room							
		05	06	07	08	09	10	11	12
Grand Kirana*****	Standard	27	26	26	20	27	26	26	26
	Deluxe	19	28	22	21	19	28	22	30
	Suite	28	27	28	28	26	26	20	27
Mulia Kencana*****	Standard	27	26	26	20	27	26	26	26
	Deluxe	21	19	28	22	21	19	28	19
	Suite	28	28	27	28	28	28	27	28
Wijaya Raya****	Standard	28	30	28	26	12	30	28	30
	Deluxe	22	20	20	21	22	20	20	20
	Suite	12	15	15	16	12	15	15	15
Miracle Hotel*****	Standard	28	24	26	30	28	24	26	24
	Deluxe	33	24	26	23	33	24	26	24
	Suite	18	14	15	17	18	14	15	14
Wijaya Raya****	Standard	25	25	18	26	22	25	18	25
	Deluxe	24	26	18	28	24	26	23	33

☺ **Transportation Rates (Tourist Bus)**

DURATION	(28 SEATERS)	(38 SEATERS)
12 hours	80	120
18 hours	120	160
Additional each hour	5	7.5

☺ **Transfer Services**

Tour rates below are your company's product. The rates are net per person and based on minimum participant of:

TIME	Special Service	RATES IN USD		
		5 seat	28 seat	40 seat
Max. 3 (three) hours	Snack, soft drink, guide	\$50	\$80	\$100

☺ **Tour Guide Fee in Jakarta**

Specialist	\$	Sunrise	Morning	Afternoon	Sunset	Full day
English	USD	8	10	15	10	20
Japan	USD	10	12	18	12	23
French	USD	10	12	18	12	23
German	USD	10	12	18	12	23

☺ **Entrance Fee**

Each object average \$ 5,00

☺ **Music and Performance Dance**

Music & Performance	Type \$ /3 hours
Jawa	120
Bali	140
Betawi	140
Madura	120
Sunda	120

11. Peranan Promosi dalam Menjual Paket Perjalanan Wisata

a. Pengertian Promosi Pariwisata

Secara umum adalah suatu proses kegiatan yang bertujuan agar para konsumen mengetahui (*aware*) adanya produk dan jasa yang ditawarkan, kemudian membeli produk dan jasa tersebut dan menjadikannya menjadi pelanggan setia.



Promosi produk pariwisata, dimaksudkan agar masyarakat mengenal dan memahami detail layanan dari paket perjalanan wisata, memotivasi untuk bergabung dalam group wisatawan, ditindak lanjuti dengan proses transaksi dan pembelian produk jasa serta dilaksanakannya program perjalanan wisata, dan diakhiri dengan layanan purna jual.

Layanan purna jual adalah upaya untuk tetap memelihara pelanggan/wisatawan tetap menjaga hubungan baik, membantu wisatawan untuk memelihara kenangan yang sudah tertanam agar dapat dikembangkan lagi dengan mengikuti perjalanan wisata berikutnya.

Layanan merupakan sebuah produk *intangible* yang tidak dapat dirasakan sebelum dibeli dan menerima jasa layanan. Petugas promosi layanan jasa, harus cerdas dalam memotivasi calon wisatawan, karena yang ditawarkan adalah “bayangan atau gambaran” yang sulit dijelaskan tanpa menggunakan media informasi seperti brochure, foto, LCD, OHP, dan lain-lain.

b. Peran Promosi pada Industri Pariwisata

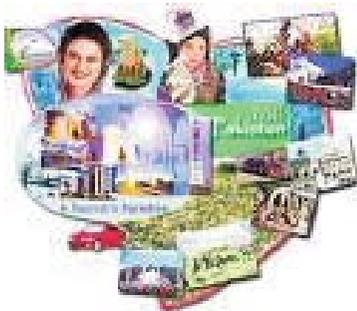
Promosi direncanakan untuk mendorong/merangsang pembelian produk-produk wisata oleh para konsumen dan meningkatkan efektivitas penjualan pada waktu yang relatif singkat.

Setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen baru.

Promosi yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata sebagai berikut.

1) Penjualan secara Pribadi (*Personal Selling*)

Personal selling adalah kegiatan promosi yang dilakukan secara pribadi dan langsung kepada calon wisatawan. Biasanya dilakukan oleh *salesman* atau *salesgirl*, melalui petugas *customer service* atau *service assistance*. Usaha ini dapat memberikan keuntungan bagi tenaga penjual untuk berhadapan secara langsung dengan calon konsumen, sehingga dapat memberikan informasi secara lengkap dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang timbul, serta melayani transaksi pembelian produk wisata.



Secara rinci kegiatan-kegiatan promosi meliputi langkah-langkah sebagai berikut

- Menetapkan produk apa yang harus dijual
- Merencanakan suatu program
- Menyiapkan kegiatan penjualan
- Mencatat hasil-hasil wawancara

2) Penjualan di lingkungan Perusahaan (*In House Selling*)

Seluruh karyawan yang mengadakan penjualan langsung dengan harus menyadari pentingnya jasa penjualan serta dampak dari peningkatan volume bisnis terhadap organisasi. Oleh sebab itu proses penerimaan pegawai harus dijalankan sebaik mungkin karena pada kenyataannya akan menjadi kunci keberhasilan suatu usaha.

3) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan didefinisikan sebagai pesan yang dibayar, yang menggambarkan usaha perusahaan dalam beraneka bentuk seperti: pemasangan *billboard*, pencetakan brosur untuk disebar, pemasangan spanduk/poster, pemasangan iklan melalui: koran, majalah, TV, radio, dan pemasangan iklan melalui media lainnya.

Iklan harus menyampaikan pesan yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen yang menguntungkan bagi para penjual.

Pemilihan terhadap suatu media iklan harus berdasarkan kepada:

- Tujuan dari pemasangan iklan
- Pangsa pasar yang dituju
- Karakteristik setiap media

Media iklan umumnya dipakai dalam usaha promosi dapat dikategorikan:

- Surat kabar dan majalah
Media iklan ini cukup efektif untuk menarik perhatian para turis dan dalam rangka mempromosikan produk yang dipasarkan. Iklan yang dipasang di surat kabar bersifat fleksibel.
- Radio dan televisi
Penyampaian info produk wisata melalui radio, dirasa kurang efektif dan tidak menggunakan indera mata sebagai indra utama dalam menikmati objek wisata. Televisi merupakan media paling mengena, walaupun biayanya relatif cukup mahal.
- Pengiriman brosur secara langsung (*direct mail*)
Bentuk promosi ini mempunyai banyak keistimewaan dan terbukti cukup efektif dalam menarik minat konsumen terhadap suatu produk wisata yang ditawarkan.

Keuntungan utama dari *direct mail*:

- Memilih calon konsumen yang tepat, sehingga tidak terjadi pemborosan
- Menyampaikan pesan pribadi kepada setiap calon wisatawan
- Dapat memilih waktu promosi, menjelang liburan
- Mampu mengukur secara akurat tanggapan dan mengevaluasi keefektifan biaya yang dikeluarkan
- Umumnya brosur dibuat menarik dengan *full colour*, sehingga dapat menarik perhatian lebih dibandingkan dengan brosur nonwisata.

Kerugian dari *direct mail*:

- Biayanya relatif mahal

4) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

- Pemberian harga khusus atau potongan harga
- Pemberian undian pada pembeli
- Pemberian cinderamata, serta kenang-kenangan lainnya

- Bagi wisatawan dilakukan dengan memberikan harga khusus, *voucher*, Bonus dan lain-lain.
- Bagi *agent* diberikan ekstra komisi, undian hadiah, hadiah langsung.
- Bagi tenaga sales diberikan bonus, insentif hadiah, insentif perjalanan, undian berhadiah.

5) **Publisitas (*Publicity*)**

Kegiatan untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya, untuk meningkatkan pamor perusahaan di mata konsumennya.

Tempat-tempat penjualan produk pariwisata dapat dikategorikan ke dalam tiga lokasi yaitu:

- Tempat penjualan di luar perusahaan perjalanan (bandara, hotel, perusahaan pemasok produk wisata)
- Tempat penjualan di dalam perusahaan perjalanan
- Melalui media TV dan internet

12. Negosiasi dengan Pemasok

Hubungan baik (*relationship*) dengan pihak pemasok dan unsur “kepercayaan” sangat menentukan “murah/mahal”nya harga produk wisata yang secara langsung juga mempengaruhi keberhasilan penjualan dan keuntungan perusahaan.

Untuk itu perlu dilakukan:

- a. Merundingkan dan mencatat biaya-biaya dengan pemasok, tergantung pada faktor-faktor seperti:
 - Jumlah pax
 - Usia dari pax, misal: anak-anak/dewasa
 - Daftar rencana perjalanan domestik atau internasional
 - Jenis/standar akomodasi yang dipilih
 - Akomodasi untuk berdua atau sendiri
 - Tanggal keberangkatan
 - Lama tinggal/durasi
 - Ketepatan pemilihan makanan, kunjungan ke objek wisata
 - Harga-harga yang ditawarkan termasuk harga grosir dan neto
- b. Melakukan negosiasi dan kerja sama dengan perusahaan pemasok, seperti perusahaan jasa transportasi, hotel, restaurant dan komponen wisata terkait lainnya.

Setiap perusahaan penerbangan memiliki persyaratan khusus selain persyaratan yang ditentukan oleh IATA. Pelajari dengan detail *route-route* dan ketentuan harga serta hak dan kewajiban *customer*.



Temukan harga-khusus dan lakukan negosiasi sampai disepakati harga “*contract rate*” dan komisi serta kesepakatan lain yang sifatnya *win-win* (sama-sama untung).

- c. Melakukan negosiasi dengan pengelola/produsen paket wisata di daerah tujuan wisata; harus mempelajari detail dari produk wisata, komisi, harga, hak, dan kewajiban *wholesaler*, *agent* maupun wisatawan. Kesepakatan apapun yang dilakukan, hendaknya ditulis dan ditandatangani oleh kedua belah pihak dengan menyertakan tanggal dikeluarkannya perjanjian tersebut dan batas masa berlakunya. Hal ini sangat penting untuk menjaga hal-hal yang tidak diinginkan di kemudian hari.



Pemberian Komisi Sesuai Prosedur dan Persyaratan/Kesepakatan

Komisi adalah upah atas jasa yang telah dilakukan perantara (seseorang atau perusahaan) dalam menjualkan produk dari perusahaan lain. Perusahaan perjalanan wisata adalah sebagai perusahaan komisioner; ini berarti bahwa perusahaan mengambil/keuntungan dari komisi (*agency commission*), bertindak dalam usaha untuk melayani konsumsi, bertindak sebagai perantara atau mediator dan menanggung resiko usaha tapi tidak menanggung resiko produk pemasok.

Jenis komisi yang kita kenal:

- 1) *Normal commission* (komisi normal)
- 2) *Override commission* (tambahan komisi)

1. Normal Commission

Merupakan jumlah dasar yang diterima sebagai komisi oleh semua agen, tanpa negosiasi antara kedua belah pihak.

Contoh tingkat komisi dasar untuk beberapa produk:

- Penerbangan domestik (*domestic airfares*) = 5%
- Penerbangan internasional (*international airfares*) = 9 %
- Coaches = 15%
- Paket liburan (*package holidays*) = 10%

2. Override Commission

Merupakan jumlah yang disepakati oleh *principal* atau *wholesaler* yang bisa diperoleh oleh *retail agent* (pengecer) di atas tingkat komisi normal, biasanya atas dasar persentasi. Sebagai contoh misalnya: komisi normal adalah 10 % dan *override commission* disepakati oleh *wholesaler* sebesar 2% . Jumlah komisi yang dapat dikurangkan oleh agen adalah 12%.

Contoh:

Agen yang memperoleh komisi dari *wholesaler* dalam jumlah tertentu (misalkan 10%) dapat membagi sebagian dari komisi tersebut kepada pembeli (misal 2%), sehingga agen memperoleh komisi bersih penjualannya sebesar 8%.

Perhatikan contoh dibawah ini.

Agen menerima komisi 10% dari *wholesaler*/pemasok, dan agen menjual ke konsumen sama seperti harga dari *wholesaler* sebelum dipotong komisi, sehingga keuntungan yang diterima tetap 10%.

Harga dari <i>wholesaler</i> /perusahaan pemasok sudah ditentukan dengan komisi 10% untuk <i>agent</i>	⇒	Komisi terikat, harus dijual dengan harga yang sudah termasuk komisi 10%	⇒	Jumlah yang dibayar kembali kepada pemasok
Rp2.600.000,00		10% dari Rp2,600.000,00 = Rp260.000,00		Rp2,600.000,00 dikurangi Rp260.000,00 = Rp2,340.000,00

Agen menerima komisi 10% dari *wholesaler*/pemasok, dan agen memberikan sebagian komisi yang diterima pada konsumen (misal: 2%) sehingga agen menjual dengan hanya memperoleh komisi 8%. Hal ini dilakukan dalam rangka persaingan harga dengan agen lainnya.

Harga dari <i>wholesaler</i> /perusahaan pemasok sudah ditentukan dengan komisi 10% harga yang dibayarkan oleh pembeli	⇒	Komisi yang diberikan <i>wholesale</i> 10% di"hadiahkan" kepada pembeli sebanyak 2 %	⇒	Jumlah yang dibayar kembali kepada pemasok
Rp2.600.000,00		Komisi 10% (Rp260.000,00)		Rp2.340.000,00
		2% = Rp46.000,00 diberikan kepada pembeli dalam bentuk <i>discount</i> , sehingga keuntungan hanya 8% = Rp214.000,00 (bukan Rp260.000,00)		

Agen menerima komisi dari *wholesaler*/pemasok sebesar 10%. Dari harga *net* yang harus dibayarkan ke *wholesaler*, agen menjual dengan menentukan sendiri keuntungan yang ingin diterima.

Harga dari <i>wholesaler</i> belum termasuk komisi bagi penjual	⇒	Penjual menentukan sendiri keuntungan Misal 12%	⇒	Jumlah yang dibayar oleh pembeli
Rp2.340.000,00		Ditambahkan 12% Rp280.800,00		2.340.000 + 280.800 Rp2.620.800,00

Walaupun penjual berhak menentukan sendiri berapa keuntungan yang diambil, pihak *wholesaler* akan membuat aturan lain yang mengikat, seperti batas waktu penjualan ataupun harga maksimal yang diperbolehkan mengingat *image* perusahaan/*wholesale*.

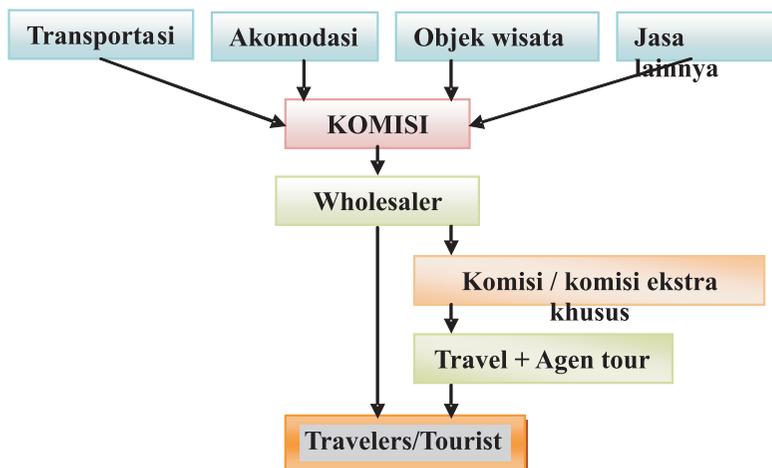
Jumlah komisi sangat berbeda-beda tergantung pada produk/jasa wisata yang diberikan, dapat mencapai 10%–30%. tergantung pada masa berlaku komisi, misalnya saat “pasar sepi” atau pada saat pasar ramai/liburan.

Pada saat pasar sepi, biasanya komisi lebih tinggi dibandingkan pada saat pasar ramai, karena pada saat pasar sepi, mencari pembeli lebih sulit dari pada saat liburan. Besarnya komisi tergantung dari kebijakan perusahaan.

Beberapa pemasok memberikan komisi atau bonus yang didasarkan:

- Loyalitas terhadap produk mereka
- Pencapaian target-target penjualan
- Penjualan yang diproyeksikan ke masa depan

Alur Distribusi Komisi



13. Konversi Nilai Tukar Mata Uang

Menyesuaikan mata uang asing ke mata uang yang dibutuhkan (negara tertentu) sesuai dengan kurs yang berlaku di pasaran resmi.

Country	Capital	Currency	Currency Code
Indonesia	Jakarta	Rupiah	IDR
Japan	Tokyo	Yen	JPY
Germany	Bonn	Deutsche Mark	DEM
India	New Delhi	Indian Rupee	INR
Philippines	Manila	Philippine Peso	PHP
Singapore	Singapore	Singapore Dollar	SGP
France	Paris	French Franc	FRF
United Kingdom	London	Pound Sterling	GBP
Australia	Canberra	Australian Dollar	AUD
United States	Washington	US Dollar	USD

Nilai Tukar dari Mata Uang Asing ke dalam Rupiah Indonesia

Mata Uang Asing	Indonesia (Rp)
1 US \$	8.800,000
1 SGP	5.807,050
1 EURO	11.927,50
1 GBP	17.442,00
1 MYR	2.587,090
1 JPY	73,150

Sumber: Boomborg/kompas

- Menghitung Konversi Nilai Mata Uang adalah yang Esensial dalam Pembayaran Tour Internasional

Harga-harga dalam brosur biasanya berlaku sesuai dengan masa berlakunya, misalnya: satu tahun; paket *tour* Internasional yang ditawarkan dalam dolar Amerika berarti bahwa pedagang besar harus memperkirakan kebutuhan-kebutuhan mereka sebelumnya dan mencoba membeli dari pemasok pada waktu dan dengan harga yang pantas.

Kadang-kadang harus dilakukan penambahan harga dengan memperhitungkan perubahan dalam nilai tukar.

Catatan: Pelanggan tidak perlu membayar tambahan kalau mereka sudah membayar paket *tour* sebelum terjadinya perubahan nilai mata uang.

Banyak produk yang terjual dipublikasikan dengan kurs rupiah, padahal produsen/ *wholesaler* “hutang” bahan/komponen baku dengan dolar/mata uang lain tanpa memperhitungkan inflasi/kenaikan \$ terhadap rupiah sehingga pada saat harus membayar hutang (tahun di muka) menjadi rugi. Tetapi banyak produk luar negeri ditawarkan dengan kurs uang asing misalnya: USD. Harga-harga ini harus dikonversi ke dalam rupiah dengan memakai nilai penjualan bank harian. Informasinya dapat diperoleh melalui CRS atau dari tempat-tempat / bank-bank yang dikuasakan untuk menukar uang/*money changer*.

Catatan: Pelanggan tidak perlu membayar tambahan kalau mereka sudah membayar paket *tour*.



Contoh 1:

Nilai USD berlaku per Oktober 2007 (tiap kali berubah) \$ 1 = Rp9.300,00

Bila harga sewa bus untuk 12 jam adalah 1.800.000 IDR, maka harga dalam USD adalah: 1.800.000 IDR: 9300 X 1\$ = \$ 193,49

Bila nilai rupiah tidak stabil, pengusaha menambahkan 10% harga rupiah (sampai batas valid harga pada Oktober 2008) karena (antisipasi) mereka memperkirakan laju inflasi yang terjadi.

Contoh 2:

Biaya tambahan menurut kurs mata uang. Wholesaler menyusun suatu paket *tour* dengan kurs \$ 1 = Rp9.000,00 (per Januari 2007).

Harga jual *tour* = \$ 46.00

Harga *tour* dalam rupiah = 46 x 9000 = Rp414.000,00 di *issued* per Januari

Ternyata pada Oktober 2007, 1 \$ = Rp9300. (masa valid harga *tour*)

Pedagang besar harus membayar pemasok dengan kurs USD.

Pemesanan telah dilaksanakan dan pedagang besar harus segera membayar dengan kurs dolar walaupun pelanggan akan membayarnya dalam rupiah.

