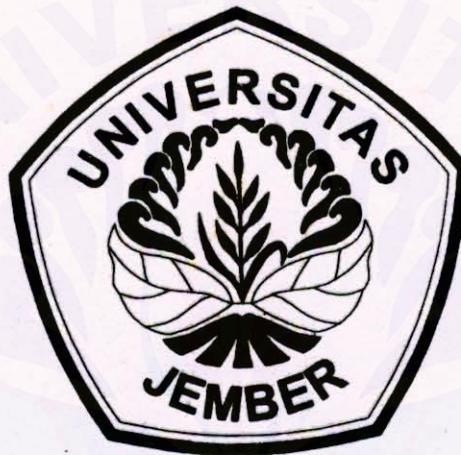




KUALITAS PELAYANAN *Tour Leader* DI PT. DUTA PATRIA KARYA MANDIRI, JEMBER

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Administrasi Niaga
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember



Oleh :

Ida Widyawati
NIM : 98.2116

Dosen Pembimbing :

I. Prof. Dr. Kabul Santoso, MS
II. Dra. Hj. Dwi Windradini BP, MSi

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2002

Asal:	Hadiah	Klass
	Pembelian	658.8
Terima di:	30 SEP 2002	IDA
No. Induk		R
KLASIR/PE.YA.II:	SRS	

S
C.1

MOTTO

Pemasaran semata – mata merupakan bentuk peperangan yang beradab yang sebagian besar pertempurannya dimenangkan dengan kata-kata, gagasan dan pemikiran yang konvensional

(Albert W Emery)



Sumber : Kotler, Philip. 1998. *Managemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : PT. Prenhallindo

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Karya Tulis sederhana ini kepada :

1. Ibunda tercinta, Tutinik atas do'a, kasih sayang, pengorbanan dan perjuanganmu yang begitu mulia.
2. Ayahanda tercinta, Kadimun atas kesabaran, cinta, semangat dan dorongan yang terus engkau berikan.
3. Saudaraku tercinta, Eko Cahyaningrum, Amd dan Joko Sasmito, Spd, terima kasih atas dukungan dan semangat yang engkau berikan.
4. Keponakanku tercinta, Alivia Saskia Puspaningrum, semoga menjadi anak yang berguna bagi agama, nusa dan bangsa.
5. Almamaterku tercinta.

PENGESAHAN

Diterima dan dipertahankan di depan Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Administrasi Program Ilmu Administrasi Niaga pada

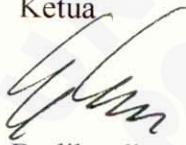
Hari : Rabu

Tanggal : 24 Juli 2002

Jam : 08.00 WIB

Panitia Penguji,

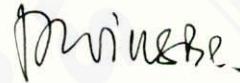
Ketua



Drs. Agus Budihardjo, MA

NIP. 130 879 643

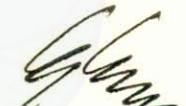
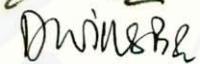
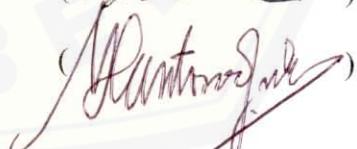
Sekretaris



Dra. Hj. Dwi Windradini BP, MSi

NIP. 131 832 302

Anggota Tim Penguji

1. Drs. Agus Budihardjo, MA ()
2. Dra. Hj. Dwi Windradini BP, MSi ()
3. Drs. I Ketut Mastika ()
4. Drs. H. Hartono Djulianto ()

Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Jember

Dekan



Drs. H. Moch. Toerki

NIP. 130 524 832

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmatnya serta hidayah – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Jurusan Administrasi, Program Studi Administrasi Niaga.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Kabul Santoso, MS selaku Rektor Universitas Jember dan Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktunya untuk penulis.
2. Bapak Drs. Mud'har Syarifudin, MSi selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi.
3. Bapak Drs. Totok Supriyanto selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.
4. Ibu Dra. Hj. Dwi Windradini BP, MSi selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis.
5. Drs. Rudy Eko Pramono, MSi selaku Dosen Wali.
6. Denik Sunaryati, Amd selaku pemilik dan seluruh karyawan PT. Duta Patria Karya Mandiri yang telah memberikan kerja sama, waktu dan kesempatan pada penulis.
7. Seluruh civitas akademika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu – persatu. Terima kasih atas bantuan yang diberikan selama penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga amal budi yang telah diberikan diterima dan dibalas oleh Allah SWT dan skripsi ini bisa memberikan banyak manfaat bagi semua pihak.

Jember, Juli 2002

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Motto.....	ii
Halaman Persembahan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	5
1.4 Konsepsi Dasar Teori	5
1.4.1 Tour	5
1.4.2 Pemasaran Jasa.....	8
1.4.3 Kualitas Pelayanan	10
1.4.4 Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan	15
1.5 Operasionalisasi Konsep	18
1.6 Metode Penelitian.....	21
1.6.1 Tipe dan Paradigma Penelitian.....	21
1.6.2 Tahap Persiapan	22
1.6.3 Tahap Pengumpulan Data	25
1.6.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	26
1.6.5 Tahap Pengolahan Data.....	26
1.6.6 Tahap Analisis Data	27

1.6.7 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	27
II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	29
2.1 Sejarah Pendirian Perusahaan	29
2.2 Organisasi Perusahaan	30
2.2.1 Tujuan Perusahaan	30
2.2.2 Target Pasar.....	30
2.2.3 Struktur Organisasi.....	31
2.2.4 Tugas dan Tanggung Jawab	33
2.3 Personalia	36
2.3.1 Tenaga Kerja	36
2.3.2 Jam dan Hari Kerja.....	37
2.3.3 Sistem Gaji / upah	38
2.4 Pemasaran	38
2.4.1 Produk	38
2.4.2 Harga	39
2.4.3 Promosi.....	41
III. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	43
3.1 Dimensi – Dimensi Kualitas Pelayanan.....	46
3.1.1 Bukti Fisik (Tangible).....	46
3.1.2 Keandalan (Reability)	51
3.1.3 Daya Tanggap (Responsiveness)	53
3.1.4 Jaminan (Assurance).....	57
3.1.5 Empati (Empathy).....	59
3.1.6 Keramahan (Courtesy).....	61
IV. KESIMPULAN.....	62
Daftar Pustaka	64
Lampiran	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Daftar Penyedia Jasa Perjalanan Wisata di Kabupaten Jember	3
Tabel 2 : Penyelenggaraan Tour oleh PT. Duta Patria Karya Mandiri	4
Tabel 3 : Jumlah Tenaga Kerja di PT. Duta Patria Karya Mandiri, Jember	37
Tabel 4 : Daftar Harga Paket Umroh dan Haji.....	40
Tabel 5 : Daftar Harga Pembuatan Dokumen Perjalanan.....	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Dimensi Kualitas Pelayanan 15
Gambar 2 : Bagan Struktur Organisasi 32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember	66
Lampiran 2 : Surat Ijin Penelitian dari PT. Duta Patria Karya Mandiri	67
Lampiran 3 : Pedoman Observasi	68
Lampiran 4 : Jadwal Observasi	70
Lampiran 5 : Pedoman Wawancara	73
Lampiran 6 : Pedoman Wawancara (Tour Leader)	75
Lampiran 7 : Pedoman Wawancara (Peserta Tour)	77
Lampiran 8 : Jadwal Wawancara	79
Lampiran 9 : Data Penyelenggaraan Tour Domestik (Tahun 2000, 2001 dan 2002)	84
Lampiran 10: Format Surat Penawaran Paket Wisata	86
Lampiran 11: Daftar Harga untuk Paket Standart	87
Lampiran 12 : Program Paket Wisata Yogyakarta dan Bali	88
Lampiran 13 : Contoh Surat Perjanjian Kerjasama Penyelenggaraan Tour	90
Lampiran 14 : Angket Bagi Peserta Tour	96
Lampiran 15 : Pendapatan Tour PT. Duta Patria Karya Mandiri	97



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai *l'homme touriste* selalu melakukan perjalanan sepanjang hidupnya. Perubahan sosial, ekonomi, teknologi dan budaya tidak akan menyurutkan manusia untuk melakukan perjalanan tetapi semakin meningkatkan keinginan manusia untuk melakukan perjalanan. Semakin tinggi tingkat kebudayaan manusia maka semakin beragam motif seseorang untuk melakukan perjalanan. Salah satu motif dalam melakukan perjalanan adalah untuk berwisata. Alasan seseorang melakukan wisata antara lain untuk berekreasi. Rekreasi dapat membantu manusia memulihkan kesegaran jasmani dan rohani ketika manusia mengalami kebosanan.

Seseorang yang melakukan rekreasi dengan perjalanan wisata pada tenggang waktu tertentu memerlukan berbagai fasilitas. Fasilitas tersebut antara lain hotel, sarana transportasi, restoran dan biro perjalanan. Biro perjalanan akan membantu calon wisatawan yang kurang berpengalaman dalam mengatur, menyediakan sarana dan menyelenggarakan perjalanan wisata. Pemenuhan kebutuhan wisatawan ini menciptakan peluang bisnis dan kesempatan kerja di bidang pariwisata. Seiring perkembangan dunia pariwisata, peluang bisnis ini juga semakin diminati oleh berbagai kalangan. Didukung kemudahan-kemudahan dalam birokrasi, maka bermunculanlah penyedia-penyedia jasa wisata. Munculnya pesaing dalam bisnis yang sama pada akhirnya meningkatkan persaingan. Banyaknya penyedia jasa wisata menjadikan konsumen memiliki semakin banyak alternatif pilihan penyedia jasa wisata yang mereka akan gunakan.

Perkembangan pengetahuan yang dimiliki konsumen membuat konsumen semakin pandai memilih alternatif yang ada di pasar. Konsumen dapat membandingkan fasilitas – fasilitas dan pelayanan yang ditawarkan oleh para penyedia jasa. Persaingan dan tuntutan konsumen yang terus berkembang menuntut penyedia jasa untuk semakin memprioritaskan kualitas pelayanan. Umumnya konsumen menilai suatu perusahaan jasa berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa. Kualitas pelayanan yang

diberikan oleh perusahaan penyedia jasa dipengaruhi seluruh sumber daya yang ada dalam perusahaan terutama sumber daya manusia. Keasadaran seluruh sumber daya manusia di perusahaan untuk menciptakan kualitas pelayanan memberikan kemudahan menyampai jasa untuk mewujudkan kepuasan pelanggan dan menciptakan citra pelayanan berkualitas. Pada Biro Perjalanan Wisata, kualitas pelayanan dalam penyelenggaraan *tour* dipengaruhi oleh beberapa bagian perusahaan. Bagian – bagian yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu bagian pemrograman paket *tour* , bagian penjualan, bagian reservasi, bagian keuangan dan terutama bagian operasional pelaksanaan di lapangan. Bagian – bagian ini bekerja sama untuk menciptakan pelayanan yang berkualitas.

Bagian – bagian dalam perusahaan memiliki posisi yang sama – sama penting dan sama – sama dibutuhkan dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas tetapi ada satu bagian perlu mendapat perhatian dalam penyelenggaraan *tour* . Bagian tersebut adalah bagian operasional pelaksanaan di lapangan. Bagian operasional pelaksana di lapangan langsung berinteraksi dengan pelanggan. Pelanggan tidak mengetahui penyusunan sebuah program *tour* , proses reservasi dilaksanakan dan pengaturan dana *tour* . Pelanggan hanya mengetahui pelaksanaan *tour* di lapangan. Pelanggan menilai pelaksanaan *tour* berdasarkan apa yang diketahui dan interaksi dengan penyampai jasa selama *tour* berlangsung . Pada saat pelaksanaan *tour* inilah terjadi interaksi langsung antara penyampai jasa dan pelanggan. Interaksi ini lebih dikenal dengan *moment of truth*.

Moment of truth dapat digunakan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan berkualitas. Pelayanan berkualitas pada akhirnya memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan penting karena pelanggan yang puas banyak memberi manfaat bagi perusahaan. Pelanggan yang puas akan merekomendasikan jasa yang dia terima kepada rekannya. Rekomendasi dari pelanggan yang puas dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif bagi perusahaan. Perusahaan yang mampu memberikan kepuasan pelanggan pada akhirnya mampu bertahan dan memenangkan persaingan.

PT. Duta Patria Karya Mandiri merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang berada di Jember. Pada tahun 1993, belum ada biro perjalanan wisata

di Jember. Ijin operasi yang cukup rumit menyebabkan belum banyak orang tertarik pada usaha perjalanan wisata. Biro perjalanan wisata yang akan beroperasi memerlukan ijin dari beberapa departemen tingkat pusat, yaitu Departemen Kehakiman, Departemen Perindustrian dan Departemen Pariwisata. Tahun 1995 PT. Duta Patria Karya Mandiri mulai merintis usaha biro perjalanan wisata.

Pada awal berdirinya, bisnis biro perjalanan wisata di Jember nyaris tidak memiliki pesaing. Adanya Perda No. 22 Tahun 1999 mengenai wewenang Pemerintah Tingkat II untuk mengelola potensi daerah, maka ijin pendirian biro, agen dan cabang perjalanan wisata yang semula harus ke tingkat pusat dipermudah cukup ke Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Daerah. Akibat yang terjadi adalah muncul agen perjalanan wisata, biro perjalanan wisata dan cabang biro perjalanan dalam persaingan.

Tabel 1. Daftar Penyedia Jasa Perjalanan Wisata di Kabupaten Jember

Nama	Badan Hukum	Tahun Berdiri	Keterangan
1. Duta Patria Karya Mandiri	PT	1998	Biro Perjalanan Wisata
2. Sepinggian Indah	PT	1998	Perwakilan Biro Perjalanan Wisata
3. Warna Indonesia	PT	2000	Biro Perjalanan Wisata
4. Nuansa Wisata Putra Nusantara	PT	—	Biro Perjalanan Wisata
5. Rangka Tour	CV	—	Agen Perjalanan Wisata

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember, Tahun 2002

Munculnya penyedia jasa perjalanan wisata di Kabupaten Jember tentunya semakin menambah persaingan. Salah satu usaha yang ditempuh PT. Duta Patria Karya Mandiri dalam menghadapi persaingan adalah dengan menciptakan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan. Prioritas terhadap kualitas pelayanan menjadikan PT. Duta Patria Karya Mandiri mampu bertahan

dipersaingan. Ini terbukti dari jumlah penyelenggaraan *tour* yang terus meningkat dari tahun ke tahun.

Tabel 2. Penyelenggaraan *Tour* oleh PT. Duta Patria Karya Mandiri

Bulan Thn	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
2000	-	-	2	3	3	3	2	2	1	2	5	1	24
2001	-	1	3	3	3	7	5	1	1	3	2	-	30
2002	-	-	3	4	7	8	6	-	-	-	-	-	28

Sumber : PT. Duta Patria Karya Mandiri, Tahun 2002

Kenaikan permintaan penyelenggaraan *tour* kemudian diikuti dengan kenaikan pendapatan dari produk *tour*. Kenaikan keuntungan PT. Duta Patria Karya Mandiri dari produk *tour* domestik adalah sebagai berikut :

- Tahun 2000 sebesar Rp. 34. 834. 000, 00
- Tahun 2001 sebesar Rp. 36. 630. 000, 00
- Tahun 2002, sampai dengan bulan Juli pendapatan dari *tour* sebesar Rp. 31. 801. 000, 00

Peningkatan penyelenggaraan *tour* ini tidak membuat PT. Duta Patria Karya Mandiri berhenti memprioritaskan kualitas pelayanan. PT. Duta Patria Karya Mandiri tetap berusaha meningkatkan kualitas pelayanan diantaranya pelayanan *tour leader* sebagai pihak yang berinteraksi langsung dengan peserta *tour*. *Tour leader* memiliki *moment of truth* yang cukup lama dengan peserta *tour*. Minimal *tour leader* bersama peserta *tour* selama 1 (satu) hari. Pada saat bersama peserta *tour*, *tour leader* berinteraksi langsung dengan peserta. Pelayanan yang dilakukan *tour leader* terlihat langsung oleh pelanggan sebagai cerminan perusahaan. Interaksi *tour leader* dan peserta *tour* membuat PT. Duta Patria Karya Mandiri memberikan perhatian pada kualitas pelayanan yang dilakukan oleh *tour leader*. *Tour leader* sebagai wakil PT. Duta Patria Karya Mandiri dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga mampu menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan *tour leader* sangat membantu perusahaan dalam menciptakan citra positif di pikiran pelanggan.

Adanya citra positif di pikiran pelanggan merupakan sarana promosi yang efektif bagi perusahaan melalui rekomendasi yang dilakukan oleh pelanggan.

1.2 Permasalahan

PT. Duta Patria Karya Mandiri adalah perusahaan jasa yang bergerak di bidang biro perjalanan wisata. Pada biro perjalanan wisata, *tour leader* mempunyai peranan yang besar dalam membentuk citra perusahaan. *Tour leader* merupakan pihak yang paling lama berinteraksi dengan pelanggan. Kualitas pelayanan *tour leader* turut menentukan kepuasan para peserta *tour*. Berdasarkan alasan tersebut maka permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini adalah:

“ Bagaimana kualitas pelayanan *tour leader* di PT. Duta Patria Karya Mandiri, Jember”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Ingin menggambarkan kualitas pelayanan *tour leader* di PT. Duta Patria Karya Mandiri, Jember.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- a. Sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan kebijakan selanjutnya terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan jasa.
- b. Sebagai referensi bagi peneliti lain yang berkaitan dengan kualitas pelayanan jasa.

