

LAPORAN HASIL PRAKTEK KERJA NYATA

**BAHASA INGGRIS DALAM IMPLEMENTASI
PEMASARAN PAKET WISATA CV. BIMO KRISNO
TOUR AND TRAVEL JEMBER**

Asal :	Med:ah	Klas ^S
Terima :	Residensi 2007 20 MAR 2007	427
Isi buku :		SHA
Pengkatalog :		B

Oleh :

Shandy I.M
NIM : 020103101036

**PROGRAM DIPLOMA III BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA UNIVERSITAS JEMBER
2007**

MOTTO

"Jangan berkeluh kesah dan gelisah menghadapi ujian dan tantangan hidup. Allah SWT selalu menguji hamba yang disayanginya dengan musibah dan fitnah"

"...Sesungguhnya sesudah kesulitan itu terdapat kemudahan" (Alam Nasyrak, ayat ; 5&6)

"Jangan tertipu oleh pandangan mata, karena yang terlihat buruk belum tentu salah. Begitu juga dengan yang terlihat baik belum tentu benar" (S S S)

PERSEMBAHAN

Dengan Rahmat Allah SWT kupersembahkan laporan ini kepada :

Mama dan Ayah yang selalu mengiringi setiap langkahku dengan do'a dan kasih sayang yang tiada taranya.

Yangtiku yang tiada kata lelah berada disisiku, merawat dan menyangiku dengan kesabaran yang luar biasa.

Alm. kakakku Fitria Lestari (Asri) yang tidak pernah ada didunia tetapi akan selalu menjadi kebanggaanku.

Adek-adek tersayangku yang membuang rasa sepi dalam hidupku.

Untuk mas maaf dan terimakasih atas semua cinta dan sayang serta pengalaman hidup yang tidak akan pernah adeck lupakan. Semoga Alloh SWT selalu melindungi dan menjaga mas, amin.

Abang dengan pengertian, kesabaran dan kasih sayangmu yang setia menemaniku disaat paling sulit dalam hidupku. Berharap segala yang terbaik untukmu.

Sahabat-sahabat dan kawan D3 B. Inggris 2002 yang menyangiku dengan tulus dan mau menemaniku dalam suka maupun duka.

Untuk "Alnamater" yang kubanggakan.

PENGESAHAN

PENGAWAS/PENANGGUNG JAWAB


YOSEP HANDRI WIYANTO
Direktur CV. Bimo Krisno Tour
and Travel Jember

DOSEN PEMBIMBING


INDAH WAHYUNINGSIH, SS
NIP. 132 288 233

KETUA PROGRAM D3 BAHASA INGGRIS


Drs. WISASONGKO, MA
NIP. 131 798 138

DEKAN FAKULTAS SASTRA



Dr. SAMUDJI, M. A
NIP. 130 531 973

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan hasil Praktek Kerja Nyata dengan judul “Implementasi Bahasa Inggris dalam Pemasaran Paket Wisata Tour and Travel di CV. Bimo Krisno Jember”. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya Universitas Jember, Fakultas Sastra Program Studi DIII Bahasa Inggris.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, karena bimbingan, pengarahan serta semangat yang telah diberikan sehingga penyusunan laporan ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih penulis tujukan kepada :

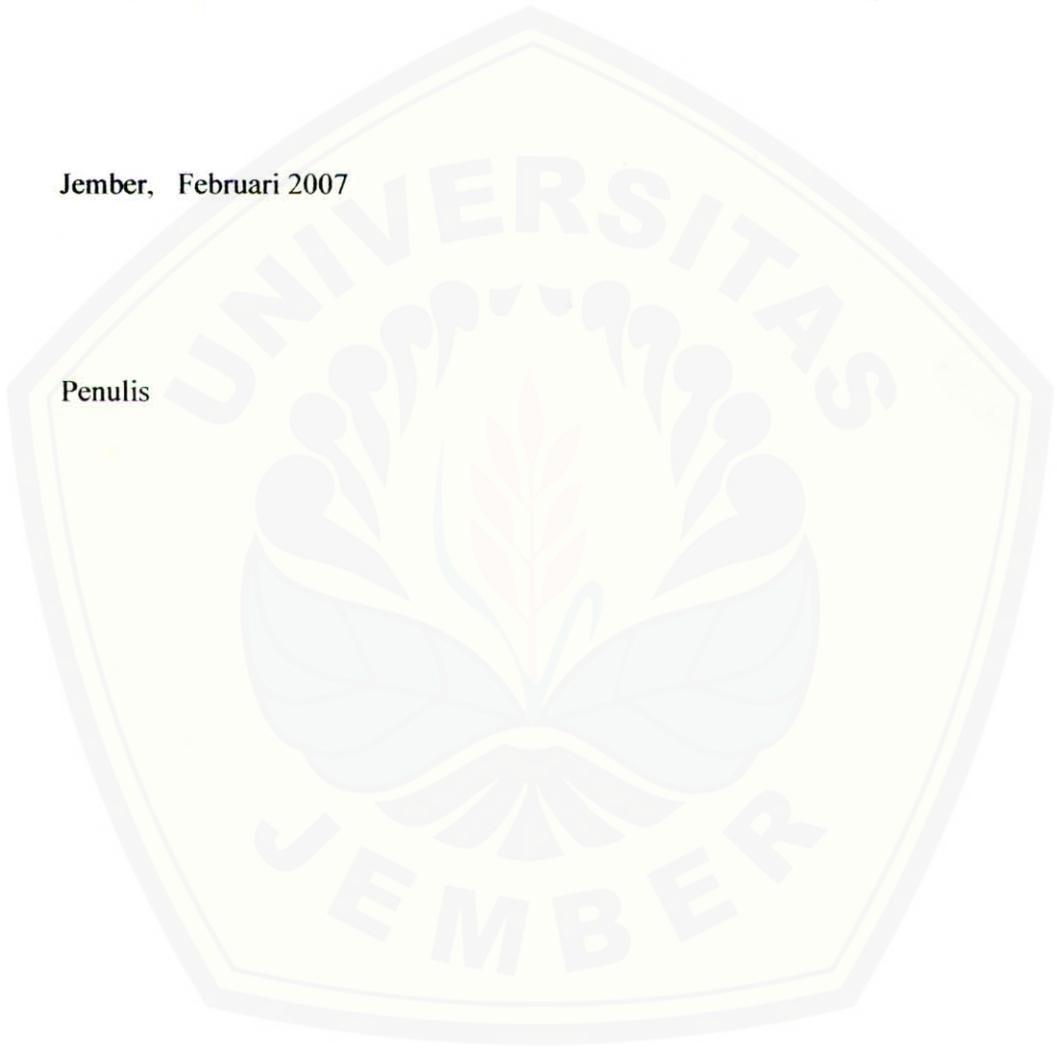
1. Bapak Dr. Samudji, M. A. selaku Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember.
2. Bapak Drs. H. Muhamad Busjairi selaku Ketua Program Studi Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember
3. Ibu Indah Wahyuningsih, S. S selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis selama proses penulisan laporan Praktek Kerja Nyata.
4. Bapak Drs. Syamsul Anam, M. A. selaku dosen wali yang telah banyak membimbing penulis selama berada dibangku kuliah.
5. Segenap dosen dan karyawan di lingkungan Fakultas Sastra Universitas Jember khususnya Program DIII Bahasa Inggris.
6. Bapak Yosep Handri Wiyanto dan semua staf karyawan C.V. Bimo Krisno Tour and Travel Jember yang telah memberikan izin kepada penulis serta banyak membantu dalam melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Nyata.
7. Semua pihak yang secara langsung ataupun tidak langsung telah turut membantu dalam penulisan laporan.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata, penulis menyadari sepenuhnya laporan ini jauh dari sempurna, dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak.

Semoga budi baik yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata semoga penulisan laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Semoga Allah SWT tetap memberikan rahmad dan karunia-Nya kepada kita.

Jember, Februari 2007

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Motto	ii
Halaman Persembahan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Lampiran	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	4
1.3 Hipotesis	5
1.4 Tujuan dan Maksud Laporan	5
1.4.1 Tujuan Laporan	5
1.4.2 Maksud Laporan.....	5
1.5 Skup Laporan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 TOUR.....	7
2.1.1 Pengertian Tour	7
2.1.2 Jenis dan Macam Tour.....	8
2.2 PEMASARAN	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2.2 Unsur-unsur Pemasaran	12
2.2.3 Pemasaran Jasa	15
2.2.4 Faktor-faktor Pemasaran	17
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	24
3.1 Sejarah Singkat CV. Bimo Krisno Tour and Travel Jember	24
3.2 Visi dan Misi CV Bimo Krisno Tour and Travel Jember	25
3.2.1 Visi	25
3.2.2 Misi.....	25
3.3 Struktur Organisasi	25
3.4 Pembagian Tugas dan Wewenang	26
3.5 Keadaan Karyawan	27
BAB IV BAHASA INGGRIS DALAM IMPLEMENTASI PEMASARAN PAKET WISATA	28
4.1 Implementasi Bahasa Inggris dalam Pemasaran Paket Wisata pada CV. Bimo Krisno Tour and Travel Jember	28
4.2 Peran Bahasa Inggris dalam Implementasi Pemasaran Paket Wisata.....	29
4.3 Peran Bahasa Inggris Dalam Front Desk	32
4.4 Peran Bahasa Inggris pada Bagian Ticketing	33

4.5 Kendala-kendala Penggunaan Bahasa Inggris.....	33
4.6 Solusi Mengatasi Kendala-kendala Penggunaan Bahasa Inggris	34
BAB V PENUTUP	35
5.1 KESIMPULAN	35
5.2 SARAN-SARAN	35
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Ijin Tetap Usaha Jasa Biro Perjalanan
Lampiran 2 : Contoh Surat Penawaran Paket Wisata di CV. Bimo
Krisno *Tour and Travel* Jember
Lampiran 3 : Daftar Harga Paket Wisata di CV. Bimo Krisno *Tour and
Travel* Jember
Lampiran 4 : Contoh Program Perjalanan
Lampiran 5 : Contract Rates Agreement dengan Bali Gardenia Resort
Lampiran 6 : Brosur Bali Gardenia Resort
Lampiran 7 : Brosur Dewa Bharata Village
Lampiran 8 : Brosur Garuda Wisnu Kencana Cultural Park
Lampiran 9 : Brosur Ramayana Hotel Berbintang Restaurant and
Convention
Lampiran 10 : Brosur Bali Bird Park
Lampiran 11 : Brosur Sari Tanjung Dive and Water Sports
Lampiran 12 : Brosur Yoschi's Hotel



•BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan mobilisasi dan traveling dunia sejak revolusi industri berpengaruh pada perkembangan usaha tour dan traveling baik antar bangsa maupun lokal. Pada awalnya perjalanan diilhami oleh kebutuhan untuk bertahan hidup, keinginan untuk memperluas perdagangan dan pencarian lahan baru, namun sebagai mana metode transportasi lama yang ditinggalkan akibat adanya inovasi dan adanya rasa ingin tahu tentang dunia menciptakan sebuah jenis industri baru dengan dasar pariwisata. Perkembangan teknologi seperti kapal uap, kereta api, mobil, dan pesawat terbang membantu menyebarkan gagasan dan teknologi yang lahir di Eropa waktu itu sekarang tersebar ke seluruh dunia.

Revolusi industri yang semakin intens, menyebabkan pengaruh pengrusakan alam yang mengglobal di mana banyak kota di dunia, polusi udara dan air telah mencapai titik level yang membahayakan juga mendorong adanya keinginan orang-orang dari negara industri mencari daerah di negara-negara berkembang yang masih alamiah sebagai wahana refreshing.

Perkembangan teknologi IT juga mempengaruhi pola distribusi informasi tour dan traveling dengan lebih cepat dan mudah. Pemakaian bahasa internasional yang dikombinasikan dengan bahasa lokal, mendorong disemenasi dan internasionalisasi informasi tentang industri pariwisata, produk-produk pariwisata (paket wisata), dan tempat-tempat wisata yang memiliki daya tarik—baik secara alamiah maupun buatan ke seluruh penjuru dunia langsung menyentuh konsumen *end user* untuk menikmati layanan-layanan jasa atau biro penyedia travel dan tour dengan mudah.

Industri pariwisata Indonesia menyambut perkembangan global ini dengan menyiapkan perangkat lunak dan keras, prasarana, struktur, dan peraturan-peraturannya. UU No. 9/1999 tentang Pos, Telekomunikasi, dan Pariwisata merupakan bukti bahwa Indonesia mempersiapkan diri untuk terlibat dalam dunia

industri pariwisata mengingat kita memiliki daya jual tinggi dalam obyek, budaya, dan aktivitasnya. Borobudur, Prambanan, Bali, dan perkembangan pangsa konsumen yang berorientasi global menjadi bagian yang menarik para investor, warga asing, dan wisata asing untuk keluar masuk Indonesia.

Seiring dengan waktu berkembanglah usaha Biro Perjalanan yang menjual rancangan perjalanan secara langsung pada masyarakat, yaitu Biro Perjalanan yang menjual transportasi udara, darat dan laut, akomodasi penginapan, wisata paket, dan produk lainnya yang saling berhubungan. Biro Perjalanan menjadi bagian integral industri perjalanan wisata dan transportasi di seluruh dunia. Dari tahun ke tahun pengguna jasa Biro Perjalanan Wisata semakin meningkat, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor antara lain: a) semakin banyaknya waktu luang atau hari libur; b) semakin meningkatnya kebutuhan manusia akan *leisure* (kesenangan) yang serba praktis dan efisien, c) Adanya motif untuk melakukan perjalanan wisata.

Komunikasi dan bahasa sebagai prasarana penunjang industri pariwisata yang sering dipakai oleh Biro Perjalanan yang dipersiapkan sedemikian rupa baik secara struktural formal maupun informal dapat meningkatkan daya saing internasional. Bahasa Inggris dan bahasa-bahasa asing lainnya dipersiapkan dan diterapkan dalam sektor ini. Kombinasi dan keterpaduan antara teknologi komunikasi, IT, dan bahasa menjadi kekuatan lain untuk menambah daya tarik para wisatawan asing datang ke Indonesia.

Proses mempertahankan hidup dari para pemain usaha pariwisata dalam persaingan industri ini mendorong diversifikasi-diversifikasi usahanya. Ketika krisis menghantam ekonomi Indonesia pada tahun 1990-an, diversifikasi usaha bisnis tour dan travel benar-benar menjadi usaha traveling antar kota yang hampir lepas dari akarnya, yaitu untuk melayani para pelanggan yang tidak lagi murni berbasis pariwisata, tetapi juga melayani traveling di luar pariwisata, seperti perjalanan bisnis, perjalanan shopping, perjalanan edukasi, dan perjalanan dinas.

Secara makro data perkembangan semenjak tahun dimulainya Indonesia go International sekitar tahun 1990-an, menjadi titik awal kebangkitan dunia wisata Indonesia. Segala pembangunan yang berkaitan dengan sektor pariwisata

dibangun sedemikian rupa sehingga diharapkan mampu meningkatkan devisa negara. Secara mikro, Biro Perjalanan Wisata mampu menawarkan banyak keuntungan daripada perjalanan yang dilakukan sendiri, antara lain:

1. Keuntungan moneter

Nilai moneter adalah persepsi pengguna (konsumen) terhadap kualitas sebuah produk dalam hubungannya dengan harga. Ketika konsumen dihadapkan pada dua produk dengan kualitas sama atau hampir sama, mereka biasanya akan memilih salah satu yang mempunyai harga rendah. Harga paket wisata yang ditawarkan biasanya lebih murah daripada mengurus sendiri perjalanan wisata.

2. Keuntungan lokasi

Keuntungan lokasi termasuk kepuasan, kenyamanan, daya tarik dan keuntungan lainnya yang berhubungan dengan lokasi. Lokasi yang ditawarkan suatu paket perjalanan wisata yang sudah populer dan sudah banyak dikenal oleh banyak wisatawan.

3. Keuntungan waktu

Keuntungan waktu adalah penting. Dengan menggunakan jasa Biro Perjalanan Wisata bisa menghemat waktu lebih banyak daripada melakukan perjalanan wisata sendiri karena konsumen tidak akan membuang waktu di perjalanan karena masih belum tahu lokasi wisata yang akan dituju.

4. Keuntungan perasaan

Keuntungan perasaan didapatkan dari pandangan, bunyi, bau, dan rasa. Misalnya keadaan sekitar yang menyenangkan, dekorasi menawan, makanan lezat dan lain-lain. Keuntungan perasaan menyumbangkan peran besar terhadap kesan keramahtamahan yang oleh konsumen diantisipasi ketika menggunakan jasa Biro Perjalanan Wisata.

5. Keuntungan fisik

Konsumen mendapatkan akibat psikologis. Santai, pengurangan ketegangan yang meningkatkan rasa percaya diri dan kesenangan

lainnya adalah contoh sejumlah keuntungan fisik potensial dari perjalanan.

Keuntungan yang bisa diperoleh di atas masih belum merupakan jaminan bahwa konsumen akan memperoleh kepuasan selama dalam perjalanan wisata tanpa didukung oleh seorang *tour leader yang qualified*, artinya *tour leader* harus paham betul akan tugas dan tanggung jawabnya sehingga dapat memberikan pelayanan yang *excellent* demi kepuasan konsumen. *Tour leader* tidak hanya sebagai pemimpin tapi juga sebagai penanggung jawab, manager, dan pengambil keputusan yang bersangkutan dengan rombongan perjalanan.

CV. Bimo Krisno merupakan salah satu penyelenggara usaha di sektor pariwisata yang masih bertahan di era ini. Berkedudukan di Kota Jember Jawa Timur memiliki jaringan travel dan tour ke kota-kota yang memiliki daya tarik wisata baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional, seperti Surabaya, Malang, Jogja, Magelang, Jakarta, Bandung, dan lain sebagainya. CV ini menawarkan jasa travel yang menjual daerah-daerah yang memiliki daya tarik wisata baik pada wisata lokal maupun asing, sehingga dalam praktiknya, penggunaan bahasa Inggris—selain bahasa Indonesia—adalah salah satu pendukung globalisasi sektor industri pariwisata dan menjadi bagian yang penting dalam melayani dan memuaskan para pelanggannya (wisatawan).

