



**PEMASARAN PAKET WISATA TOUR AND GUIDING PADA PT. LOMBOK
GO HILDAYS**

Marketing Pakage Tour And Guiding at PT.Lombok Go Holidays

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Oleh

**Putera Mascota Sitepu
NIM 120903102020**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2015**



**PEMASARAN PAKET WISATA TOUR AND GUIDING PADA PT.LOMBOK
GO HOLIDAYS**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya
Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh
PUTERA MASCOTA SITEPU
120903102020

PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2015

PERSEMBAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kelancaran sehingga terselesaikan tugas akhir ini;
2. Kepada Bapak saya Efendi Sitepu S.Pd dan ibu saya Ramiatun Purba yang tercinta;
3. Kepada Kakak Saya Erica Ferry Sukma Sitepu S.E., M.Si, Abang Saya Erwanto Sitepu dan adik saya Hutri Yanti Sitepu yang telah memberikan semangat dan motivasi selama proses pengerjaan tugas akhir;
4. Keluarga Besar Sitepu, saudara sepupu yang telah menyemangati selama proses pengerjaan tugas akhir ini;
5. Buat guru-guru mulai dari TK Cinta Rakyat Pematang Siantar, SD Negeri Siabal-Abal, SMP Budi Mulia, dan SMA Negeri 4, dan segenap dosen D III Usaha Perjalanan Wisata yang telah membimbing selama ini;
6. Buat sahabat-sahabat saya angkatan 2012 Horas yang telah mau berbagi canda dan tawa selama berpelayanan di Jember;
7. Teman-teman seperjuangan D III Usaha Perjalanan Wisata FISIP UNEJ angkatan 2012 yang telah mengukir persahabatan indah dan kenangan yang tak akan terlupakan selama 3 tahun ini;
8. Dosen pembimbing, Yuslinda Dwi Handini S.Sos.,MAB yang telah sabar membimbing dan sangat teliti dalam proses mengerjakan tugas akhir ini;
9. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

HALAMAN MOTO

“ Travel suggestions are dancing lessons from God”.

(Perjalanan yang tidak biasa, adalah menari di jalan Tuhan)

(Kurt Vonnegut)

<http://www.belantaraIndonesia.org/2011/07/kalimat-bijak-para-petualang-dunia.html>

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

nama : Putera Mascota Sitepu

NIM : 120903102020

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa laporan praktek kerja nyata yang berjudul “Pemasaran Paket Wisata Tour and Guiding Pada PT. Lombok Go Holidays” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 16 September 2015

Yang Menyatakan,

Putera Mascota Sitepu

120903102020

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

**Pemasaran Paket Wisata Tour and Guiding Pada PT. Lombok Go
Holidays**

Oleh:

Putera Mascota Sitepu

120903102020

Pembimbing

Dosen Pembimbing : **Yuslinda Dwi Handini S.Sos., MAB**

PENGESAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata berjudul **“Pemasaran Paket Wisata Tour and Guiding Pada PT. Lombok Go Holidays”** telah diuji dan disahkan pada:

Hari, Tanggal : 16 September 2015

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Drs. Syech Hariyono, M.Si

NIP 195904151989021001

Sekretaris,

Anggota

Yuslinda Dwi Handini S.Sos., M.AB

Lusi Anggraeni Sembiring, S.Sos

NIP 197909192008122001

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A

NIP 195207271981031003

RINGKASAN

Pemasaran Paket Wisata Tour and Guiding Pada PT. Lombok Go Hildays;
Putera Mascota Sitepu, 120903102020 ; 2015 : 80 halaman; Jurusan Ilmu
Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Negara Indonesia adalah negara yang kaya akan keindahan alam dan budaya. Keindahan alam yang dihuni oleh berbagai jenis etnik dengan keragaman budaya yang khas sangat mendukung perkembangan sektor Pariwisata. Akan tetapi, sampai saat ini semua potensi dan kekayaan tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Wilayah Indonesia yang dilewati garis khatulistiwa menjadikan Indonesia beriklim tropis yang memunculkan beraneka ragam flora dan fauna yang mempesona para wisatawan untuk datang berkunjung ke Indonesia. Keadaan geografis ini berupa hutan tropis, pantai, gunung dan juga lautan serta keanekaragaman budaya yang merupakan modal besar dasar yang sangat potensial untuk dijadikan Daerah Tujuan Wisata (DTW).

Perjalanan wisata sudah menjadi kebutuhan masyarakat modern pada saat ini, Seiring dengan perkembangan zaman, perjalanan wisata bahkan beralih fungsi tidak lagi sebagai sarana untuk rekreasi semata melainkan sudah menjadi gaya hidup yang dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang dalam tatanan kehidupan masyarakatnya. Akhir-akhir ini perjalanan wisata mulai tumbuh sebagai suatu fenomena pelepasan dan berupa wisata bersenang-senang atau pun wisata rekreasi, sebagai cara untuk melepaskan diri dari kesibukan dunia kerja serta kejenuhan hidup. Seiring dengan perkembangan dunia pariwisata lambat laun menjadi suatu gaya hidup masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata dengan cara mengunjungi tempat-tempat wisata dari berbagai daerah maupun wisata yang terkenal di dunia seperti yang kita ketahui, promosi ke luar negeri sangat di butuhkan untuk menginformasikan objek-objek dan atraksi wisata yang ada, baik itu hotel yang tersedia, restoran, angkutan wisata dan events yang di selenggarakan setiap

tahunnya. Dengan disebarluaskannya alat-alat promosi ke luar negeri maka diharapkan wisatawan asing akan tertarik dan ingin melakukan perjalanan wisata ke Indonesia.

PT.Lombok Go Holidays adalah salah satu biro perjalanan wisata di Kota Mataram Pulau Lombok yang bergerak di bidang jasa. Adapun kegiatan-kegiatan usaha Biro Perjalanan Wisata PT. Lombok Go Holidays antara lain berupa :

- 1.Menyusun dan menjual paket wisata (*package tour*) luar negeri atas dasar permintaan.
2. Penyelenggaraan atau menjual pelayanan wisata.
3. Menyusun dan menjual paket wisata dalam negeri kepada masyarakat.
4. Menyelenggarakan pemanduan wisata.
5. Menyediakan fasilitas untuk wisatawan.
6. Menjual tiket sarana angkutan dan lain- lain.
7. Mengadakan pemesanan sarana wisata.
8. Mengurus dokumen-dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan di PT.Lombok Go Holidays adalah melakukan kegiatan pemasaran paket-paket wisata ke berbagai instansi perusahaan swasta, perusahaan pemerintah dan ke berbagai lembaga pendidikan. selain itu kegiatan pemasaran yang dilakukan yaitu berupa kegiatan berupa ASPPI (ASSOSIASI PELAKU PARIWISATA INDONESIA) yang bertema lombok travel mart II. acara ini adalah acara terbesar untuk mempromosikan Pulau Lombok.

Tahap pengurusan proses *tour guiding* di PT.Lombok Go Holidays adalah pertama bagian *accounting* mencatat hasil reservasi serta mengkoordinasi ke perusahaan dan melakukan kerjasama dengan pihak hotel, restoran, tempat oleh-oleh dan *guide*. kedua peserta akan melakukan registrasi lewat email, telepon, dan fax, selama *tour* berlangsung *guide* akan memberikan lembaran *guest commen* dan map lombok serta penjelasan tempat-tempat objek wisata yang akan dikunjungi selama *tour* berlangsung

PRAKATA

PujiSyukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esah atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan yang berjudul “Pemasaran Paket Wisata Tour and Guiding Pada PT. Lombok Go Hildays”. Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak.Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dr. Edy Wahyudi, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi.
3. Dra. Sri Wahjuni, M.Si.,selaku Ketua Program Studi D III Usaha Perjalanan Wisata.
4. Yuslinda Dwi Handini S.Sos.,MAB sebagai Dosen Pembimbing penulis yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
5. Orang tua saya Efendi Sitepu S.Pd dan ibu saya Ramiatun Purba yang telah mendoakan dan menyemangati sehingga laporan ini dapat terselesaikan;
6. Ahmad Ziadi S.Pd. selaku pimpinan PT.Lombok Go Holidays dan seluruh staf dan yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di perusahaan PT.Lombok Go Holidayas.
7. Teman-teman D-III Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2012.
8. Teman-Teman Angkatan 2012 Horas.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat banyak kekurangan, maka penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan ini. Penulis berharap, semoga laporan ini dapat bermanfaat.

Jember, 16 September 2015

Penulis

DAFTAR ISI

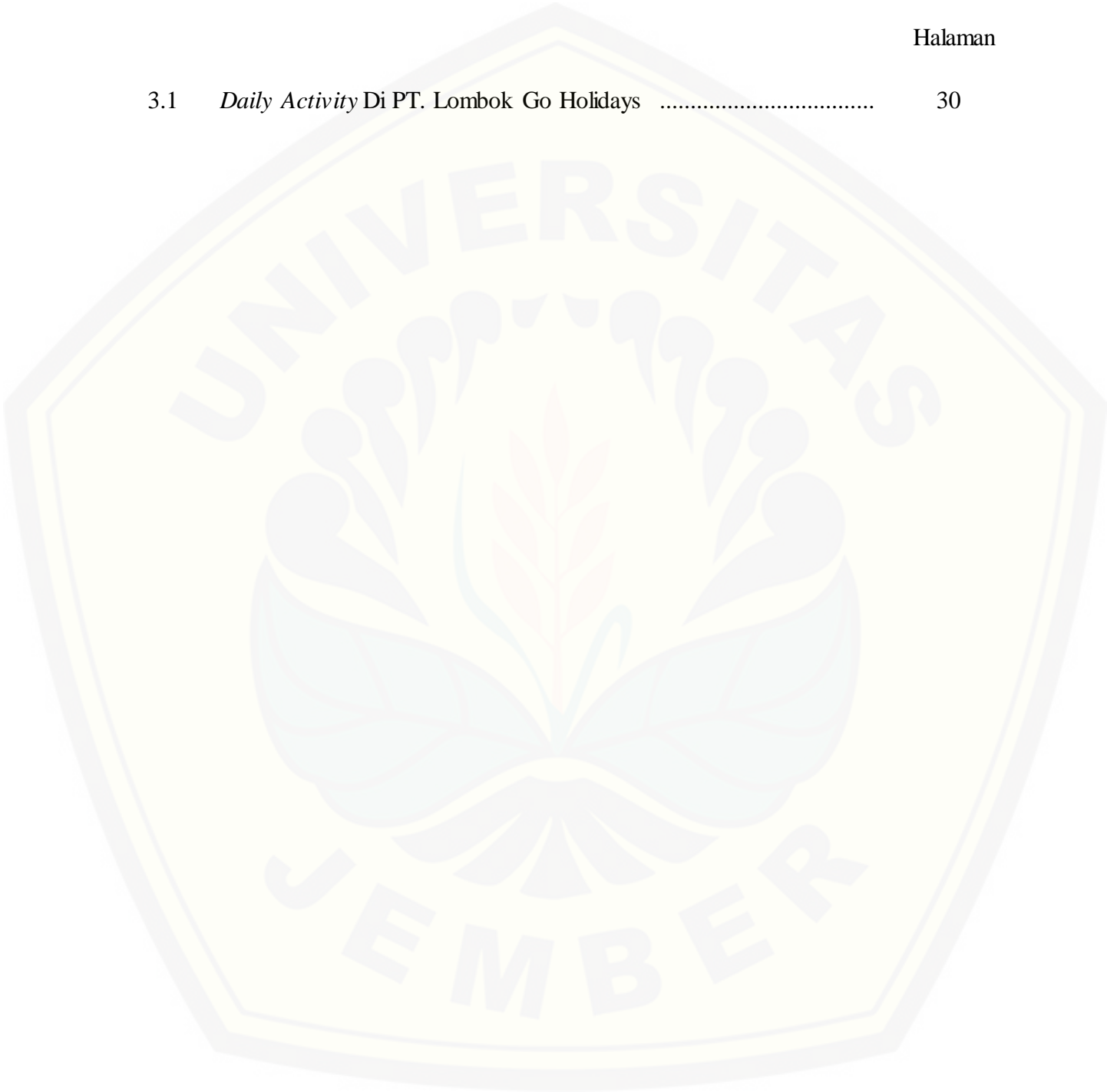
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Praktek Kerja Nyata	5
1.4 Manfaat Praktek Kerja Nyata	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Pariwisata	6
2.2.1 Bentuk-bentuk pariwisata	7
2.2 Pengertian wisata	8
2.3 Pengertian wisatawan	9
2.4 Pengertian objek dan daya tarik wisata	10
2.5 Biro perjalanan wisata atau travel agent	11
2.5.1 Fungsi biro perjalanan	13
2.5.2 Fungsi biro perjalanan sebagai organizer	14

2.6 Pengertian Tour	16
2.6.1 Jenis dan macam <i>tour</i>	16
2.7 Defenisi Paket Wisata	20
2.8 Pengertian Pemasaran	21
2.8.1 Konsep Pemasaran Pariwisata	21
2.9 Tour Guiding (Pemandu Wisata)	24
2.10 Berdasarkan Status	26
2.11 Standarisasi Keamanan Dan Keselamatan	
Wisatawan Yang Wajib Dipenuhi Oleh BPW	25
BAB 3. PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA	29
3.1 Sejarah Singkat PT. Lombok Go Holidays	29
3.2 Lokasi Travel PT. Lombok Go Holidays	29
3.3 Kegiatan Praktik Kerja Nyata	29
3.1 <i>Daily Activity</i> di PT.Lombok Go Holidays.....	30
3.4 Struktur Organisasi PT. lombok go holidays	32
3.4.1 Pembagian Tugas Karyawan PT. Lombok Go Holidays	32
3.5 Tugas-Tugas Persiapan Tour	37
3.8 Kegiatan Pemasaran	37
BAB 4. PEMBAHASAN	38
4.1 Deskripsi Praktek Kerja Nyata	38
4.2 Tempat Praktek Kerja Nyata	38
4.3 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	39
4.4 Makna Lambang PT. Lombok Go Holidays	40
4.5 Kegiatan-Kegiatan Di PT. Lombok Go Holidays	42
4.6 Perencanaan perjalanan	45
4.6.1 Prosedur Penanganan Paket Wisata Di PT. Lombok Go Holidays	
.....	46

4.6.2 Penilaian pemasaran dan tour guiding di PT. Lombok Go Holidays.....	47
4.7 Contoh Paket-Paket Wisata Pulau Lombok	
Di PT. Lombok Go Holidays	51
4.7.1 City Tour (Keliling Kota Mataram).....	51
4.7.2 Sasak Tour.....	52
4.7.3 Waterfall Tour.....	52
4.7.4 Gili Tour (Gili Trawangan, Gili Air, Gili Meno) ...	53
4.7.5 Tracking Rinjani.....	54
4.7.6 Contoh Randon Acara Paket Wisata Lombok	54
4.8 Kelebihan dan Kekurangan dari pemasaran di PT. Lombok Go Holidays	56
4.9 kelebihan dan kekurangan tour guiding di PT. Lombok Go Holidays	57
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

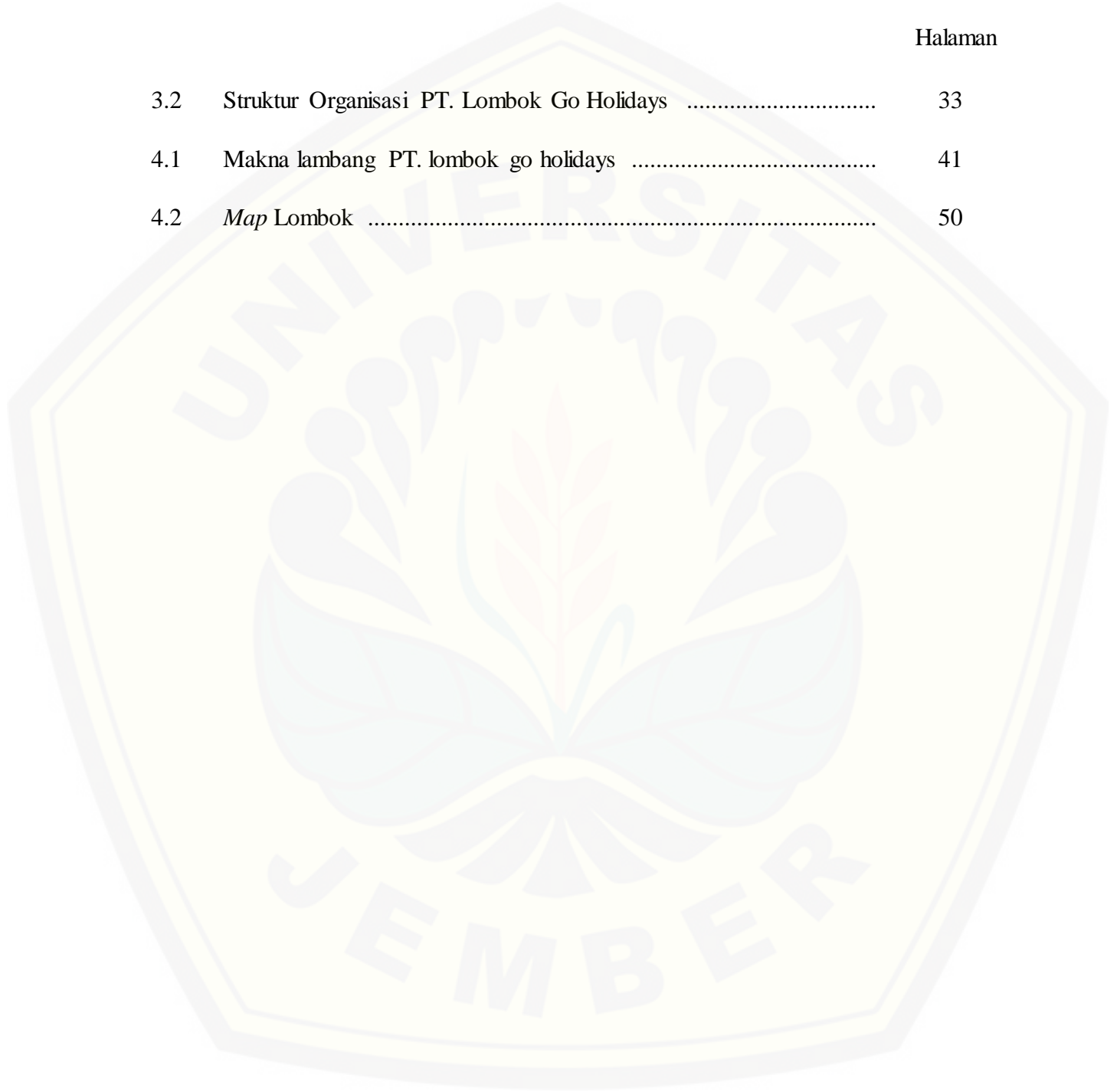
DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 <i>Daily Activity</i> Di PT. Lombok Go Holidays	30



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
3.2 Struktur Organisasi PT. Lombok Go Holidays	33
4.1 Makna lambang PT. lombok go holidays	41
4.2 <i>Map</i> Lombok	50



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia adalah negara yang kaya akan keindahan alam dan budaya. Keindahan alam yang dihuni oleh berbagai jenis etnik dengan keragaman budaya yang khas sangat mendukung perkembangan sektor Pariwisata. Akan tetapi, sampai saat ini semua potensi dan kekayaan tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Wilayah Indonesia yang dilewati garis khatulistiwa menjadikan Indonesia beriklim tropis yang memunculkan beraneka ragam flora dan fauna yang mempesona para wisatawan untuk datang berkunjung ke Indonesia. Keadaan geografis ini berupa hutan tropis, pantai, gunung dan juga lautan serta keanekaragaman budaya yang merupakan modal besar dasar yang sangat potensial untuk dijadikan Daerah Tujuan Wisata (DTW).