1.4 Konsepsi Dasar Teori

1.4.1 *Tour*

Rutinitas kehidupan sehari – hari akan menimbulkan kebosanan dan kejenuhan fisik maupun psikis bagi seseorang. Saat mengalami kebosanan dan kejenuhan inilah seseorang akan berusaha memenuhi kebutuhan psikisnya. Soekadijo (1997 : 34) menyebutkan , “kebutuhan psikis antara lain hasrat ingin tahu, hasrat untuk menyelidiki dan kebosanan yang menimbulkan keinginan untuk

mencari kesenangan.” Rekreasi merupakan salah satu pemenuhan kebutuhan psikis. Seseorang yang mengadakan rekreasi akan mendapatkan kesenangan sehingga kondisi psikisnya akan pulih kembali. Soekadijo (1997 : 39) menyebutkan, “rekreasi adalah kegiatan yang menyenangkan yang dimaksudkan untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani manusia.”

Rekreasi yang dapat dilakukan untuk menghilangkan kejenuhan antara lain dengan melakukan *tour* atau wisata. Undang – undang No. 9 tahun 1990 (Damardjati, 2001 : 122) mendefinisikan *tour* atau wisata sebagai berikut :

Wisata (atau *tour*) adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan perjalanan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Menurut WATA (*World Association of Travel Agents*),

Tour adalah perlawatan keliling ang memakan waktu lebih dari 3 hari, yang diselenggarakan oleh suatu travel biro di sesuatu kota dan yang acara –acaranya antara lain peninjauan (*sightseeing*) ke beberapa tempat atau kota, baik di dalam negeri maupun ke luar negeri.

Berdasarkan jarak yang ditempuh wisatawan, Soekadijo (1997:18) mengklasifikasikan wisata menjadi 2 bentuk yaitu :

- a. Wisatawan mancanegara
Wisatawan yang dalam perjalanannya memasuki daerah negara yang bukan negaranya sendiri.
- b. Wisatawan domestik / nusantara
Wisatawan yang dalam perjalanannya tidak keluar dari batas negaranya sendiri.

Menurut Damardjati (2001:37), wisata domestik adalah segala usaha, kegiatan dan macam lalu lintas wisata yang berbentuk perlancongan atau perjalanan keliling yang dilakukan penduduknya dan diselenggarakan di dalam batas – batas wilayah negara sendiri.

Suatu Biro Perjalanan Wisata membantu wisatawan dalam pengelenggaraan suatu *tour* sehingga wisatawan dapat menikmati perjalanan wisatanya. Yoeti (1995 : 31) menyebutkan bahwa “wisatawan tidak dapat bertindak sendiri dalam menikmati apa yang menjadi keinginannya, tetapi perlu bantuan dari Travel Agent atau *Tour* Operator / Biro Perjalanan.” Biro Perjalanan Wisata menawarkan Paket Wisata untuk mempermudah suatu

perjalanan wisata. Suwanto (1997:15) mendefinisikan paket wisata sebagai berikut :

Package Tour (wisata paket atau paket wisata) adalah suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu Perusahaan Biro Perjalanan atau Perusahaan Transport yang berkerja sama dengannya di mana harga paket wisata tersebut mencakup biaya perjalanan, hotel ataupun fasilitas lainnya yang memberikan kenyamanan bagi pembelinya. Dengan kata lain paket wisata ini adalah suatu produk wisata yang merupakan suatu komposisi perjalanan yang disusun dan dijual guna memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan perjalanan wisata.

Biro Perjalanan Wisata tidak dapat disamakan dengan Agen Perjalanan Wisata. Biro Perjalanan Wisata dan Agen Perjalanan Wisata memiliki perbedaan dalam menjalankan bisnisnya. Surat Keputusan Direktur Jenderal Pariwisata No: Kep. 02/U/111/87 (4 Maret 1987) membedakannya sebagai berikut :

- a. Biro Perjalanan Wisata
 - 1) Menyusun, menjual dan menyelenggarakan paket wisata di dalam maupun ke luar negeri.
 - 2) Mengatur penyelenggaraan konvensi.
 - 3) Melayani pemanduan wisata.
 - 4) Menjual tiket / karcis sarana angkutan.
 - 5) Mengurus dokumen perjalanan.
 - 6) Melayani pemesanan akomodasi, restoran dan sarana – sarana wisata lainnya.
 - 7) Menyelenggarakan transfer bagi wisatawan.
- b. Agen Perjalanan Wisata
 - 1) Menjual tiket / karcis sarana angkutan
 - 2) Mengurus dokumen perjalanan
 - 3) Melayani pemesanan akomodasi, restoran dan sarana – sarana wisata lainnya.
 - 4) Menyelenggarakan transfer bagi wisatawan

Menurut Damardjati (2001 : 131) :

Biro Perjalanan Wisata adalah perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang – orang termasuk kelengkapan perjalanannya, dari satu tempat ke tempat lain, baik di dalam maupun di luar negeri, dari luar negeri ke dalam negeri, dari dalam negeri ke luar negeri ataupun di dalam negeri itu sendiri.

Wisatawan yang mempercayakan pelaksanaan *tour* pada suatu Biro Perjalanan Wisata mendapat pendampingan selama *tour* berlangsung. Pendampingan dilakukan oleh *tour leader* sebagai wakil Biro Perjalanan Wisata. *Tour leader* melayani dan mengani masalah selama *tour* berlangsung.

Damardjati (2001 : 25) menyebutkan “*tour leader* adalah pimpinan *tour* yang akan tetap bersama (menyertai) rombongan dari awal sampai akhir perjalanan.” Umumnya *tour leader* dibantu oleh *guide* (pramuwisata) dalam melaksanakan tugasnya. Menurut Suwanto (1997: 13),

Pramuwisata adalah seseorang yang memberikan penjelasan serta petunjuk kepada wisatawan dan *treveler* lainnya tentang segala sesuatu yang hendak dilihat dan disaksikan bilamana mereka berkunjung pada suatu objek, tempat atau daerah wisata tertentu.

Pendampingan yang dilakukan sejak awal sampai dengan akhir perjalanan wisata mengakibatkan *tour leader* lama berinteraksi dengan peserta *tour* sebagai pelanggan.

1.4.2 Pemasaran jasa

Kondisi pasar yang terus berubah menuntut perusahaan untuk berubah dalam menjalankan proses bisnisnya. Perusahaan yang sukses dan mampu bertahan pada umumnya menggunakan konsep pemasaran dalam berbisnis. Stanton (1993 : 7) menyebutkan,

Pemasaran adalah kreasi dan realisasi sebuah standart hidup yang mencakup kegiatan ; menyelidiki dan mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen, merencanakan dan mengembangkan produk yang akan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan menentukan cara terbaik untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk tersebut.

Menurut Swastha (1981 :1) :

Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Berdasar dua definisi pemasaran maka diketahui bahwa perangkat pemasaran meliputi 4 hal yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Perangkat pemasaran ini kemudian lebih dikenal dengan istilah bauran pemasaran. Kotler dan Armstrong (1997 : 48) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai berikut :

Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang dapat dikendalikan -produk, harga, distribusi dan promosi- yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Pada umumnya, bauran pemasaran (*produk, price, place & promotion*) sukses untuk pemasaran jasa. Kotler (1997:88) mengungkapkan “Pendekatan pemasaran tradisional (4P) sering berhasil untuk barang, tetapi beberapa elemen tambahan memerlukan perhatian dalam bisnis jasa.”

Menurut Koler dan Armstrong (1997:277) yang dimaksud dengan jasa adalah “Aktivitas atau manfaat apapun yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.”

Definisi senada dikemukakan oleh Stanton (1998:220) yang menyatakan bahwa :

Jasa adalah kegiatan yang tidak dapat diidentifikasi secara tersendiri, yang hakekatnya bersifat tidak teraba (*intangible*) yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk dan jasa lainnya. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau tidak perlu penggunaan benda nyata (*tangible*), akan tetapi sekalipun penggunaan benda diperlukan, namun tidak terdapat pemindahan hak milik atas benda tersebut.

Jasa merupakan suatu produk yang tidak berbentuk fisik. Jasa merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak nyata sehingga sulit digambarkan secara nyata tetapi jasa dapat dirasakan oleh konsumennya. Tjiptono (2000:24) menyebutkan 4 karakteristik utama jasa yang membedakannya dengan produk barang, yaitu:

- a. *Intangibility*
Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.
- b. *Inseparability*
Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa dilain pihak, umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan.
- c. *Variability*
Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan produk *non-standarized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut dihasilkan.
- d. *Perishability*
Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

Apa yang diungkapkan Tjiptono mengenai karakteristik jasa tersebut hampir sama dengan apa yang diungkapkan Kotler. Kotler (1997:277) menyebutkan bahwa ada 4 karakteristik jasa yang perlu diperhatikan dalam merancang program pemasaran jasa, yaitu :

- a. Jasa tak berwujud (*intangibility*)
Jasa tidak dapat dilihat, dicecap, dirasakan didengar atau dicium sebelum dibeli.
- b. Jasa tak terpisahkan (*inseparability*)
Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dan tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, entah penyediannya mesin atau manusia
- c. Keanekaragaman (*variability*)
Mutu jasa mungkin amat bervariasi, tergantung pada siapa yang menyediakan jasa disamping waktu, tempat dan bagaimana mereka menyediakan.
- d. Jasa tak tahan lama (*perishability*)
Jasa tidak dapat disimpan dan dipakai pada periode berikutnya.

Berdasarkan kekhususan karakteristik jasa maka bauran pemasaran yang terdiri dari 4P dirasa belum cukup untuk memasarkan produk jasa. Kotler dan Armstrong (1997 : 279) menjelaskan, “ ... karena berbeda dengan produk berwujud, jasa sering memerlukan pendekatan pemasaran tambahan.” Booms dan Bitner (dalam Kotler, 1997:88) menambahkan 3P dalam pemasaran jasa yaitu *People*, *Physical environment* dan *Process*. Tjiptono (1998:145) menjabarkan 3P sebagai berikut :

- a. *People*
Perusahaan jasa dapat membedakan diri dengan cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan pelanggan daripada karyawan pesaingnya,
- b. *Physical environment*
Perusahaan jasa dapat mengembangkan lingkungan fisik yang lebih atraktif.
- c. *Process*
Perusahaan juga dapat merancang proses penyampaian jasa yang superior, misalnya dengan memberikan pelayanan.

Perubahan 4P menjadi 7P dalam pemasaran jasa dimaksudkan untuk mengefektifkan pemasaran produk jasa.

1.4.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas memiliki banyak definisi dan makna. Tjiptono (2000 : 13) menyatakan, “ Tak ada definisi yang sempurna. Oleh sebab itu, setiap organisasi jasa harus mendefinisikan kualitas berdasarkan tujuan, harapan, budaya dan

pelanggannya masing-masing.” Ibrahim (1997 : 1) mendefinisikan kualitas dalam kerangka *TQM (Total Quality Managemen)* sebagai berikut :

Kualitas adalah suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit. Strategi ini menggunakan seluruh kemampuan sumber daya manajemen, pengetahuan, kompetensi inti, modal, teknologi, peralatan, material, sistem dan manusia perusahaan untuk menghasilkan barang atau jasa bernilai tambah bagi manfaat masyarakat serta memberikan keuntungan kepada para pemegang saham.

Pernyataan Ibrahim menunjukkan bahwa kualitas tercipta dengan menggunakan seluruh sumber daya yang ada di perusahaan. Kerjasama seluruh sumber daya diperlukan baik dalam produk barang maupun produk jasa. Penggunaan seluruh komponen perusahaan dalam menciptakan pelayanan berkualitas pada produk jasa dijelaskan pula oleh Tjiptono (2000:56):

Total Quality Service (TQS) dapat didefinisikan sebagai sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan, serta menggunakan metode-metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi.

Dukungan dari berbagai pihak dalam mewujudkan kualitas pelayanan membantu penyampai jasa menciptakan citra pelayanan yang berkualitas pada pelanggan.

Kualitas selalu terfokus pada pelanggan. kualitas tidak terlepas dari keberadaan pelanggan. Gasperz (1997:5) menyatakan sebagai berikut :

Kualitas selalu berfokus pada pelanggan (*customer focus quality*). Dengan demikian produk-produk didesain, diproduksi, serta pelayanan diberikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kotler (1997 : 49) mengutip definisi menurut *American Society for Quality Control*, “ Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.”

Definisi ini menegaskan bahwa kata kualitas tidak hanya untuk produk tetapi berlaku pula untuk suatu pelayanan. Pada produk jasa, pemasarannya memiliki penekanan dalam bidang pelayanan. Produsen dan konsumen berinteraksi langsung selama produksi sehingga kualitas pelayanan akan dapat dirasakan dan dinilai langsung oleh konsumen. Kualitas pelayanan sendiri sulit

didefinisikan. Sifat jasa atau pelayanan yang *variability* membuat masing-masing individu mempunyai pandangan subyektif mengenai kualitas pelayanan. Pada prinsipnya kualitas pelayanan adalah keinginan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan penyampaian yang sesuai harapan. Elhatamy (dalam Tjiptono, 1996 :58) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai berikut, “Kualitas pelayanan adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan”.

Pada pemasaran jasa, karyawan bagian *front office* akan lebih banyak berinteraksi langsung dengan konsumen. Karyawan bagian *front office* dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memuaskan konsumen. Kotler dan Armstrong (1997 : 279) menerangkan sebagai berikut :

Dalam bisnis produk, produknya cukup standar dan dapat diletakkan di rak menunggu pembeli. Tetapi dalam bisnis jasa, pelanggan dan karyawan jasa lini depan berinteraksi untuk menciptakan jasa. Jadi, penyedia jasa harus bekerja untuk berinteraksi secara efektif dengan pelanggan guna menciptakan nilai superior selama berlangsungnya pemberian jasa. Interaksi efektif, pada gilirannya tergantung pada keterampilan karyawan jasa lini depan, dan pada produksi jasa serta proses pendukung karyawan ini.

Karyawan yang berhadapan langsung dengan pelanggan sangat membantu mendefinisikan kualitas di benak pelanggan. Walaupun kualitas pelayanan diusahakan oleh seluruh komponen perusahaan, karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan menentukan pemikiran pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan dari apa yang dilihat dan dirasakan ketika menerima pelayanan dari karyawan secara langsung. Cortoda (1996 : 9) menyatakan sebagai berikut :

...., ingat kembali tentang “saat kejujuran (*the moment of truth*) ketika seorang karyawan berhubungan dengan seorang pelanggan. Bagaimana interaksi tersebut berlangsung akan mendefinisikan kualitas dalam pikiran pelanggan tersebut. Misalnya, jika pelayanan yang diperoleh seorang pemakai akhir dari anda adalah suatu pengalaman positif, berarti pelayanan / jasa yang berkualitas telah anda berikan. Dengan kata lain, kualitas diciptakan pada saat pelaksanaan, bukan dalam pabrik yang merancang kualitas fungsional atau hanya dalam departemen pemrograman.

Pentingnya *moment of truth* disampaikan pula oleh Kertajaya (1995:57) :

Tiap – tiap pertemuan atau kontak yang terjadi antara para petugas dengan konsumen disebut *moment of truth*. Disebut begitu, karena hanya pada saat – saat itulah, konsumen benar – benar harus mendapatkan kepuasan dari hasil layanan para *people of the service company*.

Penilaian kualitas pelayanan oleh pelanggan didasarkan pada beberapa dimensi. Menurut Parasuraman, Zethaml dan Berry (dalam Tjiptono, 2000:14) ada 5 dimensi pokok kualitas pelayanan, yaitu :

- a. Bukti langsung (*tangibles*)
Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*)
Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*)
Keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*)
Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan
- e. Empati
Kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.

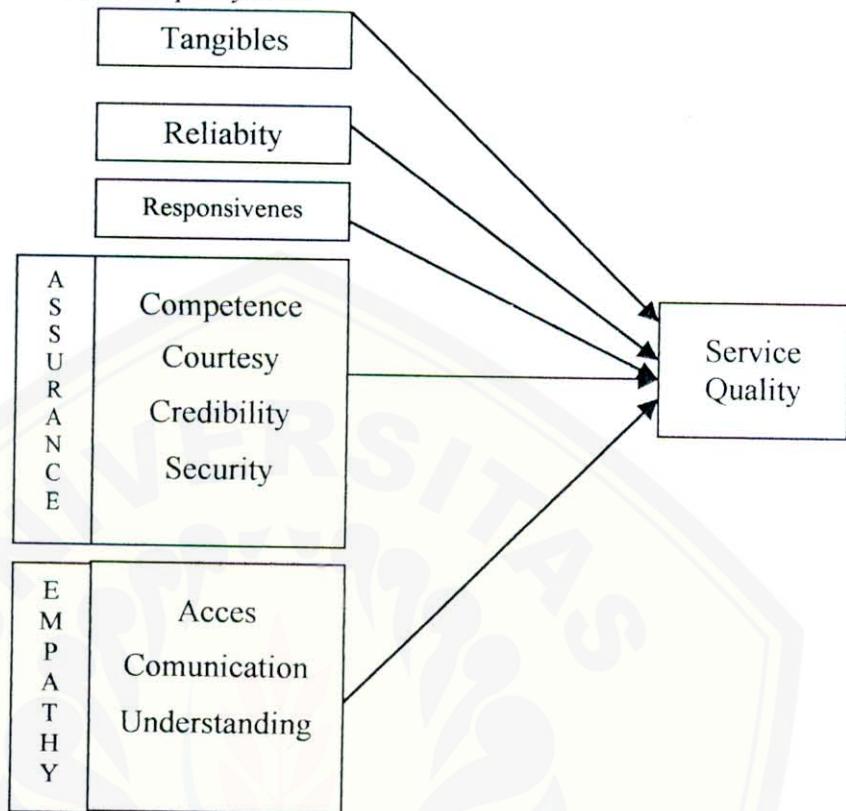
Dimensi kualitas jasa tersebut kemudian dijabarkan oleh Parasuraman, Zethaml dan Berry (dalam Ibrahim, 2000 : 3) sebagai berikut :

- a. *Reliability*
Konsistensi dalam kinerja dan ketahanannya; kinerja benar sejak awal pertama kali; menepati janji dan akurat dalam spesifikasi \, sesuai dengan iklan dan label.
- b. *Responsiveness*
Tanggap terhadap klaim / protes konsumen; kesiapan karyawan memberikan service pada waktu yang diperlukan; cepat bereaksi atas perubahan lingkungan misalnya teknologi, peraturan perilaku konsumen yang berubah yang harus diantisipasi dengan kemungkinan penawaran baru untuk produk / jasa yang belum ada di pasar.
- c. *Competence*
Menguasai ketrampilan dan pengetahuan yang memadai untuk memberikan service yang diperlukan.