1.2 Permasalahan

Setelah melihat latar belakang di atas, penelitian ini mengidentifikasi permasalahan terkait antara perkembangan dunia usaha pariwisata kontemporer dengan keberadaan usaha CV. Bimo Krisno. Yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi bahasa Inggris dalam pemasaran paket wisata tour and travel di CV. Bimo Krisno?

1.3 Hipotesis

Berdasarkan pada lingkup wisata domestik yang sebagian besar konsumennya adalah wisatawan domestik maka implementasi Bahasa Inggris dalam pemasaran paket wisata *tour and travel* di CV. Bimo Krisno tidak berpengaruh signifikan pada wisata lokal.

1.4 Tujuan dan Maksud Laporan

1.4.1 Tujuan Laporan

Meneliti implementasi Bahasa Inggris dalam pemasaran paket wisata *tour and travel*.

1.4.2 Maksud Laporan

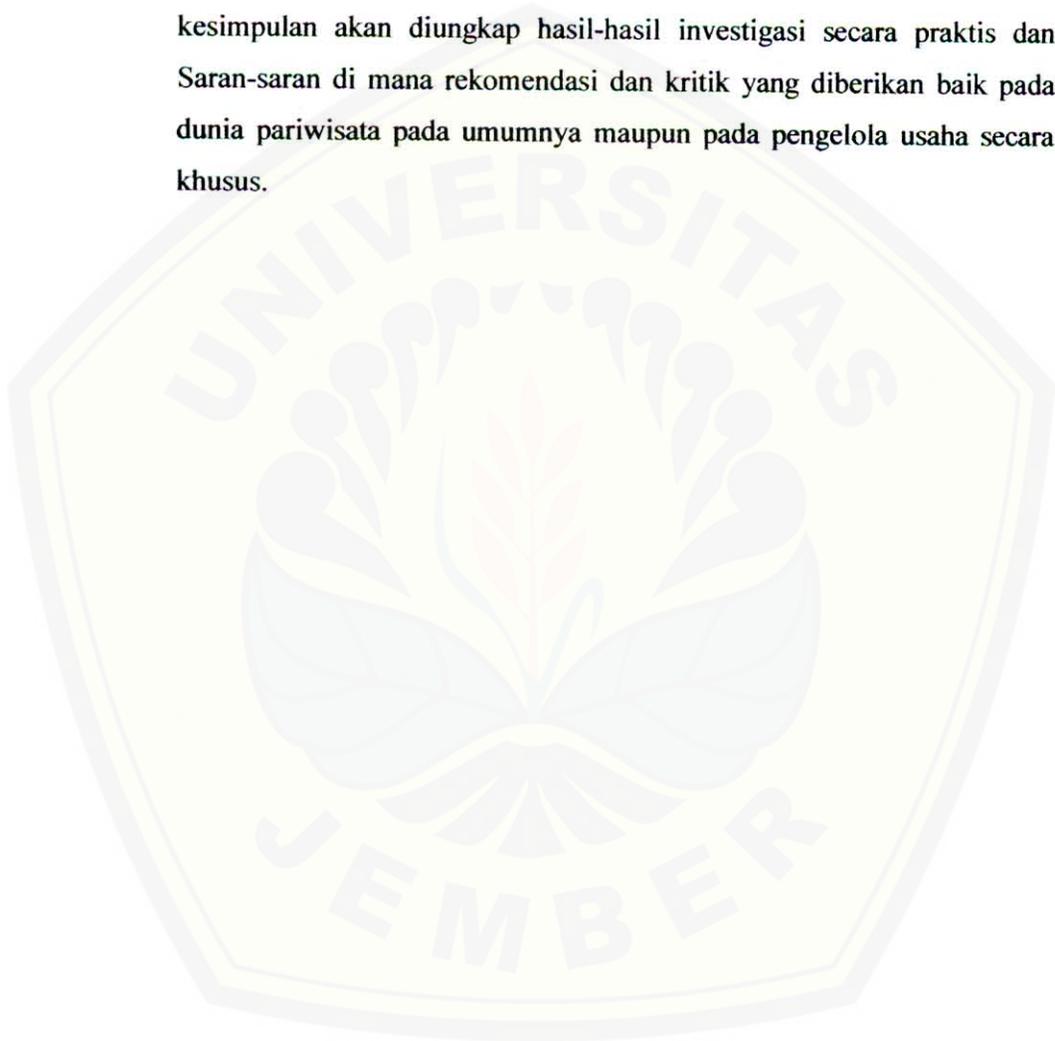
- a. Membuat laporan Praktik Kerja Lapangan di bidang industri pariwisata
- b. Memenuhi tugas akhir kuliah di Fakultas Sastra Universitas Jember.
- c. Mempraktikkan ilmu yang didapat dari meja kampus secara pragmatis.

1.5 Skup Laporan

- Bab I Tentang Pendahuluan, yang menerangkan latar belakang masalah, permasalahan, hipotesis, tujuan dan maksud penelitian.
- Bab II Tentang Tinjauan Pustaka, yang mengeksplorasi teori-teori terkait, antara lain: pengertian tour, jenis dan macam tour, pengertian pemasaran, unsur-unsur pemasaran, pemasaran jasa dan faktor-faktor pemasaran.
- Bab III Tentang Sejarah Singkat CV. Bimo Krisno Tour and Travel Jember, Visi dan Misi CV. Bimo Krisno Tour and Travel Jember, Struktur organisasi, Pembagian tugas dan wewenang, Keadaan karyawan.

Bab IV Implementasi bahasa Inggris dalam pemasaran paket wisata pada CV. Bimo Krisno Tour and Travel Jember, peran bahasa Inggris dalam implementasi pemasaran paket wisata, peran bahasa Inggris dalam Front Desk, peran bahasa Inggris pada bagian Ticketing, kendala-kendala penggunaan bahasa Inggris, solusi mengatasi kendala-kendala

BabV Tentang Penutup terdiri dari Kesimpulan—yang dalam sub-bab kesimpulan akan diungkap hasil-hasil investigasi secara praktis dan Saran-saran di mana rekomendasi dan kritik yang diberikan baik pada dunia pariwisata pada umumnya maupun pada pengelola usaha secara khusus.





BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 TOUR

2.1.1 Pengertian Tour

Pengertian kata “tour” menurut batasan yang diberikan oleh WATA (World Association of Travel Agent) adalah:

”Perlawatan keliling yang memakan waktu lebih dari 3 hari, yang diselenggarakan oleh suatu Travel Agent di suatu kota dan antara lain acaranya yaitu meninjau ke beberapa tempat atau kota, baik didalam negeri maupun diluar negeri” (Oka. A. Yoeti, 1997: 111).

Dalam terapan, Tour dimaknai oleh bangsa Indonesia dengan istilah wisata atau pariwisata (wisata ke tempat-tempat indah). Hal ini semakin ditegaskan lagi dalam Undang-Undang Pariwisata, bahwa tour dan wisata menurut Undang-Undang Pariwisata no 9 Tahun 1990 adalah:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata;
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata;
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut;
4. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata;
5. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait dibidang tersebut;

6. Objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata;
 7. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata;
- (Undang-Undang No 9 Tahun 1990, pasal 1).

Dari pengertian di atas, dapat diketahui bahwa tour dan wisata memiliki struktur, yaitu bahwa: tour dan wisata merupakan jenis kegiatan keliling yang memakan waktu lebih dari 3 hari, subyek pelaku dari wisata itu sendiri adalah orang, dan obyek yang terlibat adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian, tour dan wisata merupakan satu kesatuan yang dimaknai dengan segala aktivitas yang diselenggarakan oleh badan usaha di mana usahanya adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut. Di bawah ini diuraikan lebih rinci untuk mengartikan tour dan wisata terkait dengan usaha-usaha yang ada di masyarakat.

2.1.2 Jenis dan Macam Tour

Menurut Oka A. Yoeti (1997), terdapat macam – macam jenis tour sesuai dengan sifat penyelenggaraannya. Diantaranya yang lazim dikenal adalah:

1. *Package Tour*

Package Tour adalah suatu tour yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu travel Agent atau tour operator atas resiko dan tanggung jawab sendiri, yang acara, lamanya waktu tour, tempat – tempat yang akan dikunjungi, akomodasi, transportasi, serta makanan dan minuman telah ditentukan dalam suatu harga yang sudah ditentukan pula jumlahnya.

2. *Independent Tour*

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

3. *Optional Tour*

Optional tour adalah *tour* yang direncanakan dan diselenggarakan oleh *tour operator* atau *travel agent* atas risiko dan tanggung jawabnya sendiri. *Tour* ini merupakan *tour* tambahan dari *tour program* yang telah ada. Pengikut *tour* ini biasanya adalah pengikut dari suatu *package tour* dan dia boleh ikut atau tidak. Kalau ikut yang bersangkutan harus menambah atau membayar harga khusus untuk *optional tour* ini, karena rencana ini sama sekali di luar dari *tour* yang sebenarnya. *Tour operator* atau *travel agent* hanya menawarkan saja kepada mereka di luar program yang telah ada.

4. *Escorted Tour*

Escorted tour adalah *tour* yang direncanakan dan diselenggarakan oleh satu *tour operator* atau *travel agent*. Para pengikut *tour* dikelompokkan dalam suatu rombongan (*group*) yang dipimpin oleh seorang *tour conductor* atau *tour leader* dari mulai berangkat sampai mulai berakhir, ia langsung berfungsi sebagai seorang pramuwisata (*guide*), namun biasa pula seorang *tour conductor* didampingi oleh seorang *guide* dalam perjalannya. *Escorted Tour* ini biasanya dilakukan oleh organisasi sosial atau badan lainnya dalam penyelenggaraan *study tour* yang khusus untuk para pelajar, mahasiswa, atau karyawan suatu perusahaan yang melakukan perjalanan pariwisata dengan biaya lebih ekonomis.

5. *Study Tour*

Istilah *study tour* di Indonesia dikenal dengan 'darmawisata', yaitu suatu perjalanan yang dilakukan oleh pelajar, mahasiswa dengan tujuan utama untuk melihat dari dekat sambil mempelajari objek yang dikunjungi. Biasanya

perjalanan semacam ini diorganisir secara sosial tanpa unsur komersial untuk memperoleh keuntungan.

6. *Social Tour*

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

7. *Regular Tour*

Regular tour adalah *tour* yang diselenggarakan dengan waktu, objek, dan harga yang sudah ditentukan sesuai dengan perencanaan yang disusun oleh *tour operator*. Biasanya *tour* ini diselenggarakan setiap hari yang pemberangkatannya ditentukan pada waktu-waktu tertentu. Penyelenggaraan *tour* ini tidak bergantung pada banyaknya pengikut, satu orang pun dapat juga diselenggarakan karena sudah dijadualkan secara kontinyu. Dengan kata lain, *regular tour* merupakan *tour* yang tersedia siap untuk dijual, yang telah direncanakan dan dapat diselenggarakan oleh *tour operator* yang bersangkutan sesuai waktu yang telah ditentukan untuk masing-masing *tour* tersebut. Maka yang dimaksud *regular tour* ini ialah macam-macam *tour* yang secara teratur dapat diselenggarakan untuk kebutuhan wisawatan yang mengunjungi tempat atau kota tersebut. Biasanya harga *regular tour* ini relatif lebih murah daripada harga *tour* lainnya dan biasanya dijual untuk perorangan. Bila ada rombongan, maka harga *tour* tetap dihitung sebanyak rombongan yang akan ikut. *Tour* semacam ini akan dapat membantu para pengunjung untuk menentukan pilihannya, hal ini membantu rencana perjalanan yang lebih efisien bagi pendatang baru pada suatu kota yang masih asing baginya.

2.2 PEMASARAN

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran juga merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Keberhasilan ataupun kegagalan suatu perusahaan dalam pencapaian tujuan bisnisnya tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi berjalan lancar. Sejak orang mengenal kegiatan pemasaran telah banyak definisi-definisi yang dikemukakan antara lain:

Pemasaran adalah “suatu proses sosial dan manajerial dimana individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan sesuatu yang bernilai satu sama lain” (Kotler, 1994; 8). Pengertian tersebut bertumpu pada konsep pokok kebutuhan, keinginan dan permintaan.

Menurut Stanton, pemasaran adalah “suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang diajukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada ataupun pembeli potensial” (Basuswastha, 1990; 5).

Dalam pemasaran, terdapat beberapa konsep dasar yang melandasi kegiatan-kegiatan pemasaran suatu perusahaan pada umumnya. Adapun menurut Kotler (1994; 17) konsep-konsep tersebut adalah :

a. Konsep berwawasan produksi

Konsep ini merupakan konsep yang paling tua. Dalam konsep ini dikemukakan bahwa konsumen akan memilih produk yang mudah di dapat dan dengan harga yang murah.

b. Konsep berwawasan produk

Konsep berwawasan produk berpendapat bahwa konsumen akan memilih produk yang menawarkan mutu, kinerja terbaik atau hal-hal inovatif lainnya.

Konsep berwawasan produk ini menimbulkan “miopia pemasaran” dimana

pemasar hanya memfokuskan perhatiannya pada produk tidak pada kebutuhan dan keinginan pasar.

c. Konsep berwawasan menjual

Menurut konsep ini jika konsumen dibiarkan saja, maka konsumen tidak akan membeli produk perusahaan dalam jumlah yang cukup. Perusahaan harus melakukan kegiatan penjualan dan promosi.

d. Konsep berwawasan pemasaran

Konsep ini merupakan konsep yang menentang konsep-konsep sebelumnya. Menurut konsep ini, kunci untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara efektif dan efisien dari pada perusahaan lain.

Konsep pemasaran pada saat ini lebih cenderung pada konsep yang berwawasan pemasaran. Hal tersebut didasarkan pada pengertian bahwa suatu penjualan tidak tergantung pada agresifnya tenaga penjual, tetapi lebih kepada keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli atau dengan kata lain berorientasi pada konsumen (*consumer oriented*).

2.2.2 Unsur-unsur Pemasaran

Konsep pemasaran adalah cara atau falsafah baru dalam bidang pemasaran. Sebagai falsafah bisnis konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Seluruh kegiatan perusahaan yang mencakup konsep pemasaran diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut, dengan menyusun strategi kebijaksanaan produk, harga, promosi, dan distribusi.

Definisi konsep pemasaran menurut Stanton adalah sebuah filsafat bisnis yang menyatakan bahwa kepuasan keinginan dari konsumen adalah dasar kebenaran sosial dan ekonomi kehidupan sebuah perusahaan (Stanton, 1994: 10)

Konsep pemasaran memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai suatu alat bagi suatu perusahaan untuk memperoleh laba. Konsep pemasaran mengandung tiga unsur yaitu:

1. Berorientasi pada konsumen
2. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral (*integrated marketing*)
3. Kepuasan konsumen (*costumer satisfaction*)

Keterangan masing-masing unsur adalah sebagai berikut:

1. Orientasi pada konsumen

Perusahaan yang benar-benar ingin memperhatikan konsumen harus:

- a. Menentukan kebutuhan pokok dari konsumen yang akan dilayani dan dipenuhi.
- b. Menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan sasaran penjualan.
Meningat perusahaan tidak mungkin dapat memenuhi segala kebutuhan konsumen yang sangat beragam karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki, maka perusahaan harus dapat memilih kelompok pembeli tertentu yang dianggap paling menguntungkan untuk dilayani, jadi dalam hal ini penentuan segmentasi pasar yang jelas sangat diperlukan.
- c. Menentukan produk dan program pemasaran
Untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda dari segmen yang dipilih, perusahaan harus dapat menghasilkan produk-produk dengan tipe model yang berbeda-beda dan dipasarkan dengan program pemasaran yang berlainan, mengingat konsumen pada saat ini cenderung bersifat individual.
- d. Mengadakan penelitian pada konsumen
Untuk mengukur, menilai, dan menafsirkan keinginan, sikap, serta perilaku mereka harus dilakukan dengan melakukan riset yang tepat dengan menggunakan sudut pandang konsumen, dalam hal ini adanya suatu penafsiran tanpa penelitian tentang konsumen akan sangat membahayakan aktivitas perusahaan, karena dimungkinkan akan muncul

kesenjangan mengenai produk yang baik dari sudut pandang konsumen dan produk yang baik dari sudut pandang produsen.

e. Menentukan dan melaksanakan strategi yang paling baik

Setelah mengetahui variabel nilai-nilai dari sudut pandang konsumen perusahaan harus dapat merumuskan strategi pemasaran tepat sehingga benar-benar dapat berorientasi ke konsumen.

2. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral

Pengintegrasian kegiatan pemasaran berarti setiap orang dan setiap bagian dalam perusahaan turut berkepentingan dalam suatu usaha yang terkoordinasi untuk memberikan kepuasan konsumen sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai, selain itu harus terdapat juga penyesuaian dan koordinasi antara produk, harga, saluran distribusi, promosi maupun strategi dan teknik pemasaran yang digunakan untuk menciptakan hubungan dan pertukaran yang kuat dengan konsumen. Inti pada pengintegrasian kegiatan pemasaran itu adalah bagaimana menanamkan *marketing* (pemasaran) menjadi sebuah jiwa yang menggerakkan seluruh aktivitas organisasi yang bertujuan melayani dan memuaskan konsumen dengan cara yang menguntungkan.

3. Kepuasan konsumen

Faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang dapat mempertahankan kehidupannya sangat tergantung oleh kepekaan perusahaan dalam melihat perubahan sebagai upaya pemenuhan dan pemuasan kebutuhan konsumen. Kemampuan perusahaan untuk memuaskan konsumen secara cermat akan berdampak pada peningkatan laba sebagai syarat kelangsungan hidup perusahaan.