Karena itu, biasanya untuk menghindari kerugian, pengusaha harus selalu dapat memperkirakan fluktuasi kurs mata uang asing terutama USD ada biaya tambahan nilai mata uang $\pm 10\%$ pada saat harga di *publish* (tergantung perkiraan inflasi) pada biaya/harga.

Jalan termudah dan menghindari risiko adalah pembayaran dengan nilai kurs mata uang \$ yang berlaku saat pembelian.

Contoh 3

Nilai Tukar SGP \$ dalam Rupiah adalah Rp5.800,00

Akomodasi untuk satu malam di hotel Orchid Singapore adalah 120 SGP\$

Nilai kurs sewaktu: $120 \times \text{Rp}5.800,00 = \text{Rp}696.000,00$

Perkiraan masa berlaku/validnya penjualan produk diperkirakan 2 tahun, sehingga harus memperkirakan (pelajari grafik inflasi negara per tahun) kenaikan inflasi rupiah, misalnya 10%, maka harga produk tersebut dalam waktu 2 tahun adalah Rp765.600,00

- Menghitung Biaya Akhir dengan Akurat

Biaya akhir akan tergantung pada faktor-faktor yang baru saja dibicarakan dan banyak yang lain lagi.

Contoh:

Harga tur pada brosur adalah USD 3,540

Kode tur	Mulai dari London	Berakhir di London
2507	Sabtu, 20 Mei	Sabtu, 10 Juni
	Hotel satu orang	USD 230
	Diskon pembayaran awal	potongan 2,5%

Biaya tur (2507/012)	3,540,00	
Kebutuhan kamar untuk 1 orang	230,00	
	<hr/>	+
Harga tur total	3,770,00	
Dikurangi diskon pembayaran awal	94,25,00	
	<hr/>	+
Harga yang disesuaikan	3,675,75	
Ditambah penerbangan Jakarta- London	1,880,00	
Pajak keberangkatan	110,00	
Asuransi	120,00	
	<hr/>	+
Harga keseluruhan	5,785,00	

Ingat: Pembiayaan yang akurat adalah layanan yang terbaik bagi pelanggan!

14. Menentukan Harga dan Memasarkan Produk

Dalam menentukan harga suatu produk, banyak hal yang harus dipertimbangkan agar dapat sesuai dengan tujuan perusahaan yaitu memberikan sesuatu produk dan layanan terbaik yang dibutuhkan oleh masyarakat/pembeli dengan memperoleh imbalan/laba dari penjualan produk.

Peranan *teamworking* antara bagian pemasaran dan produksi sangat menentukan dihasilkannya penetapan harga yang baik.

Pemasaran dapat didefinisikan dalam berbagai cara, dilihat dari berbagai sudut pandang. Secara singkat pemasaran dapat didefinisikan sebagai:

“Semua aktivitas untuk memindahkan produk atau jasa dari produsen kepada pemakai terakhir.”

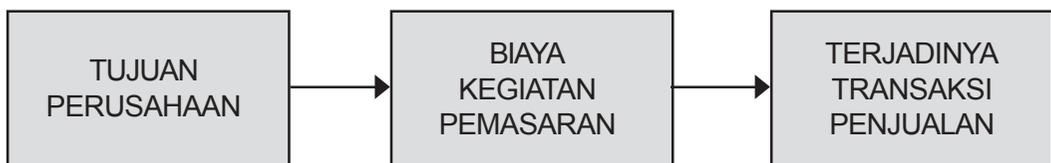
Aktivitas yang terkandung dalam definisi tersebut meliputi proses:

- Produk dan jasa
- Metode distribusi
- Metode penyusunan harga
- Strategi memasarkan/mempromosikan

➤ **Pentingnya Memasukkan Biaya Pemasaran dalam Komponen Harga**

Selain penghitungan biaya produksi dan distribusi, sangat penting memperhitungkan biaya pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat dilaksanakan secara optimal, karena semua ini akan menunjang keberhasilan tujuan perusahaan.

Hubungan kedua faktor tersebut dapat dilihat pada gambar berikut.



Keuntungan dari Suatu Perencanaan Anggaran Pemasaran

- Aktivitas operasional diarahkan pada capaian laba yang diharapkan
- Perusahaan mempunyai alat kendali dalam pembiayaan operasional
- Terdapatnya alat ukur untuk menilai efektivitas dan efisiensi kegiatan operasional perusahaan
- Memberikan pedoman terhadap pemilihan kegiatan bauran pemasaran
- Perusahaan dapat menyusun jadwal kegiatan pemasaran dengan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan tersebut sesuai dengan anggaran pemasaran yang telah disusun

➤ **Komponen-Komponen Biaya**

Anggaran pemasaran dilandaskan atas komponen-komponen:

- Biaya personalia departemen perusahaan:
 - Biaya gaji, upah, uang makan karyawan
 - Biaya transportasi, dan biaya perjalanan dinas
 - Alat tulis kantor, biaya komunikasi/sistem informasi
 - Biaya hiburan yang berkaitan dengan bisnis/intertain
 - Biaya pembuatan alat-alat promosi
 - Biaya perbandingan dengan pesaing serta inovasinya

- Biaya untuk hubungan masyarakat dan publikasi /PR
 - Biaya untuk kegiatan kemasyarakatan
 - Biaya untuk jasa-jasa di luar perusahaan
 - Biaya *photography*
 - Biaya untuk publikasi di dalam perusahaan
 - Biaya bagi *agent/komisi*
 - Biaya periklanan

➤ **Perencanaan Harga**

Dalam merencanakan harga yang akan ditawarkan, harus dilakukan:

- Menilai kegiatan dan perkembangan penjualan tahun yang lalu
- Mempelajari kegiatan usaha secara umum dan kondisi ekonomi
- Mengetahui situasi persaingan dari produk sejenis
- Memperhitungkan biaya *tetap* dan *tidak tetap*
- Menetapkan harga penjualan produk yang sesuai dengan permintaan dan kondisi pasar di sekitarnya
- Menghitung volume penjualan yang diharapkan

➤ **Teknik/Cara Penyusunan Harga Produk Wisata**

- Target market/pasar/pelanggan
- Dari persentasi hasil penjualan secara global
- Mempelajari harga dari produk sejenis
- Menentukan target keuntungan perusahaan

Pada dasarnya di atas merupakan metode penghitungan jari tangan (*rules of turbs*) yang dimulai dengan penghitungan secara global mengenai biaya yang diperlukan dan diperkirakan perusahaan.

- Menilai/ memperkirakan daya beli dari target market/pasar/pelanggan yang akan dituju, produk disesuaikan dengan daya beli selain mengutamakan kebutuhan dan kualitas produk wisata.



- Mempertimbangkan kemampuan perusahaan dan presentase total penjualan, cara penyusunan anggaran berdasarkan kemampuan perusahaan dan presentase total penjualan merupakan cara yang praktis. Untuk mencapai tujuan tersebut, sebaiknya dijalankan oleh para pimpinan perusahaan beserta seluruh staf berdasarkan visi dan misi perusahaan.
- Mempelajari harga dan mutu produk sejenis dari perusahaan sejenis akan mudah dilakukan dan risiko rendah, walaupun cara pemasarannya tidak harus sama.
- Memperkirakan target keuntungan berdasarkan biaya operasional, diperlukan komitmen yang tinggi dari semua unsur perusahaan untuk pencapaian target keuntungan.

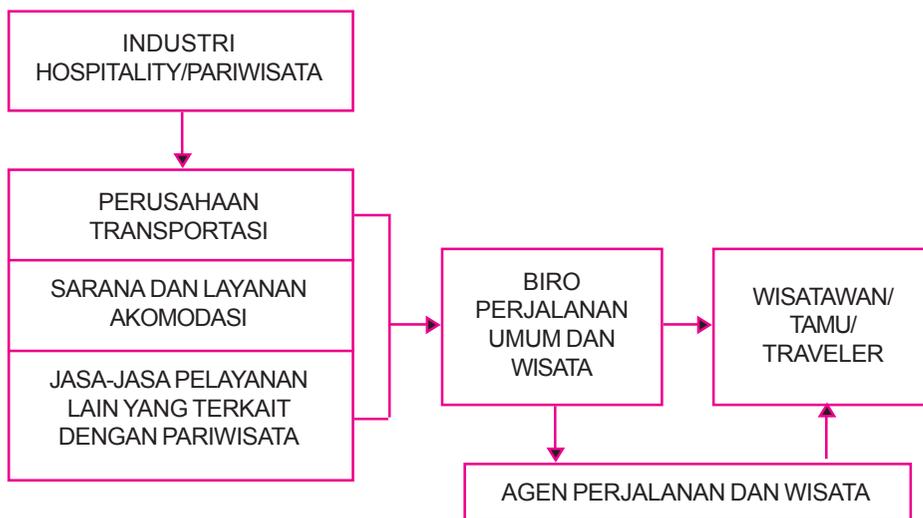
Kegiatan pemasaran dibidang perjalanan dan wisata harus didasarkan pada permintaan dan penawaran di industri yang masing-masing mempunyai karakteristik tersendiri.

➤ Konsep Pemasaran pada Usaha Perjalanan Wisata

Konsep utama yang harus dimengerti secara jelas oleh para manajer pemasaran yang bergerak di bidang usaha perjalanan wisata adalah ruang lingkup transaksi penjualan yang lebih menekankan kepada jasa; dengan kata lain produknya sendiri pada umumnya milik perusahaan-perusahaan lain.

Konsep lainnya adalah pembelian paket wisata merupakan suatu investasi sepekulatif yang melibatkan kepercayaan yang tinggi dari para konsumen. Konsep lainnya yang merupakan karakteristik dari produk pariwisata adalah tidak dapat dibawanya produk tersebut kepada para konsumen tetapi konsumen yang harus dibawa ke “tempat” itu berada.

➤ Proses Transaksi Penjualan



Pada industri perjalanan wisata terdapat enam karakteristik utama yang perlu diketahui agar kegiatan pemasaran dapat mencapai tujuan

Karakteristik tersebut adalah:

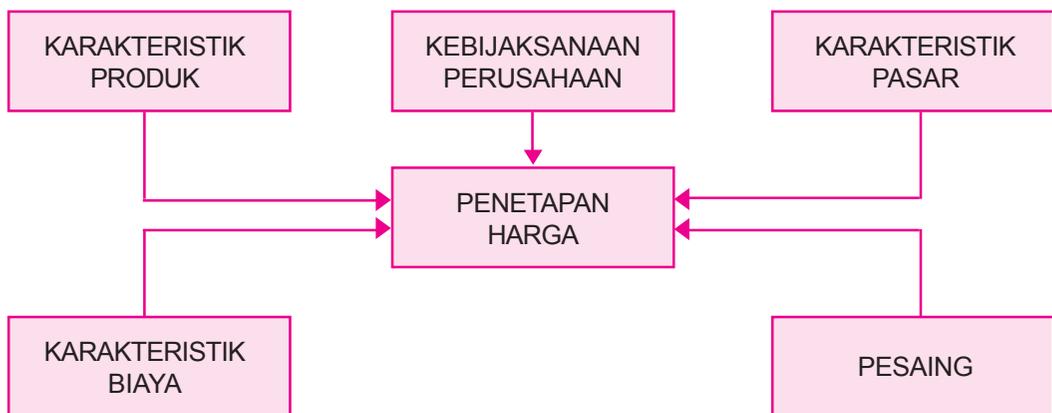
- Keterbukaan/transparansi dalam memberikan informasi detail produk wisata bagi wisatawan dan masyarakat pada umumnya
- Keunikan dan keanekaragaman produk yang melibatkan kegiatan kehidupan alam, budaya dan daya tarik wisata lainnya
- Peka dan antisipatif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan wisatawan
- Persaingan sehat/kompetitif antarindustri pariwisata demi peningkatan volume kedatangan wisatawan
- Kebersamaan dengan *stake holder*/mitra kerja
- Ketidaksamaan* diupayakan menjadi *keharmonisan* dalam peran saling melayani dan saling menghormati

➤ **Aspek-Aspek yang Mempengaruhi**

Yang menentukan besar kecilnya permintaan untuk penjualan produk pariwisata terdiri dari:

- o Ekonomi
- o Demografi
- o Geografi
- o Sosial Budaya
- o Perbandingan Harga
- o Mobilitas
- o Peraturan Pemerintah
- o Media Komunikasi

➤ **DIAGRAM KEPUTUSAN PENETAPAN HARGA**



➤ **Faktor yang Mempengaruhi Penyusunan Harga Produk Wisata**

a. **Karakteristik produk wisata**

Konsumen bersedia membayar lebih jika produk yang dibelinya lebih berkualitas dibandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing. Setiap produk mempunyai siklus kehidupan tertentu; harga pengenalan yang tinggi *mungkin* menarik minat wisatawan, kemudian dikurangi ke tingkatan yang normal.

Bila konsumen mendapatkan informasi tentang detail produk dan memahami 'nilai lebih' dari produk tersebut, konsumen akan yakin bahwa dia tidak salah memilih produk dan akhirnya menyadari kesetaraan harga dengan apa yang didapatnya.

b. Kebijakan perusahaan dan kebijakan pemerintah

- * Perusahaan harus memahami peraturan pemerintah yang terkait produk.
- * Harga-harga yang diterapkan harus sesuai dengan tujuan-tujuan perusahaan antara lain sebagai berikut.
 - ✓ Memperoleh laba besar dengan siklus perputaran penjualan yang pendek
 - ✓ Mencapai target kembalinya investasi
 - ✓ Menstabilkan harga dan membentuk citra perusahaan
 - ✓ Mempersulit pesaing untuk memasuki pasar
 - ✓ Mengikuti “*brand leader*” dalam penentuan harga
 - ✓ Meningkatkan pasar atau membina hubungan pasar

c. Karakteristik pasar dan analisis kebutuhan pelanggan

Harga merupakan alat yang penting untuk membantu para pengusaha dalam mempromosikan dan menarik pangsa-pangsa pasar tertentu yang dianggap sesuai untuk produk dan jasa yang ditawarkan, sehingga diperlukan analisis kebutuhan konsumen untuk mendapatkan data apa yang dapat memuaskan konsumen.

d. Pesaing sebagai pembanding dan mitra kerja

Perusahaan harus selalu tanggap terhadap harga dan aktivitas pesaing untuk mencegah berpindahkannya pangsa pasar perusahaan ke pihak mereka. Perusahaan hendaknya selalu memantau apa yang dilakukan pengusaha produk sejenis dalam melayani pelanggannya dan melakukan inovasi dalam menyusun produknya.



Konsumen akan merasa kecewa apabila harapannya tidak terpenuhi. Kenaikan harga produk yang sekecil apapun sangat mempengaruhi *image* perusahaan bagi pelanggan sehingga mereka dapat berpaling ke perusahaan lain.

e. Karakteristik biaya yang terkait dengan mutu produk

Pada manajer pemasaran menginginkan adanya fleksibilitas dalam penentuan harga produk dikaitkan pada hal-hal sebagai berikut.

- Menarik lebih banyak konsumen untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan pada waktu-waktu tertentu
- Mengalahkan para pesaing secara sehat
- Mengembangkan usaha spesifik untuk pangsa pasar tertentu
- Menyesuaikan perubahan dalam teknologi yang memberi pengaruh pada pola biaya dan waktu

- **Menawarkan harga produk wisata**

Kemampuan petugas yang sedang/akan menawarkan harga adalah menjadi kunci utama pembuka suatu transaksi jual beli.

Kemampuan tersebut adalah:

- Mampu mengistimewakan calon pembeli
- Mampu menunjukkan sikap yang positif
- Mampu mengkomunikasikan produk dengan jelas
- Mampu menunjukkan semangat dan energi yang tinggi (antusiasitik) namun tidak berlebihan atau agresif
- Mampu bekerja dengan baik, walaupun di bawah tekanan
- Mampu menangani 4 menit pertama (*opening*) dan 2 menit terakhir (*closing*)



Selain kemampuan tersebut, juga harus terampil dalam “kiat-kiat memainkan” harga tanpa mengabaikan rule/aturan yang berlaku dalam perusahaan.

Demikian pula harus memahami jenis-jenis *rate*/harga yang berlaku dalam perusahaan seperti:

- ***Publish Rate***

Harga yang diperhitungkan sedemikian rupa untuk diumumkan kepada masyarakat melalui media, brosur maupun yang tertera di *counter*, biasanya harga ini sudah memperhitungkan apabila ada *customer* yang meminta harga khusus ataupun *discount*/rabat.

Perlu diketahui bahwa petugas langsung di *counter* hanya mengetahui harga *publish rate* ini. Bila terjadi transaksi atau permintaan harga khusus, biasanya calon pengguna jasa akan dipertemukan dengan pimpinan/manager untuk melakukan negosiasi harga.



- ***Contract Rate***

Harga yang tidak dipublikasikan secara umum, karena biasanya perusahaan yang mendapatkan harga *contract rate* ini adalah perusahaan yang telah melakukan perjanjian kerja sama (MOU), dan sifatnya saling menguntungkan.

Misalnya satu perusahaan perjalanan dengan pengusaha perhotelan atau rumah makan. Perusahaan perjalanan akan mendapatkan *contract rate* dengan persyaratan tertentu seperti hanya akan mengirimkan wisatawannya untuk menginap di hotel atau rumah makan tersebut. Seringkali *contract rate* diberikan dalam bentuk *voucher*.

- **Special Rate**

Harga ini biasanya disusun dengan minimal *mark up*, seringkali baru dibuka bagi pelanggan yang sering menggunakan produknya atau hanya dibuka pada saat hari-hari promosi, dan hari-hari khusus. Penghitungan harga untuk *special rate* ini sudah diperhitungkan sedemikian rupa sehingga tidak akan pernah merugikan perusahaan.

Acuan/Rambu-rambu Harga Penawaran Produk Valid sampai dengan September 2009			
1	2	3	4
Produk	Harga dari pemasok/ pemilik/wholesale	Harga penjualan langsung (+biaya administrasi dan operasional layanan <i>tour</i> ± 6%)	Harga yang ditawarkan ditambahkan ±5% dengan maksimal discount 3%
Transportasi	Bus: Rp1.850.000,00/day	Rp1.961.000,00/day	Rp2.059.050,00

Acuan /Rambu-rambu Harga Penawaran Produk Valid sampai dengan September 2009			
1	2	3	4
Akomodasi	Orchid Hotel		
	Standar Room/n Rp480.000,00	Rp508.000,00	Rp533.400,00
	Superior/n Rp520.000,00	Rp520.000,00	Rp546.000,00
	Suite/n Rp610.000,00	Rp646.600,00	Rp678.930,00
Tour	Old Batavia Tour		
	Min 5 pax Rp125.000,00/pax	Rp132.500,00	RP.139.125,00
Meal	Batavia Resto		
	Minimum 2 pax dinner Rp95.000,00	Rp100.700,00	Rp105.735,00

Keterangan:

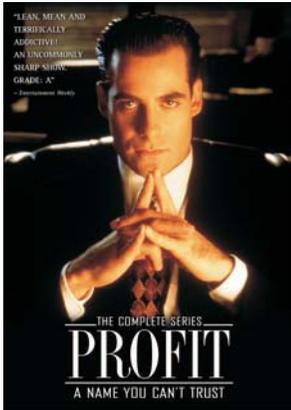
Besar kenaikan dalam % ditentukan oleh kebijakan perusahaan.

Pada kolom 2 tertera harga dari pemasok (belum termasuk komisi).

Pada kolom 3 adalah harga yang telah diperhitungkan oleh perusahaan dengan penambahan biaya operasional dan administrasi (upah pegawai, listrik, komunikasi, dan keuntungan minimal, dan lain-lain).

Kolom 4 adalah harga yang di "informasikan" kepada publik/umum, bila diperlukan dapat diberikan *discount* maksimal (ditentukan oleh perusahaan).

Contract rate biasanya berbagi laba dengan perusahaan kerja sama/partner, dapat dikatakan bahwa pada kolom 3 adalah harga terendah, sedangkan pada kolom 4 adalah harga tertinggi.