- d. *Access*
Kemudahan pendekatan dan akses; waktu tunggu yang pendek; jam operasional yang relatif panjang termasuk sabtu dan minggu.
- e. *Courtesy*
Sopan santun, respek, perhatian tulus, dan keramahan dari personil / karyawan service, sabar mendengar keluhan pelanggan
- f. *Communication*
Pemberian informasi kepada para konsumen dalam bahasa yang difahami konsumen; mendengarkan *suara konsumen*; menyesuaikan bahasa kepada kebutuhan konsumen yang berbeda; menjelaskan perihal service / jasa yang ditawarkan dan bagaimana masalah-masalah yang timbul akan di atasi.
- g. *Credibility*
Kepercayaan, keandalan, kejujuran; reputasi perusahaan; karakteristik pribadi dari karyawan perusahaan.
- h. *Security*
Bebas dari bahaya, risiko atau keraguan; keamanan fisik; keamanan finansial; kerahasiaan.
- i. *Understanding the customer*
Memahami konsumen, berusaha mengerti kebutuhan konsumen; belajar memahami kebutuhan konsumen yang spesifik; memberikan perhatian pribadi; memperhatikan langganan yang baru maupun reguler dan loyal.
- j. *Assurance*
Memiliki sumber daya manusia dan teknologi serta fasilitas untuk memberikan jaminan memenuhi kebutuhan konsumen dengan jasa purna jual jangka panjang, bukan sesaat saja sewaktu menyerahkan barang.
- k. *Tangible*
Bukti fisik adanya jasa (*service*); fasilitas fisik; penampilan personil / karyawan; perangkat (*tools*) untuk menyediakan jasa (*service*); pelayanan jasa dengan kemudahan dan efisiensi bagi konsumen dan service yang melekat pada produk

Dimensi kualitas pelayanan yang tersebut dapat digabungkan sebagai berikut:

Gambar 1. Dimensi kualitas pelayanan



Sumber : Oliver (1997 : 48 Gambar 1. Dimensi kualitas pelayanan

Pelanggan mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas pelayanan, akan tetapi bukan berarti menutup kemungkinan penyedia jasa untuk mengendalikan kualitas. Tjiptono (2000 : 27) menyebutkan ada 3 tahap yang dapat dilakukan penyedia jasa untuk mengendalikan kualitas :

- a. Melakukan investasi dalam seleksi dan pelatihan personil yang baik.
- b. Melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa (*service – performance process*).
- c. Memantau kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, survey pelanggan dan *comparason shopping*, sehingga pelayanan yang kurang baik dapat dideteksi dan dikoreksi.

1.4.4 Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (1998 : 19) menyebutkan bahwa “pelanggan merupakan orang atau organisasi yang membeli barang atau jasa pada perusahaan.” Pelanggan adalah faktor yang penting bagi perusahaan. Kotler dan Armstrong (1997:17) menjelaskan arti penting pelanggan sebagai berikut :

Apa arti penting seorang pelanggan ? Seorang pelanggan adalah orang yang paling penting dalam perusahaan ini. Seorang pelanggan tidak tergantung pada kita, kita tergantung pada dia. Kita tidak membantu dengan melayaninya, dia yang membantu kita dengan memberi peluang bagi kita untuk melayani. Seorang pelanggan bukan seseorang untuk diajak berdebat atau beradu kecerdasan – tidak seorang pun pernah menang kalau berdebat melawan seorang pelanggan. Seorang pelanggan adalah seseorang yang membawa keinginannya kepada kita – kita adalah menangannya secara menguntungkan bagi dia dan bagi kita.

Pernyataan tersebut memberi penjelasan akan arti pentingnya pelanggan bagi kehidupan perusahaan. Perusahaan yang mengerti arti pentingnya pelanggan akan selalu menjaga hubungannya dengan pelanggan. Salah satu usaha untuk menjaga hubungan tersebut adalah dengan memberi kepuasan pada pelanggan.

Menurut Day (dalam Tjiptono, 1998 : 24), Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan,

Respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Wilkie (dalam Tjiptono, 1998 : 24) menyatakan “Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.” Ahli pemasaran yang lain yaitu *Engel* (dalam Tjiptono, 1998 : 24) menyatakan sebagai berikut :

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Para ahli tersebut menggunakan kalimat dan kata-kata yang berbeda untuk mendefinisikan kepuasan pelanggan atau konsumen . Walaupun demikian , ahli-ahli tersebut memiliki kesamaan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon atau tanggapan emosional yang dirasakan setelah pemakaian yang dapat dikatakan sebagai evaluasi purna jual. Respon atau tanggapan tersebut dinyatakan setelah pelanggan membandingkan antara harapan dan hasil yang dirasakan. *Zethaml* (dalam Tjiptono ,1998 : 28) menyebutkan bahwa “Harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. “

Harapan pelanggan tersebut dapat terbentuk melalui beberapa faktor. Kotler (1997:91) menyebutkan ada faktor yang membentuk harapan pelanggan, yaitu:

- a. Pengalaman masa lampau
- b. Pembicaraan dari mulut ke mulut
- c. Iklan perusahaan

Kotler (1998:188) menyatakan ada 3 tingkatan dalam kepuasan konsumen berdasarkan harapan konsumen yaitu:

- a. Bila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa tidak puas.
- b. Bila kinerja produk sama dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas.
- c. Bila kinerja produk melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Kepuasan konsumen dapat dirasakan atau diketahui setelah suatu produk dikonsumsi. Puas atau tidak puas seorang konsumen dapat diketahui melalui perilakunya setelah membeli. Tjiptono (1998 : 21) mengatakan bahwa “ tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya.” Oliver (1997 : 27) membedakan perilaku pelanggan yang puas dan tidak puas sebagai berikut :

- a. *The short – term consequences of satisfaction*
 - 1) *Compliment*
 - 2) *Positif Word of mouth*
- b. *The short – term consequences of dissatisfaction*
 - 1) *Complaining*
 - 2) *Negatif Word of mouth*

Jangka pendek, konsumen yang puas akan melakukan 2 tindakan :

- a. Mengatakan pujian,
- b. Menceritakan pengalaman positif.

Pelanggan yang tidak puas akan melakukan 2 tindakan :

- a. Mengungkapkan keluhan,
- b. Menceritakan pengalaman buruk atau negatif .

Oliver mengemukakan perilaku jangka panjang dari konsumen yang merasa sangat puas. Perilaku tersebut dikemukakan Oliver (1997 : 376) sebagai berikut :

- a. *Loyalty*
Customer loyalty is a deeply held comitment to rebuy or repatronize a preferred product or service cinsistently in the future, despite

situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior.

b. Profitability

Satisfaction has direct effects on profit. Satisfied consumer will increase purchasing for those goods where volume discretion is possible.

Dua pengaruh jangka panjang dari kepuasan adalah :

a. Loyalitas

Loyalitas pelanggan adalah komitmen lebih dalam untuk membeli ulang atau berlangganan memilih produk atau service secara konsisten di waktu yang akan datang, walaupun pengaruh situasi dan usaha pemasaran mempunyai potensi sebagai alasan memindahkan perilaku.

b. Keuntungan

Kepuasan mempunyai pengaruh langsung pada keuntungan. Kepuasan pelanggan akan meningkatkan penjualan untuk beberapa komoditi dimana volume pertimbangan memungkinkan.

Oliver (1997 : 376) menyatakan konsumen yang tidak merasa puas akan melakukan perilaku sebagai berikut :

a. Communicate their displeasure to the institution (voice)

b. Exit (leave the relationship)

Menurut Oliver konsumen yang tidak puas pada jangka panjang akan:

a. Mengkomunikasikan kekecewaannya pada organisasi atau institusi.

b. Keluar dalam arti memutuskan hubungan dengan organisasi.

Pendapat Oliver ini menjelaskan mengapa perusahaan berusaha menciptakan kepuasan konsumen, karena perasaan sangat puas sangat menguntungkan perusahaan.

1.5 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep diperlukan agar ada kesamaan pandangan dalam penelitian ini. Penelitian ini menekankan pada pelayanan yang diberikan oleh *tour leader* pada peserta *tour* di PT. Duta Patria Karya Mandiri, Jember.

Berdasarkan konsep dan teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan maka konsep dan teori yang akan dioperasionalisasikan adalah :

- a. Kualitas Pelayanan
Kemampuan karyawan *tour leader* untuk melayani peserta *tour* dinilai dari aspek dimensi – dimensi kualitas pelayanan dalam rangka menciptakan kepuasan konsumen.
- b. *Tour* adalah suatu kegiatan perjalanan yang bersifat sementara untuk menikmati suatu obyek / daya tarik wisata, diselenggarakan oleh PT. Duta Patria Karya Mandiri dalam bentuk paket *tour* . Paket *tour* sudah termasuk armada bus, penginapan, makan, tiket obyek wisata sesuai program, *tour leader*, *guide lokal*, asuransi pariwisata, donasi (*ferry*, parkir, redistribusi, *tips driver*, *room driver* dan sarana transportasi lain), *free of cost* 2-4 orang, 1 roll film beserta cuci cetak.
- c. *Tour leader* adalah seseorang yang ditunjuk oleh PT. Duta Patria Karya Mandiri untuk melakukan pendampingan dan pelayanan selama pelaksanaan *tour* domestik / nusantara sebagai wakil PT. Duta Patria Karya Mandiri. PT. Duta Patria Karya Mandiri memiliki 6 *tour leader* yang terdiri dari 3 *tour leader* murni, 2 *tour leader* yang merangkap sebagai staf *tour* dan 1 *tour leader* yang merangkap sebagai manajer operasional.
- d. Dimensi – dimensi yang digunakan untuk menggambarkan kualitas pelayanan:
 - 1) Bukti fisik (Tangibles)
Bukti fisik meliputi kesopanan *tour leader* dalam berpakaian, kesesuaian bus dan hotel dengan *tour itinerary*, penyajian makanan, jam *chek in*, kapasitas hotel, sarana komunikasi *tour leader* dan peta wisata.
 - 2) Keandalan
Kesesuaian pelayanan dengan perjanjian yang tertulis dalam *tour itinerary*, termasuk pelaksanaan program wisata yang dijanjikan. *Tour itinerary* merupakan standart bagi setiap pelaksanaan *tour* .

3) Daya tanggap

Penanganan masalah yang terjadi pada saat pelaksanaan *tour*. Masalah meliputi masalah yang timbul dari armada bus, catering, hotel dan sarana – sarana transportasi tambahan. Kesiediaan *tour leader* dalam menjawab pertanyaan peserta *tour* dengan sopan dan ramah. Kesiediaan *tour leader* mendampingi peserta di obyek – obyek wisata. Kesiediaan *tour leader* untuk mengantarkan peserta ke fasilitas – fasilitas umum seperti tempat beribadah, kamar mandi dan pusat perbelanjaan di obyek-obyek wisata.

4) Jaminan

Pengetahuan *tour leader* mengenai tempat – tempat yang akan dikunjungi. Kemampuan *tour leader* untuk memimpin kelompok *tour*. Tanggung jawab *tour leader* terhadap pelaksanaan *tour*. Jaminan keamanan dan keselamatan peserta *tour*. Kejujuran dan sifat dapat dipercaya dari *tour leader*.

5) Empati

Kemampuan berkomunikasi dengan peserta *tour*. Kemampuan memahami karakteristik dan keinginan peserta *tour*. Kemudahan peserta *tour* untuk menghubungi dan mengadakan komunikasi dengan *tour leader*.

6) Keramahan

Sikap sopan santun dan keramahan *tour leader* dalam menjawab pertanyaan peserta *tour*. Kesabaran *tour leader* dalam melayani peserta *tour*. Perhatian *tour leader* terhadap keinginan peserta.

e. Upaya dalam mempertahankan kualitas pelayanan :

- 1) Sistem pelatihan bagi *tour leader*
- 2) Standarisasi proses pelaksanaan paket *tour*
- 3) Sistem evaluasi pelaksanaan *tour*

f. Ukuran kualitas pelayanan *tour leader* dalam pelaksanaan *tour* adalah kepuasan peserta *tour*. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang

mampu memuaskan peserta *tour*. Kepuasan peserta dilihat dari respon jangka pendek peserta *tour* yaitu :

- 1) Kesan dan pesan yang disampaikan pada saat *tour* berakhir;
- 2) Penilaian terhadap kualitas pelayanan pada saat kesan dan pesan ;
- 3) Keinginan untuk menceritakan pengalaman yang menyenangkan saat pelaksanaan *tour*;
- 4) Keinginan untuk merekomendasikan PT. Duta Patria Karya Mandiri kepada rekan - rekannya.

1.6 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan langkah-langkah dalam penelitian ilmiah yang disusun secara sistematis berdasarkan teori yang ada. Sugiyono (1999 :1) menyatakan bahwa “Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.”

1.6.1 Tipe dan Paradigma Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan yaitu ingin mengetahui kualitas pelayanan melalui *tour leader* pada PT. Duta Patria Karya Mandiri, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Mukhtar dan Erna (2000 : 15) merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu variabel atau tema, gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.”

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma kualitatif. Menurut Bogdan dan Tylor sebagaimana yang dikutip oleh Molcong (1991: 3) mengemukakan bahwa, “ Metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan informasi deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang atau perilaku yang diamati”.

Tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dalam studi ini berusaha menggambarkan bagaimana implementasi kualitas pelayanan *tour leader* secara utuh dan menyeluruh

1.6.2 Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ada beberapa kegiatan yang dilakukan oleh peneliti, yaitu :

a. Penentuan lokasi

Penentuan lokasi penelitian dilakukan untuk mempermudah dalam mencari data yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan di PT. Duta Patria Karya Mandiri , Jember. Dasar pertimbangan dalam memilih PT. Duta Patria Karya Mandiri adalah :

- 1) PT. Duta Patria Karya Mandiri merupakan biro perjalanan wisata yang pertama kali ada di Jember.
- 2) PT. Duta Patria Karya Mandiri merupakan satu-satunya biro perjalanan di Jember yang memiliki persyaratan lengkap dan memiliki *licence* dengan nomor *licence* 077/ PW.102.XI / 556 / 1998.
- 3) PT. Duta Patria Karya Mandiri merupakan satu-satunya biro perjalanan di Jember yang memiliki lokasi kantor tetap yaitu di Jl. Dharmawangsa No.109, Jember
- 4) PT. Duta Patria Karya Mandiri merupakan satu-satunya biro perjalanan di Jember yang tercatat sebagai anggota ASITA (*Association of The Indonesian Tour s dan Travel Agencies*) dengan nomor anggota 5617142. (Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember)

b. Observasi pendahuluan

Peneliti melakukan observasi awal untuk mendapatkan informasi mengenai PT. Duta Patria Karya Mandiri secara umum. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dengan Direktur PT. Duta Patria Karya Mandiri sebelum penyusunan proposal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa PT. Duta Patria Karya Mandiri memberikan prioritas pada kualitas pelayanan sebagai ujung tombak strategi pemasarannya. Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang tidak nyata sulit distandarisasikan karena karakter setiap orang berbeda-beda.

1.6.2 Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan ada beberapa kegiatan yang dilakukan oleh peneliti, yaitu :

a. Penentuan lokasi

Penentuan lokasi penelitian dilakukan untuk mempermudah dalam mencari data yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan di PT. Duta Patria Karya Mandiri , Jember. Dasar pertimbangan dalam memilih PT. Duta Patria Karya Mandiri adalah :

- 1) PT. Duta Patria Karya Mandiri merupakan biro perjalanan wisata yang pertama kali ada di Jember.
- 2) PT. Duta Patria Karya Mandiri merupakan satu-satunya biro perjalanan di Jember yang memiliki persyaratan lengkap dan memiliki *licence* dengan nomor *licence* 077/ PW.102.XI / 556 / 1998.
- 3) PT. Duta Patria Karya Mandiri merupakan satu-satunya biro perjalanan di Jember yang memiliki lokasi kantor tetap yaitu di Jl. Dharmawangsa No.109, Jember
- 4) PT. Duta Patria Karya Mandiri merupakan satu-satunya biro perjalanan di Jember yang tercatat sebagai anggota ASITA (*Association of The Indonesian Tour s dan Travel Agencies*) dengan nomor anggota 5617142. (Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember)

b. Observasi pendahuluan

Peneliti melakukan observasi awal untuk mendapatkan informasi mengenai PT. Duta Patria Karya Mandiri secara umum. Wawancara dilakukan secara tidak terstruktur dengan Direktur PT. Duta Patria Karya Mandiri sebelum penyusunan proposal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa PT. Duta Patria Karya Mandiri memberikan prioritas pada kualitas pelayanan sebagai ujung tombak strategi pemasarannya. Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang tidak nyata sulit distandarisasikan karena karakter setiap orang berbeda-beda.

c) Karakteristik informan

Informan dipilih secara sepihak sesuai kebutuhan informasi. Informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Nama : Denik, Amd

Jabatan : Direktur Utama PT. Duta Patria Karya Mandiri, Jember
& Manager Pemasaran

Topik Wawancara :

a. Sejarah perusahaan, struktur perusahaan, sistem ketenagakerjaan, standart pelayanan oleh *tour leader*, tugas dan wewenang masing-masing bagian serta *job discription tour leader*.

b. Produk-produk PT. Duta Patria Karya Mandiri, bauran promosi yang digunakan, persaingan biro perjalanan di Jember dan sistem penjualan.