Perjalanan wisata sudah menjadi kebutuhan masyarakat modern pada saat ini, Seiring dengan perkembangan zaman, perjalanan wisata bahkan beralih fungsi tidak lagi sebagai sarana untuk rekreasi semata melainkan sudah menjadi gaya hidup yang dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang dalam tatanan kehidupan masyarakatnya. Akhir-akhir ini perjalanan wisata mulai tumbuh sebagai suatu fenomena pelepasan dan berupa wisata bersenang-senang atau pun wisata rekreasi, sebagai cara untuk melepaskan diri dari kesibukan dunia kerja serta kejenuhan hidup. Seiring dengan perkembangan dunia pariwisata lambat laun menjadi suatu gaya hidup masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata dengan cara mengunjungi tempat-tempat wisata dari berbagai daerah maupun wisata yang terkenal di dunia seperti yang kita ketahui, promosi ke luar negeri sangat di butuhkan untuk menginformasikan objek-objek dan atraksi wisata yang ada, baik itu hotel yang tersedia, restoran, angkutan wisata dan event yang di selenggarakan setiap tahunnya.

Perluasan alat-alat promosi ke luar negeri diharapkan dapat menarik serta merangsang wisatawan asing yang ingin melakukan perjalanan wisata ke Indonesia.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 telah diatur kepariwisataan Indonesia yang diselenggarakan berdasarkan Asas Manfaat; Kekeluargaan; Adil Dan Merata; Keseimbangan; Kemandirian; Kelestarian; Partisipatif; Berkelanjutan; Demokratis; Kesetaraan; dan Kesatuan. Dalam melakukan perjalanan wisata ke suatu daerah atau kawasan wisata di Indonesia, akan sangat sulit bagi seorang wisatawan jika harus mengurus segala sesuatu sendiri. Selain membutuhkan banyak waktu, hal ini juga memerlukan penguasaan lapangan objek-objek wisata yang akan di kunjungi. Oleh sebab itu dalam pembuatan rencana perjalanan dibutuhkan peranan sebuah Biro Perjalanan Wisata untuk mengurus semua kebutuhan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata.

Biro Perjalanan Wisata akan membuat rencana perjalanan mereka dalam bentuk produk-produk paket wisata. Produk-produk paket wisata inilah yang nantinya akan dikemas dalam bentuk brosur dipasarkan dan dijual kepada para konsumen sesuai dengan tujuan yang mereka inginkan nanti. Adanya produk-produk paket wisata yang di tawarkan ini, diharapkan akan membantu dan mempermudah wisatawan dalam memilih dan menentukan rencana perjalanan mereka. Selain itu kepariwisataan Indonesia pada saat ini telah tumbuh dan berkembang menjadi salah satu pemasuk devisa bagi negara. Indonesia memiliki potensi yang sangat besar di bidang pariwisata, ini bisa dilihat dari indahnya berbagai macam pemandangan alam, kebudayaan dan sejara bangsa, festival-festival dan upacara-upacara daerah yang unik, berbagai macam seni lukis, dan kerajinan tangan, dan banyaknya tempat yang sangat menarik para wisatawan domestik maupun mancanegara yang ingin mengunjungi daerah-daerah tersebut. Menurut surat keputusan Direktur Jenderal Pariwisata No.Kep.16/U/II/88 Tgl.25 Februari 1988 tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha Perjalanan, pada Bab I penelitian umum pasal 1, memberi pengertian dengan batasan sebagai berikut :

- a. Usaha Perjalanan adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata
- b. Biro Perjalanan Umum adalah badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha perjalanan ke dalam negeri dan atau di dalam Negeri dan ke luar negeri.
- c. Cabang Biro Perjalanan Umum adalah salah satu unit usaha Biro Perjalanan Umum, yang berkedudukan di wilayah yang sama dengan kantor pusat atau wilayah lain.
- d. Agent Perjalanan, adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan.
- e. Perwakilan adalah Biro Perjalanan Umum Agent, Perjalanan Umum Agen Perjalanan badan usaha lainnya atau perorangan yang ditunjuk oleh suatu Biro Perjalanan Umum yang berkedudukan di wilayah lain untuk melakukan kegiatan yang diwakilkan. baik secara tetap maupun tidak tetap.

Beberapa faktor yang menghambat pembangunan di sektor pariwisata salah satu faktornya adalah kurangnya kepedulian masyarakat luas dalam menjaga lingkungan. Oleh karena itu pemerintah khususnya Departemen Kebudayaan dan Pariwisata melakukan kegiatan promosi baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Pulau Lombok dan Dinas Pariwisata Daerah sendiri sudah beberapa tahun mengadakan pemilihan mojang dan jajakan untuk mempromosi tempat-tempat wisata yang ada di Pulau Lombok. Pemerintah Daerah juga menyediakan sarana dan prasarana seperti pembangunan hotel, restoran dan menyediakan alat transportasi untuk kenyamanan berwisata. Selain itu di Pulau Lombok terdapat lembaga pendidikan formal yang dapat menghasilkan Sumber Daya Manusia yang bisa meningkatkan Industri Pariwisata Indonesia khususnya di Pulau Lombok serta melalui

pendidikan pariwisata ini dapat membantu sebagian orang atau pejabat yang belum mengetahui tentang definisi pariwisata dan apa itu wisatawan. Beberapa tahun belakangan ini Pulau Lombok khususnya Kota Mataram adalah kota yang paling besar. Wisatawan dalam maupun luar negeri berbondong-bondong berlibur ke Pulau Lombok seperti berkunjung ke Desa Kebudayaan Sasak, Gunung Rinjani, Pantai Kuta Lombok, Ketiga Gili yang disebut Gili Trawangan, Gili Air dan Gili Meno. Setiap tahun jumlah pengunjung yang datang terus meningkat.

Fenomena tentang pemasaran pada wisata Pulau Lombok secara umum dapat dilihat dari berkembangnya sektor-sektor pariwisata seperti Dinas Pariwisata yang mampu memajukan pariwisata di Pulau Lombok serta badan usaha lainnya berupa Biro Perjalanan (*travel agent*) dan sarana pendidikan **pemeritaan** Universitas dan sekolah-sekolah pariwisata yang mendukung sektor pariwisata di Pulau Lombok. Hal lain yang dilakukan pemerintah daerah Nusa Tenggara Barat dengan menyurati hampir seluruh menteri dan pejabat di Indonesia untuk mempromosikan Lombok-Sumbawa sebagai tempat wisata MICE (*Meeting Incentive, Convention, Exhibition*). Untuk mendukung pariwisatanya, saat ini sudah tersedia 2.000 hotel berbintang dan 4.800 kamar hotel non-berbintang yang ada di Kota Mataram dan di sepanjang jalan Sengigi Lombok Timur.

Fenomena tentang pemasaran pada wisata Pulau Lombok secara umum yang dilakukan PT. Lombok Go Holidays selain dalam pembuatan paket Wisata Lombok (*tour package*) juga ikut berperan aktif dalam organisasi yang memajukan pariwisata lombok seperti mengikuti organisasi ASITA (*Association Of The Indonesia Tours And Travels Agencies*) dan ASPPI (Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia).

Didalam dunia pariwisata istilah *Tour Guiding* tidak asing lagi di masyarakat luas, sudah banyak mengenal istilah *guide* atau disebut juga dengan pemandu wisata yang akan selalu memberikan informasi menemani wisatawan dalam melakukan wisata. *Tour guiding* sangat berperan sekali dalam suatu perjalanan wisata karena selain sudah memahami situasi tempat wisata juga mempermudah wisatawan dalam melakukan perjalanan.

Seiring berkembangnya industri pariwisata maka muncullah Biro Perjalanan Wisata atau *travel agent* yang memiliki fungsi memberikan pelayanan jasa perjalanan wisata. PT. Lombok Go Holidays merupakan salah satu *travel agent* di kota Mataram sesuai dengan namanya *travel agent* ini bergerak dalam Bidang Usaha Jasa Pariwisata dari banyaknya sarana dan prasarana di atas, penulis tertarik untuk membahas tentang *travel agent*. Penulis melakukan praktek kerja di PT. Lombok Go Holidays dengan mengambil judul : **“Pemasaran Paket Wisata Tour and Tour Guiding Pada PT. Lombok Go Holidays”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan mempelajari uraian latar belakang di atas, maka dalam laporan kerja praktik ini akan dibahas mengenai bagaimana Pemasaran Paket Wisata *Tour and Tour Guiding* pada PT. Lombok Go Holidays?

1.3 Tujuan Laporan Praktek Kerja Nyata

Dalam hal ini penulis ingin memberi serta tujuan laporan praktek kerja nyata yang telah dilaksanakan, yaitu mengetahui dan mendeskripsikan Pemasaran Paket Wisata *Tour and Tour Guiding* pada PT.Lombok Go Holidays.

1.4 Manfaat laporan Praktek Kerja Nyata

- 1) Mendapatkan pengalaman kerja yang belum pernah diperoleh sebelumnya di bangku perkuliahan.
- 2) Mendapatkan pengetahuan tentang pemasaran paket wisata Lombok perencanaan sebelum melakukan suatu perjalanan dengan arahan tenaga ahli di lapangan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pariwisata

Istilah “pariwisata” konon untuk pertama kali di gunakan oleh mendiang Presiden Soekarno dalam suatu percakapan sebagai padanan dan istilah asing *tourism*. Di Indonesia istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sansekerta dimana terdiri dari 2 (dua) kata yaitu “Pari yang artinya keliling, sempurna, lengkap, banyak dan “Wicata” yang artinya Perjalanan (*travel*) Yoeti, (1982:103). Secara umum pengertian “Pariwisata” adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang (wisatawan) untuk mengunjungi tempat wisata di daerah objek wisata yang dikunjungi dengan maksud dan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan yang bersifat sementara. Alasan dorongan wisatawan berpergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman atau pun untuk belajar. Disamping dari pengertian diatas berikut ini adalah pendapat beberapa ahli pariwisata tentang pengertian “Pariwisata” sebagai berikut :

- 1) Undang- undang No. 9 tahun 1990 tentang Pariwisata.
- 2) Pariwisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagai dari suatu kegiatan yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata Menurut (Pandit, 2003:1)
- 3) Salah Wahab dalam bukunya berjudul “*an introduction on tourist theoraphy*” (dalam Yoeti : 1996 : 116) (dalam kesrul : 2003) menjelaskan bahwa pariwisata adalah suatu aktifitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapatkan pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu Negara itu sendiri ataupun di luar negri meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialami di tempat ia memperoleh pekerjaan tetap.

- 4) Menurut Hornby dalam buku berjudul “Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata” (dalam M. Kesrul, 2003:3) *“Tour is a journey in which short stays are made at a number of places, and the traveller finally returns to his or her own place”*. Pariwisata adalah suatu perjalanan dimana seseorang dalam perjalanannya singgah sementara di beberapa tempat dan akhirnya kembali ke tempat asal, yang merupakan tempat ia memulai perjalanan.
- 5) *“World Tourist Organizer”* (WTO, dalam Richard & Flicker, 2004:6) (dalam Kesrul : 2003) *“The activities of person travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business, and other purpose.”*
- 6) Menurut Norval Dalam Muljadi dan Nurhayati (2002:80) Pengertian pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk asing di dalam atau di luar suatu negara, kota, atau wilayah tertentu. Menurut yang lebih luas yang dikemukakan oleh Kodhyat (1983, h,4) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

2.1.1 Bentuk-bentuk Pariwisata

Bentuk-bentuk pariwisata dapat disimpulkan menurut kategori dibawah ini berupa :

- 1) Menurut asal wisatawan

Pertama-pertama perlu diketahui apakah wisatawan itu berasal dari dalam atau luar negeri. Kalau asalnya dari dalam negeri berarti wisatawan hanya pindah sementara di dalam lingkungan wilayah negeri sendiri dan selama ia mengadakan perjalanan, maka disebut wisatawan domestik, sedangkan kalau ia datang dari luar negeri disebut pariwisata *internasional*.

2) Menurut akibat terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing. Pemasukan valutan asing memberikan dampak positif terhadap neraca pembayaran luar negeri terhadap suatu negara yang dikunjunginya, yang disebut pariwisata aktif. Sedangkan kepergian seseorang warga negara ke luar negeri memberikan dampak negative terhadap neraca pembayaran luar negeri, disebut pariwisata pasif.

3) Menurut jangka waktu

Kedatangan seseorang wisatawan disuatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal di tempat atau negara yang bersangkutan, hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, yang mana tergantung pada ketentuan-ketentuan yang diberlakukan oleh suatu negara untuk mengukur pendek atau panjangnya waktu yang dimaksudkan.

4) Menurut jumlah wisata

Perbedaan ini diperhitungkan atas jumlah wisatawan yang datang, apakah wisatawan yang datang sendiri atau rombongan. Maka timbullah istilah-istilah pariwisata tunggal dan pariwisata rombongan.

5) Menurut alat angkut yang dipergunakan

Dilihat dari segi penggunaan alat pengangkutan yang di pergunakan oleh sang wisatawan, maka kategori ini dapat dibagi menjadi pariwisata udara, wisatawan laut, wisatawan kereta api dan wisatawan mobil, tergantung apakah sang wisatwan tiba dengan pesawat udara,kapal laut, kereta atau mobil.

2.2 Pengertian Wisata

Pengertian Wisata adalah bersama-sama untuk memperluas pengetahuan bersenang-senang dan lain sebagainya (Pendit, 2003: 37-43). Didalam bukunya yang

berjudul ilmu pariwisata sebuah Pengantar Perdana Pendit menuliskan jenis-jenis wisata yang dikenal saat ini, antara lain :

1) Wisata Budaya

Perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

2) Wisata Kesehatan

Perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan tersebut untuk menukarkeadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat.

3) Wisata Petualangan

Dikenal dengan istilah *adventure tourism*, seperti masuk hutan belantara yang tadinya belum pernah dijelajahi (*off the beaten track*) penuh binatang buas, mendaki tebing teramat terjal terjun ke dalam sungai yang sangat curam.

2.3 Pengertian Wisatawan

Wisatawan ialah individu atau sekelompok individu yang melakukan perjalanan dari tempat asalnya ke tempat atau negara lain dan berada di tempat tersebut tidak kurang dari 24 jam dan tidak lebih dari enam bulan untuk tujuan bersenang-senang dan non-imigran serta tidak untuk mencari nafkah. Wisatawan mempunyai kedudukan penting dan pengaruh yang besar dalam kehidupan pariwisata sebab sumber pendapatan dan kehidupan budaya suatu negara salah satunya berasal dari unsur wisatawan. Karena itu, tugas pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat secara bersama-sama berupaya menyelenggarakan pelayanan sebaik-baiknya. Dalam pemenuhan pelayanan tersebut, diperlukan sumber daya yang berkualitas pula tentunya termasuk perencanaan pembinaan sampai dengan promosi dan di samping itu masih terdapat bermacam-macam definisi

wisatawan yang dikemukakan oleh para ahli dan organisasi baik di tingkat nasional maupun internasional, antara lain : Menurut *IUOTO (The International Union of Official Travel Organization : 1968)*.

Wisatawan (*tourist*) adalah pengunjung sementara yang tinggal sekurangnya 24 jam di negara yang di kunjunginya dan maksud perjalananya di golongankan sebagai berikut :

- a. Pesiari (*leasure*), melancong atau keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- b. Hubungan dagang (*business*), sanak saudara, kekerabatan, konferensi, misi tertentu, resi dan sebagainya.

Menurut (Ross, 1981:4-5) wisatawan memiliki empat ciri utama keempat ciri ini adalah :

- a) Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di berbagai tempat tujuan.
- b) Tempat tujuan wisatawan berbeda dari tempat tinggal dan tempat kerjanya sehari-hari; karena itu kegiatan wisatawan tidak sama dengan kegiatan penduduk yang berdiam dan berkerja di tempat tujuan wisatawan.
- c) Wisatawan bermaksud pulang kembali dalam beberapa hari atau bulan; karena itu perjalanannya bersifat sementara dan berjangka pendek.
- d) Wisatawan melakukan perjalanan bukan untuk mencari tempat tinggal untuk menetap di tempat tujuan atau bekerja untuk mencari nafkah.