Rumus Dasar Sukses Menjual

$$\begin{aligned} &87,5\% \text{ pengetahuan tentang manusia} \\ &+ \\ &12,5\% \text{ pengetahuan tentang produk} \\ &= \\ &\text{Sukses Menjual} \end{aligned}$$

*) Penelitian Institut Stanford

15. Menawarkan Harga dalam Transaksi Penjualan

Menyiapkan tawaran harga yang akurat memerlukan kerja sama dan pengertian dari semua pihak yang terlibat. Penawaran harga secara akurat diberikan kepada pelanggan sesuai prosedur dan format industri.

Penawaran secara pribadi (*personal selling*) dan kemampuan perusahaan dalam menawarkan produknya misalnya dengan *personal selling* yaitu pendekatan yang dilakukan secara pribadi dan langsung kepada calon konsumen.

Usaha ini dapat memberikan keuntungan bagi tenaga penjual untuk berhadapan secara langsung dengan calon konsumen, sehingga dapat memberikan informasi lengkap dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang timbul serta melayani transaksi penjualan.

Secara rinci kegiatan tersebut meliputi langkah-langkah sebagai berikut.

- Mengetahui kebutuhan pasar/pelanggan
- Menetapkan produk apa yang akan dijual
- Memahami detail produk
- Menginformasikan kepada staf terkait
- Merencanakan suatu program
- Menyiapkan kegiatan penjualan
- Mencatat hasil-hasil wawancara
- Mencatat dan menindaklanjuti keluhan pelanggan

▪ **Keberhasilan Penawaran Harga**

Keberhasilan penjualan bergantung pada kemampuan *seller* dalam meyakinkan calon pelanggan dengan informasi yang akurat, dapat dipercaya dan unsur *trust* dari kedua belah pihak.

Selain itu dikenal juga penjualan yang dilakukan oleh staf dilingkungan perusahaan (*in house selling*)

Seluruh karyawan yang mengadakan penjualan langsung dengan harus menyadari pentingnya jasa penjualan serta dampak dari peningkatan volume bisnis terhadap organisasi.

Struktur Organisasi Pemasaran Perusahaan Biro/Agen Perjalanan



Di era modern ini, banyak perusahaan yang menerapkan kebijakan bahwa semua karyawan dapat berfungsi selaku *marketer*, namun bila ada transaksi penjualan tetap melalui satu bagian untuk memudahkan pertanggungjawaban.

▪ **Tour Operator, Petugas Penjualan dan Customer**

Tour Operator	Petugas Penjualan	Customer/wisatawan
<ul style="list-style-type: none"> - Menentukan produk dan harga - Menyiapkan rencana tur sesuai dengan harga yang tertera - Menentukan bagian-bagian dan kondisi-kondisinya - Hal-hal yang termasuk dan yang tidak termasuk - Pembatalan- Pembatalan - Aturan-aturan yang akan disepakati 	<ul style="list-style-type: none"> - Melayani <i>customer</i> sesuai SOP perusahaan - Memahami kebijakan harga perusahaan - Memahami dan menginformasikan detail produk wisata - Memahami dan menginformasikan peraturan yang berlaku - Melakukan negosiasi - Konsultasi dengan pimpinan bila mendapatkan masalah yang urgent 	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima informasi tentang kondisi-kondisi produk wisata - Menyampaikan pemesanan yang jelas dan dengan benar - Membayar harga produk yang sudah dipilih - Menyampaikan keluhan - Mencatat nama kontak <i>person</i> - Menyampaikan keberatan-keberatan yang dirasakan dalam layanan dan harga

- Informasi pemesanan dan pembiayaan hendaknya dijelaskan secara akurat.
Contoh:

Nusa Raya Tours and Travel
 Jl. Raya Sawangan - Ciputat - Jakarta
 Mr and Mrs Abimanyu
 Jl. Marga Satwa - Ragunan - Jakarta Selatan

Dear Mr and Mrs Abimanyu

We have pleasure in confirming your travel management to Europe, departing from Jakarta on Saturday 27 October 2004. A detailed itinerary and a form regarding our booking conditions will be forwarded shortly.

I would like to recommend that you read through the conditions detailed in the back of the Nusa Raya Tours brochure, a copy of which you already have.

The costs of holiday are as follows:

Air fares	Jakarta to London return Garuda economy class USD 1,250 per person x 2	2.500,00	
Taxes	Indonesian and UK Departure taxes USD 140 per person x 2	2.280,00	
NR Tours	Grand European USD 1,450 per person x 2	2.900,00	
Prima	Best of Britain USD 560 per person x 2	1.120,00	
Accommodation			
Pre and Post tour	USD 530 per person x 2	1.060,00	
Insurance	Prima safe and secure USD 160 per person	320,00	
		<hr/>	+
Total		8,180.00	
	Less Prima 2nd tour discount	230.00	
		<hr/>	+
	Balance payable	7,950.00	

Pilihan-pilihan ditawarkan dengan benar

- ✓ Pilihlah yang dipertimbangkan dapat termasuk:
 - Akomodasi
 - Asuransi
 - Tur ekstra untuk melihat-lihat pemandangan
 - Kegiatan-kegiatan seperti *rafting*, *trekking*, terbang dengan balon terbang
 - Akomodasi sebelum/sesudah tur
 - Persinggahan-persinggahan sesuai dengan pemesanan
 - Transfer dari/ke *airport*
 - Persewaan mobil
- ✓ Rencana penawaran harga harus berisi informasi tentang:
 - Biasanya transportasi
 - Akomodasi pada waktu *sightseeing*
 - Dapat termasuk transfer, makanan, jasa-jasa panduan
 - *Tour* pilihan, bepergian, asuransi, biaya kelebihan bagasi, biaya visa
- ✓ Kondisi-kondisi umum:
 - Tanggung jawab pedagang besar jika terjadi perubahan-perubahan
 - Perubahan harga, misalnya: biaya tambahan kenaikan nilai mata uang
 - Pentingnya asuransi
 - Kondisi-kondisi dan prosedur-prosedur pemesanan
 - Paspor, visa, dan persyaratan-persyaratan pajak



Your **RESULT**
is caused by your
ACTION

If you take **THE SAME ACTION** everyday,
you will get **THE SAME RESULT**
If you want **DIFFERENT RESULT**
you must **CHANGE ACTION**

▪ **Mencatat Penawaran Harga**

Penawaran harga dicatat dan diarsipkan dengan tepat dan jelas sesuai dengan prosedur industri, meliputi:

- Rincian agen, misal: siapa yang melakukan pemesanan
- Informasi tentang pelanggan
- Rencana jadwal perjalanan (tanggal dan komponen yang benar)
- Penawaran harga yang benar (daftar isinya sesuai dengan harganya)
- Jumlah komisi sudah diperhitungkan
- Tanggal pembayaran uang muka dan pembayaran akhir (pelunasan)
- Kondisi pemesanan yang lain

Penawaran harga tanpa pemesanan harus diarsipkan dan ditangani selanjutnya sesuai dengan prosedur yang berlaku. Apabila sudah ada pemesanan, semua dokumen harus disimpan di dalam arsip pelanggan.

Contoh:

Beberapa dokumen yang perlu diarsipkan

Nusa Raya Tours and Travel

File Number 328106

Nama Pelanggan	Tanggal Lahir	No. Telp. Kantor
Abimanyu / Mr.	19 – 11– 65	8476592
Syifayunda / Miss	11 – 12 – 69	7498762
Alamat surat-menyurat Surat : Jl. Marga Satwa, Ragunan, Jakarta E-mail : biem@hotmail.com.id Nomor Fax : 7498762 No telp. rumah : 7301289		
Permintaan khusus misal: tempat duduk, makanan khusus vegetarian Mr. Abimanyu – tempat duduk dekat jendela		

Airline Garuda	Record Locator L47.85T7		Tiketing Time limit Sept		Fare Type Y	Ticket Nimber	Principle Advised Initial	Date
Flight Number	Class	Dep Date	From	To	Status	Depr Time	Arrival Time	Arrival Date
GIA 22	Y	07 Oct	Jkt	Lon	OK	19.00	09.30	08 Oct
GIA 23	Y	26 Oct	Lon	Jkt	OK	11.00	18.30	27 Nov
			Airfares	USD	1,250 pp			
			Taxes	USD	140			

Passport data

Customer Name	Abim	Syifa
Nationality	Indonesian	Indonesian
Passport no	F 375426	F375427
Issue date	14/8/97	14/8/97
Expiry date	14/8/02	14/8/02

Visas Required

Type	Tourist
Country	INA
Issue date
Expiry date

Others

Tours Accommodation And extras				
Operator name	Prima	Prima	Prima	Prima
Confirmed by	Defi	Defi	Defi	Defi
Date	16 July	16 July	17 July	
Tour, accommodation, extras name	Kensington Hilton	Grand European	Best of Britain	Safe and secure ins
Tour code		GE 121	ABB 15	
Dep date	08 – 09 Oct 25 – 26 Nov	09 Oct	15 Nov	
Return date		30 Oct	25 Nov	
Accommodation Type	Twin	Twin	Twin	

Cost	USD 1,060 (530 pp)	USD 2,900 (1,450 pp)	USD 1,120 (560 pp)	USD 320 (160 pp)
Deposit				
Other cost factors	2nd tours	discount	USD 320	(160 pp)
Balance due	Total	Due USD	8,410.00	
Date		22	August	
Notes				

▪ Teknik Menginformasikan Produk Pariwisata

↳ Persiapan

- Tujuan dari informasi harus jelas (informasi, promosi)
- Materi pokok dan penunjang harus secara detail dikuasai
- Rambu-rambu informasi harus jelas
- Kenali siapa *customer* Anda
- Sesuaikan gaya komunikasi dengan *customer*
- Siapkan media komunikasi sesuai dengan lokasi/tempat
- Pastikan waktu untuk penyampaian info dan tanya jawab
- Siapkan catatan kecil untuk humor-humor segar sebagai *ice breaking*

↳ Pelaksanaan

- Pastikan penampilan diri sudah baik dan tak perlu dirisaukan
- Berjalan/duduk dengan sopan dan serta senyum
- Lakukan *greeting* dengan gaya anda dan tataplah *customer* dengan ramah
- Perkenalkan diri Anda (bila belum diperkenalkan), dan tunjukkan bahwa Anda senang bertemu dengan mereka
- Lakukan *appersepsi* (kata-kata penyujuk)
- Perhatikan apakah *customer* senang menerima informasi Anda
- Bila (menurut pengamatan Anda) *customer* menunjukkan gejala “jenuh dan bosan”, segera ubah strategi komunikasi Anda dan keluarkan “simpanan humor” Anda
- Rangkumlah yang telah diuraikan sebelum mengakhiri layanan informasi
- Akhiri dengan ucapan terima kasih atas kepercayaan menggunakan jasa layanan perusahaan Anda

- Motivasilah *customer* untuk menarik perhatian
- Jangan banyak menunduk (membaca), lakukan sesekali saja
- Usahakan jangan ada “waktu yang kosong”/blank
- Beri waktu bertanya, atau bertanyalah bila, untuk meng“aktif” kan *customer*
- Tidak memonopoli waktu
- Hargai beda pendapat dan responlah dengan positif dan lapang dada



➤ Beberapa Kiat Menawarkan Harga

Menawarkan harga memiliki kiat tersendiri. Bila harga mahal (di mark up) ditawarkan kepada pelanggan yang telah seringkali membeli dan sudah membandingkan dengan perusahaan lain, calon pembeli akan tertawa dan mundur serta mungkin mencemooh.

Calon pembeli yang pandai akan terlebih dahulu melakukan survey pada perusahaan sejenis dengan produk serta unggulan yang setara, sehingga mereka tidak akan terkecoh dengan penawaran yang tidak akurat tersebut.

Jangan memandang rendah calon pembeli dengan menawarkan yang termurah, atau menawarkan produk termahal kepada orang yang tidak tepat. Simaklah terlebih dahulu siapa pelanggan anda.

Menyiapkan tawaran harga yang akurat memerlukan kerjasama dan pengertian dari semua pihak yang terlibat.

16. Memperbaharui Harga Produk Wisata

Sejalan dengan perekonomian suatu negara, sebuah perusahaan terutama bagian produksi dan keuangan harus selalu memantau kondisi dari inflasi mata uang dan harga dari pemasok maupun pesaing dari produk sejenis.

Kebijakan perusahaan dalam mengantisipasi kenaikan harga bahan baku dari pemasok sebaiknya sudah diantisipasi setahun sebelum estimasi harga. Perubahan atau kenaikan harga seberapa kecil pun akan sangat mempengaruhi *image* perusahaan bagi pelanggannya, karenanya perlu diperhitungkan secara akurat alasan-alasannya antara lain:

- ✓ Tingkat Ketercapaian Target Penjualan
 - Memformulasikan masalah-masalah yang terjadi pada tahun lalu
 - Analisis dan menguraikan data yang akurat pada bagian penjualan
 - Desain sampel dan menguraikan data yang telah diklasifikasi
 - Analisis data dan menguraikan data
 - Pemecahan masalahnya sebagai revisi produk atau harga
- ✓ Kelayakan Produk

Pengamatan terhadap kelayakan produk ini umumnya digunakan untuk membuat formulasi, presentase, dan penerapan harga dari produk. Hal-hal yang perlu diketahui dalam analisis kelayakan produk adalah:

 - Kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dibandingkan dengan produk pesaing dan daya beli serta kebutuhan konsumen/wisatawan
 - Kecenderungan pencapaian target penjualan dari produk yang telah ditawarkan kepada masyarakat
 - Tingkat kepuasan pelanggan dari bermacam-macam produk yang telah ditawarkan dan komentar/keluhan wisatawan pengguna jasa
 - Aktivitas pesaing yang berhubungan dengan: harga, fasilitas, produk dan jasa, dekorasi

- ✓ Promosi dan Metode Penjualan Produk Wisata yang Telah Dilakukan Survei promosi dan penjualan ini umumnya digunakan untuk efisiensi komunikasi antar perusahaan dan wisatawan.

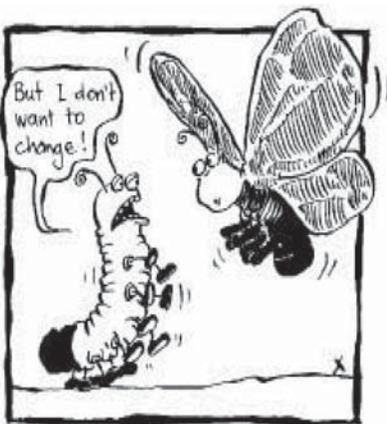
Hal-hal perlu diperhatikan dalam survei promosi dan penjualan:

- Pengenalan produk-produk wisata kepada target *market*
- Mempelajari daerah/wilayah *market* yang lemah untuk mendapat perlakuan khusus
- Efektifitas media promosi lainnya

- ✓ Perilaku Wisatawan/Pasar

Pengamatan terhadap kebutuhan dan kepuasan wisatawan pada umumnya digunakan untuk menentukan segmentasi dan penempatan produk. Hal-hal yang diperoleh dalam pengamatan terhadap konsumen ini adalah:

- Profil konsumen: sikap dan perilaku
- Perkiraan kualitas dari kebutuhan, persepsi, dan aspirasi konsumen
- Perkiraan kuantitas konsumen



If your company no problem,
If your product no problem,
but still no good result,
then
YOU ARE THE PROBLEM!

- ✓ Pengetahuan Distributor tentang Detail Produk
Pengamatan pada distribusi umumnya dilakukan untuk tujuan efisiensi jaringan distribusi yaitu untuk mengetahui hal-hal yang diperoleh dalam pengamatan distribusi yaitu pengetahuan distributor terhadap produk, persediaan dan penampilan brosur, serta catatan volume penjualan dari para agen.
- ✓ Evaluasi dan Pemantauan Hasil Usaha dari Perusahaan
Penelaahan evaluasi dan *monitoring* dari hasil usaha biasanya digunakan untuk peningkatan strategi yang dilakukan perusahaan dalam bidang pemasaran dan bidang lain secara menyeluruh.
Hal-hal yang diperoleh dalam penilaian kinerja perusahaan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen eksternal maupun internal.

Sumber informasi dan data dapat diperoleh dengan berbagai cara:



- a. Sumber intern, yang menyediakan informasi sumber bisnis dan laba
- b. Sumber ekstern, misalnya pres dalam negeri dan luar negeri, badan statistik nasional, para agen, asosiasi perdagangan, dan badan-badan professional

Survei dan pengamatan lapangan dapat menghasilkan informasi mengenai aktivitas pesaing dan bagaimana perilaku konsumen terhadap produk dan jasa wisata yang dikumpulkan dengan menggunakan cara:

- Observasi/diskusi antarkelompok pelaku industri pariwisata
 - Wawancara langsung/*face to face* ataupun melalui telepon/e-mail
- **Perubahan Harga Bergantung pada Harga Komponen terkait**
Penawaran harga disesuaikan dan diperbaharui secara akurat dengan memperhitungkan perubahan rencana. Hal ini dapat dikarenakan oleh sikap kepercayaan dari pelanggan maupun pemasok komponen Tour, antara lain:
 - Perubahan rencana yang dapat mengubah biaya-biaya
 - Tanggal perjalanan
 - Waktu-waktu penerbangan
 - Jenis akomodasi
 - Daftar jadwal perjalanan
 - Peningkatan biaya
 - Tambahan biaya-biaya kenaikan nilai mata uang
 - Penyesuaian-penyesuaian harga dicatat dan diproses secara akurat sesuai dengan prosedur yang berlaku dalam perusahaan. Harga suatu produk yang relatif stabil, sangat dihargai oleh *customer*.

Be Smart
Be Creative
Then Be Succeed
May God Bless You



Penyesuaian harga dikaji dengan cermat dan diputuskan oleh pemilik saham, dewan komisaris dan direktur produk dan keuangan.

Mempertahankan pelanggan agar tidak “lari” ke produk pesaing bukanlah suatu hal, yang mudah. Dengan demikian perlu dipertimbangkan:

- Perubahan pada tawaran harga harus dicatat secara tertulis dan diinformasikan kepada yang berkepentingan
- Pemasok harus memberikan konfirmasi yang telah diperbaiki, dapat kemudian dikirim kepada pelanggan
- Kecuali perubahan untuk *tour* yang lebih mahal, perubahan harga *tour* dapat dilakukan oleh pemasok

Agan dapat juga memberikan usulan perubahan harga tergantung pada kebijakan dari industri berdasarkan masukan dari para *retailer* ataupun dari *costumer* langsung pada saat mereka berada di lapangan dan melakukan kontak langsung dengan pengguna jasa.

▪ Strategi Menaikkan Harga dengan cerdas

Di era global saat ini, antara *customer* dan produsen saling berlomba memacu diri untuk menjadi semakin cerdas. Produsen berupaya untuk melakukan strategi menaikkan harga dengan kamufase “penambahan service ataupun peningkatan mutu” yang sesungguhnya memang dilakukan dalam upaya inovasi produk dan layanan.

Inovasi produk harus diinformasikan kepada para pelanggan secara rinci untuk menimbulkan kesan “lebih menguntungkan pelanggan” sehingga kenaikan harga tidak terlalu dirasakan oleh sebagian besar pelanggan karena yakin akan mendapatkan nilai lebih dari produk yang dibelinya.

Harga baru didapatkan dari penambahan *service* dan kenyamanan tambahan dan biasanya dibulatkan ke atas.

Harga Produk Inovasi (Penyisipan Kenaikan Harga)			
1	2	3	4
Produk	Harga Lama	Tambahan Service dan Mutu Sarana	Harga Penyesuaian
Transportasi	Bus: Rp2.100.000,00 /day	Merk baru dan lebih nyaman Kenaikan 10%	Rp2310.000,00
Akomodasi	Orchid Hotel	Tambahan sarana Internet free	
	Standar Room/n Rp533.400,00	Kenaikan 3%	Rp549.402,00
	Superior/n Rp546.000,00	Kenaikan 3%	Rp562.380,00
	Suite/n Rp678.930,00	Kenaikan 3 %	Rp699.297,90
Tour	Old Batavia Tour	Tambahan travel kit dan tour guide pilihan	
	Min 5 pax Rp139.125,00/pax	Kenaikan 10%	Rp153.037,50
Meal	Batavia Resto	Tambahan extra fruits	
	Min. 2 pax Dinner Rp105.735,00	Kenaikan 5 %	Rp111.021,75

Sebagai petugas yang langsung berhubungan dengan *customer*, mungkin *customer* akan bertanya:

“Lho, mengapa harganya naik?”