2) Nama : Drs. AH Saekhoni

Jabatan : Manager Operasi & *tour leader*

Topik Wawancara :

Diskripsi permasalahan antara lain; wewenang *tour leader* di lapangan, fasilitas fisik selama *tour* berlangsung, penanganan keluhan-keluhan peserta *tour* , pengetahuan mengenai tempat – tempat wisata, perasaan ketika mendampingi *tour* dan sikap yang dilakukan selama *tour* .

3) Nama : Rojul

Jabatan : Staf *Tour* & *tour leader*

Topik Wawancara :

Diskripsi permasalahan antara lain; wewenang *tour leader* di lapangan, fasilitas fisik selama *tour* berlangsung, penanganan keluhan-keluhan peserta *tour* , pengetahuan mengenai tempat – tempat wisata, perasaan ketika mendampingi *tour* dan sikap yang dilakukan selama *tour* .

4) Nama : Mohammad Suyat

Jabatan : Staf *Tour & tour leader*

Topik Wawancara :

Diskripsi permasalahan antara lain; wewenang *tour leader* di lapangan, fasilitas fisik selama *tour* berlangsung, penanganan keluhan-keluhan peserta *tour* , pengetahuan mengenai tempat – tempat wisata, perasaan ketika mendampingi *tour* dan sikap yang dilakukan selama *tour* .

5) Nama : Darmawan Setyabudi

Jabatan : *Tour leader*

Topik Wawancara :

Diskripsi permasalahan antara lain; wewenang *tour leader* di lapangan, fasilitas fisik selama *tour* berlangsung, penanganan keluhan-keluhan peserta *tour* , pengetahuan mengenai tempat – tempat wisata, perasaan ketika mendampingi *tour* dan sikap yang dilakukan selama *tour* .

6) Nama : Nanang Supriyadi

Jabatan : *Tour leader*

Topik Wawancara :

Diskripsi permasalahan antara lain; wewenang *tour leader* di lapangan, fasilitas fisik selama *tour* berlangsung, penanganan keluhan-keluhan peserta *tour* , pengetahuan mengenai tempat – tempat wisata, perasaan ketika mendampingi *tour* dan sikap yang dilakukan selama *tour* .

7) Nama : Widiastuti

Jabatan : *Tour leader*

Topik Wawancara :

Diskripsi permasalahan antara lain; wewenang *tour leader* di lapangan, fasilitas fisik selama *tour* berlangsung, penanganan keluhan-keluhan peserta *tour* , pengetahuan mengenai tempat – tempat

wisata, perasaan ketika mendampingi *tour* dan sikap yang dilakukan selama *tour*.

8) 7 orang peserta *tour*

7 orang yang dipilih merupakan koordinator rombongan *tour* atau peserta *tour* yang ditunjuk koordinator untuk mewakili rombongan *tour*.

Topik Wawancara:

Diskripsi permasalahan antara lain; fasilitas fisik seperti bus, penginapan, menu makan dan sarana komunikasi *tour leader*. Kesesuaian perjanjian dan realita di lapangan. Penanganan keluhan oleh *tour leader*. Keinginan *tour leader* untuk membantu kesulitan peserta. Pengetahuan dan kemampuan memandu peserta. Sopan santun *tour leader*. Rasa tanggung jawab *tour leader*. Kemampuan komunikasi *tour leader*. Pemahaman keinginan peserta *tour*. Kemudahan untuk menghubungi *tour leader*.

b. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data dan informasi serta referensi teori-teori yang mendasar dan menyeluruh berkaitan dengan kualitas pelayanan jasa.

1.6.3 Tahap Pengumpulan Data

a. Pengumpulan data primer

1) Observasi

Observasi adalah kegiatan terencana untuk mengumpulkan data dengan menggunakan indera manusia. Observasi yang dimaksud yaitu observasi dengan partisipasi pasif. Partisipasi pasif menurut Faisal (1990 : 79) yaitu “mengamati situasi tertentu guna memperoleh informasi tambahan yang diperoleh dari sumbernya sehingga dapat membantu peneliti dalam mendiskripsikan data.” Observasi mengenai kualitas pelayanan *tour leader* dilakukan pada saat persiapan *tour*, pelaksanaan *tour*, evaluasi *tour* dan pelaksanaan pelatihan bagi *tour leader*. Peneliti mengikuti pelaksanaan

tour sehingga peneliti dapat mengamati secara langsung kualitas pelayanan *tour leader*. Observasi berpedoman pada pedoman pengamatan yang telah disusun berdasarkan operasionalisasi konsep. Peneliti mencatat kegiatan dan perilaku *tour leader* dalam memberikan pelayanan.

2) Wawancara

Pengumpulan data berikutnya dilakukan dengan wawancara terbuka. Wawancara didasarkan pada pedoman wawancara yang telah disusun untuk mendapatkan data kualitas pelayanan secara *in depth*. Wawancara dilakukan dengan direktur PT. Duta Patria Karya Mandiri, *tour leader*, staf *tour* dan peserta *tour*. Wawancara dengan peserta *tour* dilakukan pada saat *tour* berlangsung.

b. Pengumpulan data sekunder

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara studi dokumen. Peneliti melakukan studi yang bersumber dari arsip dokumen perusahaan yang berkaitan dengan *tour leader* dan gambaran umum di PT. Duta Patria Karya Mandiri.

1.6.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data dilakukan agar data yang diperoleh merupakan data yang reliabel. Pemeriksaan keabsahan data melalui :

a. Pengamatan yang sungguh-sungguh terhadap pelayanan *tour leader*.

b. Triangulasi

Mengadakan *check cross* informasi yang di dapat dari karyawan PT. Duta Patria Karya mandiri dengan peserta *tour* mengenai kualitas pelayanan *tour leader*.

1.6.5 Tahap Pengolahan Data

Data yang diperoleh dari wawancara, observasi dan studi dokumen dipilah – pilah berdasarkan dimensi – dimensi kualitas pelayanan. Data yang telah

terkumpul diberi keterangan sumber informasi bila didapat dari hasil wawancara. Bila data diperoleh dari observasi, maka diberi keterangan tanggal observasi.

1.6.6 Tahap Analisis Data

Seluruh data yang terkumpul dalam penelitian dianalisis dengan menggunakan paradigma kualitatif, maksudnya setiap gejala yang muncul serta keterkaitan antar gejala – gejala diungkapkan secara lebih mendalam dan terperinci dengan menggunakan kata-kata secara sistematis. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis domain dan taksonomis.

Menurut Faisal (1990 : 91) analisis domain adalah “Analisis yang dilakukan untuk memperoleh gambaran yang bersifat umum dan relatif menyeluruh tentang apa yang tercakup pada suatu pokok permasalahan yang sedang diteliti”. Analisis domain merupakan proses analisis informasi yang sifatnya masih sangat umum dan menyeluruh terhadap apa yang menjadi permasalahan dalam penelitian. Gambaran umum yang dapat dianalisis dengan analisis domain antara lain sejarah perusahaan, status hukum perusahaan dan sistem personalia secara umum.

Analisis taksonomis menurut Faisal (1990 : 98) adalah “Analisis pada domain tertentu yang sangat berguna dalam mendeskripsikan atau menjelaskan fenomena yang menjadi sasaran utama penelitian”. Analisis taksonomis dilakukan dengan cara menggabungkan data – data yang diperoleh secara sistematis berdasarkan dimensi – dimensi kualitas pelayanan. Data – data yang telah disusun secara sistematis kemudian disajikan dalam gaya penuturan mendapatkan gambaran yang menyeluruh mengenai kualitas pelayanan *tour leader* di PT. Duta Patria Karya Mandiri, Jember. Analisis domain maupun taksonomis dilakukan dengan *in depth* untuk mendapat gambaran yang terperinci mengenai kualitas pelayanan *tour leader* di PT. Duta Patria Karya Mandiri.

1.6.6 Tahap Penarikan Kesimpulan

Pengambilan kesimpulan didasarkan pada data yang diperoleh dalam kegiatan penelitian. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan secara

deduktif. Penarikan kesimpulan dilakukan dari hal yang bersifat umum berdasarkan teori dimensi kualitas pelayanan yang ada mengarah hal-hal yang bersifat khusus yaitu kualitas pelayanan *tour leader* di PT. Duta Patria Karya Mandiri.





II. Gambaran Umum Perusahaan

2.1 Sejarah Pendirian Perusahaan

Tahun 1993, belum ada Biro Perjalanan Wisata yang berdiri di Jember. Peluang bisnis yang terbuka lebar memberikan inspirasi kepada Denik, Amd untuk mendirikan suatu Biro Perjalanan Wisata (BPW) di Jember. Gagasan mendirikan BPW ini mendapat persetujuan dan dukungan dari pihak keluarga, mulai tahun 1994 maka mulai disusunlah konsep BPW Duta Patria Karya Mandiri. Konsep tersebut meliputi tujuan, misi, rencana pengembangan, rencana strategi pemasaran dan semua hal yang berkaitan dengan suatu BPW. Penyusunan konsep ini kemudian dilanjutkan dengan survey lapangan. Survey dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui obyek dan potensi wisata Jember sehingga layak didirikan BPW di kota Jember. Konsep perusahaan dan hasil survey ini tertuang dalam proposal pendirian perusahaan.

Tahun 1995, proses perijinan mulai dilakukan. Langkah awal proses perijinan adalah pengajuan badan hukum Duta Patria Karya Mandiri dan pembuatan akte pendirian perusahaan sebagai suatu Perseroan Terbatas (PT). Pengajuan badan hukum dilakukan di Departemen Kehakiman. Disahkannya surat-surat pendirian pada tanggal 4 Oktober 1995 oleh Menteri Kehakiman merupakan suatu pengakuan terhadap keberadaan PT. Duta Patria Karya Mandiri secara nasional. Sejak tanggal 4 Oktober 1995 inilah PT. Duta Patria Karya Mandiri secara hukum resmi berdiri. Proses selanjutnya adalah menyerahkan surat-surat pendirian ke Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Deperindag). Departemen Perindustrian dan Perdagangan menerbitkan rekomendasi izin usaha. Rekomendasi dari Deperindag yang diterbitkan tanggal 10 Oktober 1995 digunakan untuk mengajukan NPWP, pengurusan Surat Ijin Tetap Usaha dan digunakan sebagai surat ijin operasional sementara. Tahap berikutnya adalah mendaftarkan dan melaporkan keberadaan PT. Duta Patria Karya Mandiri ke Kantor Pelayanan Pajak untuk mendapatkan NPWP. Proses dari Departemen Kehakiman sampai dengan Pendaftaran NPWP ini dipercayakan kepada notaris yaitu Soesanto Adi Poernomo, SH.

Berbekal surat-surat dari Departemen Kehakiman dan Deperindag , tanggal 15 Oktober 1995 PT. Duta Patria Karya Mandiri mulai beroperasi. Awal beroperasinya, PT. Duta Patria Karya Mandiri menempati gedung di Jl. Letjend. Panjaitan, Jember. Beroperasinya PT. Duta Patria Karya Mandiri bukan berarti proses perijinan berhenti. PT. Duta Patria masih melanjutkan proses di Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (Deparpostel). Surat-surat dari Departemen Kehakiman dan Deperindag diserahkan ke Deparpostel disertai proposal. Selama \pm 2 tahun proposal mengalami perbaikan maka tahun 1998 proposal disetujui. Pada tanggal 28 September 1998 Deparpostel mengeluarkan Surat Ijin Tetap Usaha dengan SK Dirjen Pariwisata No.007/PW.107.XI/556/1998. Nomor Surat Keputusan kemudian ditetapkan sebagai nomer *licence* bagi PT. Duta Patria Karya Mandiri dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya.

2.2 Organisasi Perusahaan

2.2.1 Tujuan Perusahaan

PT. Duta Patria Karya Mandiri memiliki tujuan dalam melaksanakan proses bisnisnya. Tujuan yang ingin dicapai adalah :

- a. Meningkatkan kesejahteraan pemilik PT. Duta Patria Karya Mandiri
- b. Meningkatkan kesejahteraan karyawan PT. Duta Patria Karya Mandiri
- c. Memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada konsumen melalui produk dan pelayanan yang berkualitas.
- d. Mengembangkan sektor pariwisata khususnya di Jember.

2.2.2 Target Pasar

Target pasar utama PT. Duta Patria Karya Mandiri adalah konsumen di wilayah kota Jember. Konsumen dibedakan menjadi 2, yaitu :

- a. Konsumen kelompok
 - Konsumen kelompok yang dimaksud yaitu konsumen yang membeli jasa dan menggunakannya secara bersama-sama. Konsumen kelompok misalnya instansi, lembaga, sekolah dan organisasi.

b. Konsumen perorangan

Konsumen yang membeli produk dan menggunakannya untuk kepentingan perorangan.

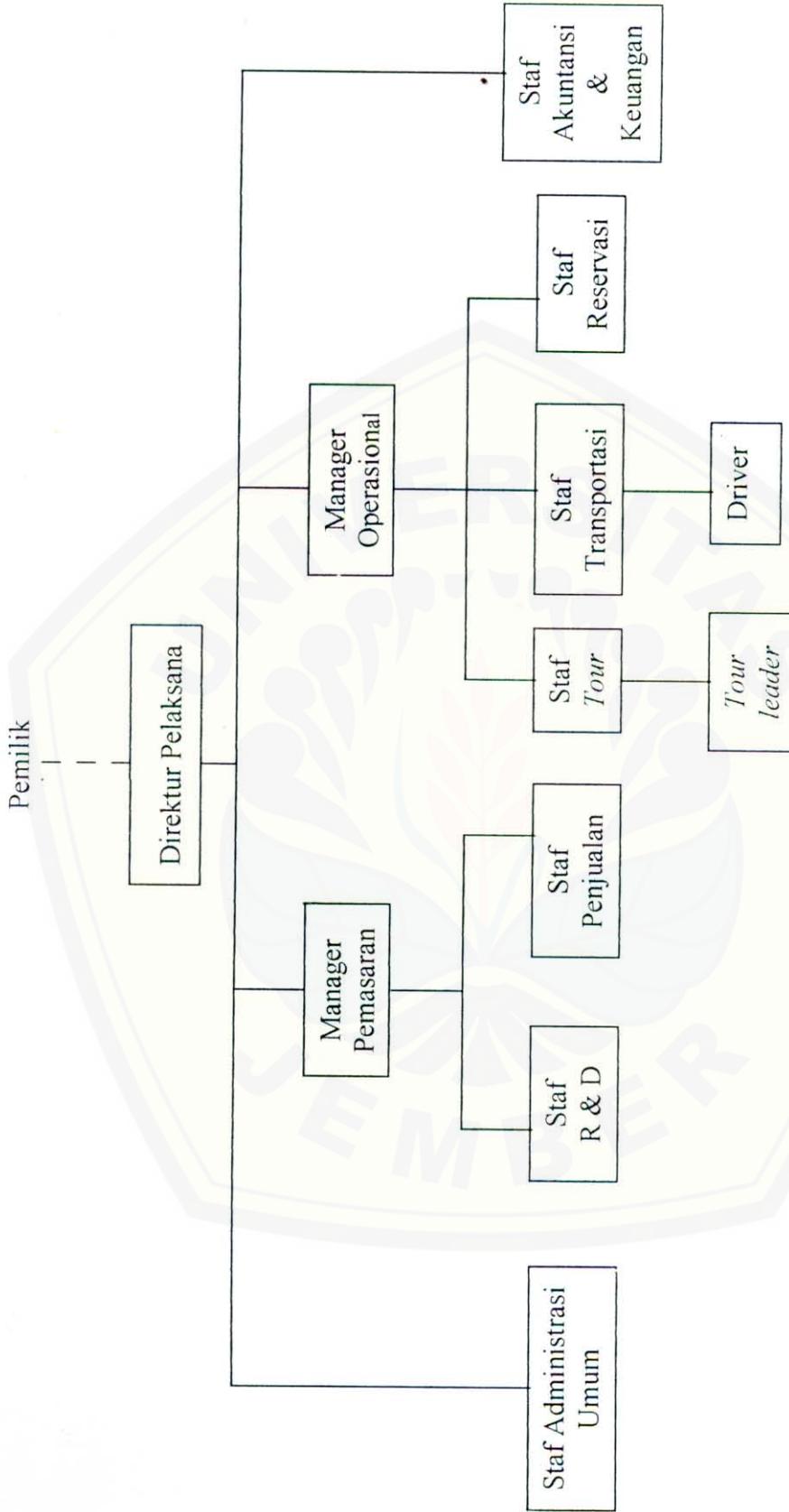
Target pasar PT. Duta Patria Karya Mandiri selain masyarakat Jember adalah perorangan atau kelompok yang berada di sekitar kota Jember seperti Lumajang, Banyuwangi, Bondowoso, Situbondo dan Probolinggo.