2.4 Pengertian Objek Dan Daya Tarik Wisata

Dalam *literature* kepariwisataan luar negeri tidak dijumpai istilah objek wisata seperti yang dikenal di Indonesia. Untuk pengertian objek wisata mereka lebih menggunakan istilah *Tour Attraction* yang diartikan sebagai segala objek yang dapat menimbulkan daya tarik bagi para wisatawan untuk mengunjunginya, misalnya keadaan alam, bangunan bersejarah kebudayaan, dan pusat-pusat rekreasi *modern* (Karyono, 1997:27).

Mengenai pengertian objek wisata dapat kita lihat beberapa sumber acuan diantaranya :

1. Peraturan pemerintah No. 24 tahun 1979

Objek wisata adalah wujud dan dari ciptaan manusia, tata hidup seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mengalami daya tarik untuk dikunjungi.

2. SK Menparpostel No. KM 98/PW-102/MPT-87

Objek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga menjadi daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Seorang wisatawan yang datang berkunjung ke suatu daerah objek wisata dengan alasan dan tujuan tertentu demi mencapai kepuasan dan mencari manfaat dari kunjungannya. Manfaat dan kepuasan itu ditentukan oleh dua factor yang saling berkaitan, yaitu *tourism resource* sama dengan objek dan atraksi wisata.

- 1) Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta (*Natural amenities*).
- 2) Hasil ciptaan manusia (*Man, Made, supply*), misalnya benda-benda bersejarah, kebudayaan dan keagamaan (*historical, cultural, and religius*).
- 3) Tata cara hidup masyarakat (*The way of life*).

2.5 Biro Perjalanan Wisata Atau *Travel Agent*

Biro perjalanan wisata merupakan usaha pariwisata yang bisnis utamanya adalah membuat paket wisata serta menjual kepada wisatawan dan memberikan pelayanan kepada wisatawan yang membeli paket wisata. Paket wisata adalah beberapa komponen pariwisata berupa (Transportasi, Akomodasi, Retoran, atraksi dan sebagainya) yang dirangkai menjadi satu paket perjalanan dan dijual dalam satu kesatuan harga.

Seiring berkembangnya industri pariwisata, maka muncul Biro Perjalanan Wisata atau *Travel Agent* untuk mengembangkan kegiatan kepariwisataan. Hingga saat pengertian tentang *Travel Agent* masih belum dipahami benar oleh kebanyakan orang .

Menurut Surat Keputusan Direktur Jendral Pariwisata No. Kep. 16/U/II/ 88 Tgl. 25 Februari 1988 tentang pelaksanaan Ketentuan Usaha Perjalanan, pada Bab I Penelitian Umum Pasal 1 ,memberi pengertian dengan batasan berikut :

- a. Usaha Perjalanan adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dan tujuan utama untuk berwisata.
- b. Biro Perjalanan Umum adalah badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha perjalanan ke dalam negeri dan atau di dalam negeri dan atau ke luar negeri.
- c. Cabang Biro Perjalanan Umum adalah salah satu unit usaha biro perjalanan umum, yang berkedudukan di wilayah yang sama dengan kantor pusatnya atau wilayah lain, yang melakukan kegiatan kantor pusatnya.
- d. Agen Perjalanan, adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan.
- e. Perwakilan adalah biro perjalanan umum agent perjalanan umum agen perjalanan dan usaha lainya atau perorangan yang ditunjuk oleh suatu Biro Perjalanan Umum yang berkedudukan di wilayah lain untuk melakukan kegiatan yang diwakilkan. Baik secara tetap maupun tidak tetap.

Perbedaan Biro Perjalanan wisata dengan Travel Agent memiliki fungsi yang dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

- 1) Fungsi Umum

Dalam hal ini biro perjalanan wisata merupakan suatu badan usaha yang dapat memberikan penerangan atau informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata pada khususnya.

2) Fungsi Khusus

- a) Biro perjalanan wisata sebagai perantara, dalam kegiatannya yang bertindak atas nama perusahaan lain dan menjual jasa-jasa perusahaan yang diwakilinya, karena itu bertindak di antara wisatawan dan industri wisata.
- b) Biro perjalanan wisata sebagai badan usaha yang merencanakan dan menyelenggarakan tour dengan tanggung jawab dan resikonya sendiri.

Travel Agent Memiliki Dua Fungsi Yaitu :

1) sebagai perantara

- a) Di Daerah Asal Wisatawan
 - a) Melengkapi informasi bagi wisatawan.
 - b) Memberikan advis bagi calon wisatawan.
- c) Di Daerah Tujuan
 - a) Memberikan informasi bagi wisatawan
 - b) Membantu Reservasi.
 - c) Mengatur perencanaan
 - d) Menjual dan memesan tiket.

2) sebagai organisator

Karena travel agent sebagai perantara, maka berada di tengah-tengah industri pariwisata, maka perlu ada kontrak yang dibuat terlebih dulu. selain itu harus ada perjanjian khusus yang mengatur hubungan kerja sehingga jelas tugas, kewajiban dan hak masing-masing pihak.

2.5.1 Fungsi Biro Perjalanan Wisata

Penelitian yang pernah dilakukan terhadap *Travel Agent* pada beberapa negara menunjukkan bahwa *Travel Agent* menguasai 70 % dari usaha-usaha dunia perjalanan dewasa ini, karena pengaruhnya dalam industri pariwisata cukup besar dan meyakinkan. Dan mengingat sangat sangat kompleksnya kegiatan yang dilakukannya, terlebih jasa-jasa yang dijualkannya bukan miliknya sendiri maka keberhasilannya

banyak bergantung pada kontak-kontak yang dilakukannya, relasi yang dimiliki terutama perusahaan-perusahaan yang termasuk kelompok industri pariwisata yang berfungsi sebagai "supplier" baginya. Dilihat dari cara kerja biro perjalanan sebagai perantara antara wisatawan dengan pengusaha industri, perantara dalam kepariwisataan disebut *functional middlemen*, dengan demikian karena para perantara ini tugasnya hanya mempertemukan pembeli (wisatawan dan *trevelers* lainnya) dengan penjualan (produsen unit-unit usaha industri pariwisata) tanpa memiliki produk yang dijualnya. (Yoeti, 1989 :31).

Menurut (Yoeti, 1989 :28) Sesuai dengan isi pasal 4 bab II surat keputusan tersebut di atas, biro perjalanan umum, ruang lingkup kegiatan usahanya terdiri dari :

- 1) Membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata.
- 2) Mengurus dan melayani kebutuhan jasa angkutan bagi perorangan dan atau kelompok orang yang diurusnya.
- 3) Melayani pemesanan akomodasi, restoran dan sarana wisata lainnya.
- 4) Mengurus dokumen perjalanan.
- 5) Menyelenggarakan panduan perjalanan wisata.
- 6) Melayani penyelenggaraan konvensi.

Sedangkan ruang lingkup agent perjalanan mencakup kegiatan usaha sebagai berikut :

- 1) Menjadi perantara di dalam pemesanan tiket angkutan udara, laut dan darat.
- 2) Mengurus Dokumen Perjalanan
- 3) Menjadi perantara di dalam pemesanan Akomodasi, Restoran dan sarana wisata lainnya.
- 4) Menjual paket-paket wisata yang dibuat oleh Biro Perjalanan Umum.

2.5.2 Fungsi Biro Perjalanan Sebagai *Organizer*

Selain menjual produk wisata memiliki orang lain juga dapat membuat atau menciptakan paket wisata sendiri dan menjual langsung kepada pelanggan. Selain itu biro perjalanan wisata mempunyai fungsi sebagai :

1) Fungsi sebagai perantara *Travel agent* memiliki peranan penting dunia pariwisata. Biro perjalanan ini merupakan prantara untuk pembangunan daerah wisata yang baru karena itu peranan sangat berarti dalam sektor perekonomian. Dalam fungsinya sebagai perantara *Travel Agent* tugasnya adalah :

- a) Di negara asal wisatawan yaitu melengkapi berbagai macam informasi bagi calon wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata, terutama mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, serta pergurus dokumen perjalanan, memberikan advis kepada calon wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata sesuai dengan waktu dan dana yang tersedia, kendaraan mana yang sebaiknya digunakan serta hotel mana yang baik untuk dikunjungi, menyediakan tiket untuk pelanggan dalam bentuk-bentuk transportasi yang diinginkan, memilih atas nama para pelanggannya, perusahaan akomodasi atau hotel yang baik untuk kepentingan orang-orang yang akan bepergian dengan membawa semua barang bawaannya.
- b) Di daerah tujuan wisata yaitu memberikan informasi tentang hotel (lokasi, kamar yang tersedia, tarif kamar, dan makanan serta minuman yang disediakan, membantu pelanggan untuk melakukan reservasi hotel yang diinginkan, menyediakan transportasi dari dan ke daerah tujuan wisata, mengatur jadwal untuk mengunjungi objek dan atraksi wisata yang akan dilihat, menjual tiket dan memesan tanda-tanda masuk pada berbagai macam pertunjukan seperti konser musik, pagelaran kesenian dan lain-lain.

Dalam Dunia Biro Perjalanan ada beberapa alasan mengapa biro perjalanan wisata yang berfungsi sebagai perantara memiliki peranan sangat penting dalam dunia pariwisata, antara lain :

- a. Banyak perusahaan yang termasuk industri pariwisata terletak jauh dari tempat tinggal wisatawan.
- b. Banyaknya perusahaan industri pariwisata adalah perusahaan.

- c. Kecil yang mempunyai modal usaha relatif sehingga kegiatan manajemen terbatas dan tidak memadai serta lebih banyak menunggu.
- d. Perantara selalu mengkonsentrasikan dirinya dengan menawarkan jasa-jasanya dengan tepat dan mudah, karena tujuannya adalah keuntungan melalui penjualan tanpa memproduksi sendiri produk yang dijualnya.
- e. Perantara selalu memperhatikan promosi dan jasa-jasa yang diinginkan oleh para pelanggan, biasanya mereka lebih suka produsen yang menyediakan pelayanan yang lengkap.

2.6 Pengertian Tour

Pengertian kata *Tour* menurut batasan yang diberikan oleh WATA (*World Association of travel agent*) adalah “ perlawatan keliling yang memakan waktu lebih dari tiga hari, yang diselenggarakan oleh suatu travel agent di suatu kota dan antara lain acaranya yaitu meninjau ke beberapa tempat atau kota, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.” (Yoeti, 1989 :109). Sebenarnya sebagai ganti kata *tourist* dalam bahasa Sansekerta sama dengan perkataan perjalanan atau dalam bahasa inggrisnya adalah travel. Dalam dunia kepariwisataan istilah *tour* sudah tidak asing lagi dan maksudnya ialah : perjalanan yang dilakukan untuk tujuan pariwisata, dari suatu tempat ke tempat lain baik di dalam maupun di luar negeri.

2.6.1 Jenis Dan Macam Tour

Didalam dunia kepariwisataan kita mengenal macam-macam jenis *tour*, sesuai dengan sifat penyelenggaraannya. (Yoeti, 1995 :112) Di antaranya yang banyak di kenal adalah :

1. *Package tour*

Adalah suatu *tour* yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu travel atau *tour operator* atas resiko dan tanggung jawab sendiri, yang acara, lamanya waktu *tour*, tempat-tempat yang akan dikunjungi, akomodasi,

transportasi serta makanan dan minuman telah ditentukan dalam suatu harga yang sudah ditentukan pula jumlahnya.

2. *Independent tour*

Ini merupakan kebalikan dari package tour. Tour program disusun sesuai dengan kehendak wisatawan sendiri. Perjalanan ini sama sekali tidak berdasarkan time schedules, karena itu tour semacam ini dapat berangkat kapan saja untuk tujuan kemana saja yang disenangi dan diinginkan, dengan menggunakan kendaraan apa saja serta akomodasi di mana pun juga tanpa ada suatu ikatan yang mengaturnya dan dilakukan secara bebas.

3. *Optional tour*

Ini adalah suatu tour yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu tour operator atau travel agent atas resiko dan tanggung jawabnya sendiri. Tour ini merupakan tour tambahan dari tour program yang ada, pengikut tour ini biasanya adalah pengikut dari suatu package tour dan dia boleh ikut atau tidak.

4. *Escorted tour*

Jenis tour ini tidak lain adalah suatu tour yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu tour operator atau travel agent.

5. *Study tour*

Istilah ini di Indonesia dikenal dengan istilah 'Dharmawisata' yaitu suatu perjalanan yang dilakukan oleh pelajaran, mahasiswa dengan tujuan utama untuk melihat dari dekat sambil mempelajari objek yang dikunjungi.

6. *Social tour* Ini adalah suatu tour yang direncanakan dan diselenggarakan secara sosial dengan memperhatikan faktor-faktor ekonomis dan efisiensi sehingga biaya penyelenggaraan tour tersebut dapat ditekan seminimal mungkin.

7. *Regular tour*

Adalah *tour* yang diselenggarakan dengan waktu, objek dan harga yang sudah ditentukan sesuai dengan perencanaan yang disusun oleh suatu *tour operator*.

Didalam dunia pariwisata kita banyak mendengar berbagai macam jenis *tour*, adapun jenis-jenis nya adalah sebagai berikut :

1) Menurut Jumlah Peserta

- a. *Individual tour* yang hanya satu atau lebih orang, yang memiliki kepentingan sendiri-sendiri dan tidak terdapat *tour leader*.
- b. *Group tour* yaitu jumlah pesertanya lebih dari 15 orang dan biasanya dipimpin oleh seorang *tour leader*.

2) Menurut Lama Penyelenggaraan *Tour*

- a. *Halfday Tour* yaitu dilakukan setengah hari (3-5 jam) baik dalam maupun luar kota, *tour* ini dapat dibagi menjadi beberapa jenis *tour* yaitu :
 - *Morning Tour* yaitu *tour* yang dimulai pada pagi hari.
 - *Afternoon Tour* yaitu *tour* yang dimulai pada siang hari.
 - *Evening Tour* yaitu *tour* dimulai pada malam hari.
- b. *Fullday Tour/one day Tour* yang diselenggarakan selama satu hari penuh.
- c. *Tour* yang lebih dari satu hari, misalnya 2 hari 3 hari, dan sebagainya.

3) Menurut wilayah yang dikunjungi

- a. *Domestic Tour* yaitu *tour* yang dilakukan dari satu daerah ke daerah lain dalam satu Negara.
- b. *Overseas Tour* yaitu perjalanan yang dilakukan di luar negeri.

4) Menurut Frekuensi Penyelenggaraan

- a. *Daily Tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan setiap hari.
- b. *Weekly tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan setiap minggu.
- c. *Mountly tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan setiap bulan.
- d. *Seasonal tour* yaitu yang diselenggarakan berdasarkan musim.

5) Menurut asal wisatawan

- a. *Inbound tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan oleh wisatawan luar negeri untuk kunjungan suatu negara.

- b. *Outbound tour* yaitu *tour* yang dilakukan oleh wisatawan untuk bepergian keluar negeri.
- 6) Menurut jenis transportasi yang digunakan
- a. *Air touring* yaitu *tour* dengan menggunakan pesawat.
 - b. *Bus touring* yaitu *tour* dengan menggunakan bus/mobil.
 - c. *Train touring* yaitu *tour* dengan menggunakan kereta api.
 - d. *Boat touring* yaitu dengan menggunakan perahu, boat atau ferry.
- 7) Menurut program perjalanan dan persiapan
- a. Paket wisata (*Taylor Made Tour*) yaitu *tour* yang disusun oleh Biro Perjalanan Wisata (BPW), dimana segala produk pariwisata, fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan wisatawan selama perjalanan telah dipandu dan disusun dalam satu paket wisata (*tour package*) dan memiliki harga yang tetap.
 - b. Paket wisata (*costumer made tour*) yaitu *tour* yang disusun dan diselenggarakan oleh Biro Perjalanan Wisata (BPW), atas permintaan wisatawan dan tidak mempunyai harga yang tetap.
- 8) *Convention tour* (wisata konvensi)
- a. *Pre confernce tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan sebelum konferensi dilakukan.
 - b. *During conference tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan selama berlangsungnya konferensi.
 - c. *Post conference tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan setelah konferensi berakhir.
- 9) Menurut minat khusus
- a. *Historical tour* yaitu *tour* mengunjungi tempat-tempat bersejarah.
 - b. *Business tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan dengan mengunjungi tempat- tempat yang berhubungan dengan kegiatan bisnis.
 - c. *Plantation tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan dengan mengunjungi daerah perkebunan.

- d. *Education tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan dengan mengunjungi tempat wisata yang mengandung unsur edukasi.
- e. *Craft and art tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan dengan mengunjungi tempat yang berhubungan dengan sejarah.

10) Menurut penyelenggara *tour*

- a. *Irregular tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan atas permintaan wisatawan sendiri dan tidak mempunyai jadwal tetap.
- b. *Reguler tour* yaitu *tour* yang diselenggarakan secara priode dan biasanya bergantung kepada banyaknya jumlah peserta *tour*.

2.7 Defenisi Paket Wisata

Paket wisata (*Tour package*) yang berarti suatu rencana perjalanan wisata secara tetap dengan biaya yang sudah ditentukan di dalam paket wisata, biaya tersebut mencakup penginapan, transportasi, *sightseeing tour*, *transfer* yang semua tertera di dalam paket tersebut. Suatu biro perjalanan mengeluarkan harga paket wisata tidak selaluh sama atau berubah-ubah sesuai dengan keinginan perusahaan perjalanan tersebut untuk mendapatkan keuntungan.(Suyitno, 1999 :67).

Jadi pengertian paket wisata (*tour package*) secara umum ialah sesuatu program perjalanan wisata yang telah disusun dan di kemas oleh penyelenggaraan secara tetap, dengan kondisi, harga, tempat-tempat kunjungan, penginapan, transportasi, *sightseeing*, antraksi wisata dalam perjalanan telah di cantumkan dalam program. Biasanya harga *tour package* ini jauh lebih murah dari pada disusun sendiri dan *package tour* ini biasanya mempunyai masa berlaku (*limited time*). Suatu produk wisata yang diciptakan oleh biro perjalanan wisata yang telah tersusun dengan baik dengan cara mengabungkan beberapa unsur, komponen jasa wisata beserta harga dilaksanakan secara tetap dan teratur disebut sebuah paket wisata.