Anda tidak akan mengatakan:

“Ya ... karena masa kini segalanya mahal, kami hanya menyesuaikan saja.”

Tetapi jelaskan bahwa berdasarkan kebutuhan para pelanggan maka perusahaan mengambil kebijakan untuk meningkatkan mutu layanan dan sarana, sehingga mengalami sedikit perubahan harga.

Penawaran dengan harga baru dalam menjual produk pariwisata, khususnya paket perjalanan wisata memerlukan teknik transparansi/keterbukaan informasi yang diharapkan akan dipahami oleh pelanggan, agar detail tambahan mutu layanan dari paket perjalanan wisata dapat memotivasi untuk membeli dan kembali ikut bergabung dalam *group* wisatawan.

👉 **Your customer buys 3 things:**

- **Your company**
- **Your product**
- **You**

👉 **Are you a worth enough to buy?**



Petugas penjualan/penawaran layanan jasa, harus cerdas dalam memotivasi calon wisatawan, karena yang ditawarkan adalah “bayangan atau gambaran” yang sulit dijelaskan. Bila perlu Anda dapat menggunakan media informasi seperti *brosure*, gambar-gambar, LCD, OHP, ataupun *power point* dengan laptop seperti di negara-negara maju dimana teknologi informasi sudah menjadi kebutuhan setiap orang.

Yang harus diperhatikan dalam menawarkan harga adalah:

- *Trust*/kepercayaan
- *Support*/dukungan kepada calon pembeli
- *Respect*/hormat
- *Tolerance*/tenggang rasa
- *Honesty*/kejujuran
- *Commitment*/hal mempercayakan
- *Flexibility*/ tidak kaku

▪ Peranan Media Informasi dalam Memperkenalkan Produk Inovasi

a. Memperbarui Iklan

Periklanan merupakan penyampaian pesan yang dibayar, yang menggambarkan usaha perusahaan dalam beraneka bentuk seperti poster, koran, radio, dan majalah.

- Iklan harus menyampaikan pesan yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen yang menguntungkan bagi para penjual
- Pemilihan media iklan

Pemilihan terhadap suatu media iklan harus berdasarkan pada tujuan pengenalan produk inovasi dengan memuat hal-hal baru yang akan dinikmati pembeli produk wisata/wisatawan, untuk itu pesan harus disesuaikan dengan:

- Tujuan dari pemasangan iklan
- Pangsa pasar yang dituju
- Karakteristik setiap media

Media iklan yang umumnya dipakai dalam usaha penjualan/penawaran industri pariwisata seringkali menggunakan:

↳ Majalah dan surat kabar

Media ini digunakan untuk menyampaikan pesan secara langsung kepada pangsa pasar yang paling berpotensi yang merupakan pembaca utama suatu majalah.

↳ Radio dan Televisi

Para manajer perusahaan menganggap penggunaan media televisi terlalu mahal, oleh sebab itu penggunaan media radio, walaupun tingkat efektifitasnya lebih rendah dari media televisi, merupakan alternatif lain sebagai pengganti televisi.

b. *Launching Product* dengan Memanfaatkan *Public Relation* dan *Pers.*

Tujuan *launching product* adalah untuk meningkatkan citra perusahaan sehingga masyarakat akan mengenal produk inovasi dan mempunyai kesan yang positif terhadap perusahaan.

Pada *launching product*, biasanya memilih lokasi yang nyaman dan eksklusif karena dengan undangan terbatas pada para *agent*, dengan berbagai daya tarik seperti hadiah, *door prize*, dan *discount* khusus selama kegiatan *lounching*.

c. Memperbaharui Brosur yang Lama

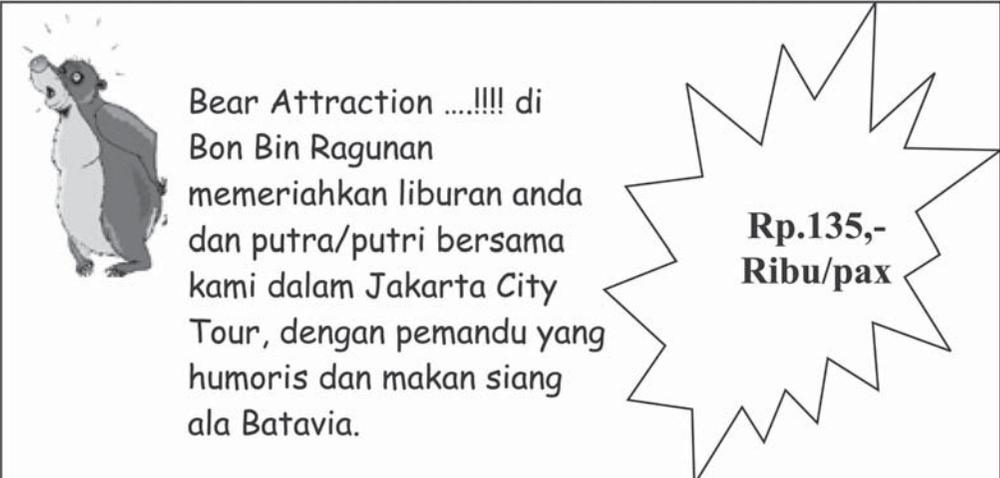
Brosur merupakan salah satu cara yang paling sering digunakan oleh industri pariwisata untuk menginformasikan kepada calon konsumen tentang suatu tempat dan produk yang ditawarkan. Brosur dan bahan-bahan cetakan untuk keperluan penjualan/penawaran lainnya dalam kegiatan pemasaran mempunyai peran yang cukup besar karena:

- Produk wisata disediakan dan digunakan ditempat produsen (*restaurant* dan objek wisata) dan tidak dapat rasakan secara nyata sebelum produk dibeli
- Pemakaian produk kadang-kadang memakan waktu yang cukup lama dari saat produk dibeli
- Pada saat akan membeli produk wisata yang umumnya cukup mahal, kebanyakan konsumen akan memerlukan informasi dari setiap produk yang ditawarkan

Efektifitas brosur sebagai cara terbaik untuk menginformasikan detail produk pariwisata kepada calon wisatawan tergantung pada *design* dan *out line* serta penampilan keseluruhan dari brosur tersebut

Hal ini menjadi pertimbangan utama karena produk pariwisata tidak dapat dibawa ketempat pembeli, sebaliknya wisatawanlah datang mengunjungi produk wisata dan menikmati pelayanan di lokasi wisata yang ditujunya.

Jelas bahwa pada saat menawarkan dan menjual produk ini tidak dapat dilihat secara nyata sebelum produk dibeli dan dinikmati.



Bear Attraction!!!! di
Bon Bin Ragunan
memeriahkan liburan anda
dan putra/putri bersama
kami dalam Jakarta City
Tour, dengan pemandu yang
humoris dan makan siang
ala Batavia.

**Rp.135,-
Ribu/pax**

Pemakaian produk pariwisata kadang-kadang memakan waktu yang cukup lama dari saat produk dibeli, karena keterikatan pelaksanaan produk pada ketentuan-ketentuan dari komponen-komponen wisata yang digunakan seperti: transportasi (terutama udara dan laut), *occupansi* hotel, dan jumlah peserta *tour* yang ditentukan sesuai pada saat menentukan harga paket wisata.

Pada saat akan membeli produk wisata (yang umumnya cukup mahal), calon wisatawan cukup cerdas dan kritis dalam menilai *ratio* jumlah uang yang dia keluarkan dengan nilai produk yang akan dinikmatinya, sehingga diperlukan detail informasi dari setiap produk yang ditawarkan.

Ketelitian konsumen yang cukup kritis ini, dapat dimaklumi karena bagi masyarakat tertentu rekreasi/wisata hanya merupakan kepentingan yang sekunder bahkan tertier atau mungkin keperluan urutan terakhir setelah makanan, pakaian rumah, perhiasan, kendaraan, pendidikan.

Khusus untuk brosur wisata diperlukan teknik-teknik tertentu untuk dapat mewakili produk wisata yang bersifat *intangible* tersebut.

- **Out Line**

Outline dari brosur sebaiknya ditata sedemikian rupa sehingga nampak rapi dan menarik, tidak menimbulkan kesan berantakan dan melelahkan mata.

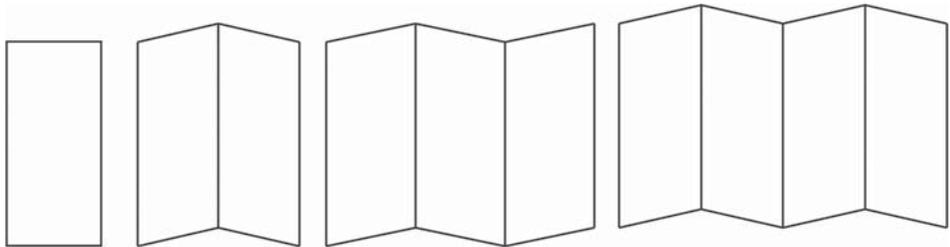
- **Jenis kertas dan ukuran**

Kertas sebaiknya yang tidak mudah rusak/rapuh serta menggunakan tinta cetak yang tidak luntur, jangan menggunakan kertas yang terlalu berkilau, karena akan berakibat "mata lelah" bagi pembacanya.

Ukuran sebaiknya yang "*handly*" mudah dibawa dan disimpan.

- **Folding/lipatan**

Harus juga direncanakan cara melipat bila brosur tersebut dibuat dengan ukuran kecil 20 x 10. Pertimbangkan juga jumlah lipatan, bisa 2–3 atau 4 atau lebih.



- **Tata letak gambar**

Disesuaikan dengan perbandingan ukuran beberapa gambar dan kepadatan informasi dalam bentuk narasi. Harus diingat bahwa gambar adalah media penyampaian pesan yang memperkuat informasi wisata dalam bentuk narasi yang mampu membangun *image* dan memotivasi kedatangan wisatawan.

✓ **Informasi/narasi**

Narasi dari informasi hendaknya jelas, padat, mudah dimengerti, dan menggunakan bahasa sesuai dengan target *market*.

✓ **Warna**

Warna dasar yang digunakan sesuai dengan informasi yang akan disajikan, misalnya akan menyajikan nuansa wisata bahari yang gambar-gambar/foto dominan warna biru, sebaiknya dipilih warna dasar yang kontras (kuning). Sedangkan untuk huruf dapat dipilih warna yang hitam gelap.

Dapat juga ditampilkan warna yang panas dan memukau seperti bunga dengan warna-warninya serta warna dinding akomodasi yang biasanya *soft* dengan diberi “penguat” tanaman.

✓ **Persyaratan dan ketentuan**

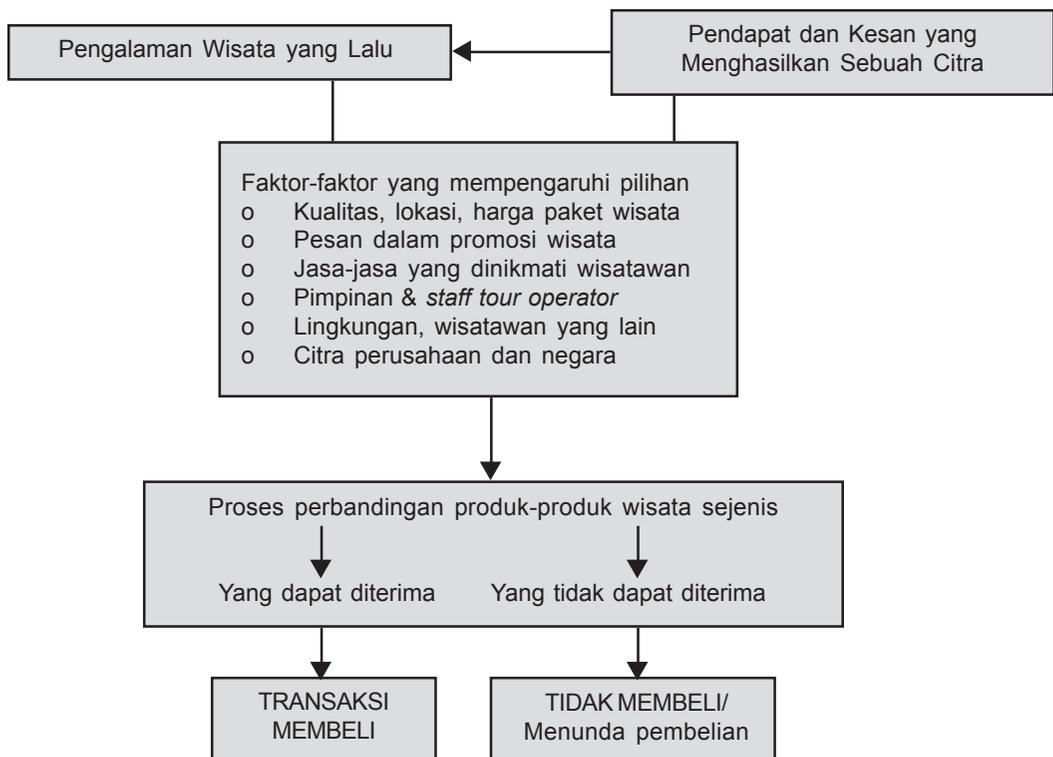
Persyaratan dan ketentuan paket wisata, seperti: nama dan alamat dan nomor telephone perusahaan, *contact person*, batas waktu (*validity*), *tax and service*, harga termasuk akomodasi, harga tidak termasuk laundry, asuransi, peraturan pembayaran, dan lain-lain. Ketentuan ini sangat perlu untuk mengantisipasi adanya komplain karena ketidaktahuan wisatawan

▪ **Menaikkan harga berorientasi pada wisatawan/konsumen**

Orientasi terhadap konsumen merupakan kebalikan dari pada orientasi produk karena pada orientasi konsumen, pengusaha lebih memfokuskan pemasarannya terhadap faktor-faktor eksternal yang menyangkut kebutuhan dan keinginan para calon konsumen.

Segmentasi pasar sebagai proses pembagian *rate* pasar menjadi bagian-bagian yang pada industri pariwisata, proses tersebut menyangkut pembagian wisatawan menjadi kelompok ekonomi/sosial tertentu.

Aktivitas Awal dalam Membeli



Pengelompokan yang paling sering digunakan dalam pembagian tersebut didasarkan kepada hal-hal:

- Tujuan perjalanan wisata
- Kebutuhan, motivasi, dan keuntungan yang diperoleh dari para wisatawan
- Nilai, budaya, dan adat istiadat dari kelompok wisatawan
- Kondisi demografi, ekonomi, dan geografi
- Kondisi psikologi
- Kualitas dan harga
- Latar belakang pendidikan dan wawasan

Perilaku wisatawan dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungan asal seperti kebudayaan, ekonomi dan sosial yang menentukan bentuk dan sifat dari kebutuhan serta keinginan individual.

Hal-hal penting yang perlu diketahui adalah proses pengambilan keputusan, identifikasi dari kebutuhan dan aktivitas pembelian.

Produk dan jasa yang ditawarkan pada umumnya dipilih dari konsumen berdasarkan pertimbangan dari berbagai faktor yang sesuai dengan kebutuhannya dan akan membentuk citra/*image* secara keseluruhan dari produk dan jasa tersebut.

Faktor-faktor tersebut antara lain:

Produk : Jasa, fasilitas, suasana, perbedaan dengan produk lain

Tempat : Lokasi dan lingkungan

Orang : Info dari konsumen lain

▪ **Focus Manajemen dan Staf pada Calon Wisatawan**

Promosi : Usaha-usaha promosi yang membentuk sebuah citra

Harga : Merupakan hubungan antara apa yang ditawarkan dengan apa yang diterima oleh konsumen

Cara bayar : Cash dengan *discount* dan kredit dengan kemudahan

▪ **Kepuasan Para Konsumen**

Untuk menjaga dan mengembangkan tingkat usaha, hal terpenting yang perlu dilakukan perusahaan adalah menjaga tingkat kepuasan konsumen sehingga mereka akan kembali lagi.

Hal ini telah diuraikan merupakan suatu bentuk iklan yang paling efektif yaitu iklan dari mulut ke mulut.

☞ Kiat Melakukan Presentasi Paket Wisata

Persiapan:

1. Tujuan dari presentasi harus jelas (informasi, promosi)
2. Materi pokok dan penunjang harus secara detail dikuasai
3. Rambu-rambu materi harus jelas
4. Kenali siapa *audiens*
5. Tentukan gaya komunikasi dengan *audiens*
6. Siapkan media komunikasi sesuai dengan lokasi/tempat
7. Pastikan waktu untuk penyampaian materi dan tanya jawab
8. Pastikan penampilan diri sesuai dengan *audiens*, waktu, tempat
9. Datanglah 30 menit sebelum acara, pastikan tidak terlambat
10. Pastikan peralatan / media, aliran listrik dan lain-lain berjalan dengan baik
11. Siapkan catatan kecil untuk humor-humor segar sebagai *ice breaking*

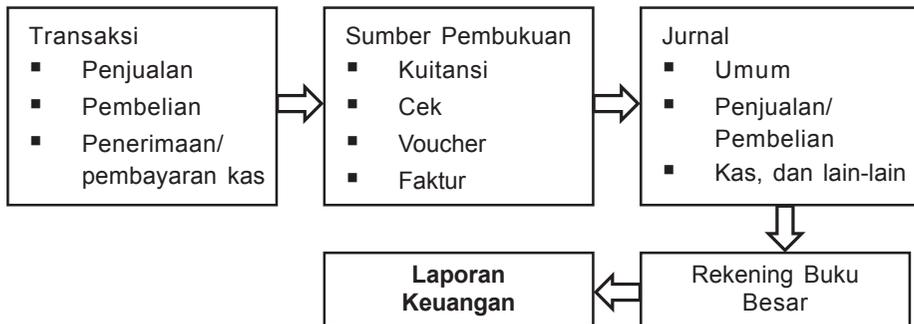
Pelaksanaan:

1. Pastikan penampilan diri sudah baik dan tak perlu risau
2. Berjalan dengan tegak dan langkah yang pasti serta senyum
3. Lakukan greeting dengan hangat dan tataplah audiens dengan ramah
4. Perkenalkan diri anda (bila belum diperkenalkan), dan tunjukkan bahwa anda senang bertemu dengan mereka.
5. Lakukan appersepsi (kata-kata penyejuk/antara sebelum memulai)
6. Perhatikan apakah *audiens* sudah siap menerima presentasi Anda
7. Motivasi *audiens* untuk menarik perhatian
8. Jangan banyak menunduk (membaca), lakukan sesekali saja.
9. Usahakan jangan ada “waktu yang kosong”
10. Sebarluaskan pandangan mata kepada segenap audiens
11. Libatkan audiens dalam topik Anda (dengan contoh-contoh atau kehidupan sehari-hari)
12. Beri waktu untuk bertanya, atau bertanyalah bila perlu, untuk meng“aktif”kan *audiens*
13. Tidak memonopoli waktu, walaupun waktu adalah milik Anda
14. Hargai beda pendapat dan responlah dengan positif dan lapang dada
15. Bila (menurut pengamatan Anda) *audiens* menunjukkan gejala “jenuh dan bosan”, segera ubah strategi komunikasi Anda dan keluarkan “simpanan humor” Anda
16. Rangkumlah apa yang telah anda uraikan sebelum mengakhiri presentasi
17. Akhirilah dengan ucapan terima kasih

17. Menyusun Laporan Keuangan

Dalam laporan keuangan dari suatu kegiatan perusahaan diperlukan pengumpulan data/format-format yang akurat dan valid. Untuk itu diperlukan proses antara lain:

a) Langkah-langkah Dasar dalam Proses Pencatatan



b) Pengisian Jurnal

Dalam pengisian jurnal perlu diketahui jenis-jenis jurnal

1) Jenis-jenis jurnal meliputi:

- Penerimaan/pembayaran kas
- Penjualan (kredit)
- Pembelian (kredit)
- Retur (pembelian/penjualan)
- Pembayaran gaji
- Umum

2) Kegunaan jurnal

- Menunjukkan pengaruh yang lengkap pada suatu transaksi
- Menyediakan catatan transaksi yang berurutan
- Membantu menemukan/menghindari kesalahan-kesalahan karena debet harus sama dengan kredit

3) Jurnal umum pada dasarnya menunjukkan:

- Tanggal transaksi
- Nama rekening/perkiraan dan penjelasannya dalam pembukuan
- Referensi (jika transaksi muncul dalam buku besar)
- Dua kolom uang:
 - debet
 - kredit

Jika memungkinkan, pengisian harus dicatat dalam jurnal untuk transaksi tertentu – bagaimanapun juga jurnal umum digunakan untuk mencatat transaksi-transaksi yang tidak dapat disesuaikan dengan mudah pada kriteria ini, misalnya pembelian komputer secara tunai bisa jadi masuk ke dalam jurnal umum karena hal ini tidak berhubungan langsung dengan pembayaran kas dihubungkan dengan tujuan utama perusahaan – penjualan.