Di masa sekarang ini perusahaan menghadapi kondisi pasar yang sangat dinamis, dimana keadaan pasar sering kali berubah dipengaruhi oleh dinamika lingkungan bisnis sebagai dampak globalisasi teknologi informasi yang akan merubah gaya hidup masyarakat. Adanya perubahan tersebut akan membawa tanggung jawab yang lebih besar bagi manajemen pemasaran dalam mengidentifikasi konsumen di masa yang akan datang.

Pola pemikiran yang demikian ini menimbulkan konsep pemasaran masyarakat, menurut Philip Kotler (2002: 29) konsep pemasaran masyarakat menegaskan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan minat dari pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing dengan tetap memelihara atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan konsumen.

Konsep pemasaran masyarakat menuntut pemasar untuk memasukkan pertimbangan-pertimbangan sosial dan etis ke dalam praktek-praktek pemasaran mereka, pemasar harus dapat menyeimbangkan dan mengatur kriteria laba perusahaan, pemuasan keinginan konsumen, dan kepentingan publik yang sering bertolak belakang.

2.2.3 Pemasaran Jasa

Karena usaha Tour dan Wisata termasuk jasa, maka konsep pemasaran yang tepat dalam laporan ini adalah pemasaran jasa. Menurut Kotler (1994: 464) "Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak."

Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

a. Karakteristik jasa

Jasa memiliki lima karakteristik utama yang membedakannya dari barang yaitu:

1) *Intangibility*

Jasa berbeda dengan barang, barang merupakan suatu objek, alat atau benda, sedangkan jasa adalah suatu perbuatan, kinerja atau usaha. Bila barang dapat dimiliki, maka jasa hanya bisa dikonsumsi tetapi tidak dimiliki. Konsep *intangible* pada jasa memiliki dua pengertian yaitu: (Kartajaya, 1997: 32)

- a) Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat diraba
- b) Sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan diformulasikan, atau dipahami secara rohaniah untuk mengurangi ketidakpastian yang ada, para pelanggan umumnya memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas jasa.

2) *Inseparability*

Umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Barang umumnya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa di lain pihak, biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Kedua pihak mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut.

3) *Variability*

Jasa bersifat variabel, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan di mana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

4) *Perish ability*

Daya tahan suatu jasa tergantung situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

5) Kualitas pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan/nasabah.

b. Sifat-sifat khusus dari pemasaran jasa

- 1) Sifat jasa tidak berujud, oleh karena itu konsumen akan memperhatikan benda berujud yang memberi layanan sebagai ukuran terhadap kualitas jasa yang ditawarkan
- 2) Saluran distribusi dalam pemasaran jasa tidak begitu penting
- 3) Pada umumnya dalam pemasaran jasa perantara tidak digunakan, kecuali pada tipe jasa tertentu seperti perdagangan saham, obligasi dan angkutan

2.2.4 Faktor-faktor Pemasaran

Membicarakan faktor-faktor pemasaran dapat diuraikan dengan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*). Untuk mencapai tujuan pemasaran perlu dilakukan pengembangan *marketing mix*. *Marketing mix* atau bauran pemasaran merupakan perangkat variabel-variabel pemasaran terkontrol yang perusahaan gabungkan untuk memperoleh tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran. *Marketing mix* terdiri dari empat kelompok variabel yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*) dan tempat (*place*).

Produk sebagai salah satu komponen *marketing mix* adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk meliputi benda fisik, jasa orang, tempat, organisasi dan gagasan atau ide (Kotler & Gary Armstrong, 1997: 274). Ada enam keputusan yang harus diambil dalam kaitannya dengan produk, yaitu:

1. Perusahaan harus mengembangkan kebijaksanaan merek bagi produk. Merek apa yang akan digunakan, apakah merek perusahaan atau merek privat.
2. Perusahaan harus mengambil keputusan tentang kemasan. Produk fisik yang ditawarkan ke pasar perlu pengemasan yang ditujukan untuk melindungi produk, kenyamanan dan menambah keindahan produk.

3. Perusahaan harus mengambil keputusan tentang pemasaran label. Label mempunyai fungsi untuk mengidentifikasi produk atau merek, kemungkinan penentuan urutan mutu, keterangan dan promosi.
4. Perusahaan harus mengambil keputusan mengenai pelayanan kepada pelanggan, pemasar diharapkan kepada tiga keputusan yang harus diambil:
 - a. Pelayanan atau jasa-jasa apakah yang harus dimasukkan dalam ramuan pelayanan kepada pelanggan (*customer-service-mix*)?
 - b. Tingkat pelayanan yang bagaimana yang harus ditawarkan?
 - c. Dalam bentuk apakah pelayanan itu harus diberikan?
5. Perusahaan harus mengambil keputusan tentang jalur produk. Pada umumnya perusahaan tidak hanya menghasilkan satu jenis saja, tetapi juga menghasilkan jenis-jenis produk lain yang masing-masing memerlukan strategi pemasaran yang berbeda.
6. Perusahaan harus mengambil keputusan tentang *product mix* yang menggambarkan suatu pernyataan jalur produk dengan produk jenis items yang ditawarkan kepada pelanggan oleh penjual tertentu.

Variabel *marketing mix* yang lain adalah harga. Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa (Kotler & Gary Armstrong, 1997: 340). Ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan mengenai harga yaitu faktor ekstern dan faktor intern.

Faktor ekstern yang mempengaruhi penetapan harga terdiri atas:

1. Jenis pasar dan permintaan

Jenis pasar yang merupakan tantangan dalam penetapan harga adalah pasar monopolistik dan pasar oligopoli. Pasar monopolistik terdiri dari banyak pembeli dan penjual yang melakukan transaksi pada berbagai macam tingkat harga, sedangkan pasar oligopoli terdiri dari beberapa penjual yang sangat peka akan strategi penetapan harga produk pesaing.

2. Harga dan tawaran pesaing

Perusahaan harus mengetahui harga dan mutu produk pesaing, kemudian menggunakannya sebagai titik tolak orientasi bagi perusahaan dalam menetapkan barang.

3. Kondisi ekonomi

Faktor ekonomi seperti inflasi, resesi, dan tingkat suku bunga mempengaruhi keputusan mengenai harga karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi biaya produksi sebuah produk.

4. *Reseller*

Perusahaan sebaiknya menetapkan harga yang memungkinkan para *reseller* memperoleh harga yang wajar.

5. Pemerintah

Pemerintah mempengaruhi penetapan harga produk melalui peraturan perundang-undangan yang dibuatnya.

Faktor intern yang mempengaruhi penetapan harga terdiri atas:

1. Sasaran penetapan harga

Sasaran penetapan harga yang umum adalah kelangsungan hidup perusahaan, laba maksimal dalam jangka pendek dan kepemimpinan mutu produk.

2. Strategi *mix*

Keputusan harga mempengaruhi dan dipengaruhi oleh variabel-variabel *marketing mix* yang lain, yaitu keputusan mengenai desain produk, distribusi dan promosi. Jadi keputusan harga harus dikoordinasikan dengan keputusan mengenai unsur-unsur *marketing mix* yang lain.

3. Biaya

Harga ditentukan oleh biaya pembuatan produk dan biaya penjualan ditambah tingkat laba yang pantas.

Perusahaan memakai pendekatan umum untuk memecahkan masalah penetapan harga. Ada tiga pendekatan umum yang biasa dipakai oleh perusahaan dalam penetapan harga, yaitu: pendekatan berdasarkan biaya produksi, pendekatan berdasarkan persepsi pembeli dan pendekatan berdasarkan persaingan.

1. Pendekatan berdasarkan biaya produksi

Harga sangat dipengaruhi oleh biaya pembuatan produk atau biaya produksi. Biaya produksi merupakan patokan harga terendah atau merupakan batas terbawah dalam penetapan harga. Penetapan harga berdasarkan biaya produksi dapat digolongkan lagi menjadi tiga kelompok, yaitu: penetapan biaya plus, analisis pulang pokok dan penetapan harga laba sasaran.

- a. Penetapan harga biaya plus yaitu merupakan suatu metode penetapan harga dengan cara menambah suatu mark-up yang standar pada harga pokok produk.
- b. Penetapan harga berdasarkan analisis pulang pokok yaitu penetapan harga yang mengacu kepada posisi dimana jumlah biaya total sama dengan jumlah pendapatan total.
- c. Penetapan harga berdasarkan laba sasaran (*target profit pricing*) yaitu metode penetapan harga yang akan menghasilkan laba seperti yang telah ditentukan sebelumnya.

2. Pendekatan harga berdasarkan persepsi pembeli

Dalam metode ini perusahaan memakai persepsi nilai yang dimiliki oleh pembeli bukan berdasarkan biaya yang dikeluarkan penjualan sebagai dasar penetapan harga, konsumen membandingkan harga dengan persepsi nilai penggunaan produk yang bersangkutan. Jika harga melebihi jumlah nilainya, konsumen tidak akan membeli produk tersebut. penetapan harga ini merupakan batas tertinggi dalam penetapan harga suatu produk.

3. Penetapan harga berdasarkan persaingan

Pada metode ini perusahaan harus mengetahui harga dan mutu tawaran pesaing dan menggunakannya sebagai titik tolak dalam penetapan harga pokok. Termasuk dalam pengertian ini adalah penetapan harga tender pelaksanaan suatu proyek. Agar perusahaan dapat memenangkan suatu tender dan memperoleh kontrak kerjanya maka perusahaan harus melakukan penetapan harga yang relatif lebih rendah dari harga yang ditetapkan pesaing.

Komponen *marketing mix* yang lain adalah promosi pemasaran. promosi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar membelinya. Komponen promosi yang utama adalah periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan (*personal selling*) dan publisitas.

- 1) Periklanan adalah penggunaan media yang dibayar oleh penjual untuk mengkomunikasikan informasi yang persuasif mengenai produk, jasa atau organisasinya. Media yang bisa dipakai untuk kegiatan periklanan antara lain:
 - a. Majalah dan surat kabar
 - b. Radio dan televisi
 - c. Display di luar seperti poster, papan reklame dan balon udara
 - d. Novelities seperti kotak korek api dan kalender.
 - e. Katalog seperti buku petunjuk dan selebaran
- 2) Promosi penjualan adalah berbagai ragam sarana promosi yang dirancang untuk merangsang tanggapan pasar lebih awal atau lebih kuat. Sarana promosi meliputi tiga bentuk, yaitu:
 - a. Promosi konsumen terdiri atas sarana promosi antara lain pemberian sampel kepada konsumen, kupon potongan harga, tawaran harga khusus dan jaminan uang kembali, pembelian dengan harga yang lebih rendah atau diberikan gratisan sebagai perangsang pembelian produk tertentu dan bentuk yang terakhir adalah demonstrasi penggunaan produk.
 - b. Promosi dagang terdiri atas berbagai sarana promosi antara lain pemberian barang secara gratis, iklan bersama dan perlombaan penjualan oleh para dealer.
 - c. Promosi armada penjualan meliputi sarana promosi penjualan yang berupa pemberian bonus bagi armada penjualan dan perlombaan volume penjualan di antara para armada.
 - d. *Personal selling* adalah merupakan interaksi antara individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai dan mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Bentuk umum *personal selling* adalah

penjualan langsung dari rumah ke rumah yang dilakukan oleh para wiraniaga dan *sales*.

- e. Publisitas adalah penyangkut perolehan ruang editorial sebagai bagian yang terpisah dari cara ruang iklan pada semua media yang dibaca, dilihat atau didengar oleh pelanggan atau calon pelanggan perusahaan dengan tujuan untuk membantu tercapainya sasaran penjualan. Publisitas digunakan untuk mempromosikan merek, produk, orang, tempat, gagasan dan kegiatan organisasi bahkan negara. Secara garis besar publisitas dapat dibedakan menjadi dua yaitu: publisitas produk dan publisitas kelembagaan.
- f. Publisitas produk adalah publisitas yang ditujukan untuk menggambarkan, memberitahu konsumen atau masyarakat tentang suatu produk dan penggunaannya.
- g. Publisitas kelembagaan adalah publisitas yang menyangkut tentang organisasi pada umumnya.

Keputusan yang harus diambil oleh perusahaan dalam kegiatan promosi pemasaran adalah besarnya biaya promosi untuk berbagai sarana promosi yang utama tersebut.

Variabel *marketing mix* yang terakhir adalah tempat (*place*) atau saluran pemasaran yang menunjukkan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produk tersebut mudah diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Keputusan mengenai saluran pemasaran merupakan keputusan yang rumit. Setiap saluran akan menghasilkan tingkat penjualan dan biaya yang berbeda antara saluran yang satu dengan sistem saluran yang lain. Sekali suatu saluran pemasaran tertentu diputuskan, perusahaan harus secara konsisten menjalankan dalam periode waktu yang panjang.

Pendekatan pemasaran 4P tradisional sering berhasil untuk barang, tetapi berbagai elemen tambahan perlu diperhatikan dalam bisnis jasa. Booms dan Bitner menyarankan untuk 3P tambahan dalam pemasaran jasa: orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*). Karena sebagian besar jasa diberikan oleh orang, seleksi, pelatihan, dan motivasi

pegawai dapat membuat perbedaan yang besar dalam kepuasan pelanggan. Idealnya, pegawai harus memperlihatkan kompetensi, sikap memperhatikan, responsif, inisiatif, kemampuan memecahkan masalah, dan niat baik.





BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Secara umum bab ini menjawab tentang permasalahan pertama, yaitu apakah CV Bimo Krisno tetap mempertahankan usahanya sebagai usaha yang menjual jasa *tour* dan *traveling* (pariwisata) dan proses alur produksi jasa *tour* dan *travel* pada CV. Bimo Krisno. Untuk itu akan diuraikan tentang sejarah singkat CV. Bimo Krisno *Tour and Travel* Jember, visi dan misi CV. Bimo Krisno, dan struktur organisasi.

3.1 Sejarah Singkat CV. Bimo Krisno *Tour and Travel* Jember

CV. Bimo Krisno *Tour and Travel* Jember adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa wisata yang didirikan pada tanggal 25 September 2003 dan memperoleh ijin tetap usaha pada tanggal 21 Desember 2004 sebagai mana ditetapkan dalam peraturan yang berlaku di bidang usaha perjalanan wisata. Lokasi CV. Bimo Krisno *Tour and Travel* Jember beralamat di Perum Gunung Batu Permai Blok EE – 34 Jember.

Maksud dan tujuan perusahaan adalah mengusahakan dan menjalankan biro perjalanan wisata. Dalam mencapai maksud dan tujuan tersebut perusahaan dapat melaksanakan kegiatan usaha menyusun dan menyelenggarakan paket wisata, penyediaan dan atau pelayanan angkutan wisata, pemesanan akomodasi dan sarana wisata lainnya serta menyelenggarakan pelayanan perlengkapan (dokumen) perjalanan wisata.

Salah satu kegiatan CV. Bimo Krisno *Tour and Travel* Jember adalah mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan perjalanan seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan wisata maka CV. Bimo Krisno *Tour and Travel* Jember menjual paket wisata sebagai produk utamanya.

3.2 Visi dan Misi CV. Bimo Krisno Tour and Travel Jember

3.2.1 Visi

Menciptakan kondisi berwisata yang sehat dan terjangkau oleh semua lapisan masyarakat. Bidang pariwisata merupakan salah satu kebutuhan pokok pada masa mendatang bagi semua kalangan masyarakat.

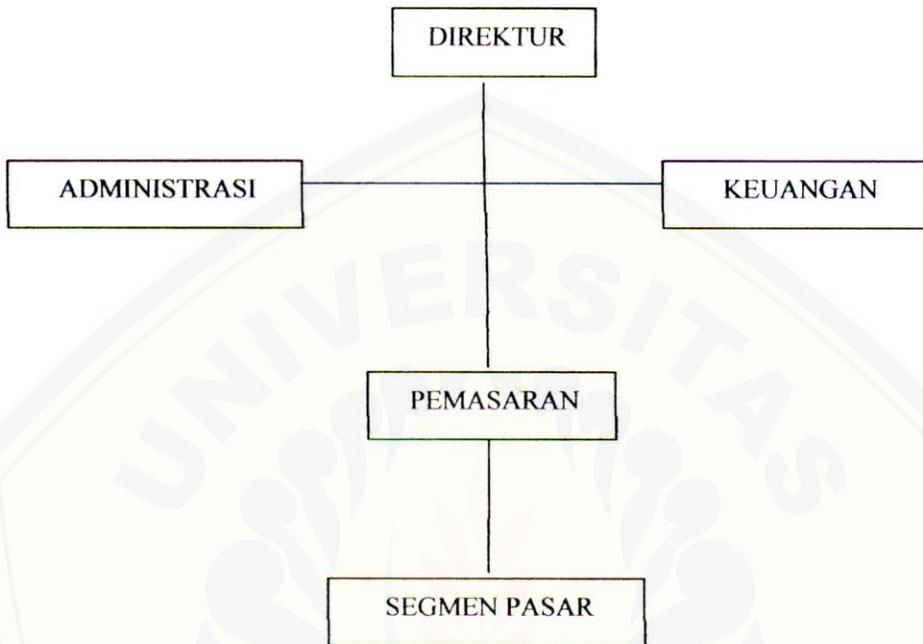
3.2.2 Misi

- a. Menciptakan paket wisata yang bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.
- b. Memberikan sajian pelayanan terbaik dibidang pariwisata sesuai dengan daya jangkau masyarakat.
- c. Menciptakan peluang kerja bagi mereka yang membutuhkan lapangan pekerjaan.
- d. Menciptakan suasana bersih dan indah dalam setiap kegiatan wisata.