2.8 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan usaha dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Disamping kegiatan pemasaran perusahaan juga perlu mengkombinasikan fungsi-fungsi dan menggunkan keahlian mereka agar perusahaan berjalan dengan baik. dalam hal ini perlu diketahui beberapa defenisi pemasaran. Menurut Kotler, (1997:8). “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”. Sedangkan defenisi menurut Stanton, (1984:7) yaitu “ Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial”.

2.8.1 Konsep Pemasaran pariwisata

Pemasaran adalah suatu falsafah, yaitu suatu kerangka sikap yang diuruskan ke arah pelanggan atau pembeli dan ke arah kebutuhan khas. Falsafah pemasaran itu berlaku untuk semua jasa profesional, baik jasa wisata (Hotel, Restoran, Transportasi, Toko Pengecer dan sebagainya) maupun untuk jasa konsultan pariwisata, arsitek, insiyur sipil dan jasa perseorangan. (Kusudianto, 1996:196)

Fungsi pemasaran adalah :

- Mengidentifikasi kebutuhan pembeli dan juga dari pembeli potensial dalam pasar mereka masing-masing.
- Memuaskan kebutuhan dengan menjual jasa atau produk yang sesuai.
- Membuat laba.

Dalam konsep pemasaran pariwisata ada 2 (dua) faktor yang perlu di perhatikan antara lain :

- 1) Alat- alat pemasaran

Pemasaran pariwisata baik yang dilaksanakan oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah serta industri pariwisata harus dilaksanakan dengan strategi pemasaran bauran (*marketing mix*). Strategi ini sangat diperlukan karena pariwisata adalah industri yang sifatnya sangat kompleks. Alat-alat pariwisata dapat yang dilaksanakan dengan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yakni : *Product, Price Place, Promotion*.

- a. *Product* ialah segala sesuatu yang dihasilkan oleh sebuah obyek wisata yang dapat menarik wisata untuk datang ke obyek wisata tersebut. Misalnya; souvenir, service atau layanan, fasilitas, dll
- b. *Price* ialah harga dari berbagai product yang tersedia pada obyek wisata dengan ketentuan harga harus memadai, tercatat atau terbukti dan tidak selalu berubah.
- c. *Place* ialah tempat atau segala sesuatu yang dilaksanakan pada obyek wisata yang menyebabkan wisatawan ingin berkunjung. Misalnya; Pameran, atau obyek – obyek pendukung kunjungan wisatawan.
- d. *Promotion* ialah iklan yang dilakukan atau publikasi untuk memperkenalkan keberadaan obyek wisata.

2) Strategi Pemasaran

Agar pemasaran dapat dilakukan dengan efisien dan memperoleh hasil capaian pemasaran yang maksimal maka perlu upaya pemasaran dengan memperhatikan segmen pasar (*Segmentation*). *Segmentasi* adalah Suatu upaya untuk mengelompokkan pasar yang sangat beragam ke dalam pasar yang relatif sama. Melalui keanekaragaman produk yang sangat tinggi maupun peluang yang sangat besar dalam memperoleh sasaran pasar yang sangat beranekaragam pula. Oleh karenanya perlu melakukan kajian terhadap pasar untuk menentukan langkah-langka yang efektif dalam rangka promosi pariwisata.

Adapun langkah-langkah pengembangan promosi yang efektif seperti yang dikemukakan oleh Kotler, (1995). yaitu :

a. Mengidentifikasi target pasar

Audiens dapat diartikan sebagai calon pembeli produk perusahaan, pemakai saat ini penentu keputusan atau pihak yang mempengaruhi. Audiens itu dapat terdiri dari individu, kelompok masyarakat tertentu atau masyarakat umum.

b. Menentukan tujuan komunikasi

Setelah pasar sasaran dan karakteristiknya diidentifikasi komunikator pemasaran harus memutuskan tanggapan yang diharapkan dari audiens. Tanggapan terakhir yang diharapkan dari audiens adalah pembelian, kepuasan yang tinggi dan cerita dari mulut ke mulut.

c. Merancang pesan

Setelah melakukan tanggapan yang diinginkan dari audiens komunikator selanjutnya mengembangkan pesan yang efektif. Idealnya pesan itu harus menarik perhatian, mempertahankan ketertarikan, membangkitkan keinginan dan menggerakkan tindakan.

d. Menyelesaikan saluran komunikasi.

Saluran komunikasi terdiri dari dua jenis, yaitu saluran komunikasi personal yang mencakup dua orang atau lebih yang berkomunikasi secara langsung satu sama lain dan saluran komunikasi non personal dimana menyampaikan pesan tanpa melakukan kontak atau interaksi pribadi tetapi dilakukan melalui media dan acara.

e. Menetapkan jumlah anggaran promosi

Ada empat metode utama dalam menetapkan anggaran promosi, yaitu metode sesuai kemampuan, presentasi penjualan, metode keseimbangan persaingan dan metode tujuan dan tugas.

f. Menentukan Alat Promosi.

Ada lima alat promosi yaitu, iklan, promosi penjualan, *public relation*, *personal selling* dan *direct marketing*.

g. Mengukur Hasil Promosi

Setelah menerapkan rencana promosi, komunikator harus mengukur dampaknya pada audiens sasaran.

h. Mengelola dan Mengkoordinasi Proses Komunikasi

banyak perusahaan masih sangat mengandalkan satu atau dua alat komunikasi untuk mencapai tujuan komunikasinya.

Berdasarkan langkah-langkah yang dikemukakan diatas, penulis akan menguraikan beberapa langkah-langkah tersebut Dalam meningkatkan kunjungan wisata melalui langkah menentukan alat dan media promosi terhadap sebuah obyek wisata yaitu melalui Brosur atau Leaflet, Baliho, Radio Lokal, Internet dan Surat kabar.

2.9 Tour Guiding (Pemandu Wisata)

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat lebih mengenal istilah *guide* dari pada pemandu wisata maupun pramuwisata. *Guide* seluluh dikaitkan dengan orang bule atau turis (wisatawan atau *tourist*). Setiap orang yang menemani wisatawan baik itu makan di restoran, menemani wisatawan mengunjungi objek-objek wisata, belanja *souvenir* dan lain-lain selalu dikenal sebagai seorang *guide*. Untuk itulah pertama perlu dipahami apa dan siapa sebenarnya pramuwisata. Menurut Suyitno (2005:1) pramuwisata atau *guide* pada hakikatnya adalah seseorang yang menemani, memberikan informasi dan bimbingan serta sarana kepada wisatawan dalam melakukan aktivitas wisatanya, aktivitas tersebut, antara lain mengunjungi objek dan atraksi wisata lainnya dan untuk itu ia mendapatkan imbalan tertentu. Sebagai bahan kajian, berikut ini disajikan beberapa pengertian pramuwisata menurut beberapa sumber. Menurut *World federation of tour guide association Adopted by WFTGA at its Dubliner Scotland Coventation 2003*, *Tourist Guide is a person who guides visitore in the language of their choice and iterprets the cultural and natural heritage of an area which person normally possesses an area- spesific qualification unsually issued andor recognized by the appropriate authority.*

Dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pramuwisata adalah seseorang yang mengarahkan sebuah *tour*: dia adalah kunci utama yang akan membawa wisatawan mendapatkan pengalaman selama *tour*.
- b. Pramuwisata adalah seseorang yang memimpin wisatawan dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang memiliki daya tarik bagi wisatawan.
- c. Pramuwisata adalah sebuah potensi, sebab untuk menyandang gelar dan melakukan kegiatannya harus melalui proses pendidikan dan mendapatkan legalitas tertentu, dan atas pekerjaannya ia mendapatkan imbalan tertentu.

Menurut Suyitno, (2005:5) berdasarkan karakteristik yang dapat dipandu :

1) *Individual tourist guide*

Individual tourist guide adalah pramuwisata yang khusus memandu wisatawan individu.

2) *Group tour guide* *Group tour guide* adalah pramuwisata yang khusus memandu wisatawan rombongan.

3) *Domestic tourist guide*

Domestic tourist guide adalah pramuwisata yang memandu wisatawan nusantara atau domestik.

4) *Internasional tourist guide*

Internasional tourist guide adalah pramuwisata yang memandu wisatawan mancanegara.

2.10 Berdasarkan Status

Menurut Suyitno, (2005:4) berdasarkan status, *guide* dibedakan menjadi 5 macam diantaranya :

- a. *Payroll guide*

Adalah pramuwisata yang berstatus sebagai pegawai tetap perusahaan perjalanan atau travel *agency* dengan mendapat gaji tetap di samping komisi dan tip dari wisatawan.

b. *Part timer*

Adalah pramuwisata yang bekerja pada suatu perusahaan perjalanan untuk kegiatan tertentu dan dibayar untuk tiap pekerjaan yang dilakukan serta tidak terikat oleh suatu perusahaan perjalanan dan bebas melakukan kegiatannya sesuai permintaan wisatawan atau perusahaan perjalanan lain yang membutuhkannya.

c. *Member of guide association*

Adalah pramuwisata yang berstatus sebagai peserta dari suatu asosiasi pramuwisata dan melakukan kegiatannya sesuai dengan tugas yang diberikan oleh asosiasi tersebut.

d. *Government official*

Adalah pegawai pemerintahan yang bertugas untuk memberikan informasi kepada tamu tentang suatu aktivitas, objek, gedung atau suatu wilayah tertentu.

e. *Company guide*

Adalah karyawan sebuah perusahaan yang bertugas memberikan penjelasan kepada tamu yang bertugas tentang objek dan aktivitas atau objek perusahaan.

2.11 Standarisasi keamanan dan keselamatan wisatawan yang wajib dipenuhi oleh Biro Perjalanan Wisata.

Standarisasi Keamanan dan Keselamatan Wisatawan Yang wajib dipenuhi oleh Biro Perjalanan Wisata, Biro Perjalanan Wisata memiliki peran yang cukup penting dalam industri pariwisata yaitu sebagai penyelenggara kegiatan wisata. Dalam hal ini, wisatawan yang menggunakan jasa biro perjalanan wisata merasakan bahwa pihak yang bertanggung jawab terhadap keberadaan mereka selama berada di suatu daerah wisata adalah tanggung jawab Biro Perjalanan tersebut. Salah satu fokus penting yang

harus diperhatikan oleh pelaku usaha biro perjalanan wisata adalah perlindungan terhadap hak-hak wisatawan, sebagaimana tercantum dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yaitu :

- (a) informasi yang akurat mengenai daya tarik wisata;
- (b) pelayanan kepariwisataan sesuai dengan standar;
- (c) perlindungan hukum dan keamanan;
- (d) pelayanan kesehatan;
- (e) perlindungan hak pribadi dan;
- (f) perlindungan asuransi untuk kegiatan pariwisata yang beresiko tinggi.

Dalam Pasal 20 huruf b undang-undang tersebut, dikatakan bahwa wisatawan berhak atas pelayanan kepariwisataan sesuai dengan standar. Standar adalah kesepakatan-kesepakatan yang telah didokumentasikan, dimana didalamnya membahas tentang spesifikasi-spesifikasi teknis atau kriteria-kriteria yang akurat, yang digunakan sebagai peraturan, petunjuk, atau definisi-definisi tertentu untuk menjamin suatu barang, produk, proses, atau jasa sesuai dengan yang telah dinyatakan. Berkaitan dengan standar tersebut, dalam Lampiran Permenparekraf Nomor 4 Tahun 2014, telah diatur dan dijelaskan tentang 38 unsur yang wajib dilengkapi oleh Biro Perjalanan Wisata, untuk mendapatkan Sertifikasi Usaha.

Jasa Perjalanan Wisata yaitu berupa Produk :

1. Biro Perjalanan Wisata menyediakan minimum jasa pemesanan dan penjualan:
 - a. Paket Wisata
 - b. Voucher Akomodasi
 - c. Tiket Perjalanan
 - d. Jasa Angkutan Wisata
2. Biro Perjalan Wisata menyelenggarakan lebih dari 1 (satu) paket wisata, dan sekurangkurangnya 1 (satu) diantaranya adalah paket wisata buatan sendiri.

3. Paket wisata yang diselenggarakan oleh Biro Perjalanan Wisata memuat minimum keterangan tentang :
 - a. Nama Paket Wisata
 - b. Durasi Perjalanan Wisata
 - c. Rute dan kegiatan perjalanan wisata (*itinerary*)
 - d. Harga Paket Wisata dalam mata uang Rupiah
 - e. Moda Transportasi
 - f. Jenis Akomodasi
 - g. Perlindungan Asuransi perjalanan wisata bagi wisatawan
4. Biro Perjalanan Wisata menyediakan jasa pengurusan paspor dan visa.
5. Biro Perjalanan Wisata menggunakan jasa tenaga pemandu wisata mandiri atau menjadi bagian dari usaha jasa pramuwisata, berdasarkan ketentuan sebagai berikut;
 - a. Dalam hal Biro Perjalanan Wisata menyelenggarakan paket wisata untuk wisatawan mancanegara, tenaga pemandu wisata tersebut mampu berbahasa asing sesuai dengan bahasa yang digunakan oleh wisatawan mancanegara, atau sekurang-kurangnya mampu berbahasa *inggris*.
 - b. Tenaga pemandu wisata tersebut memiliki sertifikat kompetensi yang masih berlaku.
 - c. Tenaga pemandu wisata tersebut dilindungi asuransi perjalanan wisata.
6. Biro Perjalanan Wisata mempekerjakan pimpinan perjalanan wisata (*tour leader*), berdasarkan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Pimpinan perjalanan wisata dilengkapi dengan surat tugas dari BPW.
 - b. Pimpinan perjalanan wisata tersebut memiliki sertifikat kompetensi yang masih berlaku.
 - c. Pimpinan perjalanan wisata tersebut memiliki sertifikat kompetensi yang masih berlaku.

- d. Dalam hal BPW menyelenggarakan paket wisata untuk wisatawan mancanegara, pimpinan perjalanan wisata tersebut mampu berbahasa asing sesuai dengan bahasa yang digunakan oleh wisatawan mancanegara, atau sekurang-kurangnya mampu berbahasa *inggris*.
- e. Pimpinan perjalanan wisata tersebut dilindungi asuransi perjalanan wisata.



BAB 3. PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA

3.1 Sejarah Singkat PT. Lombok Go Holidays

Biro Perjalanan Wisata atau *travel agent* sekarang ini merupakan biro perjalanan terbesar dan banyak dikenal orang banyak yang beroperasi di kota Mataram yang di kenal di pulau lombok. PT. Lombok Go Holidays adalah sebuah Biro Perjalanan Wisata atau *travel agent*. Orang pertama yang mendirikan Biro Perjalanan ini adalah Ahmad Ziadi S.Pd, Biro Perjalanan ini didirikan Pada tanggal 29 desember 2010 di Kota Mataram Pulau Lombok. Biro perjalanan ini merupakan Badan Usaha yang berdiri sendiri oleh Perorangan.

3.2 Lokasi Travel PT. Lombok Go Holidays

Biro perjalanan ini terletak berada di kota Mataram yang dekat dengan pusat kota Mataram yang beralamat di PT. Lombok Go Holidays yang terletak di Perumahan Manvilla Rengganis jl. Matahari II blok A no. 46-47 Lombok Barat NTB-Indonesia. Sampai sekarang Biro Perjalanan terus berkembang dan berfungsi untuk merencanakan, mengkoordinasikan serta menyelenggarakan perjalanan wisata. PT. Lombok Go Holidays sebagai salah satu *travel agent* yang ada di Mataram berperan serta dalam mengembangkan industri pariwisata di Indonesia pada umumnya dan di Pulau Lombok pada khususnya.

3.3 Kegiatan Praktik Kerja Nyata

Pada waktu penulisan melakukan observasi, penulisan mengamati cara kerja semua tiap-tiap bagian yang ada di PT. Lombok Go Holidays. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, berikut adalah cara kerja atau tugas dari tiap-tiap bagian.

Tabel 3.1 Daily Activity Di PT. Lombok Go Holidays

Tanggal	Kegiatan	Pembimbing
2-7 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Perkenalan kantor PT.Lombok Go Holidays. - Pengenalan paket-paket wisata yang dipasarkan PT.Lombok Go Holidays - Pengenalan obyek-obyek wisata lombok - Belajar membuat paket wisatam (<i>package tour</i>) lombok. 	Pak Adi Pak Hermaen Pak Hermaen Mas Buser
9-14 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing ke berbagai lembaga pendidikan dan instansi di antaranya : <ol style="list-style-type: none"> 1. SMK 2 Pariwisata Praya Lombok Selatan. 2. Kantor pariwisata Kota mataram 3. Bank BNI kota Mataram Jalan Udayana 4. Kampus UNRAM(UNIVERSITAS MATARAM) <ul style="list-style-type: none"> - Fak Ekonomi - Fak pariwisata - Fak hukum 	Pak Adi
16-21 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Belajar cara melayani tamu secara tatap muka. - Ikut menemani Membayar tiket hotel. 	Pak Hermaen
23-28 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Belajar cara menerima telepon saat <i>booking</i> hotel, restoran dll. - Ikut mengambil suvenir di kerajinan desa geraba. 	Pak Adi
2-7 Maret 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Tour 3D 2N, Tour desa sasak, <i>tour</i> gilitrawangan, <i>city out</i>. 	Pak Jalu
9-14 Maret 2015	<ul style="list-style-type: none"> - Tour 4D 3N, transfer in, Natural watefall, gilitrawangan <i>tour</i>. <i>Transfer out</i>. 	Pak Zulfikar

16-21 Maret 2015	- Tour 3D 2N, apt sasak tour. Gilitrawangan <i>tour, transfer out apt.</i>	Pak Iskandar
23-28 Maret 2015	- Mengantar tamu <i>chek out</i> ke bandara (LOP) - Menjemput tamu dari bandara (LOP)	Pak Iskandar
30-4 April 2015	- Tour bawaa tamu wisata rohani dari Bali (<i>tour vihara</i>)	Pak Poor
6-11 April 2015	- Tour 3D 2N, Tour 3 Gili,(Gili Air, Gili Meno, Gili Air) <i>Pink Beach, shopping, check out.</i>	Pak Iskandar
13-18 April 2015	- Acara ASPPI LOMBOK TRAVEL MART II di Hotel Lombok raya.	Pak Zulfikar
20-25april 2015	- Mengantar tamu dan jemput tamu di tempat pendaftaran pendakian Rinjani	Pak Adi
27-30 April 2015	- Mengantar tamu dan jemput tamu di tempat pendaftaran pendakian Rinjani	Pak Poor

Data ini merupakan data yang diperoleh sewaktu melakukan kegiatan praktek magang di PT. Lombok Go Holidays dengan cara terjun secara langsung dan wawancara (*interview*) di lapangan terhadap kegiatan sehari-hari dan seperti apa saja yang dilakukan para staf dan karyawan dalam proses memproduksi paket wisata, pemasaran paket wisata dan pelayanan.