4) Jenis jurnal lainnya adalah:

- Jurnal pembelian

Tgl.	Uraian	No. Faktur	Kreditur	Iklan (contoh)

- Jurnal penjualan

Tgl.	Uraian	No. Faktur	Debitur	Penjualan Tiket Domestik (Contoh)

- Jurnal Pembayaran Kas

Tgl.	Uraian	No. Cek	Perlengkapan Kantor	Bank

- Jurnal Penerimaan Kas

Tgl.	Uraian	No. Faktur	Model (Contoh)	Bank

5) Melakukan pengisian jurnal

Contoh: Memulai Usaha Perjalanan Wisata

Transaksi dapat meliputi:

- Penanaman modal \$ 15,000
- Pembelian perlengkapan \$ 1,500

Jurnal Umum

Tgl.	Uraian	Ref	Debet	Kredit
May 01 2001	Kas Modal		15,000	15,000
	Kas diinventasikan pada Travel Agency			
May 02 2001	Perlengkapan Kas		1,500	1,500
	Dibeli komputer No. Dok.12544			

6) Pendataan silang

Kolom Ref. dalam jurnal diisi ketika informasi transaksi dalam jurnal dipindahkan ke rekening buku besar – pada saat itu, nomor rekening pada buku besar diletakkan pada kolom Ref.

Contoh:

Tgl.	Uraian	Ref	Debet	Kredit
May 02 2002	Perlengkapan Kas	1112	15,00	15,00
	Dibeli Komputer No. Dok.12544			

1112 menunjuk pada nomor rekening pada buku besar dan pada contoh ini yaitu – rekening bank – kegiatan umum

7) Sumber pembukuan dapat meliputi:

- Kuitansi/bukti penerimaan
- Bukti setoran bank
- Cek
- Cek tambahan
- Voucher kas kecil
- Faktur penjualan
- Faktur pembelian

8) Sumber pembukuan

Dokumen-dokumen ini biasanya berisi informasi seperti:

- Nama dan alamat
- Tanggal transaksi/pembukuan
- Jumlah uang
- Jenis transaksi

Dokumen-dokumen tersebut harus diberi nomor secara benar dan harus ada dua salinan (pelanggan dan perusahaan).

a) Contoh Kwitansi

Nama Perusahaan	No. Kuitansi
Tanggal	
Sudah terima dari	
Jumlah	
Untuk Pembayaran	
Jumlah tunai/cek	
	Tanda tangan
	Nama

b) Contoh *cheque*

Instruksi tertulis dari seseorang atau perusahaan kepada bank mereka untuk membayarkan sejumlah uang kepada orang atau perusahaan tertentu.

Bank XYZ	
	Tanggal
Harap dibayarkan kepada	atau pembawa
Uang sejumlah	
..... \$	
Nama perusahaan	

c) *Cheque* tambahan

Sumber pembukuan *cheque* – diisi ketika cek ditulis.

	Tanggal
Kepada	
Untuk	
Cek berikut ini	
Jumlah Tunai/cek	
No. Cek	

- d) **Voucher kas kecil**
 Uang yang disimpan di kantor untuk membayar biaya-biaya kecil. Ketika uang dibelanjakan, sebuah *voucher* dilengkapi untuk mencatat data.

Voucher Kas Kecil	
	No. 0254
Tanggal	
Untuk Pembayaran	
Kepada	
Sejumlah	
Tanda tangan	

- e) **Bukti setoran bank**
 Formulir ini dilengkapi ketika menyimpan uang di bank. Setiap bank mempunyai bentuk sendiri-sendiri tetapi semua berisi informasi tentang jumlah uang dan uraian yang berhubungan dengan cek-cek/uang tunai yang sedang dibayarkan.

Distributor Perlengkapan XYZ			
		No. Pesanan	
		Tanggal	
Kepada:			
.....			
.....			
Tanggal Permintaan		Dikirim ke	
Uraian	Jumlah	Harga	Jumlah
		Total Pembelian	
Tanda tangan petugas pembelian			
.....			
Nama:			

f) Faktur penjualan

No. Faktur			
:			
Perusahaan ABC			
Alamat:			
Tanggal:			
Dijual Kepada:			
Alamat:			
No. Pesanan (jika ada)		Cara	
Instruksi pengiriman			
Jumlah	Uraian	Harga Satuan	Total
		Pajak (jika ada)	
		Jumlah uang	

9) Penyesuaian rekening

Rekening-rekening perlu di sesuaikan / dicocokkan dan dimasukkan dalam jurnal pembayaran kas.

- Jumlah kolom uang pada jurnal penerimaan/pembayaran kas
- Cek ulang kolom yang dialokasikan dengan kolom bank untuk masing-masing jurnal
- Jika jumlah uang tidak sesuai – cari kesalahan/kekeliruan

Contoh Jurnal Pembayaran Kas

Tanggal	Uraian	No. Cek.	Sewa	Honor	Bank
03 Mei	Perangkat Bangunan	106	600		600
05 Mei	T. Sudono	107		300	300
	Jumlah		600	300	900

Contoh: Rekonsiliasi Bank

Ketika melakukan transaksi bank, perlu menyesuaikan secara teratur antara rekening bank dengan rekening perusahaan. Hal ini biasanya dilakukan setiap bulan ketika rekening bank datang. Hal ini akan menggambarkan berapa jumlah uang yang sebenarnya ada di bank dan akan tergambar jika terdapat kesalahan/kekeliruan.

Proses:

- Periksa jumlah kredit pada buku bank dengan kolom bank pada jurnal penerimaan kas – beri tanda jika jumlahnya muncul pada keduanya.
- Periksa jumlah debet pada buku bank dengan kolom bank pada jurnal pembayaran kas – beri tanda jika cek muncul pada keduanya.
- Masukkan ke dalam jurnal penerimaan kas setiap jumlah kredit pada buku bank yang belum diberi tanda.
- Masukkan kedalam jurnal pembayaran kas setiap jumlah debet pada buku bank yang belum diberi tanda.
- Sekarang jumlahkan kedua jurnal tersebut dan jumlahkan neraca bank yang baru berdasarkan catatan Anda.
- Siapkan rekening penyesuaian bank yang mencakup semua cek yang belum diuangkan dan simpanan yang belum dikredit.

10. Menyiapkan rekening penyesuaian bank

Contoh Jurnal Penerimaan Kas (sebagian saja)

Tanggal	Uraian	Bank
03 Feb	Modal T. Hasono	3,000 V
06 Feb	Worldwide Tours	1,000 V
16 Feb	BT Hotels	500 V
28 Feb	T. Travel	100
		4,600

Contoh Jurnal Pembayaran Kas (sebagian saja)

Tangga	Uraian	No. Cek	Bank
02 Feb	Aone Rentals	211	800
06 Feb	Asuransi ABC	212	500
08 Feb	Telkom	213	1,400
16 Feb	Perlengkapan Kantor XY	214	200
23 Feb	Pencetakan	215	350
28 Feb	Perabot	216	1,000
			4,250

Catatan/rekening bank menurut catatan perusahaan adalah

Rekening Bank (catatan perusahaan) 01 Feb	6,200
	<hr/>
<u>Tambahkan</u> penerimaan kas untuk Juni	4,600
	10,800
<u>Kurangi</u> pembayaran kas untuk Juni	4,250
	<hr/>
Rekening Bank (catatan perusahaan) 28 Feb	6,550

Enam ribu lima ratus lima puluh rupiah saja

11. Buku Bank terbaru

Tgl.	Transaksi	Debet	Kredit	Jumlah
01 Feb	Saldo			6,200 CR
02 Feb	211	800 V		5,400 CR
03 Feb	Disimpan		3,000 V	8,400 CR
06 Feb	Disimpan		1,000	9,400 CR
06 Feb	212	500 V		8,900 CR
07 Feb	Bunga		100	9,000 CR
08 Feb	213	1,400 V		7,600 CR
16 Feb	Disimpan		500	8,100 CR
23 Feb	215	350 V		7,750 CR
	Jumlah	3,050	4,600	

Berdasarkan Buku Bank, jumlah rekening bank adalah 7,750.

Perhitungan perusahaan menunjukkan sebesar 6,550. Bagian-bagian pada Buku Bank dan bukan dalam jurnal sekarang harus ditambahkan ke dalam jurnal, misalnya tambahkan 100 pada jurnal penerimaan kas.

Jurnal Penerimaan Kas

Tanggal	Uraian	Bank
03 Feb	Modal T. Hasono	3,000
06 Feb	Worldwide Tours	1,000
16 Feb	BT Hotels	500
28 Feb	T. Travel	100
07 Feb	Bunga	100
	Total	4,700

Jurnal pembayaran kas tidak berubah karena tidak ada jumlah debet yang ditandai.

Semua item harus diberi tanda, baik dalam jurnal maupun dalam Buku Bank. Jumlah rekening bank sekarang bisa dikalkulasikan.

Rekening bank per tgl. 01 Feb	6,200 CR
	<hr/>
Ditambah penerimaan kas	4,700
10,900	
Dikurangi pembayaran kas	4,250
	<hr/>
	6,650

Bagian-bagian yang dimunculkan dalam jurnal tetapi tidak di dalam Buku Bank sekarang dapat dimasukkan untuk menyesuaikan perbedaan antara jumlah perhitungan perusahaan sebesar 6,750 dan jumlah pada rekening bank sebesar 7,750.

Jumlah sesuai rekening bank	7,750 CR
Ditambah simpanan yang belum dikredit	100
	<hr/>
	7,850
Dikurangi cek yang belum diuangkan	
214 200	
216 1,000	1,200
	<hr/>

Jumlah sesuai catatan perusahaan 6,650 DR

Catatan: Alasan bahwa catatan bank menunjukkan jumlah kredit merupakan keterangan berdasarkan pandangan bank. Dari pandangan perusahaan, uang yang ada di bank merupakan aset dan karena itu masuk ke dalam debet.

18. Melakukan Prosedur

Kerapian dan pelaksanaan prosedur administrasi merupakan cermin dari tata tertib perusahaan dan akan sangat mempengaruhi kinerja keseluruhan dari perusahaan. Mulai dari prosedur penataan dokumen administrasi yang teliti dengan sistem penyimpanan data sampai pada sistem pemeliharaan dokumen.

a. Prosedur Penataan Dokumen

Yang termasuk dokumen-dokumen kantor antara lain:

- 1) Surat-surat pimpinan dari:
 - o Para pelanggan
 - o Para sejawat industri
- 2) Data para pelanggan
 - o Data pendaftaran/pemesanan (data pribadi secara detail)
 - o Pemesanan (*booking*) aturan program perjalanan
 - o Permintaan khusus
- 3) Korespondensi yang masuk dan keluar
 - o Surat-surat
 - o faks
 - o Memo (surat peringatan)
 - o E-mail
 - o Laporan-laporan
- 4) Daftar mengenai keuangan
 - o *Invoices* (tagihan)
 - o *Receipts* (kuitansi pembayaran)
- 5) Dokumen-dokumen lainnya
 - o *Ticket-ticket* (karcis-karcis)
 - o *Vouchers* (kupon-kupon perjalanan).

Contoh:

Kantor menerima suatu pesanan (*booking*) dari pelanggan (datang sendiri, surat, fax, e-mail).

-  Permintaan langsung kepada pemberi jasa (transportasi, akomodasi, atraksi dan lain sebagainya).
-  Kantor menerima tiket (karcis) atau kupon dari pemberi jasa.
-  Dikirim kepada pelanggan pada saat yang tepat dengan surat pengantar di dalam amplop, rincian pembayaran dan lain sebagainya.
-  Kuitansi pembayaran dikeluarkan setelah pelanggan melakukan pembayaran.
-  Semua *photo copy* dokumen di“file”kan sesuai dengan prosedur perusahaan.

Contoh:

Menerima surat-surat kantor

1. Beraneka ragam surat, photo copy (sebagaimana mestinya) dan disampaikan kepada orang yang benar.
2. Mengirim surat-surat kantor
 - o Beraneka ragam surat dan menimbanginya
 - o Menempelkan biaya perangko yang benar*
 - o Mengagendakannya (mencatat transaksinya)
 - o Menyampaikan (mengirimkan) melalui kantor post atau kotak surat.
3. Jenis-jenis kiriman selain surat-surat biasa antara lain:
 - o Kiriman yang mendapat jaminan
 - o Kiriman tercatat
 - o Kiriman dalam jumlah besar
 - o Surat kilat
 - o Berita lokal dan luar negeri
 - o Surat yang dikirim melalui perantara (pesuruh).
4. Yang termasuk jenis-jenis kiriman dan pelayanannya antara lain:
 - o Kiriman yang mendapat jaminan
 - o Semua bentuk aslinya dan kebutuhannya akan terjamin di dalam pengiriman
5. Kiriman tercatat
 - o Menggunakan kantong pengaman
 - o Tercatat di kantor pos
 - o Diasuransikan
 - o Harus diminta/dicari ke kantor pos yang menerima oleh si alamat yang dituju (diperlukan identitas)
6. Kiriman jumlah besar
 - o Jumlahnya cukup banyak
 - o Mohon adanya potongan biaya
7. Pos kilat
 - o Penyampaian yang cepat dan terjamin
 - o Amplop khusus yang dikeluarkan oleh pos
8. Seberang laut/luar negeri
 - o Darat, laut, atau udara
 - o Biaya tergantung berat dan tujuan
9. Perantara/suruhan
 - o Kantor post/biro jasa
 - o Biaya tergantung pada berat, jarak serta prioritas penyampaian

b. Perlengkapan dan Peralatan Kantor yang Digunakan:

- o Komputer
- o Mesin cetak
- o Mesin ketik
- o Mesin *photo copy*
- o Faks
- o Sistem pager
- o Kalkulator
- o Mesin yang bisa mentransfer ke aksara lain
- o Mesin menjawab *telephone*
- o Mesin penghitung jumlah biaya pengiriman
- o Pemotong kertas
- o Mesin penjilid
- o Mesin penghitung jumlah barang.

Termasuk peralatan kantor antara lain:

- 1) Komputer
 - o Bikin format dan tampilkan *file* atau dokumen
 - o Mempersiapkan program
 - o Bikin pesanan atau (*reservation*)
 - o Bikin data berdasarkan informasi pelanggan
- b) Printer
 - o Mengeluarkan salinan dari program, pesanan, persetujuan
- c) Mesin tik
 - o Membuat ketikan surat-surat
 - o Tipe-tipe amplop
- d) *Photo copy*
 - o Bikin salinan dokumen dan surat-surat
 - o Jenis timbunan dan sisa *photo copy*
- e) Faks
 - o Menghasilkan memo atau surat-surat untuk masa yang akan datang ditujukan pada rekan-rekan sejawat atau pelanggan
- f) Mesin hitung penjumlahan biaya
 - o Memastikan biaya pengirim secara besar-besaran

Unti-unit lainnya akan dipersiapkan informasinya lebih detail atau menggunakan komputer beserta peralatannya.

c. Prosedur untuk Menggunakan Peralatan Kantor

Contoh-contoh:

Photo copy

- o Hidupkan mesin
- o Periksa keadaan kertas (A.4, A.3, dan lain-lain tergantung kebutuhan)
- o Letakkan dokumen pada tempat yang benar
- o Atur jumlah yang akan dicopy, bandingkan dan sebagainya
- o Tekan tombol start
- o Apabila *stop*, matikan dan periksa mesin untuk macetnya kertas, kalau jelas hidupkan mesin lagi

Faks

- o Masukkan dokumen yang akan ditransmit ke dalam mesin (menghadap ke bawah)
- o Putar nomor yang dituju
- o Tekan tombol start, setelah berakhirnya tanda *beep*
- o Setelah transmit, mesin faks secara otomatis mencetak secarik pengiriman untuk membuktikan bahwa dokumen telah terkirim.

Mesin Cetak

- o Sisipkan kertas pada mesin cetak
- o Tentukan apakah mencetak 1 halaman atau seluruh dokumen
- o Letakkan atau goyangkan roda tinta untuk mendapatkan kualitas cetakan (seperti yang diharapkan)

d. Prosedur Penataan Dokumen

Sebuah daftar kontrol untuk merawat peralatan meliputi:

- o Memperhatikan daftar cara mematikan komputer
- o Mematikan aliran listrik setelah jam kerja
- o Memeriksa/*service* mesin-mesin secara rutin

Prosedur penanganan peralatan yang rusak dengan jalan:

- o Hubungi langsung tukang *service* yang sudah menjadi langganan
- o Laporkan kepada tukang *service intern* secara khusus (bila memungkinkan)
- o Laporkan kepada *supervisor*, departemen service atau manajer

Hubungi secara lisan, tertulis atau tergantung pada prosedur perusahaan.

e. Perencanaan Korespondensi (Surat-Menyurat)

Surat-menyurat perusahaan mestinya:

- o Ditulis dengan jelas dan kata-kata atau kalimat yang ringkas
- o Tuliskan ejaan, tanda baca dan tata bahasa yang benar
- o Ditujukan khusus pada seseorang (dimana mungkin)
- o Tunjukkan keramah-tamahan, sopan santun dan rasa hormat
- o Logis di dalam menyampaikan informasi

- o Jelas, cepat pada pokok permasalahan
- o Hindari hal-hal yang membingungkan dan meracuni
- o Hindari pengulangan kata-kata dan ungkapan-ungkapan

f. Bagan Perencanaan Surat-Menyurat

Contoh surat konfirmasi untuk pelanggan

Kop surat:	Wonderland Holidays <p style="text-align: center;">JI Kramat Raya No.26</p> <p>Jakarta 10450</p>
Tanggal: Ditujukan: Prihal:	03 Januari Yth. Tuan Sudiarto, Pesanan konfirmasi
Pemberitahuan:	Dengan senang hati saya informasikan kepada Tuan bahwa pesanan konfirmasi tiket Tuan untuk USA, telah <i>confirmed</i> , sebagai berikut.
Ditail:	Berangkat: 20 Februari <p style="text-align: center;">Flight GA 71 Jakarta to Los Angeles</p> <p style="text-align: center;">Kembali: 14 Maret <p style="text-align: center;">Flight GA 82 Los Angeles – Jakarta</p></p>
Yang perlu ditindak lanjuti:	Mohon Tuan mempersiapkan pembayaran sejumlah Rp9.900.000,00 paling lambat sudah kami terima di kantor 4 Februari. <p style="text-align: center;">Program Tuan selanjutnya akan kami sediakan setelah Tuan melakukan pembayaran. <p style="text-align: center;">Saya harap Tuan menikmati perjalanan Tuan ke USA. <p style="text-align: center;">Silakan hubungi kami bila Tuan memerlukan bantuan atau jika mungkin bisa membantu Tuan selanjutnya</p></p></p>
Penutup	Hormat kami, <p style="text-align: center;">T. Hardianto (Travel and Tours Supervisor)</p>

g. Persyaratan dari Surat Niaga

Surat menyurat perusahaan mestinya:

- o Ditulis dengan jelas dan kata-kata atau kalimat yang ringkas
- o Tuliskan ejaan, tanda baca dan tata bahasa yang benar
- o Ditujukan khusus pada seseorang (dimana mungkin)
- o Tunjukkan keramah-tamahan, sopan santun dan rasa hormat
- o Logis didalam menyampaikan informasi
- o Jelas, cepat pada pokok permasalahan
- o Hindari hal-hal yang membingungkan dan meracuni
- o Hindari pengulangan kata-kata dan ungkapan-ungkapan.

h. Perencanaan Korespondensi

Contoh bentuk faksimili:

Wonderland Holidays

Facsimile

Kepada:

Dari:

Perusahaan:

Tanggal:

no. fax: dari

Jumlah halaman termasuk penutup:

(Ruang untuk informasi)

**Jl. Kramat Raya
Jakarta 10450**

**No. 26 Tel: 62-21-8743672
Fax: 62-21-8751928
E-mail: wondhol@hotmail.com**

Contoh bagan MEMO (surat peringatan).