2.2.3 Struktur Organisasi

Suatu organisasi atau perusahaan memerlukan koordinasi dalam menjaga kelangsungan hidup dan keselarasan aktivitas perusahaan. Koordinasi dan hubungan antar jabatan dalam suatu perusahaan digambarkan dalam struktur organisasi. Struktur organisasi dari PT. Duta Patria Karya mandiri digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. Bagan Struktur Organisasi



Sumber : PT. Duta Patria Karya Mandiri, Jember

1.2.3 Tugas dan Tanggung Jawab

Setiap jabatan dalam struktur organisasi mempunyai tugas dan tanggung jawab berbeda-beda. Tugas dan tanggung jawab setiap jabatan pada PT. Duta Patria Karya Mandiri dijelaskan sebagai berikut :

a. Direktur

- 1) Memimpin, mengkoordinasi dan mengawasi jalannya perusahaan secara keseluruhan.
- 2) Menetapkan kebijaksanaan umum perusahaan dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan.
- 3) Bertanggung jawab terhadap kelangsungan hidup perusahaan.
- 4) Bertanggung jawab kepada pemilik perusahaan.

b. Manager Pemasaran

- 1) Menetapkan kebijakan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran.
- 2) Memantau fluktuasi volume penjualan.
- 3) Mengadakan kegiatan promosi
- 4) Bersama manager operasional, staf *tour* dan *tour leader* melakukan evaluasi pelaksanaan *tour*.
- 5) Bertanggung jawab terhadap pemasaran jasa secara keseluruhan.

c. Manager Operasional

- 1) Mengawasi pelaksanaan *tour* dan produk jasa yang lain.
- 2) Mengkoordinasikan pelaksanaan *tour* dan produk jasa yang lain.
- 3) Bersama staf *tour* menentukan *tour leader* yang akan mendampingi suatu *tour*.
- 4) Bersama staf *tour* mengawasi kinerja *tour leader*.
- 5) Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan produk jasa.

d. Staf Akuntansi dan Keuangan

- 1) Merencanakan, mengatur dan mengendalikan semua kegiatan di bidang keuangan perusahaan.
- 2) Melakukan pembukuan terhadap seluruh kegiatan bisnis perusahaan.

- 3) Mengatur penyerahan gaji karyawan.
 - 4) Bertanggung jawab terhadap transaksi yang terjadi sehari-hari.
 - 5) Bertanggung jawab terhadap keuangan perusahaan.
- e. Staf Administrasi Umum
- 1) Melakukan pengawasan terhadap surat masuk dan surat yang keluar dari perusahaan.
 - 2) Membuat surat-surat untuk keperluan perusahaan dan *draft* kontrak pembelian produk.
 - 3) Bertanggung jawab terhadap surat-surat dan dokumen-dokumen perusahaan.
- f. Staf R & D
- 1) Memantau perubahan pasar dan lingkungan.
 - 2) Memantau dan menganalisis keinginan serta kebutuhan konsumen.
 - 3) Membuat angket penilai kualitas pelayanan.
 - 4) Bertanggung jawab terhadap pengembangan produk-produk perusahaan.
- g. Staf Penjualan
- 1) Menerima dan melayani konsumen yang datang ke perusahaan.
 - 2) Melakukan pendekatan terhadap konsumen yang dinilai mempunyai prospek.
 - 3) Melakukan presentasi penjualan di instansi, sekolah, lembaga maupun organisasi-organisasi.
 - 4) Mendatangi konsumen bila diperlukan.
 - 5) Melakukan kontrak penyelenggaraan *tour* dengan konsumen.
 - 6) Bertanggung jawab terhadap isi *tour itinerary*
 - 7) Melaporkan hasil penjualan kepada manager pemasaran.
- h. Staf *Tour*
- 1) Menyusun program *tour* yang telah disepakati.
 - 2) Menentukan *tour leader* yang akan mendampingi suatu *tour*.
 - 3) Mengawasi kinerja *tour leader*.

- 4) Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan *tour* sesuai dengan isi *tour itinerary*.
 - 5) Memilih mitra kerja Biro Perjalanan Wisata.
 - 6) Memilih fasilitas untuk ditawarkan.
- i. *Tour leader*
- 1) Bersama *driver* dan kernet menjemput peserta *tour* dari tempat pemberangkatan yang telah disepakati.
 - 2) Mendampingi peserta *tour* dari awal sampai dengan *tour* berakhir.
 - 3) Mengantarkan peserta sampai tempat pemberangkatan semula.
 - 4) Memberikan pelayanan langsung kepada peserta *tour* sesuai dengan *tour itinerary*
 - 5) Menangani masalah-masalah yang muncul di lapangan.
 - 6) Melakukan konfirmasi antara *tour itinerary* dan fasilitas yang dipesan sebelum *tour* berangkat.
 - 7) Melakukan *check up* kendaraan sebelum berangkat.
 - 8) Membuat laporan perjalanan *tour* .
 - 9) Membagikan angket penilaian pelayanan kepada peserta *tour* .
 - 10) Bertanggung jawab selama *tour* berlangsung.
- j. Staf Transportasi
- 1) Mengelola *travel*, *rent car* dan jasa kurir.
 - 2) Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan *travel*, *rent car* dan jasa kurir.
- k. Staf Reservasi
- 1) Melakukan pemesanan tiket (pesawat, kapal laut, kapal pesiar dan lain-lain).
 - 2) Melakukan reservasi hotel, bus dan *catering* untuk *tour* sesuai dengan *tour itinerary*..
 - 3) Bertanggung jawab terhadap semua reservasi yang dilakukan.

I. Driver

- 1) Menjemput pelanggan dari tempat atau alamat yang diminta pelanggan.
- 2) Mengambil barang yang akan dikirim dari tempat atau alamat yang diminta pelanggan.
- 3) Mengantarkan pelanggan atau barang sampai dengan alamat tujuan.
- 4) Bertanggung jawab terhadap keselamatan pelanggan selama dalam perjalanan.
- 5) Bersama staf transportasi bertanggung jawab terhadap kondisi kendaraan.

2.3 Personalia

2.3.1 Tenaga Kerja

PT. Duta Patria Karya Mandiri mempunyai tenaga kerja atau karyawan sebanyak 16 orang. Jumlah tenaga kerja ini tidak sesuai dengan jumlah pekerjaan yang tercantum dalam struktur organisasi. Seperti yang diungkapkan informan I bahwa terdapat beberapa pekerjaan yang dapat dirangkap atau dikerjakan oleh satu orang, tetapi ada pekerjaan yang membutuhkan lebih dari satu tenaga kerja. Tenaga kerja PT. Duta Patria Karya Mandiri adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Jumlah tenaga kerja PT. Duta Patria Karya Mandiri, Jember

No	Jabatan	Jumlah Karyawan
1	Direktur, Manager Pemasaran, dan Staf R&D	1
2	Staf Administrasi Umum	1
3	Staf Akuntansi dan Keuangan	1
4	Staf Penjualan	3
5	Manager Operasional dan <i>Tour leader</i>	1
6	Staf <i>Tour</i> dan <i>Tour leader</i>	2
7	<i>Tour leader</i>	3
8	Manager Transportasi dan Driver	1
9	Driver	2
10	Staf Reservasi	1
	Jumlah	16

Sumber : PT. Duta Patria Karya Mandiri

2.3.2 Jam dan Hari Kerja

Jam kerja yang ditetapkan oleh PT. Duta Patria Karya Mandiri adalah jam-jam dimana karyawan berada di tempat kerja dan melakukan tugasnya masing-masing karyawan yang berada di lapangan seperti staf penjualan dan *driver* diwajibkan melapor ke perusahaan sebelum dan sesudah melaksanakan tugas. Pelaporan ini harus tetap dilakukan walaupun lebih dari pukul 16.00 WIB. Pelaporan dapat dilakukan langsung kepada Indratno JS, selaku Manager Transportasi. Jam kerja yang ditetapkan PT. Duta Patria Karya Mandiri adalah:

1. Senin sampai Kamis dan Sabtu

Jam masuk	Pk. 08.00 WIB
Jam pulang	Pk. 16.00 WIB
Jam istirahat	Pk. 13.00 – 14.00 WIB

2. Jum'at

Jam masuk	Pk. 08.00 WIB
Jam pulang	Pk. 16.00 WIB
Jam istirahat	Pk. 11.00 – 13.00 WIB

Diluar jam kerja bukan berarti pelayanan dihentikan. Sebagai upaya memberikan pelayanan yang maksimal, konsumen tetap dilayani sampai dengan Pk. 21.00 WIB. Pada hari minggu pelayanan juga tetap dilakukan dengan catatan konsumen menelefon terlebih dahulu. Pelayanan dilakukan oleh Denik, Amd karena rumah Denik, Amd berada di belakang PT. Duta Patria Karya Mandiri. Jam buka yang fleksibel ini juga memudahkan *driver* yang akan melapor.

2.3.3 Sistem Gaji / Upah

Karyawan mendapat gaji setiap bulan. Insentif diberikan bagi mereka yang merangkap menjadi *tour leader* dan staf penjualan yang mendapat order *tour*. *Tour leader* mendapat insentif sebesar Rp. 65.000,00 – Rp. 100.000,00 per hari. *Tour leader* yang tidak memegang jabatan lain hanya menerima upah sesuai order atau *tour* yang didampingi. Jumlah insentif disesuaikan dengan lamanya *tour*, dan jauhnya lokasi *tour*. Untuk daerah tujuan wisata Malang dan Surabaya besarnya insentif adalah Rp. 65.000,00. Untuk daerah tujuan wisata Yogyakarta dan Bali sebesar Rp. 75.000,00 dan untuk daerah tujuan wisata Bandung dan Jakarta besarnya insentif adalah Rp. 100.000,00.

Staf penjualan yang mendapat *order tour* mendapat insentif sebesar 10 % dari *nett profit*. Manager transportasi yang merangkap menjadi *driver* mendapat insentif setiap menjadi *driver*. Untuk *driver* travel Jember – Surabaya mendapat insentif Rp. 40.000,00 setiap hari, sedangkan *driver rent car* mendapat insentif 20% dari harga jual.

2.4 Pemasaran

2.4.1 Produk

Sebagai Biro Perjalanan Wisata, PT. Duta Patria Karya Mandiri melayani beberapa produk sesuai SK Dirjen Pariwisata No: Kep. 02/U/111/87. Produk jasa yang dapat dilayani PT. Duta Patria Karya Mandiri adalah :

- a. Penyelenggaraan Paket Wisata
 - 1) Paket Wisata Nusantara (*Domestic Tour*)
 - 2) Paket Wisata Inbound (*Inbound Tour*)

- 3) Paket Wisata Outbound (*Outbound Tour*)
- 4) Paket Wisata Ziarah
- b. Penjualan Tiket
 - 1) Penjualan Tiket Pesawat
 - 2) Penjualan Tiket Kapal Laut
 - 3) Penjualan Tiket Kapal Pesiar
 - 4) Penjualan Tiket Bus Antar Pulau
- c. Pemesanan Akomodasi dan Wisata
 - 1) Pemesanan Hotel
 - 2) Penyelenggaraan Konvensi
 - 3) Pemesanan Restaurant
 - 4) Pemesanan Sarana Wisata
- d. Penyelenggaraan Umroh dan Haji
- e. Pengurusan Dokumen Perjalanan
 - 1) Pengurusan Pasport
 - 2) Pengurusan Visa
- f. Pengusahaan dan Persewaan Sarana Transportasi
 - 1) Persewaan Kendaraan (*rent car*)
 - 2) Penyelenggaraan *travel* Surabaya PP
 - 3) *Shuttle Tour*
- g. Jasa Pengiriman
 - 1) *Cargo*
 - 2) *City Curier*

2.4.2 Harga

Kebijakan harga yang dibebankan kepada pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor ini berbeda untuk tiap-tiap produk jasa. Faktor yang mempengaruhi harga produk dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Produk paket wisata, dipengaruhi oleh kelas yang dipilih, lama *tour* dan daerah tujuan *tour*. Kelas dibagi menjadi ekonomi - *standart* dan *executive*. Kelas yang dipilih peserta akan mempengaruhi fasilitas-fasilitas yang

- diterima seperti bus, *catering* dan penginapan. Harga paket ekonomi – *standart* yang banyak diminati konsumen terdapat pada lampiran 11.
- b. Penyelenggaraan akomodasi dan sarana wisata dipengaruhi oleh tempat yang dipesan, kelas yang dipilih dan lama penggunaan akomodasi dan sarana wisata. Harga bus per hari yang ditawarkan adalah Rp. 1.700.000, 00 dengan fasilitas AC, Rec-seat, VCD, Audio – Music, Formasi 2–2, kapasitas 43. Untuk sarana akomodasi yang lain, harga ditentukan setelah ada pesanan dari konsumen.
- c. Paket umroh dan haji dipengaruhi oleh kelas yang dipilih (*standart* dan *executive*). Pilihan kelas ini akan mempengaruhi fasilitas yang diterima selama penyelenggaraan umroh dan haji. Harga paket Umroh dan Haji adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Daftar Harga Paket Umroh dan Haji

Haji	Umroh (7 Hari)	Umroh (9 Hari)
US \$ 4. 600	US \$ 1. 150	US \$ 1. 250
US \$ 4. 350	US \$ 1. 100	US \$ 1. 200
US \$ 3. 850	US \$ 1. 050	US \$ 1. 150

Sumber : PT. Duta Patria Karya Mandiri, Tahun 2002

- d. Harga pembuatan dokumen perjalanan disesuaikan dengan biaya pengurusan di kantor terkait yaitu kantor imigrasi dan konsulat negara asing. Harga pembuatan dokumen perjalanan adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Daftar Harga Pembuatan Dokumen Perjalanan

Jangka Waktu Pembuatan	Pasport	Visa
1 Minggu	Rp. 350. 000, 00	Rp. 1. 500.000, 00
2 Hari	Rp. 500. 000, 00	-

Sumber : PT. Duta Patria Karya Mandiri, Tahun 2002

- e. Harga *rent car* disesuaikan dengan lamanya penggunaan. Harga sudah ditetapkan dengan perhitungan untuk penggunaan dalam satu hari yaitu Rp. 250.000, 00.
- f. Harga *travel* Surabaya PP adalah Rp. 35. 000, 00 setiap kursi untuk 1 kali perjalanan.
- g. *Shuttle tour* telah ditetapkan oleh PT. Duta Patria Karya Mandiri dengan ukuran setiap jam yaitu Rp. 30. 000,00.
- h. Harga pengiriman disesuaikan dengan berat barang Rp. 1. 500, 00 setiap kilogram dengan tujuan Surabaya. Untuk dalam kota seharga Rp. 1.000, 00 setiap kilogram.

2.4.3 Promosi

Promosi dilakukan sebagai upaya untuk mengenalkan dan mengingatkan keberadaan PT. Duta Patria Karya Mandiri kepada masyarakat. PT. Duta Patria Karya Mandiri melakukan kegiatan promosi melalui :

- a. Koran (Media cetak)

PT. Duta Patria Karya Mandiri memasang iklan koran pada *event* tertentu misalnya tahun baru, hari raya Idul Fitri, natal dan hari jadi kota Jember. Biasanya PT. Duta Patria Karya Mandiri menampilan ucapan selamat sesuai *event* saat yang terjadi. Media yang digunakan biasanya Radar Jember dan Derap Pembangunan.

- b. Radio

Media promosi yang lain adalah melalui iklan radio. PT. Duta Patria Karya Mandiri menayangkannya di Stasiun Radio Prosalina dan Kiss FM. Iklan radio ini dilakukan 3 bulan sekali. Masing – masing pelaksanaan iklan umumnya untuk 20 kali tayang dengan durasi 30 menit tiap tayang.

- c. Sponsor kegiatan

PT. Duta Patria Karya Mandiri berperan serta menjadi sponsor kegiatan berbagai kegiatan. Kegiatan yang pernah disponsori antara lain menjadi pembicara dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan

Dinas Pariwisata Daerah, membantu pengadaan buku panduan dalam pelatihan tenaga kerja oleh Depnaker dan mensponsori kegiatan-kegiatan pecinta alam

d. *Personal Selling*

Staf penjualan PT. Duta Patria Karya Mandiri akan mendatangi instansi, sekolah, lembaga, organisasi dan kelompok-kelompok yang dinilai berpotensi. Tahap selanjutnya, staf akan melakukan presentasi penjualan. Cara ini dinilai efektif oleh perusahaan dalam menarik minat konsumen karena konsumen dapat bertanya langsung mengenai produk PT. Duta Patria Karya Mandiri. Bila konsumen tertarik, maka staf akan melakukan penawaran.

e. *Word of mouth*

Media promosi yang dinilai paling efektif bagi PT. Duta Patria Karya Mandiri adalah *word of mouth*. Pelanggan yang puas biasanya akan menceritakan pengalamannya kepada rekan-rekannya. Pada umumnya, pelanggan datang atau menghubungi PT. Duta Patria Karya Mandiri karena adanya rekomendasi dari rekan atau kerabatnya. Alasan ini membuat PT. Duta Patria Karya Mandiri sebagai perusahaan jasa sangat memperdulikan kualitas pelayanan. PT. Duta Patria Karya Mandiri berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya.



IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Duta Patria Karya Mandiri berusaha menerapkan dimensi – dimensi kualitas pelayan secara menyeluruh. PT. Duta Patria Karya Mandiri memberi wewenang penuh bagi *tour leader* untuk mengambil keputusan pada saat *tour* berlangsung. *Tour leader* adalah orang yang bertanggung jawab pada setiap pelaksanaan *tour*. *Tour leader* secara langsung berhadapan dengan peserta dan masalah di lapangan. Kualitas pelayanan *tour leader* dapat diidentifikasi dalam 5 dimensi kualitas pelayanan. Dimensi – dimensi kualitas pelayanan melalui *tour leader* yang diterapkan PT. Duta Patria Karya Mandiri meliputi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati

a. Bukti fisik (Tangibles)

Bus dan sarana transportasi, penginapan, *catering*/makan, alat komunikasi, peta wisata serta penampilan *tour leader*.

b. Keandalan

Pada dasarnya peserta membayar suatu janji yang belum dilaksanakan. Tugas *tour leader* untuk mewujudkan janji yang tertuang dalam *tour itinerary*. *Tour itinerary* menjadi pedoman dan ukuran *tour leader* dalam memberikan pelayanan.

c. Daya tanggap

Pelaksanaan *tour* tidak selalu berjalan lancar. Masalah banyak sekali muncul pada saat pelaksanaan *tour*. Daya tanggap dan kecakapan *tour leader* menangani masalah sangat membantu pelaksanaan suatu *tour*.

d. Jaminan

Keselamatan dan keamanan peserta dijamin oleh asuransi. Obat - obatan dan sakit ringan menjadi tanggung jawab *tour leader* untuk membantu merawat peserta yang sakit. Pemahaman mengenai obyek wisata dibutuhkan dalam pendampingan sebuah *tour*. Tidak semua peserta mengetahui seluk – beluk obyek wisata yang dikunjungi. *Tour leader* dibantu guide bertugas memberikan informasi mengenai obyek – obyek wisata. Kemampuan

leadership dan *event organizer* diperlukan untuk memimpin serta menyelesaikan masalah pada saat pelaksanaan *tour*.

f. Empati

Tour leader berkomunikasi dengan seluruh peserta tanpa pengecualian. *Tour leader* menggunakan bahasa yang dapat dimengerti peserta. *Tour leader* berusaha memahami karakteristik peserta dan menggunakan bahasa yang dimengerti oleh peserta. *Tour leader* setiap saat dapat dimintai pertolongan selama *tour* berlangsung.

g. Keramahan

Courtesy meliputi sikap sopan santun, ramah, sabar dan penuh perhatian sehingga peserta merasa dihargai. Sikap sopan santun dan ramah diperlukan karena peserta *tour* adalah pihak terpenting dalam sebuah *tour*. Sifat penuh perhatian dan kesabaran dari *tour leader* membuat peserta merasa dihargai dan dimengerti keinginannya.