3.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi PT. Lombok Go Holidays di kota Mataram.



Gambar I Struktur Organisasi *PT.Lombok Go Holidays*

Sumber : *Lombok Go Holidays 2015.*

Struktur organisasi di atas dijelaskan mengenai tugas dan tanggung jawab di PT.Lombok Go Holidays.

a. General Manager

Merupakan pemimpin perusahaan yang memiliki wewenang yang di percaya oleh pemilik saham perusahaan.

b. Bagian Informasi

Merupakan yang memberi sebuah informasi yang diperlukan oleh calon wisatawan melalui *email* dan juga memberikan penawaran paket-paket perusahaan dan akomodasi pariwisata kepada calon wisatawan.

c. Bagian Reservasi

Merupakan staf anggota yang melayani calon wisatawan yang melakukan reservasi paket wisata atau paket yang lain termasuk akomodasi melalui *request email* perusahaan.

d. Bagian Dokumentasi

Merupakan yang memproses kebutuhan calon wisatawan yang sudah memesan paket yang dibutuhkan.

e. Accounting

Merupakan yang menghitung dan menerima pembayaran dan calon wisatawan yang sudah melakukan pembayaran melalui bank atau transfer dan memproses pengiriman *invoice* kepada calon wisatawan.

f. Bagian Akomodasi

Ialah memiliki tugas untuk menyiapkan kendaraan yang bertugas menjemput dan mengantar tamu.

3.4.1 Pembagian Tugas Karyawan PT.Lombok Go Holidayas

PT.Lombok Go Holidays terdiri atas beberapa orang memiliki tugas dan fungsi yang berbeda-beda. Di bawah ini penulisan menjelaskan *management system* yang terdapat pada perusahaan. tugas wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

a. Direktur

1. Bertanggung jawab secara penuh terhadap segala administrasi dan operasional perusahaan.
2. Menjalankan fungsi dan pengawasan terhadap jalannya perusahaan.
3. Bertanggung jawab atas segala kegiatan *tour*
4. Melakukan pemasaran ke berbagai instansi.
5. Membuat kebijakan-kebijakan baru demi majunya perusahaan.
6. Menjalin koordinasi yang baik dengan para manajer dalam menjalankan roda perusahaan.

b. Manager

1. Bertanggung jawab atas segala kegiatan pencatatan keuangan perusahaan.
2. Bertanggung jawab atas segala kegiatan administrasi perusahaan.
3. Membantu tugas direktur dalam membuat keputusan serta kebijakan-kebijakan internal perusahaan.
4. Berkoordinasi dengan direktur dalam membuat strategi dan kebijakan mengelola pendapatan perusahaan tiap bulan.
5. Meyelesaikan konflik yang terjadi, baik pada internal maupun eksternal perusahaan.

c. Marketing

1. Bertanggung jawab atas segala kegiatan marketing/penjualan.
2. Menjual atau promo jasa perusahaan kepada klien baik secara langsung ataupun tidak langsung, memberi informasi paket-paket wisata.
3. Membantu dalam menjalankan dan melaksanakan tugas-tugas penjualan jasa dan tugas pemasaran.
4. Bertanggung jawab atas segala kegiatan penjualan *E-ticket*.

d. Accounting

1. Bertanggung jawab atas mencatat semua pendapatan yang diperoleh dan pengeluaran yang telah dikeluarkan.
2. Mencatat semua transaksi keuangan dan mengumpulkan semua bukti transaksi keuangan perusahaan.
3. Membantu tugas manager infrastruktur dalam menjalankan dan melaksanakan tugas-tugas pencatatan keuangan perusahaan.
4. Membuat serta mengatur segala urusan kesekretariat seperti : surat menyurat, *faksmile*, *E-mail*, melayani dan memberikan informasi klien baik di telepon maupun langsung, mencatat pesan, mendata investaris perusahaan.
5. bertanggung jawab atas *reservation* berupa Hotel, Restoran dan Akomodasi.

e. Sataf atau akomodasi

1. Bertanggung jawab atas menjemput dan mengantarkan tamu di bandara.
2. Bertugas membantu segala kekurangan sewaktu *tour* berlangsung.
3. Bertugas mengantarkan dan menjemput *guide* sewaktu menyelesaikan *tour*.
4. membantu tugas accounting dalam menjalankan dan melaksanakan tugas *reservation*.

3.5 Tugas-Tugas Persiapan Tour

Didalam melakukan persiapan *tour* perusahaan PT.Lombok Go Holidays memiliki kegiatan-kegiatan dasar dalam mempersiapkan kegiatan tour adalah :

- a. Mengecek *email* yang masuk atau membalas permintaan tamu yang request.
- b. Mencatat *accouting* atau lembaran booking tamu.
- c. Membuat pejingan nama dan map lombok, dan *guest comment*.
- d. Booking Hotel, transport, rumah makan sesuai permintaan tamu.
- e. Mencatat nama wisatawan nama-nama wisatawan yang akan ikut dalam *tour*.
- f. Membuat daftar nama tamu yang termasuk dalam rombongan bus.

- g. Mencatat nama atau No.Hp tamu yang bisa di hubungi baik itu *tour leader* atau pun pemimpin group.
- h. Mempersiapkan snack berupa makanan ringan seperti kue basah, buah dan air mineral.

Dalam menerima *reservation* biasanya klien tidak selalu datang ke PT. Lombok Go Holidays, karena itu klien melakukan *reservation* lebih sering dilakukan melalui telepon agar tidak melakukan kesalahan dalam mencatat nama orang yang memesan dan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, maka cara menyebutnya selalu dieja ulang dengan menggunakan “*spelling*” sebagai berikut:

code spelling of the airline menurut (Yoeti 1995 : 49) :

A : Alfa	N : November
B : Bravo	O : Oscar
C : Charlie	P : Papa
D : Delta	Q : Quebec
E : Echo	R : Romeo
F : Foxtrot	S : Sierra
G : Golf	T : Tango
H : Hotel	U : Uniform
I : India	V : Victor
J : Juliet	W : Wiskey
K : Kilo	X : X-ray
L : Lima	Y : Yankee
M : Mike	Z : Zulu

3.8. Kegiatan Pemasaran

Pemasaran yang dilaksanakan di PT.Lombok Go Holidays dilakukan oleh direktur perusahaan yaitu bpk Ahmad Ziadi yang melakukan pemasaran paket-paket wisata ke berbagai lembaga pendidikan dan instansi diantaranya :

1. SMK 2 Pariwisata Praya Lombok Selatan
2. Kantor Pariwisata Kota Mataram
3. Bank BNI Kota Mataram Jalan Udayana
4. Keberbagai Kampus UNRAM (Universitas Negeri Mataram)
 - Fakultas Ekonomi
 - Fakultas Hukum
 - Fakultas Pariwisata

Dalam pelaksanaan *Tour Guiding* di PT. Lombok Go Holidays dilaksanakan oleh *guide* yang berpengalaman dan *profesional*. di PT. Lombok Go Holidays *Guide* yang dipekerjakan merupakan *guide* yang bukan pekerja tetap di PT.Lombok Go Holidays melainkan mereka merupakan *guide* yang bekerja secara *prelance*. Pada umumnya biro perjalanan yang ada di lombok tidak semuanya memiliki *guide* tetap didalam suatu biro perjalanan yang ada di Pulau Lombok.



BAB 4. PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Pelaksanaan Prktek Kerja Nyata ini merupakan peraktek kerja yang dilaksanakan di PT. Lombok Go Holidays. Gambaran umum tempat pelaksanaan praktik kerja ini merupakan sebuah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perjalanan pariwisata *tour and travel*. Dalam melakukan praktek kerja mahasiswa tidak hanya mendapatkan ilmu yang telah diperoleh selama duduk di bangku kuliah melainkan ilmu yang didapat di tempat pelaksanaan praktek kerja nyata sangat banyak di peroleh secara langsung dengan terjun ke lapangan bertemu dengan tamu dan mengenal jenis-jenis pemasaran paket wisata di Pulau Lombok. Sehingga penulis tertarik untuk menjadikan tempat pelaksanaan praktek kerja nyata tentang Pelaksanaan Kegiatan Paket Wisata *Tour Lombok Dan Tour Guiding* Pada PT. Lombok Go Holidays.

4.2 Tempat Praktek Kerja Nyata

Peraktek kerja nyata merupakan kewajiban kampus yang harus diwajibkan bagi mahasiswa DIII Usaha Perjalanan Wisata Universitas Negeri Jember Jawa Timur. Setiap mahasiswa dibebaskan untuk memilih tempat praktek kerja nyata baik itu instansi pemerintah maupun perusahaan swasta. Sebelum melaksanakan praktek kerja nyata mahasisiwa harus terlebih dahulu menyelesaikan segala mata kuliah terutama mata kuliah umum yang ditempuh setiap semesternya dan meyelesaikan 100 Sks sesuai persyaratan kebijakan kampus. Mahasiswa melaksanakan pelaksanaan praktek kerja berlangsung kurang lebih selama 3 bulan dan dimulai pada tanggal 1 Februari 2015 sampai dengan 30 April 2015 sesuai dengan kesepakatan dan surat pengantar dari Fakultas dan Program DIII Usaha Perjalanan Wisata Universitas Negeri Jember Jawa Timur, yang di pilih oleh mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan praktek magang kepada perusahaan yang dilaksanakan di PT. Lombok Go Holidays yang beralamat di Perumahan Manvilla Rengganis jalan Matahari II blok A no. 46-47

Lombok Barat NTB-Indonesia. Biro perjalanan ini berada di daerah Lombok Barat yang terletak di kota Mataram yang pada saat ini kota yang paling besar dan paling ramai dikunjungi orang banyak baik itu wisatawan lokal dan wisatawan internasional.

4.3 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Pelaksanaan praktek kerja nyata yang dilaksanakan di biro perjalanan. PT. Lombok Go Holidays merupakan praktek kerja nyata yang dilakukan secara langsung dan praktek secara tatap muka dengan pemilik, sekretaris dan anggota staf perusahaan yang ada di PT. Lombok Go Holidays. Kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa di perusahaan biro perjalanan ini hanya terikat kontrak kurang lebih selama 3 bulan lamanya sesuai dengan kesepakatan yang di berikan oleh kampus di mulai pada tanggal 1 Februari 2015. Di pulau lombok telah berdiri puluhan perusahaan perjalanan wisata. Tamu-tamu yang datang setiap hari baik itu membeli tiket, memesan kamar hotel, ataupun untuk membeli paket wisata (*tour*). Hal ini menunjukkan bahwa semakin hari masyarakat semakin membutuhkan jasa dan pelayanan dari biro perjalanan. PT. Lombok Go Holidays merupakan salah satu *travel agent* di lombok yang mulai berdiri sejak bulan Desember 2009 berdasarkan akte tanggal 29 Desember 2009 dibuat dan di sahkan oleh Notaris Retno Kusbandini, SH.M.Kn Jalan Gaja Mada no.86 Leneng Praya-Lombok Tengah Telephone (0376) 6622224. PT. Lombok Go Holidays beralamat di jalan di Perumahan Manvilla Rengganis jalan Matahari II blok A no. 46-47 Lombok Barat NTB-Indonesia, telephone (0370) 6161255, 081934386898 Fax: 0370-6161228, e-mail: logoholiday@gmail.com ym : logoholiday| adilombok@ymail.com.

Kegiatan saat ini bergerak dalam bidang jasa pariwisata, dengan hari dan jam kerja mulai dari :

Senin-kamis	: 08.00 – 12.00 istirahat 13.30 -17.00 WITA
Jumat	: 08.00 – 11.00 istirahat 14.00 - 17.00 WITA
Sabtu	: 08.00 – 17.00 istirahat 13.30 - 17.00 WITA

Pelaksanaan praktek magang di PT. Lombok Gok Holidays dilaksanakan sesuai jadwal kerja staf-staf anggota karyawan setiap harinya. Perusahaan PT. Lombok Go Holidays memiliki jenis pelayanan yang ada di Pulau Lombok, perusahaan ini menawarkan paket wisata (*package tour*) yang menawarkan berbagai paket wisata berupa paket Desa Wisata, paket Alam, Budaya, paket Gunung, Pantai dan Air Terjun. Program ini merupakan yang dilaksanakan oleh perusahaan PT. Lombok Go Holidays untuk memperkenalkan berbagai keindahan alam dan keunikan kehidupan budaya yang ada di Pulau Lombok kepada seluruh masyarakat Indonesia maupun ke seluruh penjuru dunia dan perusahaan ini juga memiliki bisnis pelayanan pemesanan tiket pesawat terbang dengan tujuan berbagai kota di Indonesia. Berdirinya perusahaan PT. Lombok Go Holidays sangat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat mobilitasnya dengan kantor yang berada dikawasan Kota Mataram Di Pulau Lombok, memberikan citra ramah, senyum dan perhatian sebagai modal untuk menambah relasi dan kenyamanan dalam bekerja dan melayani pelanggan atau wisatawan.

4.4 Makna Lambang PT. Lombok Go Holidays

Lambang dari PT. Lombok Go Holidays memiliki makna dan bentuk keunikan tersendiri, berbentuk lingkaran dan memiliki warna dasar berwarna orange dan biru. makna lingkaran orange melambangkan keharmonisan dalam suatu ikatan kerja sama terhadap program pelayanan perusahaan PT. Lombok Go Holidays. Lingkaran dalam terdapat gambar seperti ikatan yang melambangkan kenyamanan dan kejujuran sedangkan tulisan yang ada di bawah gambar yang bertulis Logo Holiday yang memiliki makna arti yang akan menjadi lambang motivasi yang dijunjung yang akan dikenal orang banyak baik itu wisatawan lokal maupun wisatawan Internasional dan perusahaan-perusahaan seperti hotel, restoran dan *souvenir* yang melakukan kerja sama dengan perusahaan PT. Lombok Go Holidays. motto yang dibawa Lombok Go Holidays yaitu keharmonisan dalam pelayanan, keyamanan dan kejujuran sebagai motivasi lambang yang akan dikenal sampai saat ini.



Gambar II Makna Lambang PT. Lombok Go Holidays

Sumber : Lombok Go Holidays 2015

4.5 Kegiatan-Kegiatan Di PT.Lombok Go Holidays

Pulau Lombok merupakan salah satu pulau di Indonesia yang dikunjungi banyak orang saat ini dengan memiliki tempat-tempat objek wisata yang masih terjaga kebersihannya dan masih asri baik itu pemandangan alam yang indah dan udara yang sejuk serta memiliki tradisi kebudayaan yang unik yang memikat orang banyak.

Perkembangan dunia pariwisata di Pulau Lombok yang marak memberi lahan baru untuk Biro Perjalanan Wisata atau *travel agent* sebagai sarana pendukung dalam meningkatkan industri pariwisata di Pulau Lombok khususnya di Kota Mataram. Salah satu tempat biro perjalanan yang ada di Pulau Lombok yang menjadi tempat magang saya adalah PT.Lombok Go Holidays yang beralamat di Perumahan Manvilla Rengganis Jl. Matahari II Blok A No. 46-47 Labuapi Nusa Tenggara Barat yang menjadi tempat saya menambah pengetahuan. PT. Lombok Go Holidays ini memiliki 4 karyawan diantaranya Pak Ahmad Ziadi S.Pd, Pak Hermaen, Mas Nirwan, Pak Jalu, Pak Poor.

PT. Lombok Go Holidays adalah sebuah biro perjalanan wisata atau *Travel Agent*. Pendiri utama Badan Usaha atau *Travel Agent* ini adalah Bapak Ahmad Ziadi S.Pd dan sekretaris yang bernama Pak Hermaen dan memiliki 3 anggota karyawan, yang didirikan pada tanggal 29 Desember 2009 di Kota Mataram Pulau Lombok. Sampai sekarang biro perjalanan terus berkembang, dan berfungsi untuk merencanakan, mengkoordinasikan serta menyelenggarakan perjalanan wisata. Hasil yang di peroleh sewaktu melakukan wawancara dengan Pak Ziadi dan Pak Hermaen tentang kegiatan usaha meliputi:

Adapun kegiatan-kegiatan usaha Biro Perjalanan Wisata PT. Lombok Go Holidays antara lain berupa :

1. Menyusun dan menjual paket wisata (*package tour*) luar negeri atas dasar permintaan.
2. Penyelenggaraan atau menjual pelayanan wisata.
3. Menyusun dan menjual paket wisata dalam negeri kepada masyarakat.

4. Menyelenggarakan pemanduan wisata.
5. Menyediakan fasilitas untuk wisatawan.
6. Menjual tiket sarana angkutan dan lain- lain.
7. Mengadakan pemesanan sarana wisata.
8. Mengurus dokumen-dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Pelaksanaan magang diawal bulan Februari sampai bulan april wisatawan yang datang berlibur ke lombok berupa wisatawan lokal karena di mulai awal februari sampai dengan bulan april mengalami *low season* sehingga wisatwan luar yang berkunjung ke lombok sedikit. kegiatan-kegiatan yang dilakukan di travel berupa belajar cara mengenal jenis-jenis paket wisata yang dijual, belajar cara membuat brosur wisata, belajar membuat paket wisata yang di jual yang terdiri dari pembuatan *intenerery*, *voucer*, *invoice* dan cara menghitung paket di komputer dan mengenal objek- objek wisata serta informasi objek wisata yang ada di Lombok.