Fantastic Holidays

MEMORANDUM

Kepada:

Dari:

Tanggal:

C.C:

Topik:

.....

.....

.....

.....

Sebelum dikirim terlebih dahulu di cek kebenaran informasinya dengan memperhatikan jawaban daripada pertanyaan di bawah ini:

- o Apakah tertuju pada orang yang tepat?
- o Apakah ada yang mesti diberi tembusan?
- o Apakah alamatnya sudah jelas?
- o Apakah ejaan dan tanda baca sudah benar?
- o Apakah informasinya sudah benar dan akurat?
- o Apakah sudah jelas dan ringkas?
- o Apakah bentuk dan bagan sudah enak dipandang?
- o Sudahkah saya mengikuti aturan yang tepat di dalam menyusun surat, seperti jabatan (gelar) yang dituju?

i. Suatu Sistem Pemeliharaan dokumen

Sistem "*filling*" adalah cara yang sistematis untuk mengklasifikasikan dan menyimpan dokumen, lagipula sangat mudah di telusuri, dirubah atau dipindahkan.

1) Tipe pengklasifikasian antara lain:

- o Berdasarkan abjad.
Daftar file mengikuti urutan *alphabet* dari huruf pertama, seperti: tulis nama keluarga untuk *client*
- o Urutan angka
Dokumen diberi nomor untuk mudah di *invoice*, *receipt* (melakukan penagihan dan pelunasan)
- o Berdasarkan daerah (negara)
Lokasi atau alamat dengan menggunakan suatu *code*, (*zip* = tutup-buka dengan mudah) untuk memfilekan informasi

- o Hal-hal pokok (induk)
Semua dokumen berhubungan dengan induknya di bawah satu judul file, misalnya: harga-harga untuk Eropa, atau informasi tujuan untuk Amerika
 - o Kronologi
Hal-hal pokok (penting) difilekan sesuai dengan tanggalnya
- 2) Type dari system Filing
- o Sistem komputer
 - o Program software
 - o Manual
 - o *Filing cabinet*
- Tipe- tipe ini antara lain:
- a) Tegak berdiri
 - o Suatu *folder* yang sesuai dengan materi pokok
 - o Ditempatkan sesuai dengan abjad atau urutan nomor
 - o Kertas file diisi tanggal terakhir taruh di atas/di depan
 - b) Menggantung
 - o Laci-laci *cabinet* diberi pinggiran bingkai dari logam untuk menggantung file
 - o Setiap file memiliki tipe/judul yang tertera di atasnya atau pada lipatannya
 - o Kertas-kertas difilekan di setiap gantungan lipatan
 - c) Bercabang (kekiri-kekanan)
File-file diatur seperti buku-buku di atas papan berdasarkan kriterianya (berdasarkan abjad, urutan nomornya)
 - d) Datar (horizontal)
 - o File-file disimpan tertumpuk
 - o Cukup bagus apabila sedikit melakukan korespondensi.
- 3) Prinsip dasar dari pada *filling* adalah:
- o Ringan (sedikit mengambil ruangan)
 - o Gampang dijangkau (dekat dengan tempat kerja)
 - o Sederhana (mudah dimengerti dan digunakan)
 - o Aman (tanpa menghalangi jalan)
 - o Sepat (gampang mendapatkan informasi)
- 4) Sistem memelihara dokumen
Itu sangat penting bahwa sistem indeks (menurut abjad) sistem yang paling mutakhir di dalam kegiatan rutin
- a) Tujuan daripada sistem indeks
Membuat mudah meletakkan setiap daftar di dalam sistem.

- b) Bentuk dari pada sistem indeks antara lain:
- o Sistem halaman seperti buku harian atau sistem indeks di dalam buku kamus
 - o Kartu nama (*card*) diatur dalam laci atau dulang (berdasarkan abjad, sektor perusahaan maupun industri)
 - o Sistem indeks –roda- kartu-kartu diatur melingkar mengikuti alur roda (biasanya mengikuti abjad, nama perusahaan atau nama perorangan)
- c) Sebuah tanda (menandakan tidak ada) mesti digunakan, menandakan sebuah file sementara telah dipindahkan. Secara detail sebagai berikut ini.
- o Menggunakan nomor file
 - o Tanggal dipindahkan
 - o Nama, untuk siapa file itu dibuat

Semua data harus tetap berlangsung secara akurat, misalnya file “Mati” (file pelanggan sementara tidak aktif) harus dipindahkan ke arsip (tanpa dihancurkan) untuk disimpan.

Tugas dan Soal

- Lakukan kunjungan ke Biro Perjalanan dan dapatkan contoh-contoh brosur dari paket wisata.
- Diskusikan dengan *group* Anda tentang:
 - Informasi paket wisata
 - Penampilan brosur
 - Ketentuan-ketentuan dari paket wisata

A. Latihan:

1. Bila harga tur pada brosur adalah USD 2,540

Kode tur	Mulai dari Jakarta	Berakhir di Melbourne
2545	Sabtu, 20 Mei	Sabtu, 27 Mei
	Hotel satu orang	Ausie \$ 230
	Diskon pembayaran awal	potongan 2,5%

Harga tiket Jakarta – Melbourne Ausie \$ 500

Fiscal Rp1000.000,00

Airport tax Rp50.000,00

Travel asuransi Rp225.000,00

Mark up 12%

Risiko nilai tukar 15%

Hitunglah berapa rupiah yang harus dibayar oleh 2 orang wisatawan dalam nilai tukar rupiah.

2. Anda bekerja pada *agency travel* dan *tour*, sedang merencanakan pengembangan beberapa tur paket yang baru. Manajer Anda meminta Anda melakukan penelitian tentang biaya-biaya berbagai produk dari pemasok tur di Indonesia. Mulailah dengan mencari contoh-contoh harga-harga perjalanan udara dan akomodasi bintang 4 bagi orang-orang yang melakukan perjalanan ke Bali dan Medan.
3. Pelatih memberikan salinan tarif yang disepakati siswa atau siswa mendapatkannya dari agen travel dan *tour*.
Siapkan laporan yang meringkas:
Bagaimana perbandingan harga dengan yang dipublikasikan (*rack rates*)?
 - Metode pembiayaan (apakah harga neto atau grosir)?
 - Faktor-faktor dan kondisi-kondisi yang dipakai pemasok untuk menutup harga-harga, misalnya: tanggal-tanggal musim tertentu, kondisi-kondisi pembayaran.
1. Hitunglah biaya dengan kurs US \$, yang harus dibayar bila akomodasi hotel sebelum *tour* selama 2 malam dan sesudah *tour* 1 malam. Anda melakukan pemesanan pada Hotel Regent International di Jakarta dengan harga kamar AUD 260 per malam.

2. Hitunglah harga yang akan ditawarkan bila *tour* sehari melihat-lihat kota Sydney termasuk pesiar di pelabuhan dengan harga AUD 80 per orang. Hitunglah biayanya dalam rupiah dengan *markup* harga 10%.
3. Buatlah skenario dalam kelompok dan lakukan bermain peran sebagai penjual yang menawarkan harga kepada calon pembeli (perorangan dan *group*).

B. Soal- Soal

Jawablah dengan singkat pertanyaan dibawah ini

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan perjalanan wisata.

2. Tuliskan perbedaan dari wisata perorangan dengan wisata bergabung dalam paket *tour*.

Komponen	Paket <i>Tour</i>		Pribadi	
	Kekuatan	Kelemahan	Kekuatan	Kelemahan

3. Tuliskan dengan kalimat singkat tentang dampak perputaran uang dalam lingkup pariwisata.

4. *Wholesale* merupakan bisnis dengan modal besar dibandingkan dengan retail, mengapa ?

5. Apa yang dimaksud dengan *intangibile*?

6. Jurnal yang benar dipilih untuk membukukan transaksi.
 Pengisian jurnal dilakukan secara akurat dan tepat lokasinya.
 Pengisian jurnal didukung oleh penjelasan dan pendataan silang untuk mendukung pembukuan.
 Ketidakteraturan dicatat dan ditangani sesuai waktu yang telah ditetapkan.
 Pengisian jurnal diotorisasi dengan benar.
- Masukkan transaksi berikut ini ke dalam jurnal yang tepat dan hitung jumlahnya.
- 01 July Diinvestasikan modal sebesar 45,000 ke dalam perusahaan.
 - 03 July Diterima cek dari S. Benoto untuk pembayaran tiket penerbangan internasional (6,800) dan dikeluarkan kuitansi dengan nomor 6299
 - 03 July Dijual sebuah paket *tour* dengan kapal pesiar kepada B. Wintono secara kredit sebesar 1755. Dengan nomor faktur 2366.
 - 04 July Diuangkan cek no.3.000 untuk pembayaran gaji sebesar 2,600.
 - 05 July Perbaiki mobil (secara kredit) sebesar 700 oleh I. Fixit. Dengan nomor faktur 333.
 - 06 July Diterima sebuah cek dari S. Cantono untuk paket *tour* sebesar 9,050. Dikeluarkan kwitansi dengan nomor 6.300.
 - 09 July Diterima sebuah cek sebesar 1.755 dari W. Wahid untuk penjualan utama secara kredit. Dikeluarkan kwitansi dengan nomor 6.301.
 - 14 July Dikeluarkan cek nomor 3.001 untuk membayar perbaikan mobil.
 - 17 July Diterima cek dari A. Wiranto untuk penjualan akomodasi sebesar 820. Dikeluarkan kuitansi dengan nomor 6302.
 - 20 July Dikeluarkan cek-cek berikut ini.
 - no. 3.003 kepada agen rumah untuk sewa (500)
 - no. 3.004 kepada percetakan Prima untuk pencetakan(600)
 - no. 3.005 kepada telekom untuk pembayaran *telephone* (700)

Jurnal Umum

Tanggal	Uraian	Ref	Debet	Kredit

C. Pilihan Ganda

Pilihlah jawaban A,B,C,D atau E yang dianggap benar.

Bagian 1: Soal Nomor 1 sampai dengan 30

1. Memberikan informasi secara jelas, singkat, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, merupakan penerapan prinsip dari
 - A. komunikasi verbal
 - B. komunikasi efektif
 - C. komunikasi vertikal
 - D. komunikasi horizontal
 - E. komunikasi efisien

2. *People who intend to stay in a country permanently are called*
 - A. *tourists*
 - B. *transmigrates*
 - C. *immigrants*
 - D. *travelers*
 - E. *citizen*

3. *Paket wisata yang disisipkan dalam suatu event nasional atau internasional sebagai refreshing dan menambah wawasan wisata bagi peserta event, disebut*
 - A. *meeting*
 - B. *incentive*
 - C. *conference*
 - D. *exhibition*
 - E. *convention*

4. *Paket tour yang menggunakan transportasi dengan mengikuti schedule tetap dari perusahaan transportasi (airline, bus, train), biasanya dikenal sebagai*
 - A. *inclusive tour*
 - B. *intensive tour*
 - C. *intern transport tour*
 - D. *inter city tour*
 - E. *inclusive transport*

5. *It is important for the hotel management to know which and how many rooms are . . . each day so they can be available for arriving guest.*
 - A. *occupied*
 - B. *unoccupied*
 - C. *confirmed*
 - D. *used*
 - E. *no confirmed*

6. *The company who sales are made only to retailers not to the public, is called. . . .*
 - A. *wholesaler*
 - B. *retailer*
 - C. *packager*
 - D. *detailer*
 - E. *tour arranger*

7. *A . . . is printed pamphlet about a place, product, or company that used for advertising.*
 - A. *newspaper*
 - B. *magazine*
 - C. *media*
 - D. *news*
 - E. *brochure*

8. . . . is a time tourists do not come to an area either because of weather conditions or because it is not usual vacation time.
 - A. peak season
 - B. off season
 - C. low season
 - D. fully book
 - E. over booking
9. . . . is an examination of passenger and their carry-on luggage for concealed (hidden) weapons, usually using X-ray equipment and metal detector.
 - A. security officer
 - B. sidewalk detector
 - C. security check
 - D. emergency check
 - E. safety detector
10. Your company is a whole saler travel and create on full day Tangkuban Perahu city tour. Followed by 20 tourists and the total cost is Rp125.000,00/pax. If the programme is sold by other travel agent with 10% comision, what is the total cost have to paid by agent to your company
 - A. Rp1.500.000
 - B. Rp2.000.000
 - C. Rp2.250.000
 - D. Rp2.100.000
 - E. Rp2.225.000
11. Yang dimaksud dengan "Itinerary" dalam suatu tour adalah
 - A. denah dan harga paket perjalanan wisata
 - B. lokasi dan route objek wisata
 - C. route, jadwal dan keterangan perjalanan
 - D. aturan dan sangsi pembayaran paket tour
 - E. waktu istirahat dan lamanya perjalanan wisata
12. Visa yang dikeluarkan oleh suatu negara untuk memasuki negara tersebut secara secara berulang-ulang adalah
 - A. Single Visa
 - B. Double Entry Visa
 - C. Multiple Entry Visa
 - D. Special Entry Visa
 - E. Normal Visa
13. The coupon usually issued by a tour operator or travel agent to cover such prepaid elements of a trip as accomodation, surrendered by the guest on arrival at the hotel, which then claims payment from whoever issued it. The coupon is called
 - A. Free coupon
 - B. Hotel voucher
 - C. Voucher coupon
 - D. Free of charge coupon
 - E. Special voucher

14. *The company who sales their product to the retailers, not direct to the public, is called*
 - A. *Wholesaler*
 - B. *Retailer*
 - C. *Packager*
 - D. *Detailer*
 - E. *Tour arranger*
15. *A net selling price of tour package is \$90, agent commission 10%. How much the selling price to customer?*
 - A. \$99
 - B. \$99,9
 - C. \$81
 - D. \$100
 - E. \$89,1
16. *A cost of tour component which dependant on the number of pax is*
 - A. *Variable Cost*
 - B. *Fix Cost*
 - C. *Additional Cost*
 - D. *Extra Cost*
 - E. *Fit Cost*
17. *Net buying price a tour package is USD 100.00. If profit margin 20%. The net selling price is*
 - A. USD 120
 - B. USD 121
 - C. USD 110
 - D. USD 130
 - E. USD 125
18. *Transportation cost chartered (40 seats) is Rp1.200.000,00 per day. If a group is 32 pax include 2 FOC, the cost per pax is*
 - A. Rp35.000,00
 - B. Rp37.500,00
 - C. Rp37.750,00
 - D. Rp43.750,00
 - E. Rp40.000,00
19. *The information should be inform to the group in whole day tour by tour guide after greeting and welcomes is*
 - A. *Weather and climate*
 - B. *Local currency and exchange rate*
 - C. *General information of the tour itinerary*
 - D. *Local time and time different*
 - E. *Culture*

20. Suatu agen perjalanan wisata berhasil menjual paket perjalanan wisata kepada 12 orang wisatawan dengan harga jual Rp650.000,00 per orang. Dari hasil penjualan tersebut agen berhak memperoleh komisi sebesar 10%. Berapakah yang harus dibayarkan agen kepada biro perjalanan sebagai *wholesale travel*?
- Rp6.500.000,00
 - Rp5.850.000,00
 - Rp7.800.000,00
 - Rp7.020.000,00
 - Rp585.000,00
21. Standard room dengan fasilitas dua tempat tidur ukuran *single*, dikenal dengan istilah:
- single
 - twin
 - double
 - sharing
 - extra bed
22. Seorang *tour planner* dalam menentukan harga paket wisata yang rasional dan *marketable*, memerlukan ketrampilan dalam
- pemilihan obyek wisata yang terkenal
 - komunikasi dengan wisatawan
 - relationship* dengan *tour guide*
 - menentukan *route* perjalanan terdekat
 - negosiasi harga dengan pemasok
23. *Published rate room the "MANDALA HOTEL" is 'Rp250.000 ++/night' (++ is 21 %) which meant*
- $Rp250.000 + (10\% \times 250.000) + 10\% \{250.000 + (10\% \times 250.000)\}$
 - $Rp250.000 + (10\% \times 250.000) + 11\% \{250.000 + (10\% \times 250.000)\}$
 - $Rp250.000 + (10\% \times 250.000) + 10\% (10\% \times 250.000)$
 - $Rp250.000 + (11\% \times 250.000) + 10\% \{250.000 + (10\% \times 250.000)\}$
 - $Rp250.000 + (10\% \times 250.000) + 10\% \{250.000 + (11\% \times 250.000)\}$
24. Pariwisata merupakan produk yang bersifat *intangible*, artinya
- hanya dapat dirasakan setelah produk dibeli dan dinikmati
 - dapat dirasakan sebelum produk dibeli
 - dapat diketahui lebih dahulu melalui brosur
 - produk dapat dipesan sesuai kehendak wisatawan
 - tidak dapat diuangkan kembali

25. Pariwisata merupakan multi dimensi pengetahuan dan melibatkan multi bisnis dalam perekonomian suatu negara. Di bawah ini adalah komponen-komponen utama yang secara langsung dan menjadi tulang punggung dunia pariwisata, kecuali
- bisnis akomodasi wisata dan *restaurant*
 - bisnis *Tour and Travel dan Event Organizer (MICE)*
 - bisnis *garmen, boutique, fashion dan cosmetic*
 - bisnis atraksi dan objek wisatabisnis souvenir
 - pertunjukan seni dan adat istiadat daerah
26. Pariwisata merupakan industri jasa yang memberikan kepuasan dan kesenangan kepada wisatawan yang datang untuk bersenang-senang, dengan sikap yang ramah dan lingkungan yang "*clean and safety*". Industri semacam ini disebut dengan...
- industri pariwisata
 - hospitality industry*
 - industri ramah lingkungan
 - unsmoked industry*
 - chemical industry*
27. Proses layanan penjemputan wisatawan dari satu hotel kemudian diantar ke bandar udara untuk *check-in* penerbangan disebut
- transfer in*
 - transfer out*
 - transfer service*
 - transfer connection*
 - inter airport transfer*
28. Komponen utama utama suatu perjalanan wisata, sesuai dengan pengertian pariwisata adalah
- souvenir, meal, tourist object, accomodation*
 - transportation, accomodation, meal, tourist object*
 - money changer, culture, attraction, hotel*
 - telecomunication, accomodation, transportation, restaurant*
 - souvenir, agrotourism, hospitality, transportation*
29. Keuntungan yang diperoleh dalam usaha perjalanan wisata berupa *add-on profit* dan *agency commision*, artinya
- mengambil keuntungan dari komisi dan menaikkan harga paket
 - mengambil keuntungan dari menaikan harga komponen *tour*
 - mengambil keuntungan dari komisi pemasok
 - menambah harga dasar dengan *mark up* 10%
 - mengambil keuntungan dari laba dan komisi

30. Kegiatan wisata yang difokuskan pada kunjungan ke peninggalan bersejarah, seni tradisional dan adat istiadat, disebut
- A. agrotourism tour
 - B. spectacular tour
 - C. historical tour
 - D. adventure tour
 - E. memorial tour