Penerapan dimensi – dimensi kualitas pelayanan *tour leader* di PT. Duta Patria Karya Mandiri diikuti dengan usaha – usaha untuk mempertahankan kualitas pelayanan. Usaha – usaha yang dilakukan adalah melalui pelatihan, standarisasi berdasar *tour itinerary* dan sistem angket serta keluhan. Pelaksanaan dimensi kualitas dan usaha mempertahankan kualitas pelayanan bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan sehingga tercipta hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Pada saat penelitian berlangsung, kualitas pelayanan yang diberikan *tour leader* dapat dinilai baik. Penilaian mengenai kualitas pelayanan yang diberikan *tour leader* didasarkan pada kepuasan peserta *tour*. Peserta *tour* menyatakan puas dan senang pada pelayanan yang diberikan *tour leader*, mereka memberikan pujian pada saat menyampaikan kesan-pesan dan beberapa peserta yang memiliki rencana *tour* berkeinginan untuk menggunakan jasa PT. Duta Patria Karya Mandiri pada penyelenggaraan *tour* berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cortada, James W. 1996. *Total Quality Management*. Yogyakarta : Andi Offset
- Damardjati, R. 2001. *Istilah – Istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita
- Faisal, Sanapiah. 1990. *Penelitian Kualitatif : Dasar – Dasar dan Aplikasinya*. Malang : Yayasan Asah Asih Asuh (YA3)
- Gasperz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa, Strategi Untuk Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ibrahim, Buddy. 2000. *TQM (Total Quality Management) : Panduan Menghadapi Persaingan Global*. Jakarta : Karya Unipress
- Kertajaya, Hermawan. 1995. *Marketing Plus 2*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Jakarta : Prenhallindo
- 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Jakarta : Prenhallindo
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I. Jakarta : Prenhallindo
- 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid II. Jakarta : Prenhallindo
- Mukhtar & Erna Widodo. 2000. *Konstruksi Ke Arah Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta : Avyrouz

- Moleong, L.J. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosda Karya
- Oliver, Richard L. 1997. *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. Singapore : The McGraw – Hill Companies, Inc
- Soekadijo, RG. 1997. *Anatomi Pariwisata – Memahami Pariwisata Sebagai “Systemic Linkage”*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Suwantoro, Gamal . 1997. *Dasar – Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset
- Stanton, William J. 1993. *Prinsip Pemasaran*. Terjemahan oleh Lamarto dari Fundamental of Marketing. Jakarta : Erlangga
- Swastha DH, Basu. 1981. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta : Ananda
- Tjiptono, Fandy. 1998. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- 2000. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Andi Offset
- Universitas Jember. 1998. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember : Badan Penerbit Universitas Jember
- Yoeti, Oka. A. 1995. *Tours adn Travel Management*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER
LEMBAGA PENELITIAN

Alamat : Jl. Kalimantan No.37 Telepon (0331) 337818, Jember (68118)
E-mail : lemlit unej @ jember. Telkom.net.id

Nomor : 351 /J25.3.1/PL.5/2002 03 April 2002
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin melaksanakan Penelitian

Kepada : Yth. Sdr. Pemimpin
PT. DUTA PATRIA JEMBER
di -
JEMBER.

Menunjuk surat pengantar dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember No. 1060/J25.1.2/PL.5/2002 tanggal 02 April 2002, perihal ijin penelitian mahasiswa :

Nama/NIM : IDA WIDYAWATI / 98-2116
Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Ilmu Administrasi Niaga
Alamat : Jl. Margobawero XV / 06, Madiun.
Judul Penelitian : Implementasi Kualitas Pelayanan Tour Leader Di PT.-
Duta Patria, Jember.
Lokasi : Jember.
Lama Penelitian : 3 (tiga) bulan.

maka kami mohon dengan hormat bantuan serta perkenan saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa bersangkutan dalam melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul di atas.

Demikian atas kerjasama dan bantuan saudara disampaikan terima kasih.



Ketua,

Dr. Ir. T. Sutikto, MSc.
NIP. 131 131 022

Tembusan Kepada Yth. :

1. Sdr. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Mahasiswa ybs.
3. Arsip.



SURAT KETERANGAN

Nomor : 367.281 / DPT.OPS / V / 2002

Menanggapi surat permohonan ijin penelitian dari Lembaga Penelitian Jember nomor 351/ J25.3.1 / PL.5 maka PT. Duta Patria Karya Mandiri memberikan ijin kepada :

Nama : Ida Widyawati
N I M : 980910202116
Fakultas : ISIP
Jur / Prog. Stu : Administrasi / Administrasi Niaga
Judul Penelitian : Implementasi Kualitas Pelayanan *Tour Leader* di
PT. Duta Patria Karya Mandiri, Jember

Penelitian dilakukan mulai tanggal 5 April 2002 sampai dengan 5 Juli 2002.
 Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Jember, 4 April 2002

Direktur

 Denik, Amd
 DUTA PATRIA TOURS



Pedoman Observasi

1. Nama *tour leader*
2. Tanggal observasi
3. Kegiatan yang diobservasi
4. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan
 - a. Bukti fisik
 - Kesopanan *tour leader* dalam berpakaian
 - Kondisi bus
 - Kondisi hotel
 - Menu dan penyajian makanan
 - Sarana transpor tambahan
 - Sarana komunikasi *tour leader*
 - Peta wisata
 - b. Keandalan
 - Kesesuaian fasilitas dengan *tour itinerary*
 - Kesesuaian program dengan *tour itinerary*
 - Kesesuaian *tour itinerary* dengan pelaksanaan
 - c. Daya tanggap
 - Penanganan masalah dengan perusahaan armada bus
 - Penanganan masalah dengan catering
 - Penanganan masalah dengan hotel
 - Penanganan masalah ketika dibutuhkan sarana transpor tambahan
 - Kemauan untuk menjawab pertanyaan peserta
 - Kemauan untuk mengantarkan *tour leader* ke fasilitas-fasilitas umum
 - Daya tanggap dalam menangani perubahan jadwal *tour* (jam kunjung)
 - d. Jaminan
 - Pengetahuan *tour leader* terhadap obyek-obyek wisata
 - Kemampuan *tour leader* memimpin dan mengkoordinasi pelaksanaan *tour*
 - Rasa tanggung jawab *tour leader* terhadap pelaksanaan *tour*

- Jaminan keamanan dan keselamatan peserta *tour*
 - Kelengkapan isi kotak P3K sebagai jaminan kesehatan
 - Kejujuran *tour leader*
- e. Empati
- Kemampuan berkomunikasi dengan peserta *tour*
 - Pemahaman terhadap karakteristik dan keinginan peserta *tour*
 - Kemudahan dalam menghubungi *tour leader*
 - Kemudahan dalam berkomunikasi dengan *tour leader*
- f. Keramahan
- Sopan santun *tour leader* dalam berbicara
 - Keramahan *tour leader* dalam berbicara
 - Kesabaran *tour leader* dalam melayani
 - Perhatian terhadap keinginan peserta
5. Upaya dalam mempertahankan kualitas pelayanan
- a. Pelaksanaan pembekalan dan pelatihan *tour leader*
 - b. Usaha standarisasi pelaksanaan *tour*
 - c. Pelaksanaan evaluasi
 - Angket penilaian peserta
 - Keluhan peserta
 - Masalah-masalah yang muncul selama pelaksanaan *tour*

Jadual Observasi

- a. Hari : Rabu
Tanggal : 10 April 2002
Kegiatan : Pembekalan *tour leader*
Nama TL : Moh. Rojul dan Widiatuti
- b. Hari : Kamis
Tanggal : 11 April 2002
Kegiatan : Persiapan *tour* ke Yogya - Solo
Nama TL : Moh. Rojul dan Widiastuti
- c. Hari : Jum'at, Sabtu dan Minggu
Tanggal : 12 – 14 April 2002
Kegiatan : Pelaksanaan *tour* ke Yogya - Solo
Nama TL : Moh. Rojul dan Widiastuti
- d. Hari : Senin
Tanggal : 15 April 2002
Kegiatan : Evaluasi *tour* ke Yogya - Solo
Nama TL : Moh. Rojul dan Widiastuti
- e. Hari : Rabu
Tanggal : 8 Mei 2002
Kegiatan : Pembekalan *tour leader*
Nama TL : Nanang Supriyadi
- f. Hari : Kamis
Tanggal : 9 Mei 2002
Kegiatan : Persiapan *tour* ke Bali
Nama TL : Nanang Supriyadi
- g. Hari : Jum'at, Sabtu, Minggu
Tanggal : 10 – 12 Mei 2002
Kegiatan : Pelaksanaan *tour* ke Bali
Nama TL : Nanang Supriyadi
- h. Hari : Selasa

- Tanggal : 14 Mei 2002
Kegiatan : Evaluasi *tour* •
Nama TL : Nanang Supriyadi
- i. Hari : Rabu
Tanggal : 17 Mei 2002
Kegiatan : Persiapan *tour* ke Malang
Nama TL : Drs. AH. Saekhoni
- j. Hari : Kamis
Tanggal : 18 Mei 2002
Kegiatan : Pelaksanaan *tour* ke Malang
Nama TL : Drs. AH. Saekhoni
- k. Hari : Sabtu
Tanggal : 20 Mei 2002
Kegiatan : Evaluasi pelaksanaan *tour* ke Malang
Nama TL : Drs. AH. Saekhoni
- l. Hari : Rabu
Tanggal : 22 Mei 2002
Kegiatan : Pembekalan *tour leader*
Nama TL : Moh. Rojul
- m. Hari : Kamis
Tanggal : 23 Mei 2002
Kegiatan : Persiapan *tour* ke Bali
Nama TL : Moh. Rojul
- n. Hari : Jum'at, Sabtu, Minggu
Tanggal : 24 – 26 Mei 2002
Kegiatan : Pelaksanaan *tour* ke Bali
Nama TL : Moh. Rojul
- o. Hari : Senin
Tanggal : 27 Mei 2002
Kegiatan : Evaluasi *tour*
Nama TL : Moh. Rojul

- p. Hari : Kamis
Tanggal : 30 Mei 2002
Kegiatan : Persiapan *tour* ke Bali
Nama TL : Drs. AH. Saekhoni dan Moh. Rojul
- q. Hari : Jum'at, Sabtu, Minggu
Tanggal : 31 Mei 2002 – 2 Juni 2002
Kegiatan : Pelaksanaan *tour* ke Bali
Nama TL : Drs. AH. Saekhoni dan Moh. Rojul
- r. Hari : Selasa
Tanggal : 25 Juni 2002
Kegiatan : Pelatihan bagi *tour leader* oleh Dinas Pariwisata Kab. Jember
Nama TL : Widiastuti dan Nanang Supriyadi

Pedoman Wawancara

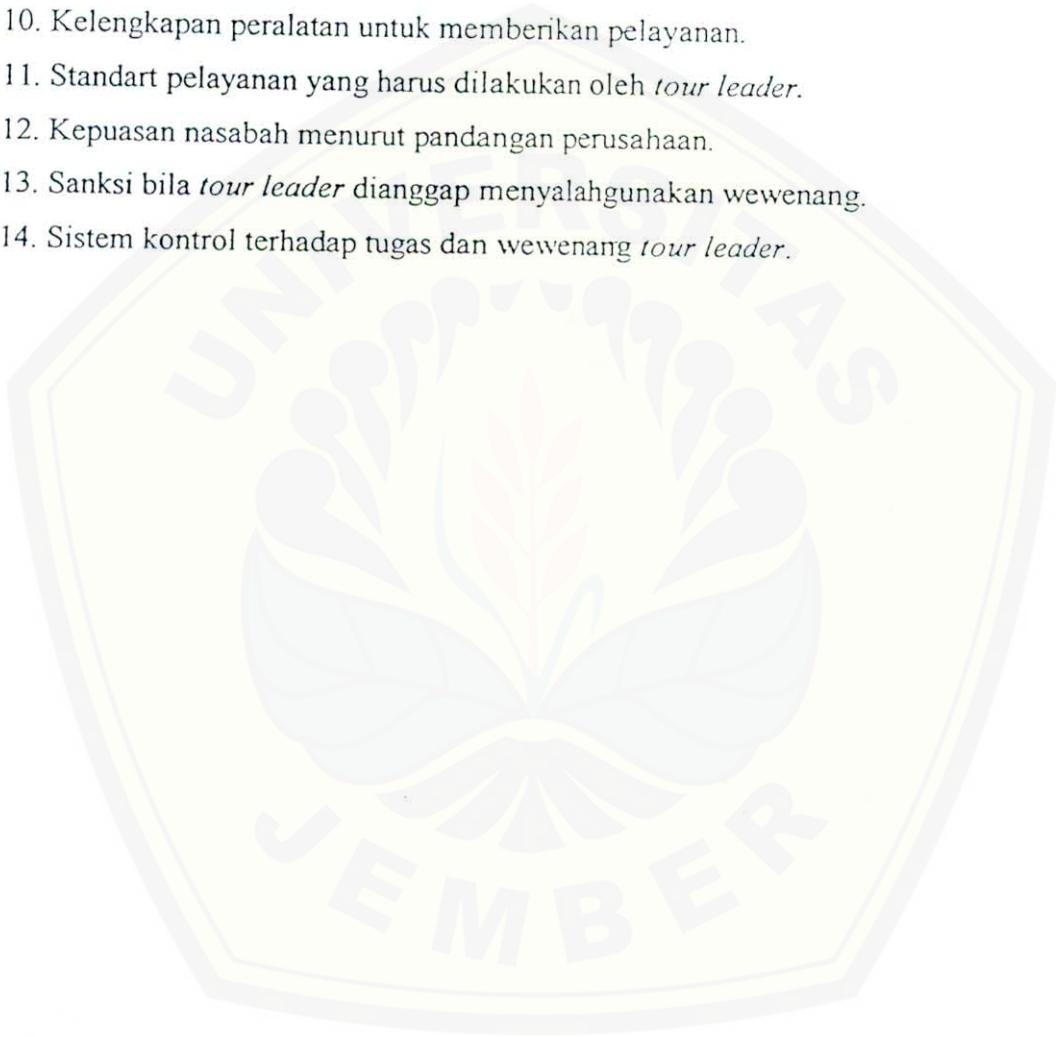
I. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah perusahaan
 - a. Proses pendirian PT. Duta Patria, Jember
 - b. Bentuk perusahaan.
 - c. Status hukum perusahaan.
2. Struktur organisasi
 - a. Struktur organisasi perusahaan.
 - b. Tugas dan wewenang masing – masing bagian.
3. Personalia
 - a. Jumlah tenaga kerja.
 - b. Hari dan jam kerja.
 - c. Upah dan sistem pengajian.
 - d. Syarat untuk menjadi *tour leader*.
 - e. Ketrampilan dasar yang harus dimiliki *tour leader*.
4. Pemasaran
 - a. Produk-produk dari PT. Duta Patria, Jember.
 - b. Bauran promosi yang digunakan perusahaan.
 - c. Perusahaan sejenis yang menjadi pesaing.
 - d. Sistem penjualan dan pembayaran.

II. Deskripsi Permasalahan

1. Tugas dan wewenang karyawan *tour leader*.
2. *Job description* dari *tour leader*
3. Bidang pelayanan yang dilakukan *tour leader*.
4. Kesalahan yang sering dilakukan karyawan *tour leader*.
5. Training yang diadakan untuk karyawan bagian *tour leader*.
6. Waktu pelayanan pada peserta oleh karyawan bagian *tour leader*.

7. Kesopanan, kesabaran, respek dan keramahan karyawan bagian *tour leader* dalam memberikan pelayanan
8. Peraturan yang harus ditaati *tour leader*.
9. Pemberian wewenang pada *tour leader* untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi di lapangan.
10. Kelengkapan peralatan untuk memberikan pelayanan.
11. Standart pelayanan yang harus dilakukan oleh *tour leader*.
12. Kepuasan nasabah menurut pandangan perusahaan.
13. Sanksi bila *tour leader* dianggap menyalahgunakan wewenang.
14. Sistem kontrol terhadap tugas dan wewenang *tour leader*.