3.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dalam suatu perusahaan baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar dalam bentuk apapun dapat menggambarkan hubungan kerja antara beberapa bagian yang ada dalam perusahaan tersebut. Selain itu juga dapat menggambarkan batasan mengenai ruang lingkup, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian tersebut. Adapun struktur organisasi yang ada di C.V. *Bimo Krisno Tour and Travel* sesuai dengan kondisi perusahaan yang bersangkutan adalah sebagai berikut:

**STRUKTUR ORGANISASI
CV. BIMO KRISNO TOUR & TRAVEL JEMBER**



Gambar 1

Sumber C.V. Bimo Krisno *Tour and Travel* Jember

3.4 Pembagian Tugas dan Wewenang

a. Direktur

Bertanggung Jawab atas perkembangan perusahaan dan bertugas mengawasi jalannya perusahaan.

b. Keuangan

- 1) Mengawasi jalannya pemasukan dan pengeluaran keuangan perusahaan.
- 2) Membuat laporan keuangan di akhir bulan.

c. Pemasaran

- 1) Sebagai pelaksana pemasaran sesuai dengan yang telah di programkan.
- 2) Melakukan koordinasi dengan staff yang lain.

d. Segmen Pasar

Memiliki hak atas menerima atau menolak penawaran yang telah dilakukan oleh biro perjalanan.

3.5 Keadaan Karyawan

Tenaga kerja di C.V. Bimo Krisno *Tour and Travel* Jember terbagi menjadi 2 golongan yaitu:

- a. Tenaga kerja tetap, yaitu tenaga kerja staf yang diangkat dengan kontrak kerja dan mendapatkan gaji setiap bulannya. Tenaga kerja tetap ini bekerja secara penuh 6 hari kerja dalam seminggu.
- b. Tenaga kerja *freelance*, yaitu tenaga kerja non staf yang juga dikaitkan dengan kontrak kerja namun tidak mendapatkan fasilitas gaji secara bulanan. Jam kerja mereka tidak terkait waktu dan upah yang mereka dapatkan dari prosentase yang telah disepakati dari hasil suatu *order tour* dan *fee*.



• BAB V PENUTUP

Bab ini menyimpulkan dari bab-bab yang telah diuraikan sebelumnya, yang terdiri dari dua bagian, yaitu kesimpulan dan saran-saran.

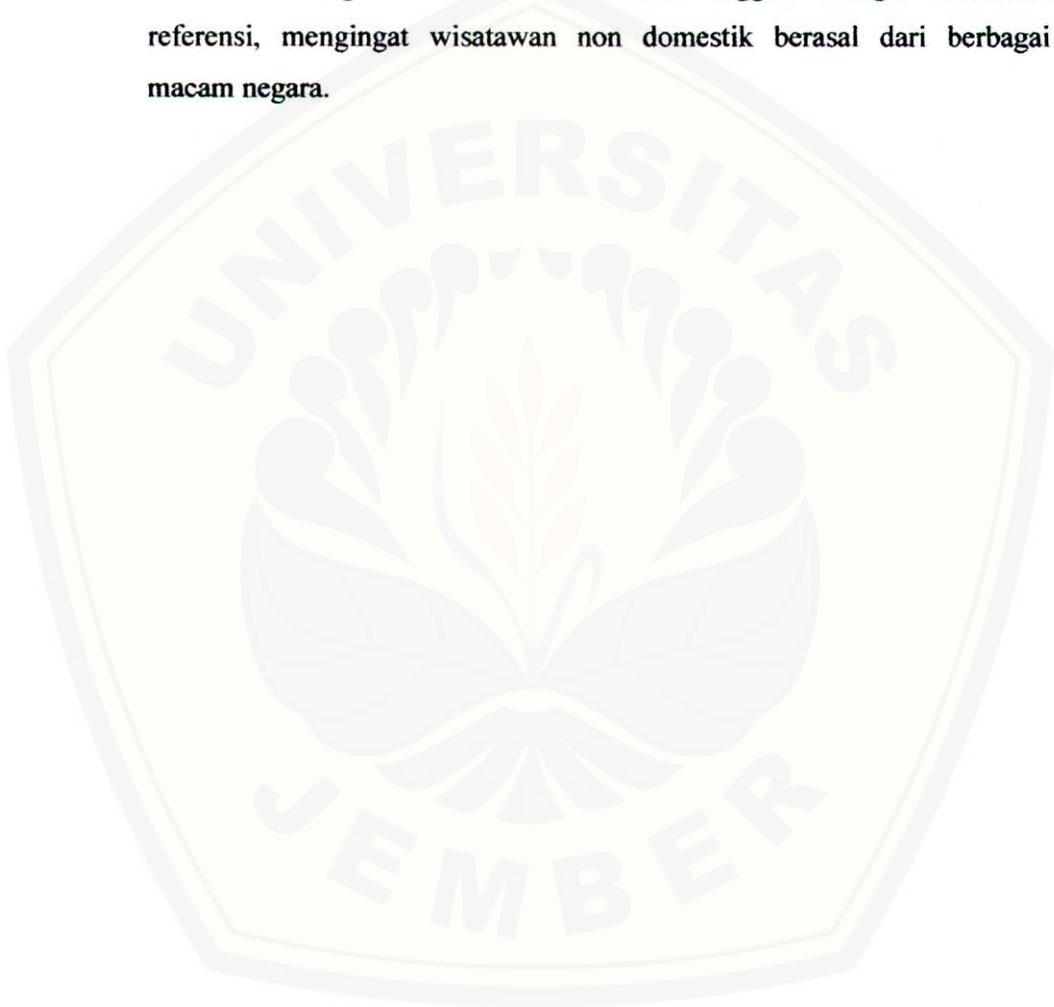
5.1 KESIMPULAN

1. Bahwa CV. Bimo Krisno *Tour and Travel* bergerak dalam usaha/bidang Penyelenggara Pariwisata. Hal ini didukung oleh Surat Ijin Usaha bernomor 556.1/14/SK/436.323/2004 yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kabupaten Jember – Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.
2. Usaha yang telah dijalankan oleh CV. Bimo Krisno selama ini adalah paket wisata, travel, dan *tour*.
3. CV. Bimo Krisno menggunakan Bahasa Inggris dalam menyusun atau membuat *marketing tool-kit*, promosi, kontrak, ticketing, dan penawaran ke partner luar negeri.
4. Bahasa Inggris tidak begitu digunakan dalam melayani *guiding* dan pengorganisasian *traveling*, karena selain pangsanya wisatawan lokal, penunjuk arah (*guide*) lebih memilih menggunakan Bahasa Indonesia untuk menjelaskan obyek wisata.
5. Bahasa Inggris yang digunakan untuk pengantar dan ucapan bergabung ketika paket wisata dibuka, hanya sekedar untuk memberi "bumbu" pembuka.

5.2 SARAN-SARAN

1. Kendala yang masih dihadapi oleh CV. Bimo Krisno adalah bahwa usahanya berbanding lurus dengan semakin mengecilnya kunjungan wisata asing ke Indonesia sejak awal 2000. Untuk itu, disarankan promosi ke manca negara lebih ditekankan. Selain itu, promosi ke mancanegara untuk menarik turis asing masih belum dioptimalkan. Internet merupakan wahana yang cepat dan murah untuk mendukung peningkatan pangsa.

2. Bahasa Inggris dikarenakan bukan bahasa sehari-hari, maka aplikasi Bahasa Inggris dalam menjalankan usahanya pun relatif sekedar untuk membuka *event* atau mengucapkan sambutan-sambutan pada turis atau wisatawan/wati.
3. Guna memperlancar promosi dan pemasaran paket wisata di CV. Bimo Krisno alangkah baiknya jika menempatkan seseorang yang mahir dalam berbahasa asing terutama dalam bahasa Inggris sebagai tambahan referensi, mengingat wisatawan non domestik berasal dari berbagai macam negara.



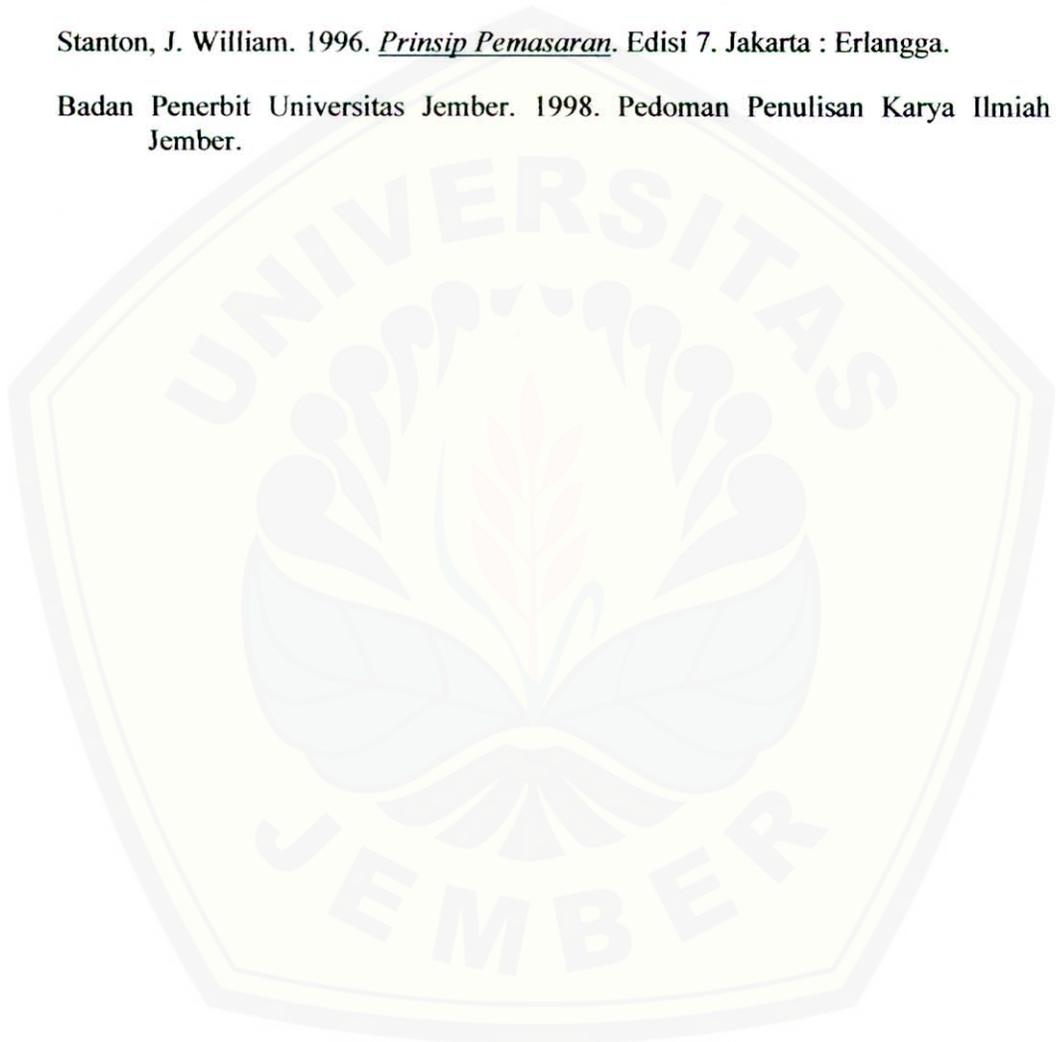
DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Jilid 1. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yoeti, Oka. A. 1990. *Tour And Travel Management*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.

Stanton, J. William. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 7. Jakarta : Erlangga.

Badan Penerbit Universitas Jember. 1998. Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Jember.





**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
SURAT TANDA IJIN USAHA**

USAHA : JASA BIRO PERJALANAN
NOMOR : 556.1 / 14 / SK / 436.323 / 2004

BERDASARKAN SURAT KEPUTUSAN KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN JEMBER NOMOR : 556.1 / 14 / SK / 436.323 / 2004
TELAH DIBERIKAN IJIN USAHA KEPADA :

NAMA : YOSEP HANDRI WIYANTO
ALAMAT : Perum Gunung Batu Permai EE-34, Jember
NAMA USAHA : CV. BIRAO KRISIHO
LOKASI USAHA : Perum Gunung Batu Permai EE-34, Jember
KAPASITAS : Tour & Travel

DENGAN KETENTUAN PEMEGANG IJIN USAHA DIWAJIBKAN :

- 1 MEMENUHI / MENTAATI PERATURAN - PERATURAN DI BIDANG USAHA KEPARIWISATAAN
- 2 MENDAFTAR ULANG SETIAP 3 (TIGA) TAHUN SEKALI ;
- 3 MENJAGA NORMA - NORMA KESUSILAN, ETIKA SERTA TIDAK BOLEH DIPERGUNAKAN UNTUK KEGIATAN YANG MELANGGAR KETERTIBAN DAN KESUSILAN ;
- 4 MEMBERIKAN PELAYANAN YANG SAMA KEPADA TAMU ;
- 5 MEMPUNYAI TENAGA PEMBUKUAN, PENGATUR RUMAH TANGGA, PENERIMA TAMU DAN PELAKSANA ;
- 6 SEMUA KARYAWAN / KARYAWATI HARUS BERBADAN SEHAT DAN TIDAK BOLEH MEMPUNYAI PENYAKIT MENULAR YANG DITETAPKAN OLEH INSTANSI YANG BERSANGKUTAN ;
- 7 MENYELENGGARKAN PENGAWASAN KEBERSIHAN, KESEHATAN SERTA LINGKUNGAN ;
- 8 MENGAJUKAN PERMOHONAN PERUBAHAN IJIN USAHA, APABILA MENGADAKAN PERUBAHAN KAPASITAS

DITETAPKAN : JEMBER
PADA TANGGAL : 21 Desember 2004



KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN JEMBER

DINAS
PARIWISATA &
KEBUDAYAAN
HARRYANTO, M.Si
PEMBAINA TINGKAT I
JEMBER
110.036.454

**DEPARTEMEN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK**



KANTOR WILAYAH XII DJP JAWA TIMUR
KANTOR PELAYANAN PAJAK JEMBER

SURAT KETERANGAN TERDAFTAR

No.: PEM- 2489/WPJ.12/KP.1003/2003

sesuai dengan Pasal 2 ayat (1) UU No. 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan UU No. 16 tahun 2000 dan Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor KEP-161/PJ./2001 dengan ini diterangkan bahwa :

- 1. Nama : CV BIMO KRISNO
- 2. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) : 02.306.401.7-526.000
- 3. Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) : 74110 - KEAGENAN DAN BIRO PERJALANAN
- 4. Alamat : PERUM GUNUNG BATU PERMAI EE-34
- 5. Merk/Akronim : JEMBER - 68161
- 6. Status Modal : SWASTA
- 7. Status Usaha : Tunggal
- 8. Kewajiban Pajak :

<input checked="" type="checkbox"/> PPh Pasal 4(2)	<input checked="" type="checkbox"/> PPh Pasal 23
<input type="checkbox"/> PPh Pasal 15	<input checked="" type="checkbox"/> PPh Pasal 25
<input type="checkbox"/> PPh Pasal 19	<input type="checkbox"/> PPh Pasal 26
<input checked="" type="checkbox"/> PPh Pasal 21	<input checked="" type="checkbox"/> PPh Pasal 29
<input type="checkbox"/> PPh Pasal 22	

telah terdaftar pada tata usaha kami.

Dengan terbitnya surat ini, maka dalam rangka memenuhi hak dan kewajiban perpajakan wajib mencantumkan NPWP sejak tanggal : 25-09-2003

JEMBER, 25 September 2003



Kepala Kantor
Kepala Seksi TU
[Signature]
PRIJANI, S.Sos.
NIP. 060050570



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN

Jl. Jawa No. 74 Jember - ☎ (0331) 335244 - Kode Pos 68121

SURAT KEPUTUSAN

KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN JEMBER
NOMOR : 556.1 / 14 / SK / 436.323 / 2004

TENTANG

PEMBERIAN SURAT IJIN USAHA JASA BIRO PERJALANAN WISATA

KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN JEMBER

Menimbang : Bahwa permohonan Sdr. YOSEP HANDRI WIYANTO, Pengelola Biro Perjalanan Wisata CV. BIMO KRISNO tanggal 21 Desember 2004 telah memenuhi persyaratan untuk menyelenggarakan Usaha Kepariwisataaan di Bidang Jasa Biro Perjalanan Wisata

Mengingat :

1. Undang – Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan ;
2. Undang – Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah ;
3. Undang – Undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pusat dan Daerah ;
4. Undang – Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah ;
5. Keputusan Bupati Kepala Daerah Tingkat II Jember Nomor 61 Tahun 1998 tentang Perijinan Usaha – usaha dibidang Kepariwisataaan di Daerah Tingkat II Kabupaten Jember ;
6. Keputusan Bupati Kepala Daerah Tingkat II Jember Nomor 96 Tahun 1998 tentang Pelimpahan Wewenang dan Tugas Bupati Kepala Daerah Tingkat II Jember Kepada Kepala Dinas Pariwisata Daerah Tingkat II Kabupaten Jember ;
7. Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 30 Tahun 2003 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jember ;
8. Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 3 Tahun 2003 tentang Usaha Kepariwisataaan ;
9. Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 9 Tahun 2003 tentang Retribusi Ijin Usaha Kepariwisataaan ;
10. Keputusan Bupati Jember Nomor 49 Tahun 2003 tentang Pelaksanaan Peraturan Daerah Kabupaten Jember Nomor 9 Tahun 2003.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : SURAT KEPUTUSAN KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN JEMBER TENTANG PEMBERIAN SURAT IJIN USAHA JASA BIRO PERJALANAN WISATA

PERTAMA : Memberikan Surat Ijin Usaha dibidang Jasa Biro Perjalanan Wisata kepada :

Nama Pemegang Hak : **YOSEP HANDRI WIYANTO**
Jenis Usaha : **Biro Perjalanan Wisata**
Nama Usaha : **CV. BIMO KRISNO**
Alamat Usaha : **Perum Gunung Batu Permai EE-34, Jember**

Alamat Badan Usaha /
Perorangan : **Perum Gunung Batu Permai EE-34, Jember**

Penanggung Jawab
a. Nama : **YOSEP HANDRI WIYANTO**
b. Jabatan : **Direktur / Pengelola**

KEDUA : Pemegang Surat Ijin Usaha harus mentaati Peraturan di Bidang Usaha Jasa Biro Perjalanan Wisata

KETIGA : Pemegang Surat Ijin Usaha Wajib untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan dalam Surat Tanda Ijin Usaha Jasa Biro Perjalanan Wisata

KEEMPAT : Surat Ijin Usaha ini berlaku untuk jangka waktu tidak terbatas sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan harus mendaftar ulang setiap 3 (tiga) tahun sekali.