Bagian 2: Soal Nomor 1 sampai dengan 35

1. Jasa layanan akomodasi merupakan sebuah produk jasa yang dihasilkan langsung dari
- A. perusahaan sarana pariwisata
 - B. *wholesale*
 - C. biro perjalanan wisata
 - D. usaha perhotelan
 - E. perusahaan jasa pariwisata
2. Istilah FOC dalam layanan perjalanan wisata adalah
- A. *reduce* harga sampai dengan 10%
 - B. tidak berlaku *refund*
 - C. harga yang telah disepakati bersama
 - D. bebas dari pajak pelayanan
 - E. dibebaskan dari pembayaran sesuai kesepakatan
3. Harga pokok dari suatu paket perjalanan wisata sebesar Rp1.750.000,00. Rumus untuk menghitung harga jual dengan komisi agen 10% adalah
- A. $\frac{110}{100} \times 1.750.000,00$
 - B. $\frac{100}{90} \times 1.750.000,00$
 - C. $\frac{90}{100} \times 1.750.000,00$
 - D. $\frac{100}{110} \times 1.750.000,00$
 - E. $\frac{10}{100} \times 1.750.000,00$
4. Diketahui harga pokok paket wisata ditambah laba sebesar Rp990.000,00 Jika dijual melalui agen dengan komisi sebesar 10%, maka harga jual paket tersebut adalah
- A. Rp1.089.000,00
 - B. Rp1.109.000,00
 - C. Rp1.100.000,00
 - D. Rp1.189.600,00
 - E. Rp1.110.000,00

5. Dalam penghitungan harga paket perjalanan wisata, *'tour guides fee'* yang dibayar untuk per *group*, termasuk komponen
 - A. biaya tetap
 - B. biaya variabel
 - C. biaya tambahan
 - D. biaya pokok
 - E. biaya tak terduga

6. Dalam industri pariwisata terdapat satu periode dimana terjadi kunjungan di suatu daerah tujuan dalam jumlah kecil. Periode ini disebut
 - A. *low season*
 - B. *mid season*
 - C. *peak season*
 - D. *average season*
 - E. *booming season*

7. *A . . . is one that changes according to how many people take the tour, if it cost Rp10.000,00 per pax to visit the Museum, then you'll have to spend Rp200.000,00 for 20 pax, and if your tour is made up of 40 pax the expense will be Rp400.000,00.*
 - A. *general cost*
 - B. *tour cost*
 - C. *variable cost*
 - D. *individual cost*
 - E. *fixed cost*

8. *A tour program is followed by 15 tourist. Total fix cost is Rp2.750.000,00 and total variable cost is Rp475.000,00 If the profit margin is 25%, total cost per pax before agent commission is*
 - A. Rp229.375,00
 - B. Rp268.750,00
 - C. Rp306.250,00
 - D. Rp823.125,00
 - E. Rp843.750,00

9. *A tour planner must be positive thinking, have a control of his emotions, and understand about of the other business relation.*
 - A. *deal with*
 - B. *improve*
 - C. *behavior*
 - D. *contact*
 - E. *extend*

10. "A total fix cost divide total pax added total variable cost plus profit margin" is called
- net selling price*
 - net buying price*
 - total price*
 - buying price*
 - selling price*
11. A . . . is one that never changes, no matter how many people are on the tour, a particular a bus may cost Rp1.300.000,00 a day, no matter if 20 pax or 40 pax are on it.
- variable cost*
 - special cost*
 - general cost*
 - individual cost*
 - fixed cost*
12. Tour for employees, dealers or agent, often with spouses, paid by a firm as a reward for achieving sales or others targets for understanding performance, or stimulus to future attainment, this tour are called
- the special tour*
 - inclusive tour*
 - incoming tour*
 - incentive tour*
 - in bound tour*
13. Perjalanan wisata atau lazim disebut *tour*, mempunyai ciri-ciri spesifik yang memperlihatkan kegiatan wisatanya, terdiri dari *komponen-komponen inti* dari pariwisata
- transportasi, akomodasi, *restaurant*, *souvenir*, budaya, adat.
 - transportasi, objek wisata, akomodasi, dan *restaurant*
 - intertaint, transportasi, akomodasi, *restaurant* dan *souvenir*
 - atraksi wisata, transportasi, akomodasi, *restaurant*, *money changer*, dan objek wisata
 - bank, transportasi, akomodasi, *restaurant*, dan objek wisata
14. Suatu perjalanan wisata yang terdiri dari satu atau lebih kunjungan dan disusun dari berbagai fasilitas perjalanan dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual dengan harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan, biasa disebut
- atraksi wisata
 - objek wisata
 - paket wisata
 - ekowisata
 - agrowisata

15. Dalam penyusunan paket wisata, perlu dipertimbangkan faktor-faktor “pasar dari produk”, faktor-faktor tersebut adalah
- pesaing, dayabeli, trend produk, harga, lokasi pasar
 - murah, disukai wisatawan, aman dan menyenangkan
 - promosi, corak/trend produk, harga, lokasi pasar, garansi
 - after sale services*, corak, dayabeli konsumen, trend produk,
 - pesaing, corak dan dayabeli konsumen, fasilitas, komunikasi
16. Sebuah perusahaan jasa perantara yang mencari keuntungan dari mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan layanan bagi seseorang/group untuk melakukan perjalanan dan wisata; adalah:
- BPW
 - APW
 - UPW
 - PPW
 - BPU
17. Perusahaan yang mengelola suatu perjalanan wisata/umum, mengambil keuntungan dari . . . dan menaikkan harga dengan “*mark up*” sekian persen dari harga pokok.
- bunga dari uang pembayaran wisatawan
 - laba harian
 - tips yang diberikan wisatawan
 - komisi dari pemasok
 - sisa anggaran setiap tahun
18. *Your company is wholesale travel and create one full day Tangkuban Perahu tour followed by 20 tourist and price is Rp125.000,00 per pax. If the programme is sold by other travel agent with 10% agent commission, the total cost to be paid by agent to your company is . . . ?*
- Rp1.500.000,00
 - Rp2.000.000,00
 - Rp2.250.000,00
 - Rp2.100.000,00
 - Rp2.750.000,00
19. Keuntungan yang diperoleh dalam usaha perjalanan wisata berupa *add-on profit* dan *agency commision*, artinya
- mengambil keuntungan dari komisi dan menaikkan harga jual
 - mengambil keuntungan dari menaikkan harga komponen *tour*
 - mengambil keuntungan dari komisi pemasok.
 - menambah harga dasar dengan *mark up* dan komisi pemasok
 - mengambil keuntungan dari agen dan komisi pemasok
20. Istilah FOC dalam layanan perjalanan wisata adalah
- reduce* harga sampai dengan 10%
 - tidak berlaku *refund*

- C. harga yang telah disepakati bersama
 - D. bebas dari pajak pelayanan
 - E. dibebaskan dari pembayaran sesuai kesepakatan
21. *Three type of rate is*
- A. *contract rate, publish rate, special rate*
 - B. *publish rate, package rate, corporate rate*
 - C. *corporate rate, publish rate, contract rate*
 - D. *discount rate, special rate, publish rate*
 - E. *package rate, corporate rate, contract rate*
22. Upayakan memutuskan dengan “*win-win solution*” maksudnya
- A. kedua belah pihak menyetujui keputusan
 - B. kedua belah pihak menandatangani keputusan
 - C. kedua belah pihak menyadari permasalahan dan bersepakat
 - D. keuntungan dan kerugian dibagi dua sama rata
 - E. perusahaan mengalah demi menyenangkan pelanggan
23. Agen perjalanan wisata berhasil menjual paket perjalanan wisata kepada 12 orang wisatawan dengan harga jual Rp650.000,00 /pax. Dari hasil penjualan tersebut agen berhak memperoleh komisi sebesar 10%. Berapa yang harus dibayar agen ke biro perjalanan?
- A. Rp6.500.000,00
 - B. Rp5.850.000,00
 - C. Rp7.800.000,00
 - D. Rp7.020.000,00
 - E. Rp585.000,00
24. Tarif *charter* sebuah bus pariwisata (40 *seaters*) adalah Rp1.750.000,00 per hari. Jika rombongan diikuti oleh 28 peserta mengikuti program selama 2 hari, biaya tiap peserta adalah
- A. Rp62.500,00
 - B. Rp100.000,00
 - C. Rp125.000,00
 - D. Rp127.500,00
 - E. Rp132.500,00
25. Brosur dan leaflet merupakan sumber dan sekaligus sarana pemasaran pariwisata. Sumber informasi jenis ini dikategorikan sebagai sumber informasi
- A. cetak
 - B. elektronik
 - C. telematika
 - D. internet
 - E. audio

Menyelenggarakan Suatu Acara



A. Tujuan Khusus

Setelah mempelajari bab ini, peserta didik diharapkan mampu memahami dan menerapkan kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh karyawan yang bekerja pada suatu perusahaan *event organizer* sesuai dengan tuntutan Standar Kompetensi yang berlaku.

B. Lingkup Materi

- ✓ Mengidentifikasi tujuan acara
- ✓ Merencanakan program acara
- ✓ Penyelesaian detail program acara
- ✓ Menyusun proposal
- ✓ Rencana pengembangan implementasi dan evaluasi sponsor
- ✓ Merundingkan dan menyimpulkan peluang sponsor
- ✓ Meninjau keseluruhan penataan *event*
- ✓ Memonitor kelangsungan acara
- ✓ Mengevaluasi penyelenggaraan acara

Materi Pembelajaran

I. Event Manajemen Sebagai Sebuah Bisnis Baru

- a. *Event Organizer* merupakan sebuah bidang pekerjaan yang sudah berkembang pesat di negeri kita. Dari yang bergerak di bidang *impresariat*/pertunjukan tari dan musik, pameran produk elektronik dan otomotif, sampai paket ulang tahun dan pengantin serta penyelenggaraan acara yang sifatnya *ceremonial* seperti seminar, pekan olahraga, dan lain-lain. Fungsi EO ini dalam mekanisme sebuah penyelenggaraan acara berada sebagai pelaksana sekaligus mediator antara pemilik acara dengan komponen-komponen yang dibutuhkan yang terkait dengan jenis acara. EO yang mengkoordinasi, melayani, *mensupport* kepentingan para pihak terkait. Perannya sangat penting dalam kesuksesan sebuah acara. Pekerjaan orang-orang yang terlibat dalam pelaksanaan acara, merupakan pekerjaan yang "*under pressure*" sehingga diperlukan kekuatan mental dan pengendalian emosi serta kemampuan pengambilan keputusan yang bijaksana dan menguntungkan semua pihak.

Beberapa perusahaan yang sudah berpengalaman adalah *Promosindo*, *Java Musikindo* (pertunjukan musik), atau *Dyandra* (pameran komputer, mobil). Prinsip dasar dari penyelenggaraan *event* adalah kemampuan untuk memimpin /mengorganisir (*leadership*) sekumpulan orang-orang yang bekerja pada perusahaan terkait seperti katering, transportasi, tata panggung, dan lampu, pengusaha bunga, dan juga *hall* atau ruangan besar/areal (*venue/ballroom*) yang dimiliki suatu lembaga atau hotel. Kemampuan mengorganisasikan tersebut didukung oleh keterampilan *lobbying* serta menjalin jejaring kerja yang diperkuat dengan teknik komunikasi dan negosiasi.

Berkecimpung dalam profesi ini, merupakan sebuah tantangan dalam berbisnis "melibatkan orang". Bagaimana dengan keuntungan *finance* tentunya dapat dikompromikan dengan pihak-pihak pemasok maupun *sponsorship*. Pembagian keuntungan ada yang sesuai dengan ada pula yang menggunakan komposisi bagi hasil (pendapatan dikurangi *cost* terus dibagi kesepakatan awal),

Kondisi fisik yang sehat lahir batin sangat dituntut dalam pekerjaan ini karena mereka memberikan "pelayanan kepada pemilik acara, pemasok dan kepada tamu yang datang. Tidak ada pekerjaan berhasil "dengan *zero complain*" namun dalam penyelenggaraan EO akan selalu ada *complain* yang harus diartikan dengan "penilaian menuju keberhasilan".

b. Beberapa hal yang harus diketahui dalam memulai bisnis EO

Kompetensi	Kriteria Kinerja	Kondisi kerja
Kreativitas Tinggi	<ul style="list-style-type: none"> Selalu cerdas dan mempunyai rasa estetika serta berfikir strategis 	Menghadapi konsumen dan pesaing bisnis dengan berbagai karakter
Analisa data /informasi	<ul style="list-style-type: none"> Mampu dalam: <ul style="list-style-type: none"> - mengidentifikasi data informasi - klasifikasi fakta/informasi - merumuskan alternatif pengambilan keputusan/tindak lanjut 	Mempelajari data internal dan eksternal baik tertulis/media/ hasil wawancara
<i>Organizing</i>	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki interpersonal <i>skill</i> dan terpercaya bertanggung jawab serta berani menanggung resiko 	Punya relasi yang banyak dan menguasai peta lokasi (tidak dislocated)
<i>Excelent Customer services</i>	<ul style="list-style-type: none"> Tanggap pada situasi yang menuntut pengambilan keputusan yang cepat untuk segera dapat mengantisipasi kebutuhan pelanggan 	Kemahiran membaca situasi, intuisi tinggi dan selalu bersikap ramah terhadap siapa pun serta punya jejaring kerja
Energik dan antusias	<ul style="list-style-type: none"> Mampu menjaga stamina, penampilan, <i>clean feeling</i>, cekatan dan dinamis dalam <i>moving/pergerakan</i> 	Relaks, humor yang tepat, disenangi lingkungannya
Pegetahuan/ informasi terkini	<ul style="list-style-type: none"> Mampu mendengarkan dan menyerap serta mengingat dengan baik <i>serta</i> 	Menggali informasi yang akurat dari sumber-sumber lain serta pesaing
Administratif	<ul style="list-style-type: none"> Pengetahuan kearsipan serta tata laksana ruang dan fasilitasnya 	Koresponden dalam bahasa Indonesia dan Inggris/asing lainnya
Komunikasi efektif dan negosiatif	<ul style="list-style-type: none"> Mampu menyiapkan presentasi bisnis <i>Public speaking, interpersonal skill</i> 	<i>Sharing</i> informasi dan kemampuan <i>member</i> instruksi tanpa kesan memerintah

II. Mengidentifikasi Prosedur dan Sistem yang Diperlukan

Prosedur dan sistem yang diperlukan untuk acara diidentifikasi dan dikonsultasikan dengan kolega terkait dan pelanggan diinvestigasi tentang prosedur keperluan yang dibutuhkan dari leveransi yang ikut serta.

- a. Pengembangan sistem dan prosedur
Sistem dan prosedur yang efektif dan efisien adalah mengembangkan dan memfasilitasi manajemen dan administrasi acara yang berhubungan dengan:
 - o Registrasi tamu
 - o Organisasi komite
 - o Sistem manajemen pendukung termasuk penilaian dalam hal keamanan dan risiko
 - o Pembuatan dan penyampaian laporan secara
 - o Keperluan khusus pada acara tertentu
 - o Sumber terpercaya dialokasikan dalam menyusun sistem dan *monitoring*
 - o Bila diperlukan sistem harus disetujui dan diteruskan
 - o Pada waktu yang tepat kolega diberi tahu secara keseluruhan perihal sistem dan prosedur
 - o Pelatihan dan dukungan diberikan sesuai permintaan
- b. Memonitor dan meninjau ulang sistem dan prosedur
 - o Memonitor efisiensi dan efektifitas dari system dan prosedur
 - o Memperhatikan saran-saran dari kolega
 - o Perbaikan dilakukan dan dilaksanakan

III. Mengidentifikasi Tujuan Acara

Mengidentifikasi tujuan acara harus dilakukan dengan teliti dan dilakukan *brain storming* antartim, menentukan visi, misi, tema, dan moto dari suatu acara TIDAK terlepas dari visi misi perusahaan pemilik acara selaku *steering comitee*, sedangkan EO bertindak sebagai *organizing comite*. Dalam menentukan tujuan perlu mengacu pada:

- a. Konteks keseluruhan dan lingkup acara harus diidentifikasi berdasarkan SWOT analisis dan 5W 1H (Who, Why, What, When, Where + How)
- b. Tujuan acara secara spesifik dikembangkan berdasarkan *spesific, measurable, achievable, reliable, timing* (SMART) dan dikonsultasikan dengan konsultan/kolega yang relevan untuk pertimbangan/saran dan persetujuan.

IV. Merencanakan Program Acara

- a. Tanggal, waktu, dan *venue* dipilih sesuai dengan tujuan penyelenggaraan acara dan sasaran *audiens*
- b. Tema dibuat secara menarik, trendi, dan relevan dengan tujuan acara
- c. Cakupan acara disusun sesuai dengan tema dan tujuan penyelenggaraan acara

- d. Komponen pendukung acara diidentifikasi
- e. Perkiraan biaya dipertimbangkan dengan seksama sesuai sumber-sumber yang dapat dicari (modal awal dan *sponsorship*)

Jenis acara berkisar pada:

- o *Reunion*
- o *Workshop*
- o Seminar
- o *Conference*
- o *Convention*
- o Festival

Aktifitas dapat dilaksanakan pada tingkat:

- o Lokal
- o Regional
- o Nasional
- o Internasional

V. Penyelesaian Detail Program Acara

- a. Perencanaan program acara dipresentasikan kepada orang-orang yang terkait pada waktu yang diminta
- b. Rencana pembiayaan dan perkiraan keuntungan serta daftar *sponsorship* di presentasikan kepada konsultan untuk dimintai saran pertimbangan
- c. Detail disetujui sehubungan dengan prosedur yang telah disepakati

VI. Menyusun Proposal

- a. Proposal Penyelenggaraan Acara
 - 1) Isi Proposal
 - a) Pendahuluan/Latar Belakang
Berisi kata pengantar yang disampaikan untuk memberikan gambaran tentang sesuatu yang diproposalkan.
 - b) Nama Kegiatan
Berisi nama kegiatan yang akan diselenggarakan, misal: MOS 2005.
 - c) Tema Kegiatan
Berisi tema dari kegiatan yang akan diselenggarakan.
 - d) Dasar Pemikiran/Dasar Pelaksanaan
Berisi hal-hal mendasar yang melandasi diadakannya suatu kegiatan. Misalnya saja seperti:
 - (1) Melihat situasi dan kondisi sesuatu yang diproposal-an, misalnya seperti bangunan sekolah yang sudah rusak dan untuk segera direnovasi.
 - (2) Surat dari pimpinan/kepala sekolah tentang sesuatu hal untuk dilaksanakan.

- (3) Hasil rapat-rapat.
- (4) Program kerja.
- e) Tujuan
Berisi tujuan diadakannya kegiatan.
- f) Bentuk Kegiatan
- g) Sasaran/Peserta
Berisi pihak yang dikenai kegiatan.
- h) Waktu dan Tempat Kegiatan
Berisi hari, tanggal, waktu, serta tempat dilaksanakannya kegiatan.
- i) Susunan Panitia
Berisi susunan panitia penyelenggara kegiatan.
- j) Rencana Kegiatan
Berisi rangkaian kegiatan yang direncanakan dari awal acara hingga akhir acara.
- k) Rencana Anggaran
Berisi rencana anggaran untuk menyelenggarakan suatu kegiatan.
 - a. Pemasukan: memuat dari mana sumber biaya dan besarnya anggaran yang diperoleh.
 - b. Pengeluaran: memuat pos-pos pengeluaran dan besarnya anggaran yang dikeluarkan.
- l) Pelaporan
Berisi komitmen dari kepanitiaan mengenai batas waktu menyusun laporan.
- m) Penutupan
Berisi harapan dari penyelenggara agar kegiatan dapat berjalan dengan baik dan sukses.

Catatan:

Setelah presentasi, disusun proposal resmi untuk persetujuan resmi/legal, dari pimpinan dengan detail : latar belakang, tujuan, tema, personal, detail acara, *budget*, prakiraan *benefit*, sumber dana, daftar sponsor, rekan kerja.

- b. Memilih venue perlu memerhatikan untuk siapa *event* diselenggarakan.
 - Sedang musim (cuaca, trend, liburan) apa saat diselenggarakan *event*, terkait dengan jumlah pengunjung.
 - Dimana lokasi *event*, apakah mudah dijangkau dengan kendaraan, jauh dari gangguan keamanan, nyaman, kemudahan yang lain seperti yang terkait dengan akomodasi (bila perlu).
 - Bagaimana dengan biaya, cukup menjanjikan, diperlukan sponsor, system pembayaran, deposit, komisi dan lain-lain.