Pedoman Wawancara
(Tour leader)

1. Nama *tour leader*
2. Lama menjadi *tour leader*
3. Usia
4. Jenis kelamin
5. Pendidikan terakhir
6. Pelaksanaan *training* sebelum mendampingi *tour*
7. Persiapan fasilitas fisik (bus, penginapan dan *catering*) sebelum pelaksanaan *tour*
8. Penampilan dalam pelaksanaan *tour*
9. Persiapan peralatan sebelum *tour* dilaksanakan
10. Kesesuaian janji dengan pelaksanaan
11. Tindakan yang dilakukan bila tidak ada kesesuaian antara janji dan pelaksanaan
12. Masalah-masalah yang terjadi di lapangan
13. Tindakan-tindakan untuk mengatasi permasalahan di lapangan
14. Kesulitan yang banyak dihadapi oleh peserta *tour*
15. Perlakuan *tour leader* kepada peserta *tour*
16. Sopan santun selama *tour* berlangsung
17. Tindakan untuk membantu kesulitan para peserta *tour*
18. Pengetahuan dan pemahaman terhadap tempat yang akan dikunjungi
19. Keinginan untuk meninggalkan peserta *tour*
20. Tindakan yang dilakukan untuk menjaga keselamatan peserta
21. Pelaksanaan komunikasi dengan baik peserta *tour*, rekan anda dalam perjalanan dan kantor pusat
22. Sarana dalam melaksanakan komunikasi
23. Empati pada peserta dengan menanyakan pendapat serta keinginan peserta *tour*

24. Kesiapan *tour leader* untuk dihubungi sewaktu-waktu
25. Keberadaan bersama peserta selama tour berlangsung



Pedoman Wawancara**(Peserta *Tour*)**

1. Nama
2. Usia
3. Jenis kelamin
4. Pekerjaan
5. Tujuan *tour*
6. Lama mengikuti *tour*
7. Nama *tour leader*
8. Keadaan bus yang digunakan
9. Keadaan penginapan yang anda tempati selama *tour*
10. Menu makan selama *tour*
11. Alat komunikasi yang dibawa *tour leader*
12. *Kesesuaian janji dengan pelaksanaan tour*
13. Penanganan masalah di lapangan oleh *tour leader*
14. Tanggapan *tour leader* terhadap keluhan peserta *tour*
15. Bantuan yang diberikan *tour leader* kepada peserta *tour*
16. Pemahaman dan pengetahuan *tour leader* mengenai tempat-tempat yang akan dikunjungi
17. Kemampuan *tour leader* dalam memimpin rombongan
18. Sopan santun *tour leader* selama *tour* berlangsung
19. Keberadaan *tour leader* selama *tour* berlangsung
20. Perlakuan *tour leader* kepada peserta *tour*
21. Pelaksanaan komunikasi oleh *tour leader* dengan rekan-rekan yang lain misal, *crew tour* yang lain, kantor pusat dan pengelola penginapan
22. Pelaksanaan komunikasi oleh *tour leader* dengan peserta *tour*
23. Empati pada peserta dengan menanyakan pendapat serta keinginan peserta *tour*
24. Kesiapan *tour leader* untuk dihubungi sewaktu-waktu

25. Keinginan peserta untuk menceritakan pengalamannya selama tour kepada rekannya
26. Penilaian yang diberikan terhadap kualitas pelayanan *tour leader*



Jadual Wawancara**I. Karyawan PT. Duta Patria Karya Mandiri**

- a. Nama : Denik, Amd
Jenis kelamin : Perempuan
Jabatan : Direktur Utama, Manager Pemasaran dan Staf R&D
Lama bekerja : 7 tahun
Waktu wawancara : a. Tanggal 28 April 2002, Pk. 11.00 – 14.00 WIB
b. Tanggal 29 April 2002, Pk. 11.00 – 13.00 WIB
Keahlian : Menetapkan kebijakan strategis bagi PT. Duta Patria Karya Mandiri, melakukan koordinasi seluruh kegiatan perusahaan, mengembangkan produk-produk baru dan membangun jaringan kerja dengan instansi dan perusahaan lain.
- b. Nama : Drs. AH. Saekhoni
Jenis kelamin : Laki – laki
Jabatan : Manager Operasi & *Tour leader*
Lama bekerja : 5 tahun
Waktu wawancara : 15 April 2001, Pk. 09.00 – 11.00 WIB
Keahlian : membangun jaringan kerja dengan instansi dan perusahaan lain, menyusun pelaksanaan produk – produk jasa PT. Duta Patria Karya Mandiri, memahami birokrasi instansi pemerintahan dan tata cara melakukan kontrak kerja dengan perusahaan lain, mampu berkomunikasi secara aktif dengan berbagai pihak, mampu mengkoordinasikan pelaksanaan operasional produk – produk PT. Duta Patria Karya Mandiri, mampu menyusun program *tour*.
- c. Nama : Rojul
Jenis kelamin : Laki – laki
Jabatan : Staf *Tour & Tour leader*
Lama bekerja : 7 tahun
Waktu wawancara : 20 Mei 2002, Pk. 13.00 – 15.00 WIB

Keahlian : membangun jaringan kerja di daerah-daerah wisata, memahami daerah-daerah wisata di seluruh Indonesia, mampu berkomunikasi aktif dengan peserta, mampu menangani kesulitan dengan cekatan, mampu menyusun program *tour*, memiliki pengetahuan P3K, menguasai 2 bahasa asing yaitu bahasa Inggris dan bahasa Perancis.

d. Nama : Mohammad Suyat

Jenis kelamin : Laki – laki

Jabatan : Staf *Tour & Tour leader*

Lama bekerja : 5 tahun

Waktu wawancara : 25 April 2002, Pk. 10.30 – 12.00 WIB

Keahlian : membangun jaringan kerja di daerah-daerah wisata, memahami daerah-daerah wisata di seluruh Indonesia, mampu berkomunikasi aktif dengan peserta, mampu menyusun program *tour*, mampu menangani kesulitan dengan cekatan, memiliki pengetahuan P3K, menguasai 1 bahasa asing yaitu bahasa Inggris, memahami administrasi pelaksanaan umroh dan haji, memahami tempat – tempat wisata ziarah wali.

e. Nama : Darmawan Setyabudi

Jenis kelamin : Laki – laki

Jabatan : *Tour leader*

Lama bekerja : 6 tahun

Waktu wawancara : 8 Mei 2002, Pk. 10.00 – 12.00 WIB

Keahlian : mampu berkomunikasi aktif dengan peserta, mampu menyelesaikan masalah dengan cekatan, mampu menyusun program *tour*, memahami daerah wisata di Jawa Barat dan Sumatera, memahami dasar – dasar P3K, menguasai bahasa Inggris.

f. Nama : Nanang Supriyadi

Jenis kelamin : Laki – laki

Jabatan : *Tour leader*

Lama bekerja : 7 tahun

Waktu wawancara : 15 Mei 2002, Pk. 09.00 – 11.00 WIB

Keahlian : mampu berkomunikasi aktif dengan peserta, mampu menyelesaikan masalah dengan cekatan, mampu menyusun program *tour*, memahami daerah wisata di Jawa Timur, Bali dan Lombok, memahami dasar —dasar P3K, menguasai bahasa Inggris.

g. Nama : Widiastuti

Jenis kelamin : Perempuan

Jabatan : *Tour leader*

Lama bekerja : 4 tahun

Waktu wawancara : 20 Mei 2002, Pk. 08.00 – 10.00 WIB

Keahlian : mampu berkomunikasi aktif dengan peserta, mampu menyelesaikan masalah dengan cekatan, mampu menyusun program *tour*, memahami daerah wisata di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, memahami dasar —dasar P3K, menguasai bahasa Inggris.

II. Peserta *Tour* Domestik

a. Nama Peserta : Dwi Andayani

Jenis kelamin : Perempuan

Usia : 30 Tahun

Pekerjaan : Perawat kesehatan

Alamat peserta : Rawa Tengah - Lumajang

Kota tujuan *tour* : Yogyakarta - Solo

Lama *tour* : 2 hari 1 malam

Tanggal pelaksanaan *tour* : 12 – 14 April 2002

Nama *tour leader* : Rojul

Tanggal wawancara : 13 April 2002

Topik wawancara : Dimensi kualitas pelayanan

b. Nama Peserta : Astuti

Jenis kelamin : Perempuan

Usia : 38 Tahun

Pekerjaan : Bidan

Alamat peserta : Rawa Tengah - Lumajang

- Kota tujuan *tour* : Yogyakarta - Solo
Lama *tour* : 2 hari 1 malam
Tanggal pelaksanaan *tour* : 12 – 14 April 2002
Nama *tour leader* : Widiastuti
Tanggal wawancara : 13 April 2002
Topik wawancara : Dimensi kualitas pelayanan
- b. Nama Peserta : Dra. Pratiwi
Jenis kelamin : Perempuan
Usia : 43 Tahun
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat peserta : Jl. Kaca Piring No. 11, Jember
Kota tujuan *tour* : Bali
Lama *tour* : 3 hari
Tanggal pelaksanaan *tour* : 10 - 12 Mei 2002
Nama *tour leader* : Nanang Supriyadi
Tanggal wawancara : 18 Mei 2002
Topik wawancara : Dimensi kualitas pelayanan
- c. Nama Peserta : Mohammad Jamil
Jenis kelamin : Laki - laki
Usia : 30 Tahun
Pekerjaan : Karyawan TK Pertiwi, Jember
Alamat peserta : Jl. Supratman No. 12, Jember
Kota tujuan *tour* : Malang
Lama *tour* : 1 hari
Tanggal pelaksanaan *tour* : 18 Mei 2002
Nama *tour leader* : Drs. Saekhoni
Tanggal wawancara : 18 Mei 2002
Topik wawancara : Dimensi kualitas pelayanan
- d. Nama Peserta : Drs. Purnomo
Jenis kelamin : Laki - laki
Usia : 42 Tahun

- Pekerjaan : Karyawan Dinas Pendapatan Daerah Lumajang
Alamat peserta : Jl. RA. Kartini No. 23, Lumajang
Kota tujuan *tour* : Bali
Lama *tour* : 3 hari 1 malam
Tanggal pelaksanaan *tour* : 24 – 26 Mei 2002
Nama *tour leader* : Rojul
Tanggal wawancara : 25 Mei 2002
Topik wawancara : Dimensi kualitas pelayanan.
- e. Nama Peserta : Fanny Ernawati
Jenis kelamin : Perempuan
Usia : 18 Tahun
Pekerjaan : Pelajar SMU I Umbulsari
Alamat peserta : Jl. A. Yani 45, Umbulsari - Jember
Kota tujuan *tour* : Bali
Lama *tour* : 3 hari 1 malam
Tanggal pelaksanaan *tour* : 31 Mei 2002 – 02 Juni 2002
Nama *tour leader* : Drs. AH. Saekhoni
Tanggal wawancara : 1 Juni 2002
Topik wawancara : Dimensi kualitas pelayanan
- f. Nama Peserta : Darwin Tantiono
Jenis kelamin : Laki - laki
Usia : 18 Tahun
Pekerjaan : Pelajar SMU I Umbulsari
Alamat peserta : SMU I Umbulsari, JL.PB. Sidirman, Umbulsari
Kota tujuan *tour* : Bali
Lama *tour* : 3 hari 1 malam
Tanggal pelaksanaan *tour* : 31 Mei 2002 – 02 Juni 2002
Nama *tour leader* : Rojul
Tanggal wawancara : 1 Juni 2002
Topik wawancara : Dimensi kualitas pelayanan

Data Penyelenggaraan Tour Domestik**I. Data Tahun 2000**

	Malang	Surabaya	Yogyakarta Solo	Bali	Lombok	Jakarta Bandung
Januari	-	-	-	-	-	-
Februari	-	-	-	-	-	-
Maret	-	1	-	1	-	-
April	1	-	2	-	-	-
Mei	-	1	-	2	-	-
Juni	-	-	-	3	-	-
Juli	-	-	-	2	-	-
Agustus	-	-	-	2	-	-
September	-	-	-	1	-	-
Oktober	-	-	2	-	-	-
November	-	1	1	3	-	-
Desember	-	-	-	1	-	-

Sumber : PT. Duta Patria Karya Mandiri, Tahun 2002

II. Data Tahun 2001

	Malang	Surabaya	Yogyakarta Solo	Bali	Lombok	Jakarta Bandung
Januari	-	-	-	-	-	-
Februari	-	-	1	-	-	-
Maret	1	-	2	-	-	-
April	-	1	-	1	-	1
Mei	-	1	-	1	1	-
Juni	1	2	3	1	-	-
Juli	1	3	-	1	-	-
Agustus	-	-	-	1	-	-
September	1	-	-	-	-	-
Oktober	1	-	-	2	-	-
November	2	-	-	-	-	1
Desember	-	-	-	-	-	-

Sumber : PT. Duta Patria Karya Mandiri, Tahun 2002

III. Data Tahun 2002

	Malang	Surabaya	Yogyakarta Solo	Bali	Lombok	Jakarta Bandung
Januari	-	-	-	-	-	-
Februari	-	-	-	-	-	-
Maret	-	-	1	2	-	-
April	1	-	2	1	-	-
Mei	2	1	1	3	-	-
Juni	4	-	2	1	-	1
Juli	-	2	2	1	-	1
Agustus	-	-	-	-	-	-
September	-	-	-	-	-	-
Oktober	-	-	-	-	-	-
November	-	-	-	-	-	-
Desember	-	-	-	-	-	-

Sumber : PT. Duta Patria Karya Mandiri, Tahun 2002



No : 346 /DPT.TD/ 06 , 02
Lamp :
Hal : **Penawaran Paket Wisata**

Kepada Yth.

Di
JEMBER

Dengan hormat,

Terima kasih atas kepercayaan dan kerjasama Keluarga Besar kepada kami.

Menindak lanjuti kerjasama tersebut, kami selaku Biro Perjalanan Wisata terpercaya, khususnya dalam hal pengelolaan paket wisata di Jember maupun ke luar Jember yang berkantor pusat di Jember dan satu – satunya yang berlesensi (077 / PW.102 XI / 556 / 98).

Dalam hal ini kami ingin menawarkan paket Bali / Yogya sesuai dengan rencana yang Bpk / Ibu jadwalkan pada Bulan 2002.

Untuk pilihan tujuan wisata dan harga terlampir dalam lampiran – lampiran.

Demikian surat penawaran kami. Apabila Bpk / Ibu menghendaki program atau fasilitas berbeda, dengan senang hati kami akan memberikan informasi tentang perjalanan wisata sesuai dengan permintaan.

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya.

Jember, 5 Juni 2002

Hormat Kami

(Drs. Saekhoni)

DAFTAR HARGA UNTUK PAKET STANDARD SEBAGAI BERIKUT :

NO	BUS	SEAT	BALI 3H/ 1M	BALI 4H/ 2M	YOGYA 3H/ 1M	YOGYA 4H/ 2M
1 #	Milenium	38	Rp. 295.000,-	Rp. 420.000,-	Rp. 275.550,-	Rp. 385.000,-
2 #	Milenium	54	Rp. 234.000,-	Rp. 333.000,-	Rp. 214.500,-	Rp. 309.000,-
3	Pariwisata	40	Rp. 279.500,-	Rp. 379.000,-	Rp. 264.500,-	Rp. 330.000,-
4	Pariwisata	43	Rp. 256.500,-	Rp. 332.000,-	Rp. 221.000,-	Rp. 320.000,-
5	Pariwisata	54	Rp. 213.000,-	Rp. 305.000,-	Rp. 217.000,-	Rp. 298.000,-
6 #	Pariwisata	59	Rp. 208.500,-	Rp. 292.000,-	Rp. 207.000,-	Rp. 288.000,-
7	Pariwisata *II	43	Rp. 258.000,-	Rp. 322.000,-	Rp. 201.000,-	Rp. 315.000,-
8	PATAS AKAS	43	Rp. 248.000,-	Rp. 325.000,-	Rp. 221.000,-	Rp. 319.000,-
9	PATAS TJIPTO	43	Rp. 218.000,-	Rp. 320.000,-	Rp. 210.000,-	Rp. 309.000,-
10 #	PATAS J.I	39	Rp. 216.000,-	Rp. 318.000,-	Rp. 211.000,-	Rp. 305.000,-
11	Pariwisata	64	Rp. 198.500,-	Rp. 243.250,-	Rp. 189.750,-	Rp. 234.750,-
12 #	Pariwisata J.I	21	Rp. 244.000,-	Rp. 372.000,-	Rp. 221.000,-	Rp. 356.000,-
13 #	Pariwisata	24	Rp. 264.000,-	Rp. 382.000,-	Rp. 242.000,-	Rp. 359.000,-
14 #	Pariwisata	27	Rp. 247.000,-	Rp. 368.000,-	Rp. 224.000,-	Rp. 339.000,-

Apabila hanya menginginkan sewa Bus saja, maka harga sewanya Rp. 1.700.000,- perhari dengan fasilitas : AC, Rec. Seat, VCD, Audio – Music, Formasi 2 – 2, kapasitas 43 orang

Catatan :

- Mengingat pada Bulan Juni, Juli, Oktober adalah High Season, maka kami sarankan untuk konfirmasi lebih awal tentang jadwal keberangkatan, sehingga program wisata sesuai dengan yang direncanakan.
- (#) Persediaan Bus terbatas Maksimal 2 Unit.
- Utk paket tersebut diatas, apabila menginginkan hotel dgn fasilitas AC penambahan harga per orang yaitu :

* Bali : Htl Ratna Rp. 27.000,-
 Htl Mutiara Rp. 17.000,- (1 M)
 Htl Nikki Rp. 45.000,- (1 M)

* Jogja : idem

Fasilitas :

- Bus : - Pariwisata (AC, Rec-Seat, Audio - Music, Formasi 2 – 2)
 - Milenium (AC, Rec.Seat, Audio - Music, VCD Player, Formasi 2-2 (38), 2-3 (54))
 - Patas (AC, Rec.Seat, Audio Music, Formasi 2 – 2)
- Menginap 2 malam di Hotel Melati (KMD, Non AC, 1 kmr 4 org) untuk Paket I (4H/ 2M)
 Menginap 1 malam di Hotel Melati (idem) untuk Paket II (3H/ 1M)
- Makan 3 X sehari (M.Pagi / M.Malam - Prasmanan dan M.Siang - Box) sesuai program :
 - 6 kali untuk paket I
 - 9 kali untuk paket II
- Tiket obyek wisata sesuai program
- Snack 1 X saat berangkat
- TL / pimpinan Rombongan
- Asuransi Pariwisata
- Pemandu Wisata (Guide)
- Donasi-donasi lain (Parkir, tips sopir, ferry orang/kapal, tol)
- Satu (1) Roll Film.
- FOC 2 orang per bus

I. YOGYAKARTA (3H/1M)

Hari I : Jember - Yogyakarta

Jam 19.00 WIB dijemput di alamat penjemputan, kru Duta Patria akan membantu dalam pengaturan tempat duduk dan bagasi dalam Bus. Selanjutnya berangkat menuju Yogyakarta, diperkirakan pagi hari tiba di Yogyakarta.