KELIMA : Surat Ijin Usaha ini tidak dapat dipindah tangankan.

KEENAM : Surat Ijin Usaha sewaktu-waktu dapat dicabut apabila Pemegang Surat Ijin Usaha tidak mengindahkan ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku, ketentuan yang ditetapkan dalam Surat Tanda Ijin Usaha dan atas adanya kekhawatiran berjadinya bencana yang mengakibatkan kerugian kepada masyarakat.

KETUJUH : Surat Tanda Ijin Usaha ini batal karena hukum, bila tidak digunakan untuk Usaha Jasa Biro Perjalanan Wisata dan tidak memenuhi ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku.

KEDELAPAN : Apabila dikemudian hari terjadi kekeliruan dalam penetapan Keputusan ini akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

DITETAPKAN DI : JEMBER
PADA TANGGAL : 21 Desember 2004

KEPALA DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN JEMBER

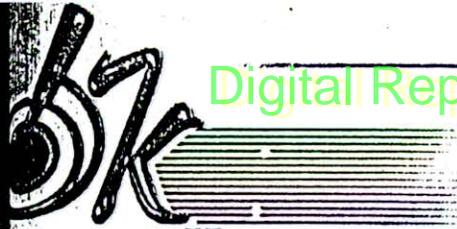

DR. HARYANTO, MSI
Pembina Tk. I
NIP. 110 036 454

TEMBUSAN :

- Yth. 1. Sdr. Kepala Dinas Pendapatan Kabupaten Jember ;
2. Sdr. Kepala Kantor Polisi Pamong Praja Kabupaten Jember.

Jember, 7 Februari 2005

Kepada :
YTI!
Kepala Sekolah SMAK Santo
Paulus Jember
di TEMPAT


BIMO KRISNO
Tour & Travel

No : 183/SP/BK/05
Lamp : 9 Lembar
Hal : Penawaran Wisata

Dengan Hormat,

Kami CV. Bimo Krisno Tour & Travel, yang beralamat di Perum Gunung Batu Permai EE.34 Jember, bergerak dalam bidang Jasa Perjalanan Wisata, Study Banding, dan yang sejenisnya (Rent Bus, Rent Car, dll).

Bersama ini kami mengajukan penawaran Paket Wisata/Study Banding/PKL kepada Pimpinan untuk dijadikan pilihan dalam Perjalanan Wisata atau Study Banding Kantor atau Keluarga.

Perlu kita sadari bahwa untuk melakukan kegiatan perjalanan yang bersifat Rombongan atau Group diperlukan persiapan yang matang dari awal, untuk itu kami Bimo Krisno Tour & Travel akan membantu keperluan Bapak/Ibu dengan segala pengalaman kami untuk mempermudah acara perjalanan Wisata Bapak/Ibu sekalian. Berbagai Kemudahan yang didapat antara lain : Kesiapan Armada Bus, Booking Hotel, Schedule dengan durasi terprogram, Tour Leader per bus yang membantu dan memandu perjalanan, dan semua itu sudah termasuk potongan harga karena kami telah mempunyai ikatan kerja dengan pihak terkait. (Bus, Hotel, Rumah Makan atau Katering, Obyek Wisata dll)

Disini kami berikan penawaran dari paket Ekonomi dan Standart berikut contoh Agenda Perjalanan untuk dijadikan periksa.

Demikian surat Penawaran dari kami, untuk perhatian dan kebijaksanaannya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,


DIMO KRISNO
Tour & Travel
(YOSEP HANDRI WIYANTO)

elayani :

- Perjalanan Wisata
 - Studi Banding
 - Studi Ekskursi
 - Studi Lapang
 - Studi Tour/KKL/PKL
 - Wisata Keluarga
- : bk-tnt@telkom.net

DAFTAR HARGA WISATA
DAN JUMLAH PESERTA

BIMO KRISNO
Tour & Travel

<p>Bali Ekonomi kamar extra fan Hotel Melati 1 kamar 4 orang 3 hari 1 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 270.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 343.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 405.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Bali Ekonomi kamar extra fan Hotel Melati 1 kamar 4 orang 3 hari 2 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 340.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 405.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 473.000,-/orang (min. 25 orang)
<p>Bali Standart AC Hotel * 1 kamar 2 orang 3 hari 1 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 462.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 472.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 533.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Bali Standart AC Hotel * 1 kamar 2 orang 3 hari 2 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 605.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 653.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 755.000,-/orang (min. 25 orang)
<p>Yogya-Solo Ekonomi extra fan Hotel Melati 1 kamar 4 orang 3 hari 1 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 243.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 285.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 308.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Yogya-Solo Ekonomi extra fan Hotel Melati 1 kamar 4 orang 4 hari 2 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 335.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 363.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 392.000,-/orang (min. 25 orang)
<p>Yogya-Solo Standart AC Hotel * 1 kamar 2 orang 3 hari 1 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 323.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 353.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 392.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Yogya-Solo Standart AC Hotel * 1 kamar 2 orang 4 hari 2 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 482.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 523.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 542.000,-/orang (min. 25 orang)
<p>Jakarta-Bandung kamar extra fan Hotel Melati 1 kamar 4 orang 5 hari 2 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 435.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 493.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 541.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Jakarta-Bandung kamar extra fan Hotel Melati 1 kamar 4 orang 6 hari 3 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 512.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 602.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 625.000,-/orang (min. 25 orang)

Melayani :

- Perjalanan Wisata
- Studi Banding
- Studi Ekskursi
- Studi Lapang
- Studi Tour/KKL/PKL
- Wisata Keluarga

W : bk-tnt@telkom.net

AGENDA PERJALANAN WISATA BALI INAP 2 MALAM

- Hari ke 1 : Jember - Tanah Lot
- 04.00 - 00 : Persiapan berangkat dari tempat yang telah disepakati
- 05.00 - 00 : Berangkat menuju pulau Dewata
- 12.00 - 14.00 : Wisata pertama kita di Tanah Lot sambil menikmati makan siang dalam kemasan kotak
- 15.00 - 17.00 : Kita akan menikmati indahnya Sunset di pantai Kuta
- 17.30 - 18.00 : Menuju Hotel untuk melepaskan lelah setelah seharian menikmati wisata yang sangat menyenangkan
- 19.00 - 00 : Waktunya untuk makan malam prasmanan
-
- Hari ke 2 : Denpasar
- 04.00 - 00 : Morning Call
- 05.00 - 06.30 : Disini kita akan menikmati keindahan Sunrise terindah di dunia
- 07.00 - 08.00 : Makan pagi
- 09.00 - 10.00 : Melihat pertunjukan Tari Barong yang eksotik dengan penari yang cantik sambil mendengarkan gamelan bali
- 10.00 - 10.30 : Belanja di pusat Tenun Galuh yang menawarkan discount 20% - 50%
- 12.00 - 13.00 : Pasar Seni Sukowati dan makan siang tetap tersaji dalam kemasan kotak
- 14.30 - 16.30 : Hari ini wisata kita berakhir di danau Bratan Bedugul sambil menikmati gugusan pura yang diselimuti kabut
- 17.30 - 00 : Kita kembali ke hotel
- 19.00 - 00 : Makan malam (prasmanan)
-
- Hari ke 3 : Denpasar - Nusa dua - Jember
- 08.00 - 00 : Persiapan Chek out dan makan pagi (prasmanan)
- 09.00 - 09.30 : Perjalanan melewati by pass Ngurah Rai
- 09.30 - 10.00 : Kawasan exclusive Nusa Dua dengan deretan hotel bintang lima dan diamond akan kita lewati sejenak
- 10.00 - 12.00 : Tiba di kawasan wisata air Tanjung Benoa, peserta langsung mengambil tempat di perahu (10 orang), kita menuju pulau penyu melewati taman laut, kita dapat bercengkrama dengan ikan hias. Di pulau penyu kita dapat melihat berbagai macam penyu yang di tangkarkan, dan tiap peserta dapat juga naik dipunggung penyu, (tiket naik perahu Rp.25.000,- bayar sendiri) makan siang tetap tersaji dalam kemasan kotak.
- 13.00 - 14.00 : Garuda Wisnu Kencana kawasan wisata modern yang dirancang spektakuler. Dengan ketinggian 146 meter dari permukaan tanah.
- 19.00 - 00 : Makan malam kita kali ini di rumah makan Kumala Wangi tersaji prasmanan
- 22.00 - 00 : Tiba di Jember.

Berakhir sudah acara wisata kita, dengan harapan ada kesan indah yang berarti bersama " Bimo Krisno " Tour & Travel sampai bertemu lagi pada pemberangkatan berikutnya.

Catatan : Kunjungan tidak mengikat dapat disesuaikan dengan permintaan (jumlah kunjungan wisata dapat ditambah atau dikurangi).

DAFTAR HARGA WISATA
DAN JUMLAH PESERTA

BIMO KRISNO
Tour & Travel

<p>Jakarta-Bandung Standart AC Hotel * 1 kamar 2 orang 5 hari 2 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 582.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 612.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 640.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Jakarta-Bandung Standart AC Hotel * 1 kamar 2 orang 6 hari 3 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 655.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 682.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 742.000,-/orang (min. 25 orang)
--	--

<p>Bandung Ekonomi kamar extra fan Hotel Melati 1 kamar 4 orang 4 hari 1 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 412.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 462.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 515.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Bandung Ekonomi kamar extra fan Hotel Melati 1 kamar 4 orang 5 hari 2 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 452.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 497.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 583.000,-/orang (min. 25 orang)
---	---

<p>Bandung Standart AC Hotel * 1 kamar 2 orang 4 hari 1 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 445.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 475.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 545.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Bandung Standart AC Hotel * 1 kamar 2 orang 5 hari 2 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 623.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 662.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 727.000,-/orang (min. 25 orang)
--	--

<p>Lombok Ekonomi kamar extra fan Hotel Melati 1 kamar 4 orang 5 hari 2 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 512.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 535.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 592.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Lombok Standart AC Hotel * 1 kamar 2 orang 5 hari 2 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 623.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 672.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 725.000,-/orang (min. 25 orang)
--	---

<p>Sarangan Ekonomi Hotel Melati 1 kamar 4 orang 2 hari 1 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 192.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 232.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 262.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Malang Ekonomi Hotel Melati 1 kamar 4 orang 2 hari 1 malam</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> Rp. 212.000,-/orang (min. 50 orang) Rp. 223.000,-/orang (min. 40 orang) Rp. 243.000,-/orang (min. 25 orang)
--	--

Melayani :

- Perjalanan Wisata
- Studi Banding
- Studi Ekskursi
- Studi Lapang
- Studi Tour/KKL/PKL
- Wisata Keluarga

W : bk-tnt@telkom.net

DAFTAR HARGA WISATA
NON HOTEL

BIMO KRISNO
Tour & Travel

<p>Yogya-solo tolak</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rp. 152.000,-/orang (min. 50 orang) • Rp. 165.000,-/orang (min. 40 orang) • Rp. 182.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Taman Safari</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rp. 110.500,-/orang (min. 50 orang) • Rp. 118.500,-/orang (min. 40 orang) • Rp. 132.000,-/orang (min. 25 orang)
<p>Tanggul Angin-Monkasel</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rp. 97.500,-/orang (min. 50 orang) • Rp. 105.500,-/orang (min. 40 orang) • Rp. 115.500,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Tanjung Kodok-Goa Maharani</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rp. 112.500,-/orang (min. 50 orang) • Rp. 115.500,-/orang (min. 40 orang) • Rp. 192.000,-/orang (min. 25 orang)
<p>Jatim Park-Sengkaling/Selekta</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rp. 112.000,-/orang (min. 50 orang) • Rp. 125.000,-/orang (min. 40 orang) • Rp. 140.000,-/orang (min. 25 orang) 	<p>Wali Limo</p> <p>Harga :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rp. 135.000,-/orang (min. 50 orang) • Rp. 172.000,-/orang (min. 40 orang) • Rp. 210.000,-/orang (min. 25 orang)

BILA HARGA MENJADI PERTIMBANGAN ANDA
BIMO KRISNO TOUR & TRAVEL ADALAH SOLUSI ANDA

TIPS WISATA AMAN DAN NYAMAN :

1. Sabar
2. Selalu tersenyum
3. Yakinkan bahwa biro anda menggunakan asuransi personal accident dan mempunyai ijin Usaha
4. Yakinkan tentang keadaan dan kondisi bus yang anda tumpangi dalam keadaan fit dan mempunyai alat pemukul darurat (hammer), bila bus menggunakan pintu otomatis
5. Yakinkan bahwa Crue bus (driver dan co driver) benar-benar profesional

TERIMA KASIH TELAH MEMPERCAYAI
BIMO KRISNO TOUR & TRAVEL
SEBAGAI PARTNER PERJALANAN ANDA
SAMPAI BERTEMU DI PEMBERANGKATAN BERIKUTNYA

Melayani :

- Perjalanan Wisata
- Studi Banding
- Studi Ekskursi
- Studi Lapang
- Studi Tour/KKL/PKL
- Wisata Keluarga

|| : bk-tnt@telkom.net

**AGENDA PERJALANAN
JAKARTA - BANDUNG (6 HARI)**

- Hari ke 1 : Jember - Jakarta
06.00 - 00 : Persiapan berangkat dari tempat yang telah disepakati
13.00 - 14.00 : Ishoma di RM. Wahyu Utama - Tuban
20.00 - 21.00 : Ishoma di RM. Sari Rasa - Kendal
- Hari ke 2 : Jakarta
04.00 - 06.00 : Ishoma di RM. Sri Rejeki - Pamanukan
08.00 - 09.30 : Wisata Monas (Tiket naik lift bayar sendiri)
10.30 - 16.00 : Wisata di Taman impian Jaya Ancol (lunch box)
17.30 - 00 : Chek in , makan malam prasmanan, acara bebas
- Hari ke 3 : Jakarta
07.00 - 08.00 : Sarapan pagi
09.00 - 13.30 : Belanja murah di pasar pagi Mangga Dua
14.00 - 16.30 : Taman Mini Indonesia Indah
17.30 - 18.30 : Taman Ismail Marzuki - Masjid Istiqlal (sholat Magrib)
19.30 - 00 : Tiba di hotel, makan malam prasmanan, acara bebas
- Hari ke 4 : Jakarta - Bandung
07.00 - 08.00 : Persiapan Chek out dan sarapan pagi
09.00 - 10.30 : Kampung China Cibubur
12.00 - 14.00 : Taman Bunga Nusantara Cipanas (makan siang kemasan kotak)
16.00 - 17.00 : Belanja cendera mata khas Bandung di Padalarang
18.00 - 19.00 : Belanja murah di Factory Outlet
19.15 - 20.00 : Chek in dan Makan malam di penginapan
- Hari ke 5 : Bandung
07.00 - 08.00 : Sarapan pagi dan persiapan Chek out
10.00 - 12.00 : Wisata Tangkuban Perahu
13.00 - 14.00 : Belanja Produk Jeans khas bandung di Cihampelas
14.30 - 15.00 : Foto bersama di depan Gedung Sate Bandung
16.00 - 18.00 : Belanja produk kerajinan sepatu Cibaduyut
19.00 - 20.00 : Makan malam di RM. Sukahati Cileunyi
- Hari ke 6 : Bandung - Yogyakarta - Jember
04.30 - 06.00 : Ishoma di RM. B Diyah
12.00 - 00 : Tiba di kota Jember

NB : Jadwal tidak mengikat dapat disesuaikan dengan permintaan bisa di tambah atau dikurangi

**AGENDA PERJALANAN WISATA
YOGYA - SOLO 1 MALAM**

- Hari ke 1 : Jember - Yogya
18.00 - 00 : Persiapan berangkat
19.00 - 00 : Berangkat menuju Yogya
- Hari ke 2 : Yogyakarta
05.00 - 00 : Tiba di Yogya (sholat shubuh)
07.00 - 08.00 : Chek in dan sarapan pagi prasmanan
08.30 - 09.30 : Menuju Candi Borobudur
09.30 - 11.30 : Wisata disalah satu keajaiban dunia yaitu candi Borobudur
11.30 - 12.00 : Belanja salak pondoh
12.00 - 13.00 : Menuju keraton yogya
13.00 - 14.00 : Melihat sejarah keraton Yogyakarta
14.00 - 15.00 : Menuju Parangtritis
15.00 - 17.00 : Wisata pantai Parangtritis
17.00 - 18.00 : Menuju Hotel
19.00 - 00 : Makan malam dilanjutkan dengan acara bebas (Malioboro)
- Hari ke 3 : Yogya - Solo - Jember
07.00 - 08.00 : Persiapan Chek out dan sarapan pagi
08.00 - 09.00 : Menuju Kasongan
09.00 - 10.00 : Wisata belanja dipusat kerajinan gerabah
10.00 - 12.00 : Menuju Candi Prambanan
12.00 - 14.00 : Wisata Candi Prambanan
14.00 - 16.00 : Menuju Pasar Klewer Solo
16.00 - 17.30 : Wisata belanja batik dan keraton Solo
17.30 - 20.00 : Meninggalkan Solo
20.00 - 00 : Makan malam di RM. Utama Caruban
04.00 - 00 : Tiba di Jember