- Apakah memungkinkan kelayakan kecukupan daya listrik, gangguan alam/hujan, untuk mengakses informasi/internet dan telepon.
- Apakah Anda mempunyai staf pengelola gedung/ teknisi yang yang andal.
- Apakah fasilitas *rest room* dan *bar* tersedia.
- Apakah diperlukan transportasi umum/taksi bagi peserta.

c. *Proposal Sponsorship*

1) *Pendahuluan*

Berisi kata pengantar yang disampaikan untuk memberikan gambaran mengenai kerja sama yang dilakukan oleh panitia kepada pihak ketiga (sponsor).

2) *Ketentuan sponsorship* berisi mengenai ketentuan-ketentuan *sponsorship*, seperti tentang batas akhir penyerahan materi *sponsorship*, pembatalan *sponsorship*, dan sebagainya.

3) *Bentuk kerja sama sponsorship* yang ditawarkan berisi paket-paket promosi yang ditawarkan kepada pihak ketiga (sponsor), seperti: sponsor tunggal, sponsor utama, sponsor kedua, dan seterusnya. Termasuk juga media/bentuk *sponsorship* yang ditawarkan kepada pihak ketiga (sponsor).

4) *Detail spesifikasi sponsorship* yang ditawarkan. Berisi spesifikasi bentuk *sponsorship* yang ditawarkan, seperti: spanduk, *leaflet*, dan sebagainya, serta ketentuan teknis mengenai bentuk *sponsorship* tersebut, seperti ukuran ruang sponsor, bahan yang dipergunakan, warna, harga, jumlah, harga, pemasangan, penyedia materi, dan yang penting keuntungan yang diperoleh oleh sponsor. Dan sebagainya.

Catatan:

Isi proposal harus disusun menarik, baik penampilan maupun isinya, sehingga orang yang membacanya dapat mengerti dengan mudah dan tertarik dengan isi atau apa yang akan ditawarkan.

d. *Cover Proposal*

1) *Cover proposal* dibuat semenarik mungkin, sehingga dapat menarik perhatian dari pihak yang diberi proposal (sponsor).

2) *Cover* harus memuat nama kegiatan dan bentuk kegiatan yang diselenggarakan sehingga pihak sponsor tahu apakah kegiatan yang diselenggarakan itu '*parade band*', '*pentas seni*', '*omba karya ilmiah*', atau kegiatan lain. Selain itu juga memuat tanggal pelaksanaan dan pihak yang menyelenggarakan kegiatan.

e. Kategori sponsor

1) SPONSOR UTAMA

Sponsor utama mendanai kegiatan ini sebesar sekian persen dari total anggaran yang diperlukan untuk penyelenggaraan seminar. Sponsor utama hanya terbuka bagi dua partisipan. Biasanya bagi yang bersedia menjadi sponsor utama, kami memberikan tenggang waktu hingga waktu tertentu (disepakati bersama). Biasanya sponsor utama diberikan fasilitas.

Fasilitas yang tersedia bagi sponsor utama adalah:

- o Hak pemasangan spanduk perusahaan sekian buah di lokasi strategis. Biaya pembuatan spanduk ditanggung perusahaan.
- o Hak pencantuman logo/nama perusahaan pada halaman luar sampul depan bagian atas buku acara/*booklet* seminar.
- o Hak penyebaran brosur dan sampel produk di lokasi kegiatan.
- o Hak mengisi satu *stand* pameran di lokasi kegiatan

2) CO-SPONSOR

- o Co-sponsor mendanai kegiatan ini sebesar sekian persen dari total anggaran yang diperlukan untuk penyelenggaraan seminar.
- o Co-sponsor hanya terbuka bagi dua partisipan. Bagi yang bersedia menjadi ko-sponsor, kami memberikan tenggang waktu hingga waktu yang disepakati.

Fasilitas yang tersedia bagi ko-sponsor adalah:

- o Hak pemasangan spanduk perusahaan sebanyak satu buah di lokasi strategis yang kami sediakan. Biaya pembuatan spanduk ditanggung perusahaan.
- o Hak pencantuman logo/nama perusahaan pada halaman luar sampul depan bagian bawah buku acara/*booklet* seminar.
- o Hak menyebarkan brosur atau sampel produk perusahaan di lokasi kegiatan.
- o Hak mengisi satu *stand* pameran di lokasi kegiatan yang kami sediakan.

3) SPONSOR TEKNIS

Sponsor teknis mendanai kegiatan ini sebesar 12,5% dari total anggaran yang diperlukan untuk penyelenggaraan seminar. Sponsor teknis terbuka bagi empat partisipan. Biasanya bagi yang bersedia menjadi sponsor teknis, diberikan tenggang waktu hingga waktu yang disepakati

Fasilitas yang tersedia bagi sponsor teknis adalah:

- o Hak pemasangan spanduk perusahaan sebanyak satu buah.
- o Biaya pembuatan spanduk ditanggung perusahaan.
- o Hak pencantuman logo/nama perusahaan pada halaman luar sampul depan bagian bawah buku acara/*booklet* seminar.

- o Hak menyebarkan brosur atau sampel produk kegiatan dilokasi kegiatan.
- o Hak mengisi satu *stand* pameran di lokasi kegiatan yang kami sediakan.

VII. Komponen-Komponen yang Termasuk dalam Bid Proposal

Dalam mengajukan penawaran, diperlukan persyaratan khusus mengenai perusahaan EO tersebut, namun sebelum memulai menyusun surat penawaran/ tender, EO sebaiknya benar-benar memahami tujuan dari pemilik acara serta mengetahui/mencari informasi rinci tentang rencana penyelenggaraan acara, termasuk biaya yang tersedia dan waktu pelaksanaan.

Persyaratan tersebut antara lain adalah:

- o *Covering letter*
- o *General concepts and themes*
- o *Management's previous experience*
- o *Business program*
- o *Social program*
- o *Cost and other budgetary factors*
- o *Travel arrangements*
- o *Touring eg pre/post tours*
- o *Accommodation*
- o *Entertainment*
- o *Staging*
- o *Special features*
- o *References and details of other undertakings*
- o *Organizational information (structure, personal, etc.)*
- o *Support statements, information from other organizations*
- o *Approach to environmental impacts and issues*
- o *Venue selection*
- o *Sample promotional material (additional)*
- o *Proof of company's financial stability*
- o *Executive summary*
- o *Host city/country general information*

VIII. Contoh Registrasi Tamu

FORMULIR PERSETUJUAN SPONSORSHIP

Kami yang bertandatangan di bawah ini :

Nama :
 Jabatan :
 Perusahaan :
 Alamat :
 Kota : Kode Pos :
 Telepon : Fax : E-mail
 Produk/Jasa :

Menyatakan bersedia untuk ikut berpartisipasi sebagai sponsor **INDO BUILDTECH EXPO 2005** dengan pilihan paket sponsor sebagai berikut.

Pilihan Paket Sponsor	Volume	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga
<input type="radio"/> ? Sponsor Utama <input type="radio"/> Sponsor Madya <input type="radio"/> Sponsor Media Luar Ruang (M.L.R.) <input type="radio"/> Banner Horizontal (7.00 m x 0.90 m) <input type="radio"/> Banner Horizontal (6.00 m x 0.90 M) <input type="radio"/> Lain-lain : <input type="radio"/>	Paket Paket	Paket Paket	

Sebagai sponsor, kami menyetujui untuk melakukan pembayaran sebagai berikut.

- Pembayaran pertama 25% pada saat formulir persetujuan ini ditandatangani.
- Pembayaran kedua 50% selambat-lambatnya tanggal 31 Mei 2005.
- Pelunasan 25% selambat-lambatnya tanggal 15 Juni 2005.

Jakarta, 200
 Organizer

PT. Agya Prakasa
 Tandatangan dan Nama Jelas

*) Beri tanda silang (X) pada paket sponsor pilihan Anda

Materai
 Rp6000,00

IX. Melaksanakan Kegiatan Acara

- a. Memantau proses yang sedang terjadi
Contoh bila acaranya adalah konferensi/seminar.
 - o *Set up registration area* tanpa kendala (aman, mudah dijangkau, nyaman, kelengkapan alat/komputer, SOP)
 - o Tempat pendaftaran dan peraturannya dipantahapkan ada hambatan untuk segera antisipasi
 - o Tempat dicek untuk keamanan dan kenyamanan para tamu, anggota delegasi serta rekan sejawatnya termasuk yang berhandicap/cacat
 - o Tanda-tanda lokasi (*rest room*, resto, ruang siding) dan *warning* didirikan/disiapkan sesuai persetujuan sebelumnya
 - o Peralatan disiapkan dan kesiapannya bekerja sebelum pelaksanaan acara
 - o Ruang dan petugas sekretariatMateri disiapkan dan diatur sesuai area pendaftaran termasuk yang berikut.
 - o Daftar anggota delegasi
 - o Name *tag*
 - o Tas delegasi
 - o Alat tulis
 - o Alat-alat cadangan
 - o Laporan para anggota delegasi
- b. Kesiapan sumber daya manusia/staf pelaksana
 - 1) Persiapan final untuk semua aspek acara diperiksa
 - 2) Materi disiapkan untuk jasa manajemen secara efektif:
 - o Formulir pemesanan (*running sheet*)
 - o Salinan persetujuan dengan para *supplier*
 - 3) Nomor kontak dengan para *supplier*
 - 4) Para staf yang terkait diberi pengumuman singkat sebelum acara berlangsung
- c. Meninjau keseluruhan penataan *event*
 - 1) *Supplier* ketenagakerjaan yang telah dipilih harus mudah dihubungi dan keperluan yang telah disetujui direkonfirmasi lagi
 - 2) Apabila perlu, penyempurnaan dilakukan dan disetujui dengan *supplier*
 - 3) Aspek penataan dicek sesuai dengan persetujuan termasuk:
 - o Pemakaian materi dan alat
 - o Pengaturan ruangan
 - o Panggung
 - o Peralatan teknis
 - o *Display* dan *signage*
 - o Katering
 - o Area pendaftaran dan kesekretariatan
 - o Semua aspek dari penataan harus dicek untuk garansi keamanan tamu/delegasi termasuk mereka yang menggunakan kursi roda dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- ABACUS. 2001. *Reference Guide to Basic Fare and Ticketing*.
- Amex dan Budpar. 2003. *Pesona Indonesia*. Jakarta: Budpar.
- Cook dan Steve Macaulay. 1997. *Customer Service*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Damarjati. 1992. *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramitha.
- Depdiknas & IAPSD. 2002. *Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Usaha Jasa Pariwisata*. Jakarta.
- Depdiknas & IAPSD. 2002. *Standar Learning Material and Assessment Usaha Jasa Pariwisata*. Jakarta.
- Ditjen Imigrasi. *Keimigrasian*, Imigrasi.
- Foster. 2000. *An Introduction to Travel and Tourism*. Mc Graw Hill.
- Garuda Indonesia. 2001. *Timetable Garuda Indonesia*.
- Garuda Indonesia. 2005. *Garuda Meluncurkan Kembali Program Frequent Flyer*. Jakarta: Garuda.
- Harjana. 2003. *Komunikasi Intra dan Interpersonal*. Jakarta: Kanisius.
- IATA. 2005. *Air Fares & Ticketing 1 Workbook Edisi 5.6*, IATA Training & Development Int.
- Irianto. 1999. *Pengantar Airline Reservation*. Jakarta: Grasindo.
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. 2006. *Kenali Negrimu*. Jakarta.
- Kodhyat dan Ramaini. 1992. *Kamus Pariwisata dan Perhotelan*. Jakarta: Grasindo.
- Mancini. 2001. *Conducting Tours. Third Edition*. Delmar. 2001. United States.
- Musanef. 1999. *Manajemen Usaha Pariwisata Indonesia*. Jakarta.
- Nuriata. 1995. *Pemanduan Wisata*. Depdikbud. Jakarta.
- Pusat Pengembangan dan Penataran Guru Kejuruan Bisnis dan Pariwisata, 2002, *Tour Guiding*, Wardhani UE .
- PPPPTK Bisnis dan Pariwisata. 2005. *Layanan Transfer*. Purwanto Joko.
- Thomas. 1998. *How to increase your Travel Sales*. Melbourne: Hospitality Press.
- Tjiptono. 2000. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Jogjakarta: Andy.
- Yale. 1999. *The Busines of Tour Operations*. England: Longman Group.

Lampiran A

www.wikimedia.com

www.wisatamakassar.cjb.net

www.hpionline.org

www.wftga.com

www.tourismwestjava.com/

www.eastjava.com/tourism/surabaya

[www.yogyes.com\](http://www.yogyes.com)

www.geocities.com/wisatamakassar/makassar1.html

www.pariwisata.denpasarkota.go.id/

www.manado-tourism.info

GLOSARIUM

A

B

C

- ⇒ *Check in* adalah proses pelaporan untuk mendapatkan pelayanan berupa akomodasi, fasilitas di penerbangan dan pelayanan lainnya. Contohnya *check in* di hotel atau di bandara
- ⇒ *Check out* adalah proses pelaporan setelah selesai menggunakan fasilitas. Contohnya *check out* dari hotel
- ⇒ *City guide* adalah pramuwisata yang memberikan informasi mengenai hal-hal penting dalam sebuah kota, biasanya dalam pelaksanaan pekerjaannya menggunakan bus wisata, minibus atau kendaraan jenis van namun adapula di beberapa kota pelaksanaannya dengan berjalan kaki
- ⇒ *Closing* adalah bagian akhir dalam pemberian informasi yang disampaikan oleh seorang pramuwisata/pemandu wisata kepada wisatawan
- ⇒ *Commentary* adalah bagian inti dalam pemberian informasi yang disampaikan oleh seorang pramuwisata/pemandu wisata kepada wisatawannya

D

- ⇒ Daya tarik wisata adalah sifat yang dimiliki oleh suatu objek berupa keunikan, keaslian, kelangkaan, lain daripada yang lain memiliki sifat yang menumbuhkan semangat dan nilai bagi wisatawan
- ⇒ *Docent* adalah pramuwisata yang mengabdikan dirinya dalam memberikan informasi
- ⇒ *Driver guide* adalah pramuwisata yang terkadang memiliki dua fungsi baik sebagai pramuwisata terkadang pula sebagai pengemudi

E

F

G

H

- ⇒ *High season* adalah musim dimana pelaku perjalanan baik umum maupun wisata pada tingkat volume tinggi, biasanya pada saat liburan panjang atau hari-hari besar seperti Idul Fitri, Natal, tahun baru, dan libur panjang sekolah.
- ⇒ HPI = Himpunan Pramuwisata Indonesia

I

—

J

- ⇒ Jasa agen perjalanan wisata adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan
- ⇒ Jasa biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan; dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata
- ⇒ Jasa informasi pariwisata adalah usaha penyediaan informasi, penyebaran dan pemanfaatan informasi kepariwisataan
- ⇒ Jasa impresariat adalah kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan baik yang mendatangkan, mengirimkan maupun mengembalikannya serta menentukan tempat, waktu dan jenis hiburan
- ⇒ Jasa konsultasi pariwisata adalah jasa berupa saran dan nasehat yang diberikan untuk penyelesaian masalah-masalah yang timbul mulai dan penciptaan gagasan, pelaksanaan operasinya dan disusun secara sistematis berdasarkan disiplin ilmu yang diakui serta disampaikan secara lisan, tertulis maupun gambar oleh tenaga ahli profesional

K

- ⇒ Kepariwisataan (Ingg.: tourism), adalah hal-hal utama yang berhubungan dengan perjalanan/wisata dan pariwisata, seperti : transportasi, akomodasi/ perhotelan, restoran

L

- ⇒ *Low season* kebalikan dari *high season* di mana pelaku perjalanan baik umum maupun wisata pada tingkat volume rendah

M

—

N

—

O

- ⇒ Objek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata, yang dibangun dan dikembangkan, sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan
- ⇒ *On site guide* adalah pemandu wisata pada objek wisata khusus

P

- ⇒ Pariwisata (Ingg.: *tour*), perjalanan yang ditempuh untuk sementara waktu, lebih dari 24 jam yang diselenggarakan tidak untuk bisnis tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan dengan bersenang-senang dan hiburan lain dan mencari kesan/memori yang menyenangkan.
- ⇒ *Pax* adalah istilah yang digunakan sebagai pengganti *passenger* atau peserta *tour*
- ⇒ Perjalanan (Ingg: *travel*), pergerakan dari satu tempat ke tempat lain yang bertujuan untuk melakukan suatu kegiatan seperti bekerja/dinas , berdagang, berobat, ziarah, melihat sesuatu objek/tempat yang menarik ataupun mengunjungi sanak keluarga
- ⇒ Pramuwisata adalah "seseorang yang bertugas memberikan bimbingan, penjelasan dan petunjuk tentang objek wisata serta membantu keperluan wisatawan lainnya"
- ⇒ Produk wisata adalah seluruh unsur kepariwisataan baik berupa jasa pelayanan dan fasilitas-fasilitas wisata serta kemudahan-kemudahan maupun atraksi wisata, yang dinikmati wisatawan selama dia berwisata, sejak mulai meninggalkan tempat tinggalnya sampai ia kembali lagi

Q

—

R

—

S

- ⇒ *Special Guide* adalah pramuwisata yang mempunyai keahlian atau keterampilan yang unik atau spesial
- ⇒ Sumber daya wisata adalah unsur lingkungan hidup yang terdiri atas sumber daya manusia, sumber daya buatan dan sumber daya alam yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan sebagai objek wisata

T

- ⇒ *Transfer in* adalah pelayanan kedatangan wisatawan di bandara/pelabuhan/terminal/stasiun di mana wisatawan pertama kali tiba atau ditangani oleh seorang pemandu wisata

Lampiran B

- ⇒ *Transfer out* adalah pelayanan keberangkatan wisatawan di bandara/pelabuhan/terminal/stasiun dimana wisatawan terakhir kali berada di wilayah pelaksanaan perjalanan wisatanya yang diberikan oleh seorang pemandu wisata

U

- ⇒ Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran adalah usaha dengan kegiatan pokok memberikan jasa pelayanan bagi satu pertemuan sekelompok orang (misalnya negarawan, usahawan, cendekiawan) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama
- ⇒ Usaha jasa pramuwisata adalah kegiatan usaha bersifat komersial yang mengatur, mengkoordinir dan menyediakan tenaga pramuwisata untuk memberikan pelayanan bagi seseorang atau kelompok orang yang melakukan perjalanan wisata

V

—

W

- ⇒ WFTGA = World Federation of Tourist Guide
- ⇒ Wisata (Ingg.: *tour*), perjalanan/kunjungan kedaerah yang memiliki daya tarik dan dilakukan untuk tujuan santai dan bersenang-senang
- ⇒ Wisatawan (Ingg.: *tourist*), orang yang melakukan perjalanan wisata, definisi wisatawan ini ditetapkan berdasarkan rekomendasi *International Union of Office Travel Organization* (IUOTO) dan *World Tourism Organization* (WTO). Wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan ke sebuah atau beberapa negara di luar tempat tinggal biasanya atau keluar dari lingkungan tempat tinggalnya untuk periode kurang dari 12 (dua belas) bulan dan memiliki tujuan untuk melakukan berbagai aktivitas wisata. Terminologi ini mencakup penumpang kapal pesiar (*cruise ship passenger*) yang datang dari negara lain dan kembali dengan catatan bermalam.
- ⇒ Wisata agro adalah suatu bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, rekreasi, dan hubungan usaha di bidang agro.

X—

Y—

Z—

ISBN 978-979-060-166-6
ISBN 978-979-060-168-0

Buku ini telah dinilai oleh Badan Standar Nasional Pendidikan (BSNP) dan telah dinyatakan layak sebagai buku teks pelajaran berdasarkan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 45 Tahun 2008 tanggal 15 Agustus 2008 tentang Penetapan Buku Teks Pelajaran yang Memenuhi Syarat Kelayakan untuk digunakan dalam Proses Pembelajaran.

HET (Harga Eceran Tertinggi) Rp. **29.854,00**