Pada bulan Maret diberi kesempatan untuk ikut melakukan *tour* baik itu menjemput tamu di bandara maupun membatu mengantar tamu ke bandara untuk *cek out* atau hanya mengurus barang bawaan tamu yang akan di *boarding pass*. Selain itu manfaat yang peroleh dengan mengikuti *tour* adalah saya bisa melihat cara teknik *Guiding* yg baik dan yang benar dan terjun langsung melihat situasi keadaan masyarakat setempat baik itu adat istiadat, bahasanya, dan sistem pernikahan masyarakat sasak yang unik.

Pada bulan April PT. Lombok Go Holidays banyak di banjiri tamu nasional seperti tamu keluarga, tamu pensiunan, tamu bulan madu dan lain-lain. Di bulan April ini perusahaan hampir di sibukkan untuk membantu menemani tamu berlibur baik itu membantu tamu pemberian *snack*, air minum maupun melayani tamu yang sedang bertanya tentang objek wisata dan yang membutuhkan bantuan. Dengan mengikuti *tour* banyak mendapatkan ilmu tentang *guiding* dari *guide-guide* yang dikenal baik *guide* Nasional maupun Eropa. Di samping itu, banyak mendapatkan

teman atau relasi baik itu supir, kernet bus, pegawai hotel, *tour leader* dan tamu yang saya ajak bicara.

Pada tanggal 19 – 20 PT. Lombok Go Holidays mengadakan acara yang bernama ASPPI (ASOSIASI PELAKU PARIWISATA INDONESIA) yang bertema Lombok Travel Mart II 2015 yang di pimpin langsung oleh Pak Adi. Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia (ASPPI) adalah wadah bagi para *profesional* yang bergerak dibidang kepariwisataan. ASPPI merupakan organisasi yang didasari atas persamaan persepsi dan tidak memihak kepada salah satu organisasi apapun. ASPPI didirikan pada tanggal 04 April 2008 di Bali dimana ASPPI pusat berkedudukan di Ibukota negara yang mempunyai kegiatan di seluruh Indonesia.

Tujuan dan Fungsi ASPPI adalah:

1. Terwujudnya profesionalisme anggota yang mempunyai disiplin, dedikasi dan loyalitas yang tinggi menuju terwujudnya kader bangsa yang berjiwa Pancasila dalam wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
2. Membantu usaha pemerintah dalam membina dan memajukan pariwisata nasional.
3. ASPPI dalam kegiatannya berfungsi sebagai alat pelindung, pemersatu dan untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh anggotanya.

Kegiatan berupa :

1. Menunjang program pemerintah dalam bidang pembangunan nasional dan membantu memelihara ketertiban, keamanan dan kenyamanan wisatawan
2. Meningkatkan mutu pengetahuan dan profesionalisme Anggota
3. Menjalani kerjasama dengan asosiasi praktisi seluruh dunia
4. Memberi perlindungan kepada anggota.

MUSDA I DPD ASPPI NTB

Merupakan salah satu kegiatan 4 tahunan oleh DPD ASPPI NTB, masing-masing DPD mempunyai agenda tersendiri, untuk memilih pengurus secara berkala

untuk mendorong terciptanya kemajuan pariwisata daerah dan Nasional. MUSDA I ASPPI NTB yang diselenggarakan pada tanggal 26 Januari 2013 ditargetkan dihadiri oleh lebih dari 100 praktisi pariwisata seperti *travel agent, tour guide, hotel, restaurant, transport* dan toko-toko *souvenir*/oleh-oleh khas Lombok dan Sumbawa.

Selain itu, MUSDA I ASPPI NTB bertujuan untuk memilih pengurus baru di dalam membangkitkan kembali semangat kebersamaan dan kekeluargaan yang selama ini melandasi terbentuknya ASPPI di Nusantara. Disamping itu, diharapkan mampu memberikan penyegaran, kegembiraan, bergandengan tangan, serta positif mind set kepada para peserta dengan selalu bekerja sama dalam suasana berkolaborasi, berkoordinasi, dan berkomunikasi secara profesional dalam sebuah team work.

Keterkaitan atau hubungan MUSDA I DAN ASPPI dengan hubungan dengan pelaksanaan kegiatan pemasaran paket wisata *tour* lombok dan *tour guiding* pada PT. Lombok Go Holidays sangat berkaitan karena dalam pelaksanaan kegiatan ini bertujuan dalam membantu dan promosi pulau lombok dan tidak hanya menguntungkan perusahaan sendiri tetapi menguntungkan berbagai perusahaan lain baik itu *guide-guide* yang ada di pulau lombok.

Visi dan Misi

Dapat menjadi benang pengikat yang kuat dengan terciptanya komunikasi dan interaksi yang baik antara praktisi pariwisata, pemerintah dan lapisan masyarakat yang ada.

4.6 Perencanaan Perjalanan

PT. Lombok Go Holidays sebelum melakukan perjalanan (*tour*) perencanaan calon wisatawan, Lombok Go Holiday melakukan *reservasi* terlebih dahulu sampai selesai melalui *email* dan mengatur jadwal tanggal dan hari pemesanan dan mengatur penjemputan atau pemberangkatan dari suatu tempat sampai ke tujuan atau destinasi wisata sesuai *Random* acara yang telah di buat sesuai permintaan

wisatawan. setelah ada kesepakatan di antara kedua belah pihak untuk melaksanakan program perjalanan calon wisatawan akan diberikan nomor rekening perusahaan untuk melakukan pembayaran di muka dari paket yang telah dipilih oleh calon wisatawan. ada bukti pembayaran yang dikirim oleh calon wisatawan bagian accounting. PT. Lombok Go Holidays akan mencatat ulang di lembaran kerja berupa lembaran kerja *Reservation* setelah itu mempersiapkan keperluan *tour* seperti peta kecil lombok, transportasi, *guide* selama diperjalanan, *invoice*, *guest comment* untuk wisatawan.

4.6.1 Prosedur Penanganan Paket Wisata Di PT. Lombok Go Holidays

Dalam penanganan paket wisata yang dilakukan PT. Lombok Go Holidays menawarkan berbagai program *tour* yang dipasarkan oleh perusahaan mulai dari pembuatan merencanakan, survai, penghitungan sampai dengan penyelesaian. dalam hal ini cara menangani sebelum melakukan perjalanan dalam negeri yang akan dilakukan, baik itu sebelum melakukan atau sesudah melakukan perjalanan wisata antara lain :

- a. Membuat *Intenerery* atau *randown* acara selama dalam *tour* perjalanan Yang Diinginkan sesuai objek wisata yang akan dikunjungi.
- b. Membuat *Reservation* Hotel, Transportasi, Restoran.
- c. Mencatat Accounting Atau Lembaran *Reservation* Tamu
- d. Membuat *Guest Comment* Dan *Map* Lombok yang akan diberikan ke pada tamu saat dilaksanakan perjalanan *tour*, *guest comment* merupakan lembaran kertas tamu tentang komentar parah tamu dan map lombok merupakan lembaran-lembaran tentang informasi objek-objek wisata yang akan dikunjungi.
- e. Membuat Papan Penjemputan Atau Disebut Dengan Pejingan Untuk Penjemputan Di Bandara
- f. Mencatat Nama-Nama Tamu Yang Ikut Dalam Perjalanan

- g. Tugas Terakhir Memberikan *Guest Comment* Dan *Map Lombok* Dan *Guide* Diberikan Tanggung Jawab Penuh Selama Perjalanan.

4.6.2 Penilaian Pemasaran dan *Tour Guiding* di PT. Lombok Go Holidays

Penilaian Pemasaran dan *tour guiding* di PT. Lombok Go Holidays ialah dilaksanakan sesuai yang ditetapkan oleh perusahaan agar wisatawan yang menggunakan jasa PT. Lombok Go Holidays memperoleh kepuasan dari segi keramah tamahan dan pelayanan. Dalam pelaksanaan perjalanan berdasarkan penilaian tentang karakter wisatawan yang dipandu ialah tergolong 2 wisatawan yang harus dikenal pramuwisata yaitu :

1. *Individu Tourist Guide* ialah pramuwisata yang khususnya memandu wisatawan individu dalam sekelas kecil dan jumlah wisatawan yang sedikit.
2. *Group Tour Guide* ialah pramuwisata yang khususnya memandu wisatawan group dalam jumlah besar.

Dalam Pelaksanaan *Tour Guiding* PT. Lombok Go Holidays dilakukan *Guide* yang *Professional* atas perjanjian yang sudah diberikan perusahaan kepada *guide* yang bertanggung jawab dalam perjalanan (*tour*). Dalam perjalanan *guide* hanya dibantu oleh bagian informasi dan *accounting*. Prosedur pelaksanaan *guiding* berdasarkan perusahaan PT. Lombok Go Holidays sebagai berikut :

- 1) Dalam melakukan perjalanan *guide* harus memakai seragam yang berlogo lombok go holidays atasan berupa kaman dan bawaan berupa kain songket khas lombok
- 2) 30 menit sebelum kedatangan tamu di bandara, *guide* harus sudah berada di bandara.
- 3) Tamu yang datang diberikan cindra mata selamat datang berupa kain songket yang dikenakan di leher tamu.

- 4) Tamu diberikan kesempatan untuk berfoto di patung selamat datang dilombok yang disebut dengan patung presean lombok.
- 5) Memperkenalkan diri sebagai pemandu dan supir selama diperjalanan
- 6) Meberikan lembaran *map lombok* dan *Guest Comment* sebelum perjalanan berlangsung.
- 7) Menjelaskan *intenerary* program atau *randown* acara.
- 8) Memberikan penjelasan tentang objek-objek wisata yang tertera dalam *randown* acara dan *map lombok* dengan wajah ceria.
- 9) Memberikan pelayanan yang *full sevice* selama diperjalanan hingga sampai ke penginapan.
- 10) Memberikan senyum, salam dan sapa selama di perjalanan.

Dalam pelaksanaan pemasaran berdasarkan perusahaan PT. Lombok Go Holidays memiliki strategi sendiri dalam memasarkan paket wisata. strategi tersebut ditanamkan pada setiap marketing agar memiliki pengetahuan yang luas dalam memasarkan paket wisata yang ditawarkan. kegiatan pemasaran di PT. Lombok Go Holidays merupakan ujung tombak dalam kelancaran produksi dan stabilitas usaha. pemasaran dilakukan ke berbagai semua pulau dan kota seperti Sumatra, Jawa, Kalimantan, Bali dan sebagainya yang bekerja sama dengan travel-travel lainya di Indonesia yang masuk dalam anggota ASPPI (ASOSIASI PELAKU PARIWISATA INDONESIA)

Dalam memperlancar pemasarannya PT.Lombok Go Holidays juga bekerja sama dengan berbagai armada pengangkut, berupa bus yang akan menjadi armada dalam kegiatan *tour* seperti armada bus GEM dan EURO. perusahaan kami juga berkerja sama dengan tempat-tempat penginapan dan peristirahatan selama *tour* berlangsung seperti hotel Jayakarta, hotel Seraton, Nove hotel, hotel Ombak Sunset, Lombok Raya dan Villa Ombak. dan berbagai tempat restoran dan tempat oleh-oleh seperti rumah makan Taliwang, restoran Kuta Lombok dan tempat oleh-oleh seperti Exotic Lombok dan Sasaku. Sarana maupun pemasarannya yang dilakukan PT.

Lombok Go Holidays antara lain berupa *mail selling*, *telle selling* dan *personal selling* berikut penjelasannya :

- 1) *Mail Selling* merupakan suatu bentuk pemasaran jasa dengan mengirimkan brosur atau selebar pamflet suatu perusahaan atau instansi atau perusahaan, cara ini biasanya dilakukan dengan cara mengirim melalui pos, *email* dan *faksimile*.
- 2) *Telle Selling* merupakan bentuk pemasaran jasa dengan melakukan pembicaraan melalui telepon antara pihak perusahaan dengan pelanggan ataupun konsumen. pada umumnya hal ini ditunjukkan pada pelanggan maupun konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap.
- 3) *Personal Selling* merupakan bentuk pemasaran jasa dengan mengirimkan karyawan bagi pemasaran atau marketing untuk mengadakan tatap muka dengan calon pembeli berbeda.

Dalam memasarkan setiap paket yang ditawarkan PT. Lombok Go Holidays diantara ketiga metode tersebut yang sering di gunakan atau diterapkan berupa *mail selling* dan *telle selling* karena metode ini merupakan metode yang paling simpel dan tidak melibat kan banyak orang, perusahaan lebih banyak mendapatkan permintaan-permintaan atau *request* pembutan paket dari *email* tentang paket wisata Lombok.



Gambar III Map Lombok

Sumber : Lombok Go Holidays 2015

Gambar di atas merupakan gambar berupa lembaran yang akan diberikan kepada tamu sewaktu dalam perjalanan *tour* berlangsung di pulau lombok, yang berfungsi untuk mengetahui informasi-informasi dan tempat-tempat objek wisata yang akan dikunjungi wisatawan selama *tour* berlangsung

4.7 Contoh Paket- Paket Wisata Pulau Lombok Di PT.Lombok Go Holidays

PT.Lombok Go Holidays menawarkan kepada wisatawan berbagai jenis paket-paket wisata Lombok berupa Alam, Budaya, Gunung, dan Pantai. Pulau Lombok merupakan merupakan tujuan wisatawan saat ini yang banyak dikunjungi. wisatawan yang datang berlibur ke Lombok selalu ditawarkan paket wisata seperti City Tour, Sasak Tour , Waterfall Tour, Gili Tour Dan Tracking Rinjani berikut penjelasannya :

4.7.1 City Tour (Keliling Kota Mataram)

Merupakan *tour* yang dilakukan keberbagai objek wisata yang berada di kota mataram Pulau Lombok. berupa situs peninggalan sejarah istana Kerajaan Bale Kambang yang berasal dari bekas Kerajaan Bali yaitu perpecahan dari Kerajaan Karang Asem yang dibangun pada 1714 berupa kerajaan yang di beri nama narmada, situs bersejarah ini digunakan untuk menjadi istana anak Agung Gede Ngurah yaitu salah satu raja bali yang pernah berkuasa di Pulau Lombok dan masi ada keturunannya sampai sekarang dan kental dengan ajaran-ajaran budaya yang mereka percaya.

Disini yang dapat kunjungi berupam miniatur Danau Gunung Rinjani, Danau Segara Anak, Air Awet Muda dan kolam ikan milik peliharaan raja. ditempat situs kerajaan ini yang paling membuat wisatawan penasaran yaitu air awet muda yang cerita masyarakat setempat membawa rejeki dan keberuntungan bagi orang yang mau minum dan cuci muka di tempat ini.

4.7.2 Sasak Tour

Tour ini merupakan tur ke bagian selatan Pulau Lombok yang terdapat berbagai objek wisata berupa Desa Wisata Sasak, Kuta Lombok Tanjung Aan, Pantai Seger, dan Desa Kesenian Masyarakat Lombok Berupa Desa Sukarare dan Desa Banyumulek. Desa Wisata Sasak yang dikenal dengan desa wisata Sade desa ini merupakan asal mula orang-orang Sasak yang terkenal berupa rumah istiadatnya, tari-tarian dan lantai yang di lumuri dengan kotoran sapi untuk penaggkal nyamuk yang di percaya oleh masyarakat sasak. Setelah itu *tour* di lanjutkan ke Kuta Lombok, pantai seger dan pantai Tanjung Aan. Pantai Kuta Lombok yang dikenal dengan pasir yang berbetuk marica yang terdapat tempat-tempat hotel dan restoran terakhir dibagian selatan.

Menuju ke kota tur berlangsung ke desa kesenian masyarakat Lombok yaitu Desa Sukarare pengerajinan tenun dan kain songket yang terkenal dengan menenun dengan benang emas dan perak menjadi songket tradisional dan kain ikat dengan alat tenun yang sangat sederhana. selanjutnya kemudian ke Desa Banyumulek pengerajin tanah liat yang berada di dekat Kota Mataram di desa ini yang bisa kita jumpai berbagai kerajinan tanah liat berbentuk pot yang dibentuk dengan tangan.

4.7.3 Waterfall Tour

Tour ini berlangsung ke wilayah Lombok di bagian utara di kawasan hutan gunung rinjani terdapat berbagai pemandangan-pemandangan alam, budaya dan peradaban manusia di wilayah ini selama ribuan tahun. dari sini *tour* akan dimulai melalui garis pantai sengigi sampai bukit malimbu, kemudian ke tanju pasar tradisional, dengan aneka makanan dan buah-buahan untuk kehidupan dan kebutuhan masyarakat sehari-hari. air terjun sendang gile ini merupakan air terjun terbesar yang ada di lombok terletak 600 meter di atas permukaan laut, banyak wisatawan yang sering berkunjung mencari kesegaran dan kealamian air terjun ini.

Setelah mengunjungi air terjun sendang gile lombok juga memiliki bangunan tua berupa peninggalan islam bersejarah yang bernama Masjid tua di desa Bayan, salah satu peninggalan islam bersejarah tak ternilai di lombok di bangun pada abad ke-16. banyak wisatawan yang sukak berkunjung ketempat ini menyaksikan berbagai arsitektur masjid dan keunikan cara beribada suku gunung rinjani.

4.7.4 Gili Tour (Gili Trawangan, Gili Air, Gili Meno)

Perjalanan yang dilakukan ke 3 tiga gili ini memiliki 2 jalur resmi yang harus dikunjungi jalur yang pertama mengitari jalan besar Sengigi sampai dengan Bukit Malimbu dari bukit ini sudah bisa menyaksikan pemandangan pantai yang indah dan melihat lengkap 3 gili. dan jalur yang ke dua perjalanan yang dilakukan dari kota Mataram sampai melewati hutan yang bernama Pusuk, di hutan ini bisa melihat berbagai jenis satwa berupa monyet liar yang ada disepanjang jalan dan bisa menyaksikan keindahan 3 gili sekaligus dari ketinggian 403 meter di atas permukaan laut.