NB : Jadwal tidak mengikat tergantung permintaan bisa di tambah atau dikurangi



Bali Gardenia Resort
CONTRACT RATES AGREEMENT

Validity: April, 2006 - March 31, 2007

Date	March 1, 2006	Email	
Company	Bimo Kresno Tours & Travel	Website	
Address	Perum Puri Indah CE 02 Sidoarjo	Contact Person	Mr. Yosep Handri Wiyanto
Phone / Fax	62-031 8058370 - 70060545	Title	Director

MARKET	TYPE OF ROOM	ROOM RATE (FIT/GIT)	ADD. PERSON SURCHARGE (SOFA BED)	HIGH/PEAK SEASON SURCHARGE
Domestic	One Bedroom Suite (2 Persons)	Rp. 275.000 Net/Room/Night for 2 persons inclusive Breakfast	Rp. 100.000 Net/Person/Night Inc. Breakfast	Rp. 150.000 N/R/N, for OBRS and Rp 300.000 N/R/N for TBRS during period: - Oct.21 - Oct 30, 2006 - Dec.28 - Jan 05, 2007
	Two Bedroom Suite (4 Persons)	Rp. 550.000 Net/Room/Night for 4 persons inclusive Breakfast		

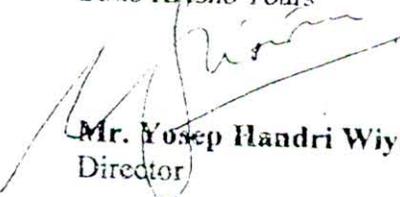
TERMS & CONDITIONS	FACILITIES
<p>Family Policy No charge for 1 (one) child under 05 years old sharing the same room with parents.</p> <p>Group Policy For every 15 (ten) paying rooms, 1 (one) room will be available on complimentary basis for tour leader, with maximum of 3 (three) complimentary rooms.</p> <p>Method of Payment Cash Basis upon Arrival</p> <p>Day Use 50% from the contract rates for day use until 18.00 hrs</p> <p>Cancellation Policy - During High Season: One night room charge for cancellation made less than 3 (three) days prior to arrival for FIT or less than 7 (seven) days prior to arrival for GIT. - During Low Season: One night room charge for cancellation made less than 24 hours prior to arrival for FIT or less than 3 (three) days prior to arrival for GIT.</p> <p>No Show Policy 100% payment for the total room nights reserved and contract rates will be charged for no show on the expected time of arrival.</p>	<p>Room:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fully Air Conditioned - Private Bathroom with Shower/Bath Tub - Private Balcony/Terrace - International Satellite TV Channels - Telephone - Living Room with Sofa Bed - Dining Area with Dining Set - Kitchenette - Refrigerator - Hairdryer on Request <p>Resort: Swimming Pools, Jogging Track, Spa, Kids Club & Playground, Billiard, Poolside Restaurant, Poolside Bar, Pub & Music Room, 24-Hours Room Service, Balinese Open-Air Stage & Theatre, Laundry & Dry Cleaning Service, Conference & Banquet Facilities, Internet Service, 24-Hours Doctor on call, Mini Market, Concierge, Parking Area, Free Shuttle Bus Service to Kuta, and Nusa Dua area (based on contract).</p>

For our tracing file, please returned by fax when you have signed.

On behalf of,
Bali Gardenia Resort


Netty Cintya Dewi
Sales Coordinator

Approved by,
Bimo Kresno Tours


Mr. Yosep Handri Wiyanto
Director



Bali Gardenia Resort



Bali Gardenia Resort

LOCATION

Bali Gardenia Resort's 350 suites are spread over eight hectares of lush landscaped tropical gardens on a hillside overlooking Benoa Harbour. Just a short ride from the airport and the legendary beaches and night life of Kuta, Bali Gardenia Resort is a convenient base from which to explore the cultural and recreational attraction of Bali. Each of our one or two-bedroom family vacation suites features large, comfortable living and dining areas, fully equipped kitchenette, and amenities to make your holiday a relaxing getaway for the whole family.

SUITE	SPACE	FACILITIES
One Bedroom Suite	50 m ²	1 Bedroom, Shower, Balcony, Living Room, Kitchenette, Dining Area
Two Bedroom Suite	105 m ²	2 Bedroom, Shower, Bath Tub, Balcony, Living Room, Kitchenette, Dining Area

FOOD & BEVERAGE

- 24 hours Room Service
- Kakalua Restaurant
- Nani's Restaurant
- Sunken Bar (Pool)
- Open Air Stage & Terrace
- Board Room
- Open Ball Room
- Cenderawasin Room
- Roof Garden
- Karaoke & Pub

OTHER FACILITIES AND RECREATION

- Free Shuttle Bus (Scheduled)
- Games (Pool Table/Billiard)
- Kids Club & Playground
- Swimming Pool with Sunken Bar
- Jacuzzi
- Business Center
- Mini Market
- Shopping Arcade
- Spa & Beauty Salon
- Massage Room
- Doctor on Call for 24 Hours
- In House Tailor
- Safety Deposit Box
- Parking Area

Published Rates

Valid from September 2005 until December 2006

ROOM TYPE	RATE
One Bedroom Suite	US\$ 110.00 ++
Two Bedrooms Suite	US\$ 160.00 ++

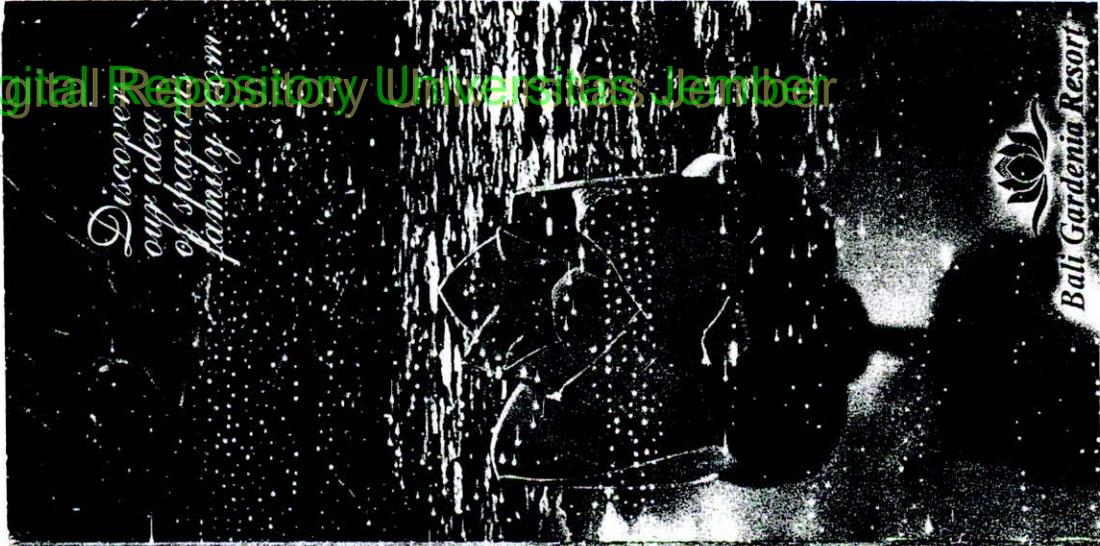
High season surcharge will be applicable on the month of August and from December 20 until January 5

NOTES

- Tax and service 21%.
- Check-in time at 2.00 p.m.
- Check-out at 12.00 p.m.

All rates are subject to charge without prior notice. Major credit card accepted.

Jl. Dalem Tarukan No. 7
 PO Box 133
 Taman Mumbi, Nusa Dua
 Bali-80363, Indonesia
 Tel: (62-361) 773808, Fax: (62-361) 773737
 E-mail: resort@bali-gardenia.com
 Website: www.bali-gardenia.com



Discover our idea of spacious family rooms



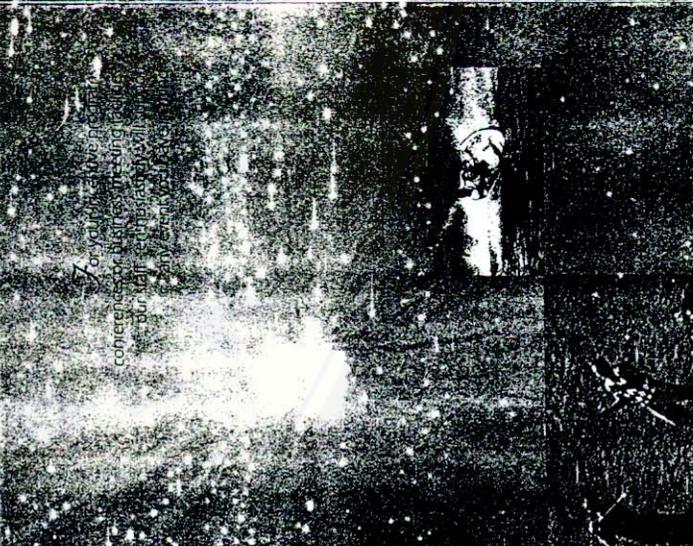
Bali Gardenia Resort



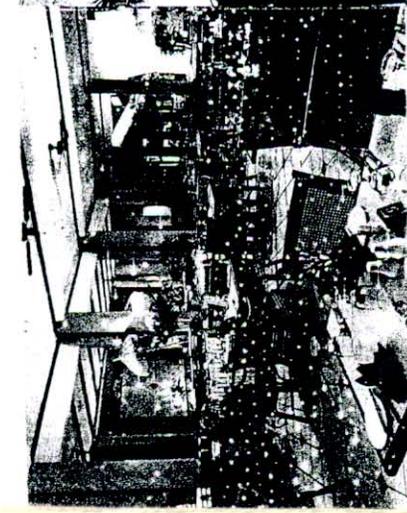
Bali Gardenia Resort
Jl. Dalem Tauluq, Tm. 7 Tahian Mumbul
PO BOX 133 Nusa Dua 80363, Bali - Indonesia
Tel: (62-361) 773 8008 Fax: (62-361) 773 737
E-mail: resort@bali-gardenia.com
www.bali-gardenia.com

Managed by: *The Golden Lotus*

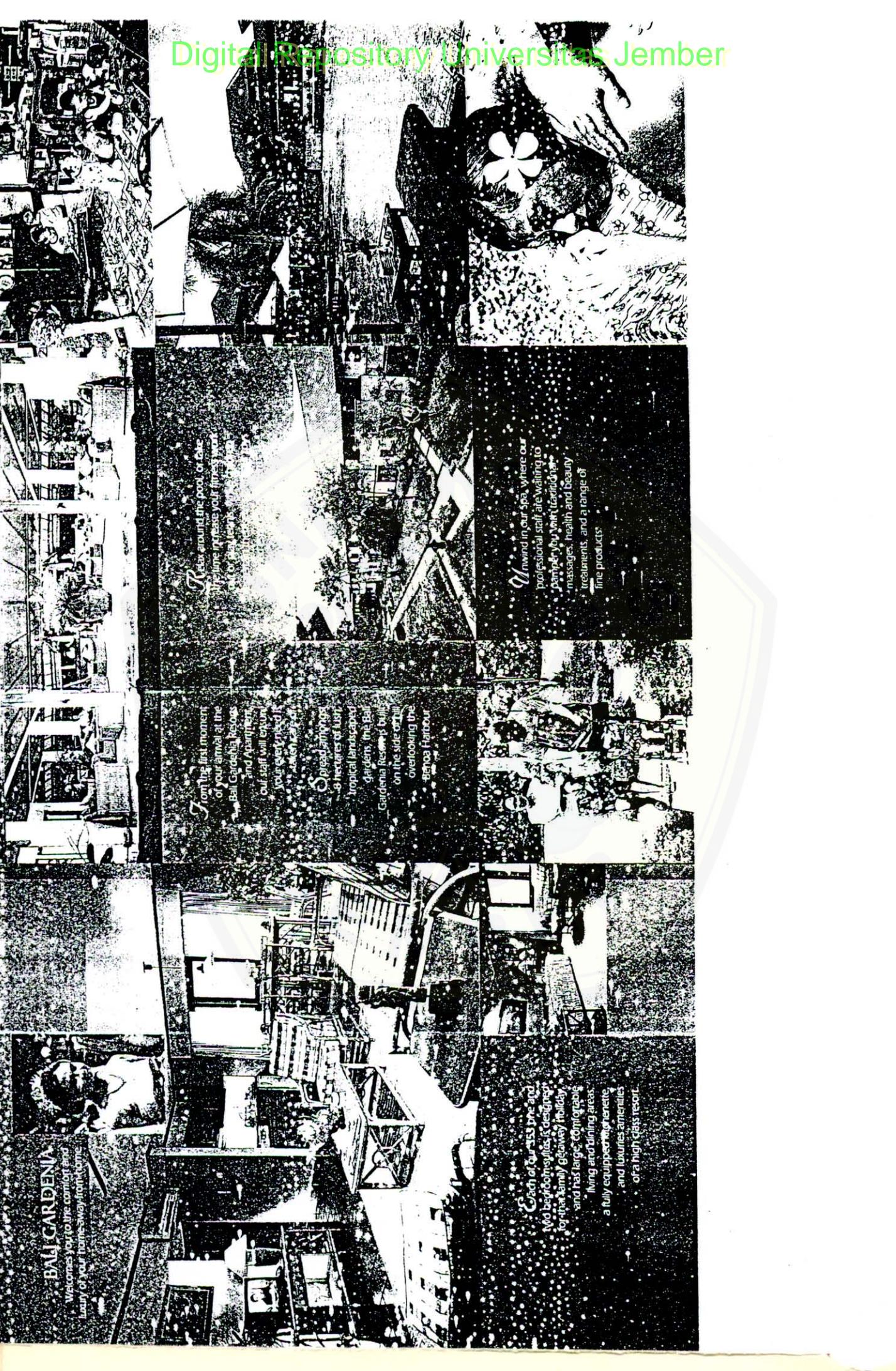
Jakarta Sales Office:
Kebayoran Crater Bl.
Jl. Kebayoran Baru No. 1 JAYA 12240
Tel: (62-21) 724-4835 Fax: (62-21) 724-4892



For your next corporate and conference or business meeting, our staff will be happy to help you plan any event you wish.



Uluwatu Poolside Restaurant caters a wide range of international cuisine.



BAJ GARDENIA

WELCOME YOU TO THE CORNICI AND
LUXURY OF YOUR TRAVEL AWAY FROM HOME

From the first moment
of your arrival at the
Baj Gardenia Resorts
and Apartments,
our staff will ensure
your stay is the
best you've ever had.

Spiced with
tropical landscapes
and gardens, the Baj
Gardenia Resorts built
on the side of a hill
overlooking the
Singapore Harbour

Each of our 155 one and
two bedroom suites is designed
for that family getaway holiday
and has large comfortable
living and dining areas,
a fully equipped kitchenette
and luxury amenities
of a high class resort.

Relax around the pool, or take
the time to increase your fitness with
one of our personal trainers.

Unwind in our Spa, where our
professional staff are waiting to
 pamper you with traditional
massages, health and beauty
treatments, and a range of
fine products.

Lampiran 7



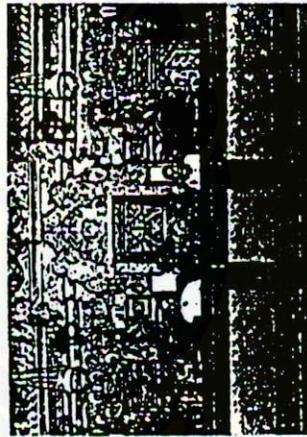
PURI
DEWA BHARATA
VILLAGE



The Real Balinese Haven

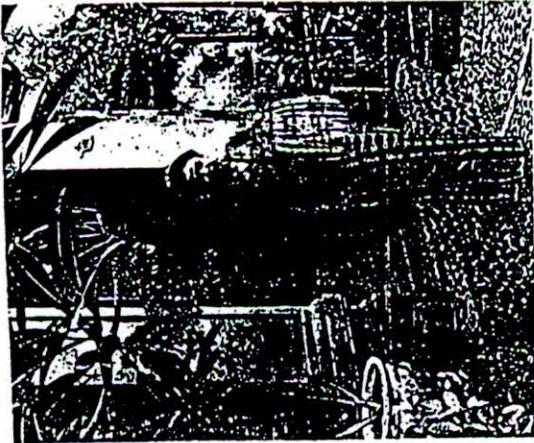


- 15 minutes drive from Bali International Airport
- 10 minutes drive to Kuta & Legian shopping area
 - 10 minutes walk to Double Six beach
 - 5 minutes walk to Seminyak Main Street



Puri Dewa Bharata Village

Jl. Nakula 11 Legian, Bali- Indonesia
 Ph :62-361-730425 Fax: 62-361-730437
 Website: www.puridewabharata.co.id
 email: reservation@puridewabharata.co.id
purddb@telkom.net



Hotel Services

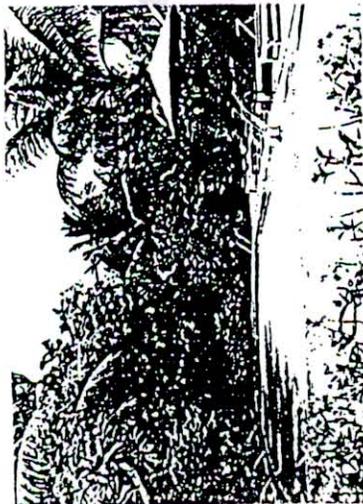
- Free airport transfer
- Free shuttle service to Kuta area
 - Baby cot on request
 - Car & motorbike rental
 - Tour arrangement
 - Medical doctor on call
 - Money changer



Welcome to Puri Dewa Bharata Village
 The place where you can experience the ancient style of Balinese haven. It is designed in indigenous traditional architecture with fine stones and woods carving decorate each rooms of the hotel and give the real sense of Balinese atmosphere