Hari II : Yogyakarta Tour (BLD)

Setelah check in Hotel dan makan pagi, menuju obyek wisata *Monumen Yogya Kembali, Pusat Kerajinan Gerabah Kasongan, dan Candi Borobudur*. Makan siang akan disajikan dalam kemasan kotak. Kembali ke Hotel, setelah makan malam anda kami akan mengantarkan anda menuju *Malioboro*.

Hari III : Yogyakarta Tour – Jember (BLD)

Setelah makan pagi dan check out hotel, menuju *Kraton Yogyakarta, Candi Prambanan*. Perjalanan pulang ke Jember singgah di *Pasar Klewer Solo* untuk berbelanja berbagai macam cendera mata khas Solo, makan malam akan disajikan di RM Ngawi.

Diperkirakan tengah malam atau pagi dini hari peserta tiba di Jember.

II. YOGYAKARTA (4H/2M)

Hari I : Jember - Yogyakarta

Jam 19.00 Wib dijemput di alamat penjemputan, kru Duta Patria akan membantu dalam pengaturan tempat duduk dan bagasi dalam Bus. Selanjutnya berangkat menuju Yogyakarta, diperkirakan pagi hari tiba di Yogyakarta.

Hari II : Yogyakarta Tour (BLD)

Setelah check in Hotel dan makan pagi, anda berwisata ke *Kraton Yogyakarta, mengunjungi Monumen Yogya Kembali, pusat kerajinan bati Kota Gede* dan berakhir di *Pantai Parang Tritis*, makan siang akan disajikan dalam kemasan kotak. Kembali ke Hotel, setelah makan malam acara bebas.

Hari III : Yogyakarta Tour – Jember (BLD)

Setelah makan pagi, menuju *Goa Jati Jajar*, yang dilanjutkan menuju *Candi Borobudur*, makan siang disajikan dalam kemasan kotak. Sore hari kembali ke Hotel, setelah makan malam kami akan mengantarkan anda menuju *Malioboro*.

Hari IV : Yogyakarta Tour - Jember (BLD)

Setelah makan pagi, Check out hotel, menuju *Pusat Kerajinan gerabah - Kasongan dan Candi Prambanan*. Selanjutnya perjalanan kembali ke Kota Jember singgah di *Pasar Klewer Solo* untuk berbelanja aneka cendera mata khas Solo dan Yogyakarta. Makan malam akan disajikan di RM Ngawi. Diperkirakan tengah malam atau pagi dini hari peserta tiba di Jember.

III. BALI (3H/1M) Menginap 1 Malam

Hari I : Jember – Denpasar

Jam 19.00 Wib peserta dijemput di alamat dan selanjutnya berangkat menuju kota Denpasar. Kru Duta Patria akan membantu dalam pengaturan duduk dan bagasi dalam bus. diperkirakan pagi hari tiba di Denpasar.

Hari II : Bali – Kintamani Tour (BLD)

Sambil menunggu saat Check in Hotel singgah di Pantai Sanur untuk Shalat Subuh di Masjid Bali Beach Hotel dan melihat saat matahari terbit. Setelah Check in Hotel dan makan pagi, menuju Galery Tenun Galuh di Batu Bulan, Pusat kerajinan Emas / Perak Desa *Celuk Mas*, melihat panorama *Gunung dan Danau Batur* dari *Lereng Kintamani*, singgah di pasar tradisional, *Pasar Seni Sukawati* dengan aneka cenderamata khas Bali, dan berakhir di *Pantai Kuta*. Kembali ke Hotel, makan malam dan acara bebas.

Hari III : Bali– Bedugul Tour – Jember (BLD)

Setelah Check out Hotel dan makan pagi, menuju *Danau Beratan Bedugul, Mongkey Forest Alas Kedaton, dan Tanah Lot*. Makan malam akan di selenggarakan di *R.M Soka Indah* atau *RM Papin Negara*, diperkirakan tengah malam / dini hari tiba di Jember.

IV. BALI (4H/2M) Menginap 2 Malam

Hari I : Jember – Denpasar

Jam 19.00 Wib peserta dijemput di alamat dan selanjutnya berangkat menuju kota Denpasar. Kru Duta Patria akan membantu dalam pengaturan tempat duduk dan bagasi dalam bus, diperkirakan pagi dini hari tiba di Pantai Sanur.

Hari II : Bali – Kintamani Tour (BLD)

Sambil menunggu saat check in Hotel, Shalat Shubuh di Masjid Bali Beach Hotel dan kalau cuaca memungkinkan melihat matahari terbit di Pantai Sanur. Setelah Check in Hotel dan makan pagi, peserta diajak mengunjungi Pura terbesar di Bali *Pura Besakih* yang dilanjutkan menuju ke *Gunung dan Danau Batur Kintamani, Istana Tampak Siring*. Sore hari berganti dengan lokal transport (Komotra) menuju *Pantai Kuta*. Kembali ke Hotel, makan malam dan acara bebas.

Hari III : Bali Tour (BLD)

Setelah makan pagi, menuju *Art Center, Marine Sport Tanjung Benoa, Ulu Watu, Galerey Tenun Galuh Batu Bulan*, berakhir di *Pasar Tradisional Pasar Seni Sukawati* dengan aneka cenderamata khas Bali. Kembali ke Hotel., makan malam dan acara bebas.

Hari IV : Bali - Bedugul Tour - Jember (BLD)

Setelah Makan pagi Check out Hotel, menuju *Danau Bratan Bedugul, Mongkey Forest Alas Kedaton, dan Tanah Lot*. Makan malam) akan di selenggarakan di *R.M Soka Indah* atau *RM Papin Negara*. Diperkirakan tengah malam / pagi dini hari peserta tiba di Jember..



**SURAT PERJANJIAN KERJASAMA
 DIPENDA - L U M A J A N G
 &
 PT. DUTA PATRIA KARYA MANDIRI Tours & Travel - Jember**

Nomor : 215.210 / DPT / OPS-01/03 / 2002

Pada hari Kamis tanggal 06 Bulan Maret tahun dua ribu dua yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Panitia Rekreasi Keluarga Besar **Dipenda - Lumajang** yang berkedudukan di Lumajang, untuk selanjutnya disebut PIHAK KESATU.
2. **PT. Duta Patria Karya Mandiri Tours & Travel**, yang berkedudukan di Jl. Dharmawangsa 109 Jember, selanjutnya disebut PIHAK KEDUA.

Kedua belah pihak telah bersepakat untuk mengadakan perjanjian kerjasama dengan syarat dan ketentuan yang tertuang dalam pasal - pasal berikut ini :

**Pasal 1
 Tugas / Pekerjaan**

PIHAK KESATU dalam kedudukannya seperti tersebut diatas, memberi tugas / pekerjaan kepada PIHAK KEDUA dan PIHAK KEDUA menerima serta menyanggupi untuk melaksanakan tugas / pekerjaan dari PIHAK KESATU, yaitu :

**MENGELOLA PELAKSANAAN WISATA
 Keluarga Besar Dipenda - Lumajang
 ke B A L I**

yang selanjutnya disebut PEKERJAAN



Pasal 2
Lingkup Pekerjaan

PIHAK KEDUA dalam melaksanakan PEKERJAAN yang diberikan oleh PIHAK KESATU, seperti tersebut pada pasal 1, mencakup hal - hal sebagaimana diuraikan dan dimaksud dalam surat penawaran yang disampaikan PIHAK KEDUA kepada PIHAK KESATU, hasil rapat / presentasi di Kantor Dipenda - Lumajang pada tanggal 06 Maret 2002 dan hasil kesepakatan antara PIHAK KESATU kepada PIHAK KEDUA atau sebaliknya.

Pasal 3
Fasilitas Wisata

Fasilitas wisata yang diberikan PIHAK KEDUA sehubungan dengan pasal 2 kepada PIHAK KESATU adalah sebagai berikut :

Ke Bali Tanggal 24, 25, 26 Mei 2002

Dengan Fasilitas :

1. Armada 2 Unit Bus Pariwisata Akas Milinium Seat 43 (AC, TV- Vidio, Rec – Seat, 2 - 2)
2. Akomodasi Hotel Wisma Bimo Cottage di Jl. Raya Kuta Telp. (0361) 751142 (Kamar mandi dalam, AC) sejumlah 22 kmr dgn 1 kmr isi 4 org .
3. Makan 7 X terdiri dari :
 - H1 : Makan malam di perjalanan kemasan box
 - H2 : Makan pagi dan makan malam prasmanan di hotel
Makan siang kemasan kotak
 - H3 : Makan pagi prasmanan di hotel
Makan siang kemasan kotak
Makan Malam di RM. Soka – Negara prasmanan
4. Tiket obyek wisata sesuai dengan program tour (terlampir)
5. Tour Leader
6. Guide lokal
7. Asuransi Pariwisata
8. Donasi (Ferry bus - orang, parkir, retribusi, tips driver + crew, room driver)
9. F O C 4 Orang
10. 2 Roll Film plus cuci cetak plus 2 lembar kemasan 10 R
11. Entertainment panitia senilai Rp. 300.000,-

9. FOC 4 Orang
10. 2 Roll Film plus cuci cetak plus 2 lembar kemasan 10 R
11. Entertainment panitia senilai Rp. 300.000,-

Pasal 4
Jadual pelaksanaan Wisata

Jadual pelaksanaan wisata adalah sebagai berikut :

Tanggal 24, 25, 26 Mei 2002 Ke Bali sebanyak 2 unit Bus Pariwisata Akas Millinium 42 Seat

Pasal 5
Biaya, Jumlah Peserta dan Nilai Kontrak Tour

1. Biaya Pengelolaan Wisata

Biaya pengelolaan wisata dihitung berdasarkan akumulasi jumlah seat terpasang ditetapkan pada tanggal 18 Maret 2002 sejumlah 82 Orang , Free 4 Orang .

Rp. 265.000.000,- X 80 Orang = **Rp. 20.900.000,-**

2. Jumlah Peserta

Jumlah peserta pada saat penghitungan dan pengesahan harga / biaya tour tanggal 18 Maret 2002 adalah 84 Orang.

3. Nilai Kontrak

Nilai kontrak keseluruhan pada saat penghitungan dan pengesahan harga / biaya tour, dihitung berdasarkan biaya pengelolaan wisata dikalikan dengan jumlah peserta dengan perincian sebagai berikut :

Rp. 265.000,- X 80 Orang = Rp. 20.900.000,-

Pasal 6
Perubahan Jumlah Peserta dan Nilai Kontrak Akhir

1. Perubahan Jumlah Peserta / pengantian peserta

Perubahan jumlah peserta tour / penggantian peserta harus diinformasikan PIHAK KESATU paling lambat 1 (satu) minggu dari jadual pelaksanaan tour yang telah ditetapkan. Perubahan penurunan jumlah peserta pada saat pelaksanaan tidak mendapat biaya penggantian.

2. Penurunan Jumlah Peserta

Penurunan jumlah peserta harus diinformasikan PIHAK KESATU paling lambat 3 (tiga) hari menjelang jadwal keberangkatan dan dikenakan total biaya kompensasi dari biaya tetap / fixed cost yang akan diperhitungkan dengan nilai sebesar Rp. 135.000,- per orang / kursi kosong.

3. Penambahan Jumlah peserta

Penambahan jumlah peserta untuk setiap bus dapat dilakukan jika jumlah seat yang terpasang masih memenuhi untuk ditambah.

4. Nilai Kontrak Akhir

Nilai kontrak akhir dihitung berdasarkan nilai kontrak seperti pada pasal 5 (lima) point 3 (tiga).

**Pasal 7
Cara pembayaran**

Cara pembayaran dari PIHAK KESATU kepada PIHAK KEDUA adalah sebagai berikut :

1. 30 % dari nilai kontrak dibayarkan pada saat penandatanganan kontrak sebagai uang muka sebesar Rp. 6.270.000,- ✓
2. 50 % dari nilai kontrak dibayarkan pada tgl 19 April 02' sebesar Rp. 10.865.000,- ^{450.} (4500 + 5.950)
3. 20 % dari nilai kontrak dibayarkan paling lambat satu minggu (tgl 20 Mei 02') sebelum pelaksanaan rekreasi sebesar Rp. 4.180.000,- sebagai pelunasan.

**Pasal 8
Garansi**

1. PIHAK KEDUA menjamin pelaksanaan wisata ke Bali sesuai dengan lingkup pekerjaan yang tertuang dalam pasal 2 (dua).
2. PIHAK KEDUA menjamin pelaksanaan wisata ke Bali sesuai dengan program acara didalam buku panduan (program tour) yang telah disahkan oleh PIHAK KESATU.

4. Hal - hal non teknis diluar kemampuan PIHAK KEDUA seperti kemacetan, bencana alam, keterlambatan akibat perubahan jadwal penerbangan dan hal - hal lain yang terjadi karena sebab kecelakaan serta akibat yang ditimbulkan bukan karena tanggung jawab PIHAK KEDUA secara langsung, tetapi menjadi tanggung jawab PIHAK KETIGA seperti armada bus dan asuransi.

Pasal 9
Batas Waktu Perjanjian

Perjanjian antara PIHAK KESATU dengan PIHAK KEDUA dinyatakan berakhir pada saat pekerjaan telah dilaksanakan semua oleh PIHAK KEDUA dengan baik sebagaimana mestinya dan kewajiban membayar semua tagihan dari PIHAK KEDUA telah dilaksanakan oleh PIHAK KESATU

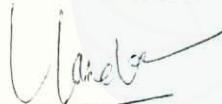
Pasal 10
Perselisihan

1. Bila terjadi perselisihan mengenai penafsiran dan pelaksanaan perjanjian ini, kedua belah pihak wajib berusaha untuk menyelesaikan secara musyawarah untuk mufakat.
2. Jika perselisihan masih belum dapat diselesaikan secara musyawarah, maka kedua belah pihak setuju untuk menyelesaikan melalui Kantor Pengadilan Negeri Jember.

Pasal 11
Penutup

1. Apabila diperlukan perubahan atau penambahan dari isi Surat Perjanjian ini, kedua belah pihak setuju untuk menuangkannya dalam addendum.
2. Surat Perjanjian ini berlaku dan bersifat mengikat bagi kedua belah pihak dan menjamin kepentingan dari kedua belah pihak.
3. Surat Perjanjian ini dibuat sanhgkap 2 (dua), serta masing - masing mempunyai kekuatan hukum yang sama setelah ditandatangani oleh kedua belah pihak.

PIHAK KESATU


Ibu Nanda

PIHAK KEDUA


Denik. S


Quistionery

Silahkan mengisi angket di bawah ini, karena saran dan kritik anda merupakan motivasi peningkatan mutu dan pelayanan kami.

Berikan tanda (√) pada pada kolom yang telah disediakan

No	Keterangan	Baik	Cukup	Kurang
1	Armada bus			
2	Hotel			
3	Makan			
4	Program Wisata			
6	Guide Lokal			
5	Tour Leader			

Tujuan wisata berikutnya:

- Jakarta
- Bandung
- Yogya
- Bali

- Lombok
- Toraja
- Medan
-

Kritik dan Saran: -----

Duta PATRiA Tour & Travel

Jl. Dhamawangsa 109 Jember Ja-tim (0331) 712778 – 712 924

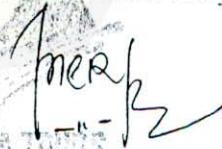
<http://dutapatria.tripod.com> E-mail: dutapatria@telkom.net

**PENDARATAN TOUR
PT. DUTA PATRIA KARYA MANDIRI**

BULAN	Tahun 2000	Tahun 2001	Tahun 2002
Januari	-	-	-
Februari	-	Rp. 900.000,00	-
Maret	Rp. 3.628.000,00	Rp. 2.540.000,00	Rp. 3.125.000,00
April	Rp. 2.944.000,00	Rp. 6.220.000,00	Rp. 4.050.000,00
Mei	Rp. 4.624.000,00	Rp. 4.248.000,00	Rp. 6.840.000,00
Juni	Rp. 5.221.000,00	Rp. 8.978.000,00	Rp. 9.424.000,00
Juli	Rp. 3.326.000,00	Rp. 3.230.000,00	Rp. 8.362.000,00
Agustus	Rp. 3.326.000,00	Rp. 825.000,00	-
September	Rp. 1.150.000,00	Rp. 930.000,00	-
Oktober	Rp. 2.771.000,00	Rp. 3.050.000,00	-
November	Rp. 6.694.000,00	Rp. 5.709.000,00	-
Desember	Rp. 1.150.000,00	-	-
Total (Σ)	Rp. 34.834.000,00	Rp. 36.630.000,00	Rp. 31.801.000,00

Sumber : PT. Duta Patria Karya Mandiri, Tahun 2002

Mengetahui
Direktur PT. Duta Patria Karya Mandiri


PT. DUTA PATRIA KARYA MANDIRI

DENIK SUNARYATI, Amd