Sebelum melakukan penyebrangan ke gili harus meyebrang memakai *boat* perjalanan memakan waktu sekitar 15 menit memakai *boat* cepat(*speed boat*). Ketiga gili yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan yaitu Gili Trawangan karna di Gili Trawangan Ini terdapat berbagai fasilitas-fasilitas baik itu hotel, restoran, bar dan lain-lain. Wisatawan yang berkunjung ke 3 gili pasti mengikuti kegiatan seperti berkeliling mengitari gili dengan cidomo dan bermain *watersport* yang tersedia di sini berupa : *snorkling*, *diving*, berenang atau pun berjemur di pinggir pantai. pada sore hari pulang ke hotel singga ke Mipah dan Malimbu yaitu bukit tempat menyaksikan keindahan sunset di sore hari di antara gunung Agung Bali.

4.7.5 Tracking Rinjani

Tour ini berlangsung ke wilayah bagian utara Pulau Lombok di desa Sembalun Lawang menyusuri keindahan Hutan Gunung Rinjani yang terdapat berbagai pemandangan alam berupa bukit-bukit yang berbaris di sekitar area kaki Gunung Rinjani. wisatawan yang berkunjung kesini melakukan pendakian untuk menyaksikan petualangan puncak Gunung Rinjani dan keindahan Gunung Baru Jadi yang dikelilingi Danau Segara Anak. Gunung Rinjani yang merupakan gunung yang tertinggi di Pulau Lombok dan gunung paling indah di Indonesia.

Ketinggian gunung ini mencapai 3.726 meter di atas permukaan laut. Di Desa Sembalun wisatawan akan menyaksikan berbagai tanaman warga berupa sayur, tomat, kentang yang hanya bisa tumbuh di cuaca dingin sebagai penghasil masyarakat Sembalun yang akan di jual ke Kota Mataram atau di kirim ke Pulau Bali. banyak wisatawan luar dan dalam negeri untuk menyaksikan cara bercocok tanam yang ada di Desa Sembalun.

4.7.6 Contoh Randon Acara Paket Wisata Lombok

Hari 01. Airport - Sasak Tour - Hotel (L.D)

Tiba di bandara internasional Lombok, meeting service & selanjutnya diantar untuk mengeksplorasi Lombok bagian selatan untuk mengetahui kehidupan masyarakat suku Sasak (suku terbesar di Lombok), kunjungan meliputi : Sade/Rambitan merupakan rumah adat suku Sasak yang lantai rumahnya berbahan dasar tanah liat dan kotoran kerbau. Pantai Kuta & Tanjung Aan, terkenal dengan butiran pasir putih yang menyerupai marica, diantar kembali menuju hotel untuk istirahat & acara bebas. Makan siang disediakan di restaurant sekitar Pantai Kuta Lombok. SUKARARA yang merupakan desa penghasil kain tenun khas Lombok dengan berbagai motif yang menarik, gadis di daerah ini pada umumnya harus bisa menenun/nyesek sebelum menikah, peserta tour juga bisa mencoba untuk menenun dan berfoto dengan

menggunakan pakaian adat lombok. BANYUMULEK yang merupakan desa pengerajin gerabah dari tanah liat dengan kualitas export dimana di tempat ini peserta tour bisa langsung mencoba pembuatannya. selanjutnya diantar menuju hotel untuk chek in & acara bebas. (makan siang & malam di restaurant).

Hari 02 Pink Beach Tour (L.D)

Makan pagi di hotel, dijemput dan berkedara sektitar 3 jam dari sengigi menuju PELABUHAN TANJUNG LUAR yang terletak di kabupaten lombok timur, pelabuhan tanjung luar merupakan pelabuhan ikan terbesar di pulau lombok, dari pelabuhan ini juga peserta akan menyebrang menggunakan boat selama 45 menit menuju pantai PINK / TANGSI ada pun aktivitas yang dilakukan : mandi, snorkling dan menikmati indahny pasir yang berwarna pink, setelah itu menuju gili PETELU yang kurang lebih sektiar 10 menit menggunakan boat disini kita bisa melakukan snorkling, selanjutnya menuju pulau PASIR pulau ini hanya bisa dikunjungi disaat air surut & sangat bagus untuk berfoto. perjalanan selanjutnya menuju pelabuhan tanjung luar yang berjarak 15 menit, selanjutnya berkedara kembali menuju hotel & acara bebas. (makan siang di sajikan di pink beach dengan picnic lunch & dan makan malam di local restaurant)

Hari 03. Gili Trawangan Tour (L.D)

Makan pagi di hotel, dijemput dan diantar untuk mengunjungi : BUKIT MALIBU , spot yang sangat bagus dengan pemandangan 3 gili, garis pantai serta bukit yang sangat menakjubkan, TELUK NARA / BANSAL, pelabuhan utama untuk penyebrangan menuju gili trawangan. Gili Trawangan merupakan gili yang paling besar dan paling ramai di antara gili air dan gili meno, adapun aktivitas yang dilakukan : Diving, Snorkling, Glass Bottom Boat, Bersepeda ataupun menggunakan Cidomo untuk mengelilingi pulau gili trawangan. setelah menikmati makan siang di local restaurant, kembali menyebrang menuju Teluk Nara Bangsal, perjalanan dilanjutkan menuju ketempat pusat oleh-oleh di lombok berupa : madu, makanan,

telur asin, mutiara baju lombok dan lain sebagainya, diantar ke hotel untuk istirahat & acara bebas. (makan siang & malam di local restaurant).

Hari 04. Transfer Out

Makan pagi di hotel, acara bebas sampai waktunya diantar menuju airport untuk tujuan wisata selanjutnya.

4.8 Kelebihan Dan Kekurangan Dari Pemasaran Di PT.Lombok Go Holidays.

Kelebihan dan kekurangan dari perusahaan PT.Lombok Go Holidays dalam Pemasaran yang dilakukan berupa :

a. Kelebihan

1. Dalam proses pemasaran yang dilakukan bukan hanya orang yang datang ke kantor ataupun ke berbagai instansi melainkan membuat berbagai event yang melibatkan berbagai perusahaan-perusahaan lain.
2. Selama proses pemasaran dilaksanakan keberbagai instansi dilakukan oleh orang yang berpengalaman.
3. Selama proses pemasaran dilakukan secara teliti dan sabar
4. Dalam proses pemasaran harus memakai seragam yang berlogokan Lombok Go Holidays.
5. Selalu menerapkan 3 S sapa salam dan seyum.

b. Kekurangan

1. Selama proses pemasaran yang dilakukan PT.Lombok Go Holidays keberbagai instansi kurang banyak diminati karena masyarakat lombok lebih tertarik memilih membeli paket wisata keluar Pulau Lombok seperti Bali dan Jawa.
2. Kurangnya anggota dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan PT.Lombok Go Holidays keberbagai instansi perusahaan lain.

4.9 Kelebihan Dan Kekurangan Tour Guide Di PT.Lombok Go Holidays.

Kelebihan dan kekurangan dalam pelaksanaan *Guiding* di PT.Lombok Go Holidays terdiri dari :

a. Kelebihan

1. Penjemputan di bandara mengenakan seragam khas Lombok dan berlogo Lombok Go Holidays.
2. Memberikan cindramata kepada tamu waktu tamu tiba di bandara.
3. selama perjalanan berlangsung *guide* bertanggung jawab besar atas keselamatan tamu
4. Selama di perjalanan *guide* memberikan informasi-informasi berupa objek-objek wisata yang tertera di paket wisata.
5. *Guide* yang dimiliki PT.Lombok Go Holidays semuanya *guide* yang lulusan dari sekola lulusan pariwisata minimal D3.

b. Kekurangan

1. Pada waktu membawa tamu *group*, *guide* terkadang mengalami kesulitan dalam mengawasi tamu-tamu.
2. Kurang nya tenaga *guide* apa bila menemani tamu pada saat *snorkling* dipantai.
3. Kurangnya fasilitas yang dibutuhkan bila objek wisata yang dikunjungi masih benar-benar jauh dari pemukiman masyarakat, sehingga *guide* harus bertindak mencari solusi.
4. Seringnya terjadi kesalah pahaman antara *guide* dengan masyarakat setempat saat *tour* berlangsung, seperti pedangang-pedagang kecil yang memperlambat *tour* berlangsung.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengamatan selama melakukan praktek kerja nyata di PT.Lombok Go Holidays di Pulau Lombok, Penulis dapat menyimpulkan beberapa hal yang berkaitan dengan proses Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran Paket Wisata *Tour* Lombok dan *Tour Guiding* Pada PT. Lombok Go Holidays. Proses pemasaran paket wisata meliputi beberapa tahapan antara kegiatan pemasaran paket wisata *tour* lombok, dan pelaksanaan *tour guiding*:

- a. Dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan pemasaran dan *tour guiding* yang dilakukan staf-staf perusahaan PT.Lombok Go Holidays tidak hanya diterapkan dalam perusahaan, juga *trainer* harus bisa cepat tanggap dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan juga memberikan informasi dan bantuan kepada wisatawan.
- b. Setiap pelaksanaan pemasaran dan *tour guiding* diberi kesempatan untuk ikut dalam membantu dan mengenali setiap objek wisata agar memberikan wawasan dan informasi-informasi penting secara langsung.
- c. Pelaksanaan *guiding* yang dilakukan di PT.Lombok Go Holidays dilakukan oleh *guide-guide* yang profesional, sehingga membuat *trainer* cara belajar memandu wisatawan dengan baik dan benar.

5.2 Saran

Dari pengalaman selama melakukan praktek kerja nyata di PT.Lombok Go Holidays ada beberapa saran untuk perusahaan PT. Lombok Go Holidays sebagai bahan acuan agar perusahaan dapat bersaing dengan Biro Perjalanan yang ada di Pulau Lombok, berupa :

- a. Perlu adanya penambahan karyawan dalam menangani bagian pemasaran paket wisata di PT. Lombok Go Holidays.
- b. Sebaiknya Pemerintah Daerah lebih memperhatikan dan melengkapi fasilitas yang dibutuhkan bila objek wisata yang dikunjungi masih benar-benar jauh dari pemukiman masyarakat contohnya berupa toilet dan mushola.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Handinoto, Kusudianto, 1996. *Perencanaan Dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Ui.

Kusudianto, 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Ui Press.

Karyono, Hari. 1997. *Kepariwisataan*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.

Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.: Prehallindo.

Pandit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Ross Glenn F, 1981. *Psikologi Pariwisata*. Jakarta: Penerbit Buku Obor.

Suyitno, 1999. *Perencanaan Wisata Tour Planning*. Yogyakarta: Kanisius.

_____,2005. *Petunjuk Praktis Penelitian Tindakan Kelas Untuk Penyusunan Skripsi*, Semarang.

Yoeti Oka A, 1982. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

_____,1989. *Tour And Travel Management*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita/Pustaka.

_____,1996. *Tour And Travel Management*. Jakarta: Pradnya Paramita/Pustaka.

_____,1989. *Tour And Travel Management*. Jakarta: edisi revisi, Pradnya Paramita/Pustaka.

Jurnal :

Ahmad Zainal Arifin. 2008. *Potesi Pengembangan Paket Wisata Karimun Jawa*.

<http://www.bimbingan.org/jurnal-pariwisata.htm> (di akses tanggal 20-5-2015).

<http://jurnal.untan.ac.id/index.php/nestor/article/view/4234/4270.yuliana>

Diterbitkan

Oleh: Program Magister Hukum Universitas Tanjungpura (di akses tanggal 28-5-2015).

[https://www.google.co.id/webhp?sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF-](https://www.google.co.id/webhp?sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=buku++WTO%2C+dalam+Richard+%26+Flicker%2C+2004:6)

[8#q=buku++WTO%2C+dalam+Richard+%26+Flicker%2C+2004:6\)](https://www.google.co.id/webhp?sourceid=chromeinstant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=buku++WTO%2C+dalam+Richard+%26+Flicker%2C+2004:6) Jurnal Buku

WTO, Dalam Richard & Flicker, 2004:6 [28 Mei 2015]

Peraturan Perundang-Undangan :

Undang- undang No. 9 tahun 1990 tentang Pariwisata

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan

Dokumen Perusahaan :

PT. Lombok Go Holidays

LAMPIRAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Kalimantan – Kampus Tegalboto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586
Jember 68121 Email : fisip@unej.ac.id

Nomor : 265/UN25.1.2/SP/2015
Lampiran : Satu eksemplar
Hal : Permohonan Tempat Magang

22 Januari 2015

Yth. Pimpinan PT. Lombok Go Holiday
Jl. Matahari 2 Blok A No. 46 Desa Bajur Labu Api
Lombok Barat

Dalam rangka mengembangkan wawasan praktis mahasiswa Program Studi Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka setiap mahasiswa yang telah menyelesaikan minimal 90 SKS diwajibkan mengikuti kegiatan magang (Praktek Kerja Nyata) untuk penyelesaian laporan tugas akhir.

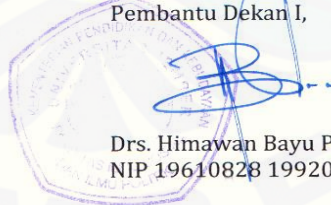
Sehubungan dengan hal tersebut, kami berharap dengan hormat kesediaan Saudara memberikan kesempatan kegiatan magang mahasiswa kami pada perusahaan yang Saudara pimpin. Adapun nama mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan magang adalah :

Nama : Putera M Sitepu
NIM : 120903102020
Program Studi : DIII Usaha Perjalanan Wisata

Bersama ini kami lampirkan 1 (satu) eksemplar proposal Praktek Kerja Nyata (PKN).

Atas perhatian dan kesediaannya disampaikan terima kasih.

an Dekan
Pembantu Dekan I,



Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA., Ph.D.
NIP 19610828 199201 1 001



Perumahan Mavilla Rengganis, Jl. Matahari II Blok A No. 46-47
Labuapi 83361, Lombok – NTB – Indonesia
Phone: 0370 – 6161255 | Fx: 0370 – 6161228
Email : logoholiday@gmail.com

Nomor : LGH/026/02/2015
Perihal : Pemberitahuan Mahasiswa Magang (PKN)

Kepada
Yth : Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ilmu Sosial Politik (FISIP)
Universitas Jember

Sehubungan Dengan Pengajuan Surat Permohonan No.265/UN25.1.2/SP/2015 dari fakultas FISIP UNEJ Program Studi DIII Usaha Perjalanan Wisata , untuk mengirimkan Mahasiswa Magang (On The Job Training) di PT. LOMBOK GO HOLIDAY, Lombok . Maka Dengan ini , pihak Management Akan menerima satu mahasiswa Yang Terlampir Atas Nama :

- Putera Mascota Sitepu (DIII Usaha Perjalanan Usaha) Di Tour & Planing

Nama diatas Diharapkan Mulai Training di mulai tanggal 1 February – 30 April 2015 , Sebelum Training diharap kehadirannya di PT. PT. LOMBOK GO HOLIDAY Di Lombok pada tanggal 27 Januari 2015 Pukul 10.00 menemui Bapak AHMAD ZIADI Operational Manager , Dengan Membawa proposal Magang dan Surat Pengantar magang

demikian pemberitahuan dari kami ,Atas perhatiannya kami Ucapkan Banyak Terimakasih.

Lombok , 27 Januari 2015

Hormat Kami ,

AHMAD ZIADI
Operational Manager



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegalboto Telp. (0331) 335586 - 331342
Fax (0331) 335586 Jember 68121 Email : fisip@unej.ac.id

SURAT TUGAS
Nomor : 1652/UN25.1.2/SP/2015

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada :

Nama : Dra. Sri Wahjuni, M.Si.
NIP : 195604091987022001
Jabatan : Lektor Kepala
Pangkat / golongan : Pembina IV/a

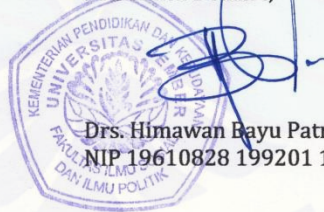
Sebagai supervisi mahasiswa Program Studi Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember di PT. Lombok Go Holiday Lombok Barat, terhitung mulai tanggal 1 Pebruari 2015 sampai dengan 3 April 2015. Adapun nama mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Putera M Sitepu
NIM : 120903102020
Program Studi : DIII Usaha Perjalanan Wisata

Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jember, 11 Mei 2015

a.n Dekan
Pembantu Dekan I,



Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA., Ph.D.
NIP 19610828 199201 1 001

Tembusan :

1. Dekan FISIP Unej (sebagai laporan)
2. Kaprodi D-III UPW FISIP Unej
3. Kasubag Akademik FISIP Unej



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan Kampus Tegalboto Telp. 0331-335586, 331342 Fax. 0331-335586 Jember 68121
Email : Fisip.unej@telkom.net Telp. (0331) 332736


**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

NO.	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1	Penguasaan Materi Tugas	8.5	A
2	Kemampuan / Kerjasama	8.5	A
3	Etika	9.5	A
4	Disiplin	9.5	A
NILAI RATA - RATA		9.00	A

Identitas Mahasiswa yang dinilai :

Nama : *Putera Mascota Siteru*
NIM : *120903102020*
Jurusan : Ilmu Administrasi
Program Studi : Diploma III USAHA PERJALANAN WISATA

Yang menilai :

Nama : *Ahmad Ziadi*
Jabatan : *Manager*
Instansi : *P.T. Lombok Go Holidays*
Tanda Tangan : 

PEDOMAN PENILAIAN :

NO.	ANGKA	HURUF	KRITERIA
1	80 >	A	Sangat Baik
2	70 - 79	B	Baik
3	60 - 69	C	Cukup Baik
4	50 - 59	D	Kurang Baik

CERTIFICATE

This Certificate is awarded to

PUTERA MASCOTA SITEPA

Who has successfully completed on the Job Training Program at


PT. LOMBOK GO HOLIDAY

The practical competence: TOURS & TRAVEL

From: February 02, 2015 until April 30, 2015

Performance: **VERY GOOD**

Labuapi, 19 May 2015


AHMAD ZIADIS, Pa



NOTARIS
RETNO KUSBANDINI, SH.M.Kn

Jalan Gajah Mada No. 86 Leneng
PRAYA - LOMBOK TENGAH
Telp. (0370) 6622224

SALINAN

SK. MENKUMHAM RI Nomor : AHU.1091.AH.02.01. Tahun 2010
Tanggal 23 Agustus 2010



WALIKOTA MATARAM

WALIKOTA MATARAM

Nomor : 503.51/24.PI/HO/EKON/2011

TENTANG

**SURAT IJIN TEMPAT USAHA BERDASARKAN UNDANG-UNDANG
GANGGUAN HINDER ORDONANTIE (HO)**

WALIKOTA MATARAM

- Dasar :
1. Undang-Undang Gangguan (Hinder Ordonantie) Tahun 1926 Nomor 226 yang telah diubah dan ditambah terakhir dengan Staadblads Tahun 1940 Nomor 420;
 2. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1993 Tentang Pembentukan Kotamadya Daerah Tingkat II Mataram;
 3. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 Tentang Pajak dan Retribusi Daerah sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000;
 4. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 Tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup;
 5. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintahan Daerah;
 6. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 1993 Tentang Ijin Mendirikan Bangunan dan Ijin Undang-Undang Gangguan bagi Perusahaan Industri;
 8. Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 6 Tahun 2003 Tentang Perubahan atas Perubahan Daerah Nomor 4 Tahun 2000 Tentang Retribusi Ijin Gangguan;
 9. Peraturan Daerah Kota Mataram Nomor 1 Tahun 2011 Tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kota Mataram Tahun Anggaran 2011

MENGIZINKAN

Kepada, Nama Pemilik/Penanggung Jawab : AHMAD ZIADI. Spd
Alamat : MEKE, DESA JURANG JALER KEC. PRAYA TENGAH
Bentuk dan Nama Perusahaan : PT. LOMBOK GO HOLIDAYS
Lokasi Usaha/Perusahaan : JLN. PANGERAN DIPONEGORO NO.76 SAYANG-SAYANG

Untuk membuka/mendirikan/meneruskan usaha dibidang : BIRO PERJALANAN WISATA (TICKETING)
Dengan batas-batas sebagai berikut :

Sebelah Utara : KALI MIDANG
Sebelah Selatan : GANG WALET
Sebelah Timur : SUDEMON
Sebelah Barat : JL. DIPONEGORO

Izin ini diberikan selama 3 (tiga) tahun sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan seperti terlampir, dan wajib daftar ulang (herregistrasi) setiap tanggal...03...MAR...sebelum habis masa berlakunya.