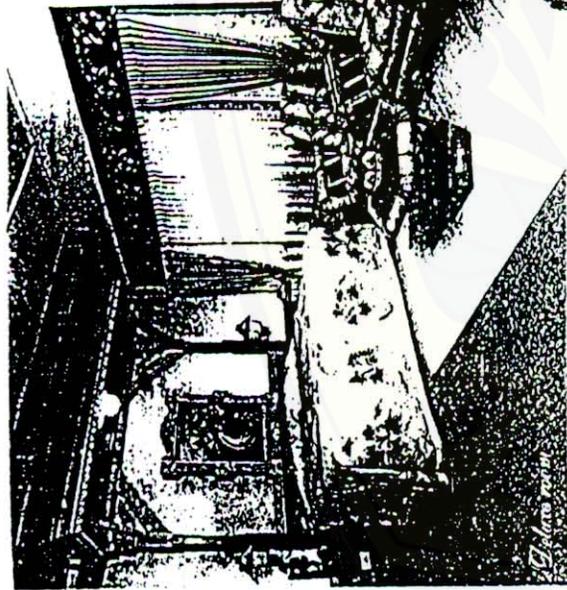
Hotel Features

- 28 Standard & Deluxe Rooms
- 10 Villas with Downstairs & Upstairs Rooms
- Swimming Pool
- Restaurant
- Safe Deposit Box
- Laundry Service



Saraswati Restaurant

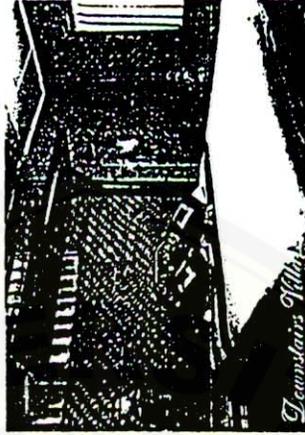
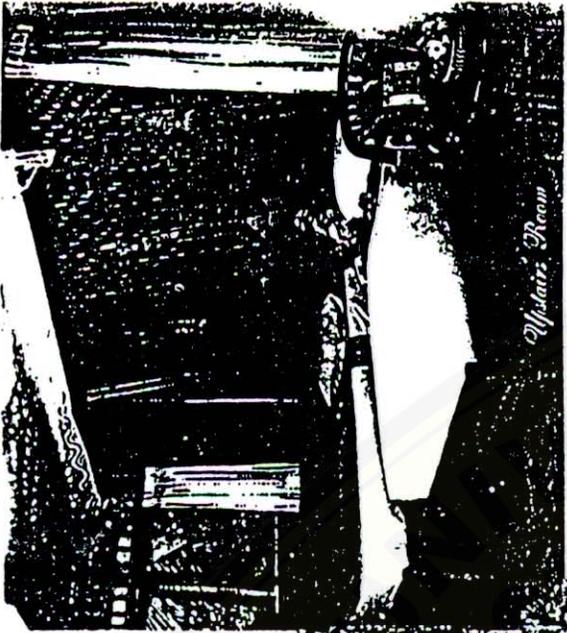
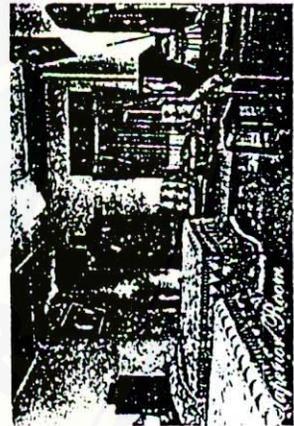
- Authentic Indonesian Cuisines
- Western Favorites
- Variety Drink Choices
- Room Service



Room Facilities

For your comfort all the spacious rooms are equipped with

- Air Conditioning
- Satellite TV
- Minibar
- IDD Phone
- Hot & Cold Water
- Audio Set for Deluxe Rooms
- Private Balcony (except for the Upstairs rooms)



Villa

These unique villas offer a comfortable stay with bamboo interior and surrounded by well-kept tropical gardens.

The villas are designed with

- Kitchen
- Lounge room with fan cooled
- Twin Bed in Upstairs rooms
- Double bed in Downstairs rooms

Welcome to Puri Deva Bharata Village
 The place where you can experience the ancient style of Balinese haven. It is designed in indigenous traditional architecture with fine stones and woods carving decorate each rooms of the hotel and give the real sense of Balinese atmosphere

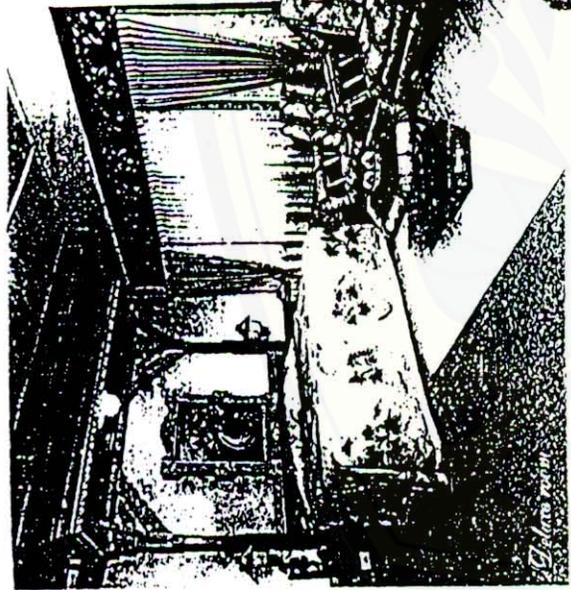
Hotel Features

- 28 Standard & Deluxe Rooms
- 10 Villas with Downstairs & Upstairs Rooms
 - Swimming Pool
 - Restaurant
 - Safe Deposit Box
 - Laundry Service



Saraswati Restaurant

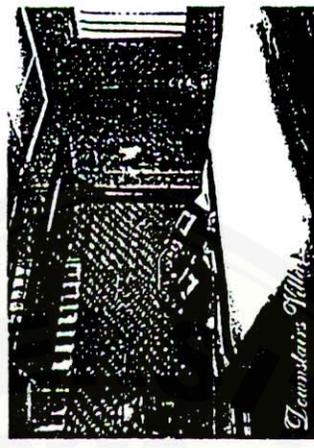
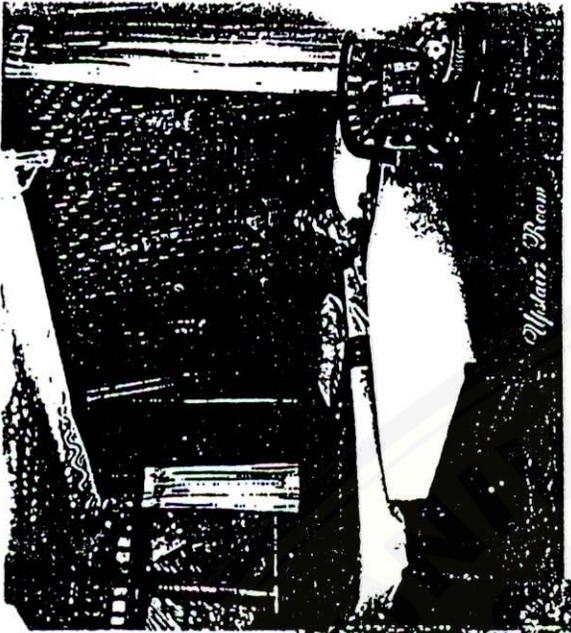
- Authentic Indonesian Cuisines
- Western Favorites
- Variety Drink Choices
- Room Service



Room Facilities

For your comfort all the spacious rooms are equipped with

- Air Conditioning
- Satellite TV
- Minibar
- IDD Phone
- Hot & Cold Water
- Audio Set for Deluxe Rooms
- Private Balcony (except for the Upstairs rooms)

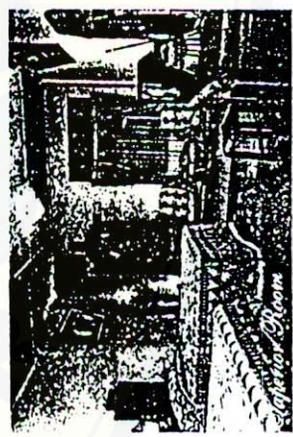


Villa

These unique villas offer a comfortable stay with bamboo interior and surrounded by well-kept tropical gardens.

The villas are designed with

- Kitchen
- Lounge room with fan cooled
- Twin Bed in Upstairs rooms
- Double bed in Downstairs rooms

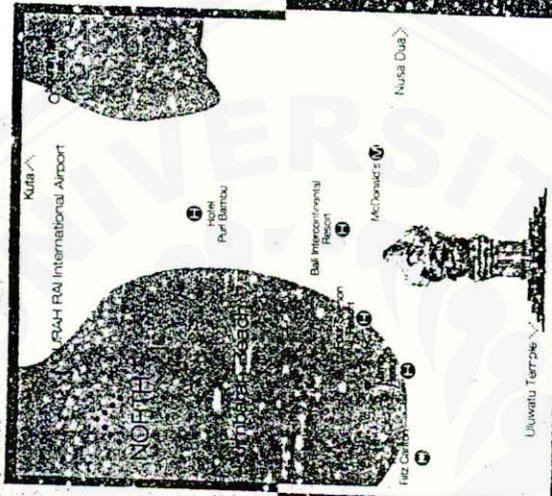
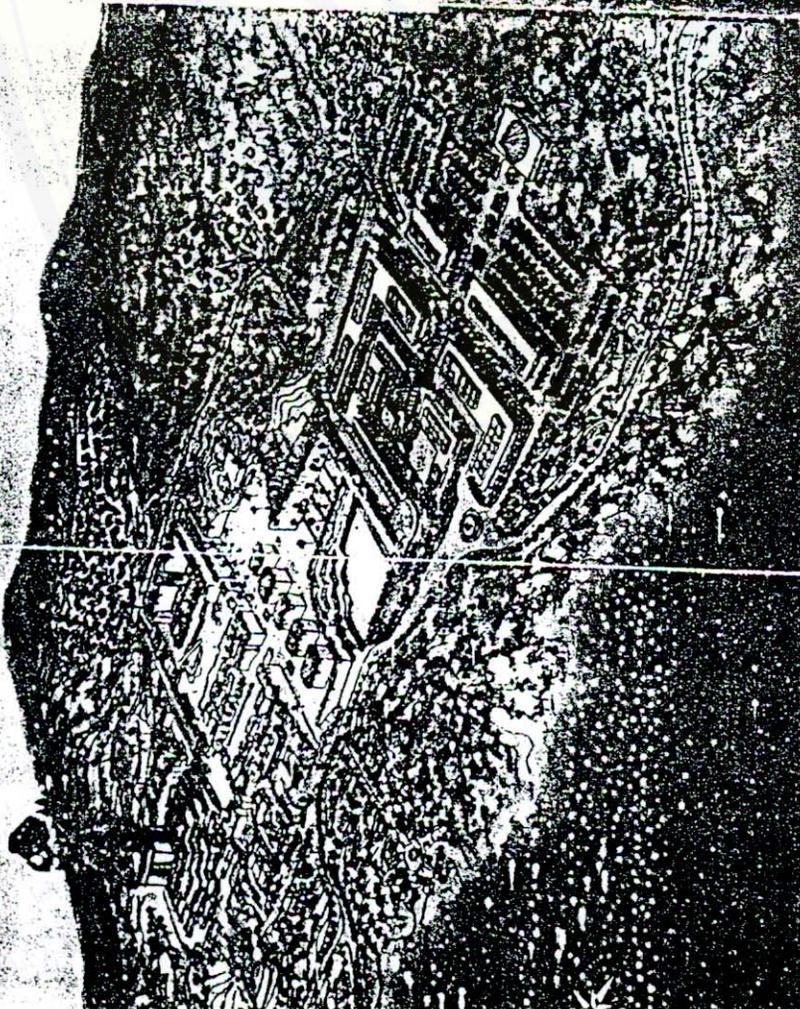


the international airport and less than an hour from most major hotels and resorts, GWK is one of the island's premier venues for artistic performances, exhibitions, and conferences as well as for sightseeing and relaxation.

Situated on a limestone escarpment overlooking the South Bali tourist region, Garuda Wisnu Kencana Cultural Park showcases the art and culture of the Island of the Gods amid dramatic natural backdrops and breathtaking panoramic vistas. Located fifteen minutes from

the 250 ha site incorporates a wide range of attractions, performance spaces, and food and beverage outlets. Like the royal palaces of old Bali, visitors to GWK will find both monumental architecture and spiritual tranquility, all enhanced by efficient facilities and services. Whether

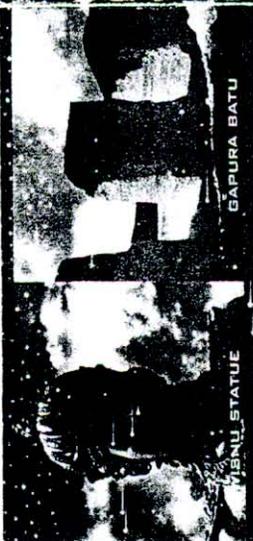
arriving as one of thousands attending a cultural event, or alone to enjoy an al fresco drink and snack while watching the sunset, a visitor will experience the wonder of Balinese culture and the hospitality of the Balinese people.



The Landmark of Indonesia GARUDA WISNU KENCANA CULTURAL PARK

Jl. Raya Uluwatu, Desa Unggasan,
Badung 80364 Bali - Indonesia
Tel: +62 361 703603 - Fax: +62 361 703626
E-mail: gwk@gwk-bali.com
www.gwk-bali.com





GAPURA BATU



SARAHYANDAN SOMAKA GIRI



STREET THEATRE



PLAZA KURA KURA

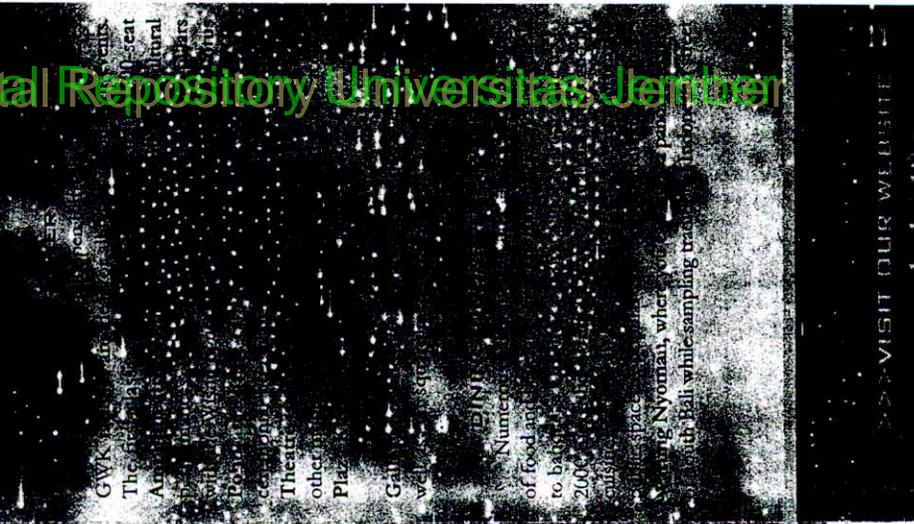
EXHIBITION GALLERY



GARUDA STATUE



MEMEDI RESTAURANT



Don't miss the chance to witness a burst of Balinese daily construction work in Ubud, Bali, as the Garuda is being repaired during the divine ceremony responsible for the protection of the universe, the 22 meters Wisnu figure is a modern rendering of an ancient cultural tradition. The companion piece, Garuda, represents the eagle bird which transports Wisnu, a symbol of both freedom and selfless devotion.

The two 25-meter natural stone pillars comprising the Garuda figure are the main pillars of the complex. They are carved from a single piece of stone in a traditional Balinese style, with intricate carvings and a highly detailed design.

GWK is a natural stone sculpture park in Ubud, Bali. The area is a beautiful blend of traditional Balinese art and modern architecture. An exhibition gallery is located in the park, featuring a variety of cultural artifacts and a collection of traditional Balinese puppets.

The Garuda is a traditional Balinese sculpture, often found in the Plaza Kura Kura. It is a symbol of power and protection, and is often used as a decorative element in traditional Balinese architecture.

Garuda is a mythical creature, often depicted as a bird with a human face. It is a symbol of power and protection, and is often used as a decorative element in traditional Balinese architecture.

Garuda is a mythical creature, often depicted as a bird with a human face. It is a symbol of power and protection, and is often used as a decorative element in traditional Balinese architecture.