Ditetapkan di : Mataram

Pada Tanggal : 03 MARET 2011





PEMERINTAH KOTA MATARAM
DINAS KOPERASI, PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN (SIUP) KECIL

NOMOR : 23-07/2010-09/1165

DAFTAR ULANG TANGGAL : 20 SEPTEMBER 2015

0 0

1. Nama Perusahaan : PT. LOMBOK GO HOLIDAYS
2. Alamat Kantor Perusahaan : Jl. Pangeran Diponegoro No.76, Kelurahan Sayang - Sayang, Kecamatan Cakranegara, Kota Mataram
No. Telp. / Fax. (0370) 6886595 / (0370) 628673
3. Nama Pemilik / Penanggung Jawab : AHMAD ZIADI, S.Pd
4. Alamat Pemilik / Penanggung Jawab : Meke, Desa Jurang Jaler, Kecamatan Praya Tengah, Kab. Lombok Tengah
No. Telp. / Fax. - / -
5. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) : 02.924.088.4 - 914.000
6. Nilai modal dan kekayaan bersih Perusahaan seluruhnya tidak termasuk Tanah dan Bangunan Tempat Usaha : Rp. 100.000.000,-
7. Kelembagaan : Jasa
8. Kegiatan Usaha (KBLI) : Perdagangan Jasa (74990)
9. Jenis Barang / Jasa Dagangan Utama : 1. Ticketing

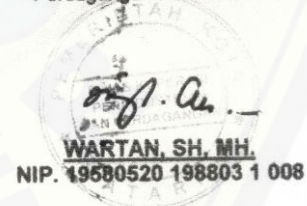
SURAT IZIN USAHA PERDAGANGAN (SIUP) INI BERLAKU UNTUK MELAKUKAN KEGIATAN USAHA PERDAGANGAN DI SELURUH WILAYAH REPUBLIK INDONESIA, SELAMA PERUSAHAAN MASIH MENJALANKAN KEGIATAN USAHA PERDAGANGAN, DAN WAJIB DIDAFTR ULANG SETIAP 5 (LIMA) TAHUN SEKALI.

Dikeluarkan di Mataram
Pada tanggal 14 Februari 2011



a.n. WALIKOTA MATARAM

Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian dan
Perdagangan Kota Mataram



Asli

No. 23.07.009118

PEMERINTAH KOTA MATARAM
DINAS KOPERASI, PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

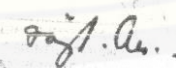
**TANDA DAFTAR PERUSAHAAN
PERSEROAN TERBATAS**

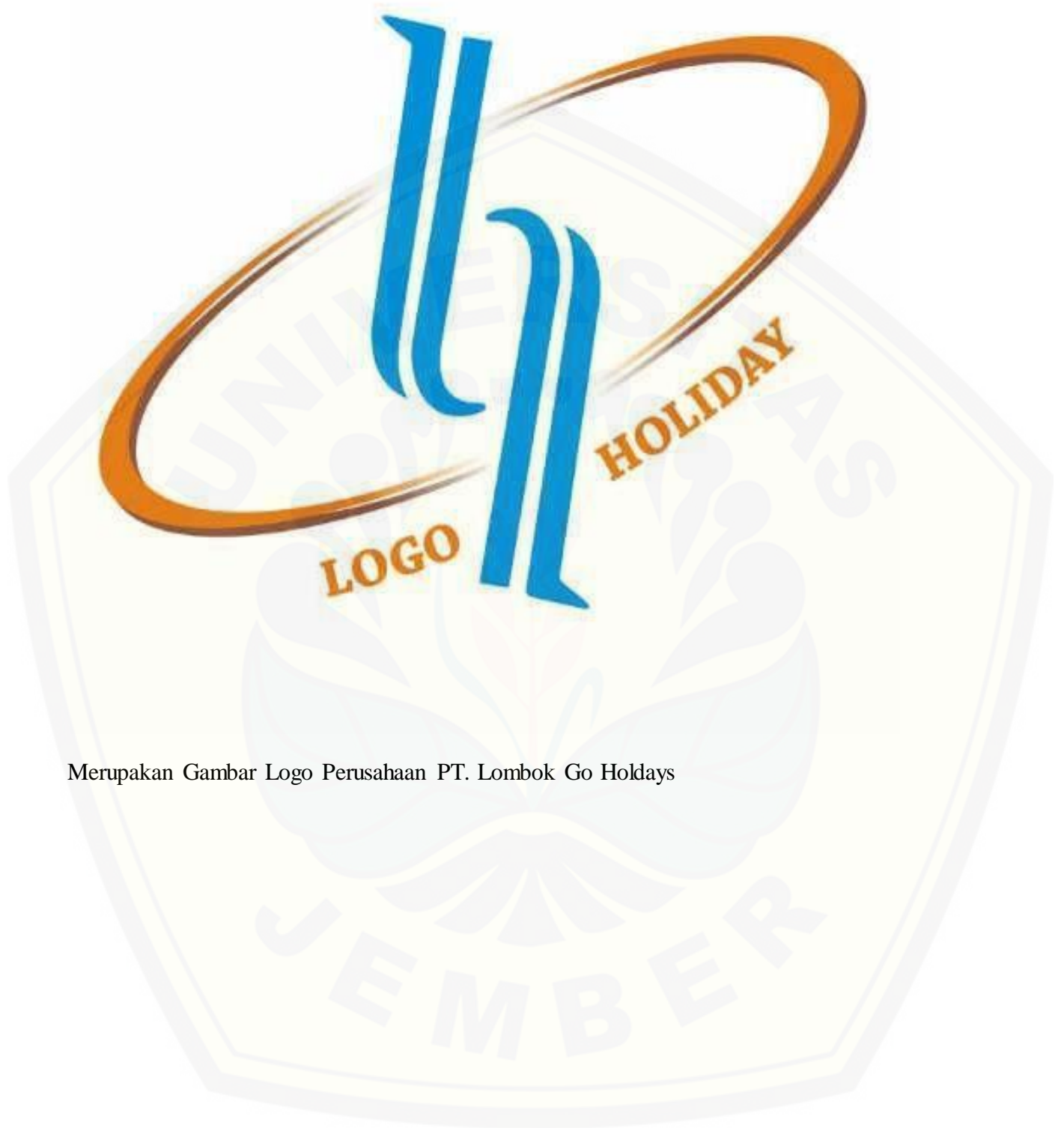
BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 3 TAHUN 1982 TENTANG WAJIB DAFTAR PERUSAHAAN
DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEROAN TERBATAS

NOMOR TDP 23.07.1.63.00940	BERLAKU S/D TANGGAL 21 SEP 2015	0 0
-------------------------------	------------------------------------	-----

<u>AGENDA PENDAFTARAN</u>	
NOMOR : 19/BH-23.07/III/2011	TANGGAL : 16-02-2011
NAMA PERUSAHAAN : LOMBOK GO HOLIDAYS, PT.	
STATUS : KANTOR TUNGGAL	NPWP : 02.924.088.4.914.000
ALAMAT : JL. PANGERAN DIPONEGORO NO.76, KELURAHAN SAYANG-SAYANG KECAMATAN CAKRANEGARA, KOTA MATARAM.	
NOMOR TELEPON : 0370-628673	FAX :
PENANGGUNG JAWAB / PENGURUS : AHMAD ZIADI, S.Pd	
<u>KEGIATAN USAHA POKOK</u> : JASA BIRO PERJALANAN WISATA NON CAKRA KBLI : 63415	
<u>PENGESAHAN MENTERI KEHAKIMAN</u>	
NOMOR : AHU-03965.AH.01.01.TAHUN 2011	TANGGAL : 25-01-2011
<u>PERSETUJUAN MENTERI KEHAKIMAN ATAS AKTA PERUBAHAN ANGGARAN DASAR</u>	
NOMOR :	TANGGAL :
<u>PENERIMAAN LAPORAN PERUBAHAN ANGGARAN DASAR</u>	
NOMOR :	TANGGAL :

MATARAM, 16 FEBRUARI 2011
KEPALA DINAS KOPERASI, PERINDUSTRIAN
DAN PERDAGANGAN KOTA MATARAM
SELAKU KEPALA KANTOR PENDAFTARAN PERUSAHAAN
KOTA MATARAM


WARTAN, SH, MH
Pembina Utama Muda (IV/c)
NIP : 19580520 198803 1 008



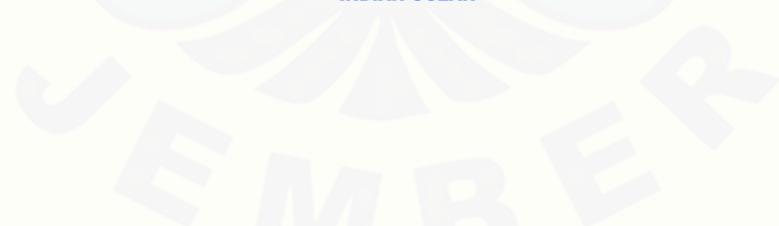
Merupakan Gambar Logo Perusahaan PT. Lombok Go Holidays

LOMBOK



PLACES OF INTEREST

1. MATARAM - MUSEUM
2. AMPENAN - FISHING VILLAGE
3. CAKRANEGARA - TEMPLE MAYURA
4. SWETA - MARKET
5. LINGSAR - TEMPLE
6. NARMADA - TEMPLE NARMADA
7. BANYUMULEK - POTTERY WORK
8. GUNUNG PENGSONG - MONKEY TEMPLE
9. LEMBAR - FERRY TO BALI
10. GILI NANGGU - SNORKLING PLACE
11. SUKARARA - WEAVER'S VILLAGE
12. PENUJAK - POTTERY WORK
13. SENGKOL RAMBITAN - SASAK VILLAGE
14. KUTA - TOURIST CENTRE
15. TANJUNG A'AN - NICE BEACH
16. BELEKE - RATAN WORK
17. TANJUNG LUAR - FISH MARKET
18. MASBAGIK - POTTERY WORK
19. LOYOK - BAMBOOS WORK
20. KOTA RAJA - WOOD CARVING
21. TETE BATU - MOUNTAIN VILLAGE
22. ANJANI - POTTERY WORK
23. PRINGGASELA - TENUN IKAT WORK
24. LABUHAN LOMBOK - FERRY TO SUMBAWA
25. LEMOR - BATHING PALACE
26. SEMBALUN - MOUNTAIN VILLAGE
27. BAYAN - ANTIQUE MOSQUE
28. SENDANG GILA - WATER FALL
29. SENARU - TRADITIONAL VILLAGE
30. BAUN PUSUK - MONKEY FOREST
31. GILI AIR, MENO, TRAWANGAN - DIVING SNORKLING
32. SENGGIGI - TOURIST CENTRE
33. BATU BOLONG - TEMPLE
34. GUNUNG SARI - BAMBOOS VILLAGE
35. KARANG BAYAN - TRADITIONAL VILLAGE
36. NYIUR BAYA - KETAK WORKS
37. SESAOT - RAIN FOREST
38. SURANADI - BATHING PALACE
39. GILI GEDE - SNORKLING DIVING
40. BANGKO-BANGKO - SURFING





Bil Merupakan Bandara Internasional Terbesar Di Pulau Lombok

Lampiran City Tour (Kota Mataram)



Kolam Renang Narmada



Objek Wisata Air Awet Muda Narmada

Lampiran Sasak Tour



Merupakan Pertunjukan Tarian Gedang Belek Khas Masyarakat Sasak Pulau Lombok



Objek Wisata Desa Sasak Lombok

Lampiran Waterfall Tour



Merupakan Objek Wisata Bukit Malimbu Pulau Lombok Bagian Utara



Merupakan Objek Wisata Air Terjun Tiup Kelep yang berada di bawah kaki gunung rinjani

Gili Tour (Gili Trawangan, Gili Air, Gili Meno)



Merupakan Tempat Penginapan Hotel Berbintang Yang Berada Di Gilitrawangan Yang Bernama Ombak Sunset.



Suasana Objek Wisata Gilitrawangan

Lampiran Tracking Rinjani



Merupakan Objek Wisata Gunung Rinjani



Merupakan Puncak Gunung Rinajani 3,726 mdpl.

Lampiran Kegiatan ASPPI



Suasana Kegiatan Pelaksanaan ASPPI Di Hotel Lombok Raya

LOGO ASPPI



Tempat Oleh-Oleh Lombok



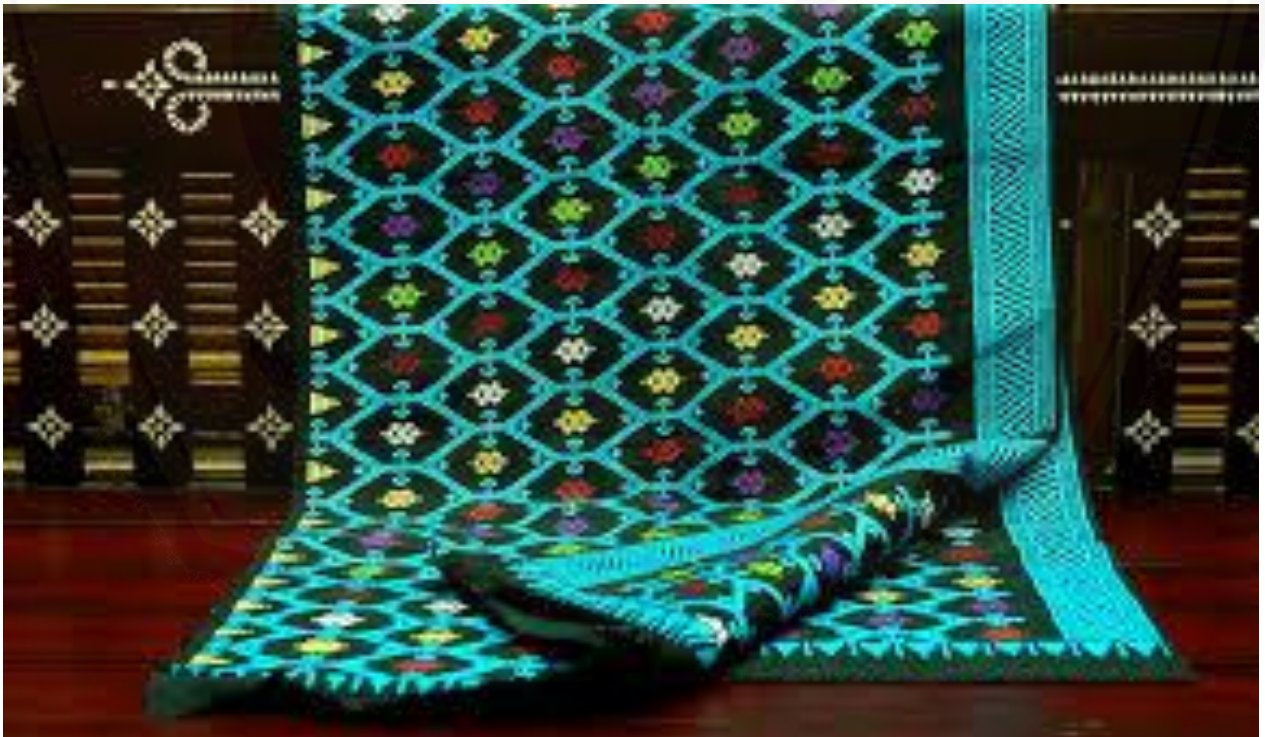
Tempat Perbelanjaan Ole-Oleh Baju Yang Berada Di Pusat Kota Mataram



Objek Wisata Kerajina Desa Banyumulek Yang Terkenal Dengan Geraba Dan Kerjina Tanah Liatnya.



Merupakan Objek Wisata Desa Sukarare Yang Menghasilkan Kain Tenun Khas Lombok



Kain Tenun Khas Pulau Lombok Berupa Kain Songket Dan kain Rangrang