Tanggal : 23 Mei 2006
 Nomor : 019/HR-MKT-CR/V/2006
 Lampiran : 1 bundel
 Perihal : Corporate Rate

Kepada
BIMC KRISNO Tour & Travel
 Peruri Gunung Batu EE No. 34
 Jember - Jawa Timur
 Phone/Fac. : (0331) -333 557
 Hp.: 0815 5951 9405
 U/p.: Bapak Andri

Dengan hormat,

Bersama ini kami kirimkan Corporate Rate Hotel Ramayana periode 01 Januari s/d 20 Desember 2006 sebagai berikut :

Sebelumnya kami informasikan bahwa kapasitas terpasang kamar-kamar di Hotel Ramayana sebanyak **40 rooms atau 81 pax** terdiri dari :

- 01. **Air Conditioned Room** sebanyak : **32 rooms atau 64 pax.**
- 02. **Non Air Cond. Room** sebanyak : **08 rooms atau 17 pax.**

Tetapi apabila ditambah **Extra Mattress** kapasitasnya dapat ditingkatkan menjadi **40 rooms atau 115 pax** sebagai berikut :

- 01. **Air Conditioned Room** sebanyak : **32 rooms atau 98 pax.**
- 02. **Non Air Cond. Room** sebanyak : **08 rooms atau 17 pax.**

Selanjutnya kami informasikan bahwa hotel facilities kami meliputi :

- 01. **Coffee Shop : Open 06.00.AM - 10.00.PM**
- 02. **Room Service : Open arround the clock (24 hours).**
- 03. **Rama Karaoke : Daily open : 06.00.PM - 10.00.PM.**
- 04. **Convention Hall capacity :**

- 04.01. **Standing Party** : **500 pax.**
- 04.02. **Class Room Style** : **250 pax.**
- 04.03. **Restaurant Style** : **150 pax.**
- 04.04. **U _ Shape Style** : **60 pax.**

05. **Meeting Room capacity :**

- 05.01. **Class Room Style** : **75 pax.**
- 05.02. **Restaurant Style** : **60 pax.**
- 05.03. **U-Shape Type Style** : **30 pax.**

@ F.I.T.(FREE INDIVIDUAL TRAVELLER RATE) - CONTINENTAL PLAN :

NO.	JENIS KAMAR	JUML. KAMAR	DIISI 2 ORANG	DIISI 3 ORANG	DIISI 4 ORANG
@	AIR COND.ROOM				
01.	Superior Dbl	12 #	220.000,--	270.000,--	320.000,--
02.	Standard Dni/Twn	18 #	160.000,--	210.000,--	260.000,--
03.	Economic Dbl	02 #	115.000,--	X	X
04.	Extra Mattress	X	50.000,--/orang	X	X

Hal 1 dari 4

Your home
 away from home



@	NON AIR COND ROOM				
01.	Econ.Pr.BR Dbl	32 #	95.000,--	X	X
02.	Econ.Pb.BR Dbl/Tpi	07 #	70.000,--	100.000,--	X

@ G.I.T.(GROUP INSENTIVE TRAVELLER RATE) - CONT. PLAN :

NO.	JENIS KAMAR	JUML. KAMAR	DIISI 2 ORANG	DIISI 3 ORANG	DIISI 4 ORANG
@	AIR COND.ROOM	32 #	160.000,--	210.000,--	260.000,--
@	NON AIR COND ROOM	9 #	80.000,--	115.000,--	X

@ STUDENT RATE - CONTINENTAL PLAN

NO.	JENIS KAMAR	JUML. KAMAR	DIISI 3 ORANG	DIISI 4 ORANG	DIISI 5 ORANG
@	AIR COND.ROOM	32 #	60.000,--/orang	55.000,--/orang	50.000,--/orang
@	NON AIR COND ROOM	9 #	35.000,--	30.000,--	X

@ NOTE :

- 01.Harga tersebut diatas sudah termasuk Breakfast dan Service Charge & Government Tax.
- 02.Minimum order untuk - Group Insentive Traveller Rate atau Package Rate adalah sebanyak 10 rooms,pesanan dibawah 10 rooms (dibawah minimum order) termasuk dalam Free Individual Traveller Rate.
- 05.Free Charge of Room sebanyak 01 room untuk Group Leader atau Tour Leader,tidak berlaku untuk kelipatannya.

@ MEAL RATE :

NO.	DESCRIPTION	SERVE ON BUFFET (Rp.)
01.	Luncheon (Indonesian) Buffet	17.500,--
02.	Dinner (Indonesian) Buffet	20.000,--
03.	Coffee Break	15.000,--
04.	Snack Box	12.500,--

@ NOTE :

- 01.Harga-harga tersebut diatas sudah termasuk Service Charge & Government Tax.
- 02.Minimum order untuk Buffet sebanyak 30 portion
- 03.Komposisi menu sesuai dengan yang telah ditetapkan.
- 04.Anak-anak dibawah usia 6 tahun dikenakan charge sebesar 75%.

@ ROOM FACILITIES :

01.Superior Room :

- a.AC Split
- b.Spring Bed
- c.TV Colour - 21 inchi
- d.Bathtub : Hot & Cold Water.



02. Standard Room :

- a. AC Window
- b. Tempat Tidur Kayu Jati
- c. TV Colour – 14 inchi
- d. Bath tub : Hot & Cold Water

03. Economic Room :

- a. Fan
- b. Tempat Tidur Kayu Jati
- c. Cold Water Only
- d. Private Bathroom dan Public Bathroom

@ HOTEL FACILITIES :

- a). Coffee Shop daily open : 06.00.WIB – 22.00.WIB
- b). Room Service daily open : Around The Clock (24 hours Open).
- c). "RAMA" Resto - Café & Karaoke daily open :
 - Sunday – Wednesday : 20.00.WIB – 24.00.WIB.
 - Thursday : Closed.
 - Friday & Saturday : 20.00.PM - 02.00.AM.
- d). "RAMA" Convention Hall : on request
- e) "Shinta" Meeting Room : on request
- f). Car Rental : Kijang Kapsul & Minibus L-300 Mitshubishi
- g). Laundry : one day service
- h). Taxi Service Call : around the clock (24 hours)
- i). Fascimile Rental : available on Office Hours
- j). Parking Area capacity : 5 Big Buses or 20 Cars

@ CORPORATE RATE PERIOD :

- a). Corporate Rate ini berlaku dari tanggal 01 Januari 2006 s/d 20 Desember 2006
- b). Corporate Rate tidak berlaku untuk tanggal-tanggal sbb.:
 - Tanggal 22 s/d 28 Oktoberber 2006.
 - Tanggal 24 s/d 31 Desember 2006.

@ RESERVATION & CANCELLATION :

01. Konfirmasi pesanan untuk Group se-lambat-lambatnya H-30 dengan membayar Deposit sebesar 50% dari Total Pesanan dan ditransfer kepada :

Sulistiono Danu Kusumo & Mulawarman Mandai
Rekening no.: 1260 4522 89
Bank Central Asia
K.C.P. Mangkubumi
Yogyakarta

02. Bukti transfer harap dikirim ke :

Marketing Departement
Hotel Ramayana
Jl. Sosrowijayan no.: 33
Yogyakarta 55271

Atau di-fax ke: (0274) -514890

Hal 3 dari 4


Your home,
away from home



03. Pembatalan pesanan se-lambat-lambatnya H-15 dengan dikenakan Cancellation Fee sebesar 50% dari Total Deposit yang seharusnya dibayar (lihat poin 1).
04. Pembatalan pada H-1 atau Now Show dikenakan Cancellation Fee sebesar 100% dari Total Deposit yang seharusnya dibayar (lihat poin 1).

@ LAIN -LAIN :

01. Late Check Out antara jam 12.00.WIB – 18.00.WIB dikenakan Late Check Out Charge sebesar 50% dan Full Charge setelah lewat jam 18.00.WIB.
02. Early Morning Charge sebesar 100% antara jam 00.00.WIB – 06.00.WIB.

Terlampir kami sertakan **PACKAGE SEMINAR/ PACKAGE MEETING TARIFF.**

Demikian Corporate Rate ini disampaikan atas perhatian dan kerja sama yang baik sebelumnya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 23 Mei 2006.

Management


Sulistiono D.
Marketing Manager

CC.: - File.
Sdk/jl.



HALL & MEETING ROOM TARIFF

Valid untill – 20 December 2006

NO.	DESCRIPTION	TARIFF (Rp.)	REMARK
01.	RAMA PACKAGE SEMINAR - Duration : 8 hours	1.400.000,-- Min.Order 100 pax	- Hall, Staffing, Sound System Standard, Seminar Tools & Kit.
02.	RAMA PACKAGE PARTY - Duration : 4 hours	1.750.000,-- Min.Order 250 pax	- Hall, Staffing, Sound System Standard, Buffet Table (2 set). - Bride room (2 rooms)
03.	SHINTA PACKAGE MEETING - Duration : 8 hours	550.000,-- Min.Order 30 pax	- Room, Staffing, Sound System Standard, Seminar Tools & Kit.
04.	RAMA FULLDAY SEMINAR - Duration : 8 hours	72.500,-- Min.Order 100 pax	- Hall, Staffing, Sound System Standard, Seminar Tools & Kit. - Lunch Buffet - Coffee Break (2 X)
05.	RAMA FULLBOARD SEMINAR - Duration : 12 hours	a).180.000,-- / Pax (1 room = 2 pax) Max.Order 60 pax b). 165.000,--/ pax (1 room = 3 pax) Max.Order : 90 pax	- Hall, Sound System Standard, Seminar Tools & Kit, Staffing - Guest Room - Brekfast, Lunch & Dinner Buiffet) - Coffee Break (2 X)
06.	SHINTA FULLDAY MEETING - Duration : 8 hours	70.000,--/ pax Min.Order : 30 pax	- Meeting Room, Staffing, Sound System Standard, Seminar Tools & Kit. - Lunch Buffet - Coffee Break (2 X)
07.	SHINTA FULLBOARD MEETING - Duration : 12 hours	a).175.000,--/ Pax (1 room = 2 pax) Max.Order : 40 pax b).160.000,--/ pax (1 room = 3 pax) Max.Order : 40 pax	- Meeting Room, Sound System Standard, Seminar Tools & Kit, Staffing - Guest Room - Brekfast, Lunch & Dinner Buiffet) - Coffee Break (2 X)



@ NOTE :

01. Harga tersebut diatas sudah termasuk Service Charge & Government Tax.
02. Additional Charge untuk :
 - a). Rama Package Seminar sebesar Rp.3.500,-- per pax.
 - b). Rama Package Party sebesar Rp. 1.750,-- per pax.
 - c). Rama Package Party style adalah Standing Party.
 - d). Shinta Package Meeting sebesar Rp. 3.000,-- per pax.
03. Over Time 10% per hours.
04. Handling Fee sebesar Rp. 350.000,-- (khusus Catering dari luar)

Yogyakarta, 01 Pebruari 2006
Management


Sulistiono
Marketing Manager

CC.: - File.

BALI BIRD PARK



Discover the Bali Bird Park...

Cand...

Enter a fascinating world of exotic sights and sounds...at Bali's stunning Bird Park.

A cast of hundreds of the world's rarest and most beautiful birds greet you as you stroll through tropical gardens; highly endangered endemic Bali Starlings, South American Macaws and Australian Cockatoos in their kaleidoscopic plumage, stately African Crowned Cranes and Tanzanian Flamingos mill serenely by the waters edge and Pelicans floating quietly in shimmering lotus ponds, are just some of the marvelous sights you will experience.

The variety and radiance of Indonesian Parrots will captivate and enthrall you, and rare Cassowaries, Black Palm Cockatoos, Hornbills and one of the world's largest and most varied collection of "Birds of Paradise" will fascinate you.

Birds aren't the only exciting creatures at the park. Rare Komodo Dragons also make their home here. Set in magnificent botanical gardens the BALI BIRD PARK offers

waterfalls creates a perfect environment for, not only our birds, but also a Lotus and Water Lily collection.

As you stroll throughout the park, your eyes will continually alight on a multitude of diverse Palms and rich tropical flora. Wander through our mist-shrouded Walk-in Aviary - home to free flying birds in a dense rain-forest setting. With our advanced nursery, fully trained staff and Park Veterinarian, BALI BIRD PARK is a caring home for the birds and an unforgettable experience for visitors all ages.

At the restaurant our talented chefs combine the freshest ingredients in a variety of Indonesian and Western dishes, served for your pleasure in an unforgettable setting... watching Flamingos and listening to song birds rarely heard outside of Indonesia.

A perfect way to relax and enjoy a gourmet meal - and why not start your day in a realm of natural fantasies - "Breakfast with the birds". At the BALI BIRD PARK we tempt you to linger and enjoy our fascinating living



Taman BURUNG BALI BIRD PARK

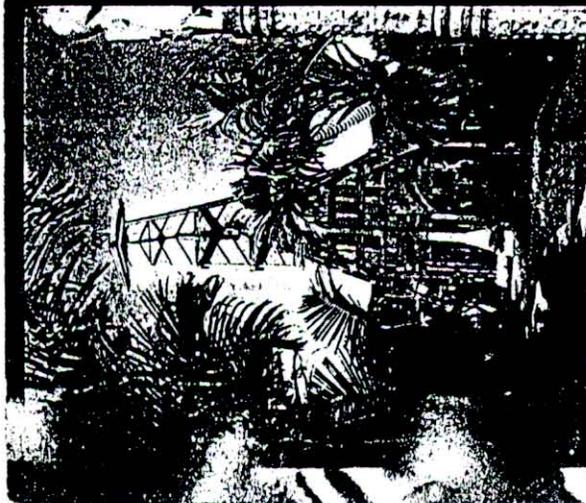


Open Daily from 8 am to 6 pm



Taman BURUNG BALI BIRD PARK

PT. Taman Burung Citra Bali International
Jl. Satria Cok Nusatra Gembira Singaperbangsa
Batubulan, Gianyar, Bali, Indonesia



The only Bird Park in Bali

1.5 Hektar (3.75 Acre) of Bird Park

Over 1000 Birds

Spectacular Rain-Forest Walk-in Aviary

HECTARES OF TROPICAL GARDENS

Breakfast with the Birds

A la Carte and Buffet - Lunch

Unique Souvenir Shop

and lots more to discover!





SARI TANJUNG

DIVE and WATER SPORTS

Jl. Pratama No. 68 A Nusa Dua
Phone : (0361) 772518

Sari Tanjung Special Price

Nett Price / Person / Valid until Dec 2003

Watersport activities – Min 2 person

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| * Parasailing – 1 round | : Rp.25.000 |
| * Jetski – 15 minutes | : Rp.50.000 |
| * Banana boat – 15 minutes | : Rp.20.000 |
| * Wake board – 15 minutes | : Rp.50.000 |
| * Waterski – 15 minutes | : Rp.50.000 |
| * Glass Bottom Turtle Island | : Rp.100.000 / Boat |

Terms and Condition : Price Includes > Transportation

Snorkeling – Min 2 person

- | | |
|--|---------------------|
| * Nusa Dua Reef - 1 hour | : Rp. 50.000 / pax |
| * Tulamben (Full Day) | : Rp. 150.000 / pax |
| * Nusa Penida – Lembongan (Full Day) | : Rp. 250.000 / pax |

**Terms and Condition : Full day Snorkeling Tour Includes > Transportation
> Lunch Box
> Soft Drink**



SARI TANJUNG DIVE and WATER SPORTS

Jl. Pratama No. 68 A Nusa Dua
Phone : (0361) 772518

Dolphin & Fishing Tour

- * Dolphin Tour : Rp.250.000
- * Coral Deep Sea Fishing : Rp.270.000
- * Trawling Fishing : Rp.300.000

Terms and Condition : *Dolphin*

- > Lunch
- > Soft Dink
- > Transportation

Fishing

- > Transportation
- > Lunch Box
- > Soft Drink
- > Lure
- > Gear

If there is any other information that you might need to know, please do not hesitate to contact us.

Best Regar ds,

Natasha Spiro
Marketing Department
Sari Tanjung Dive Watersport & Spa
Tel 0361 – 772518
Fax 0361 – 778883
Email saritanjung@dps.centrin.net.id
Jl. Pratama No.68 A – Nusa Dua



SARI TANJUNG DIVE and WATER SPORTS

Jl. Pratama No. 68 A Nusa Dua
Phone : (0361) 772518

Introductory Dive for Beginner

<u>Destinention</u>	<u>Time</u>	<u>Rupiah</u>
* Nusa Dua	1 x dive	Rp.160.000
* Nusa Dua	2 x dive	Rp.300.000
* Tulamben	2 x dive	Rp.400.000
* Amed	2 x dive	Rp.400.000
* Menjangan Island	2 x dive	Rp.650.000
* Lembongan – Nusa penida	2 x dive	Rp.500.000

Terms and Condition : Price includes

- > Transportation
- > Full Diving Equipments
- > Lunch Box
- > Soft Drink
- > Dive Master / Instructor
- > Insurance

Dive Course

<u>Dive Point</u>	<u>Time</u>	<u>US\$</u>
Open Water Dive Course	4 days	US\$ 260
Advanced Open Water	2 days	US\$ 220

Terms and Condition: Price includes

- > Transportation
- > Lunch Box
- > Soft Drink
- > Equipment
- > Insrtuctor
- > Certification

YOSCHI'S HOTEL

Bar & Restaurant



Tour & Ticket Reservation, Tourist Service Centre, Money Changer
 Wonokerto 1 Sukapura Bromo (0335) 541018, 541091 Fax. (0335) 541091
 Probolinggo 67254 - Indonesia

Ref No : 001/IX/YGR-PKS/2002
 Peril : KERJASAMA & PROMOSI TERPADU



Dengan hormat,

Dapak/Ibu yang kami hormati, kami dari Hotel YOSCHI'S di Gunung Bromo, ingin menjalin hubungan kerja sama dan promosi terpadu yang berkesinambungan. Bersama ini pula kami sampaikan informasi Harga kamar & data fasilitas Hotel Yoschi's, yang berlaku mulai bulan Januari 2002.

The Yoschi's Hotel, Bar & Restaurant is the place with a special, warm atmosphere invite you to stay several days and relax in a cool, fresh air, not far a way from Mt. Bromo. Every morning Transport to Mt. Bromo or View point (Mt. Pananjakan) to see the sunrise. Lot's of info about hiking tracks available.

The Restaurant service Indonesian and Western Food; Brown bread, Yoghurt, Ice cream, Potatoe dishes, etc.

Room and Cottages with hot shower, terrace, big and nice garden will welcome you.

HOTEL ROOM RATES

15 ECONOMY ROOMS	Rp.	45.000,-
3 STANDARD ROOMS	Rp.	75.000,-
2 FAMILY COTTAGES ALL WITH HOT SHOWER	Rp.	210.000,-
5 DELUXE COTTAGES	Rp.	165.000,-
EXTRA BED	Rp.	25.000,-

ATTENTION.

Subject to 15 % Government tax & Service charge

FOR FURTHER INFORMATION, PLEASE CONTACT :

Phone (0335) 541018, 541091
 Fax (0335) 541046

WE WISH YOU PLEASANT STAY IN YOSCHI'S AND WE HOPE YOU WILL RECOMMENDED US TO OTHERS.

Di B :

Bersama ini pula kami sampaikan Disc Vaucher 15%, Commission Fee Agent 25 %. Atas bantuan & Kerja samany. Ucapkan terima kasih .
 Mohon dibalas. xvi

THANK'S

 YOSCHI'S AND STAFF