



**PELAYANAN *TOUR GUIDE* DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN WISATAWAN DI *TREASURE BAY*
BINTAN**

*Tour Guide Service In Increasing Tourist Satisfaction
At Treasure Bay Bintan*

LAPORAN TUGAS AKHIR

Oleh

**Mochamad Ubaidillah
NIM 150903102006**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2018**



**PELAYANAN *TOUR GUIDE* DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN WISATAWAN DI *TREASURE BAY*
BINTAN**

LAPORAN TUGAS AKHIR

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Usaha Perjalanan Wisata (DIII)
dan mencapai gelar Ahli Madya

Oleh

**Mochamad Ubaidillah
NIM 150903102006**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2018**

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Yang saya sayangi dan cintai kedua orang tua saya, Ayahanda M. Ridho dan Ibunda Supatmi yang selalu memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, kesabaran, dukungan dan doanya selama ini;
2. Guru-guru saya sejak taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi, terima kasih telah memberikan wawasan, ilmu pengetahuan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran;
3. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTO

“Hidup adalah sederet situasi pemecahan masalah. Sukses atau gagalnya kehidupan kita tergantung dari seberapa efektif kita menentukan dan memecahkan masalah di depan kita”

(Scott Peck)

“Seseorang yang bertindak tanpa ilmu ibarat bepergian tanpa petunjuk. Dan sudah banyak yang tahu kalau orang seperti itu sekiranya akan hancur, bukan selamat”.*)

(Hasan Al Basri)

*) <https://www.kepogaul.com/inspirasi/kumpulan-motto-hidup-islami/>

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Mochamad Ubaidillah

NIM : 150903102006

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pelayanan *Tour Guide* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di *Treasure Bay* Bintang” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 22 Oktober 2018

Mahasiswa,

Mochamad Ubaidillah
NIM 150903102006

LAPORAN TUGAS AKHIR

**PELAYANAN *TOUR GUIDE* DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN WISATAWAN DI *TREASURE BAY*
BINTAN**

Oleh

Mochamad Ubaidillah
NIM 150903102006

Pembimbing

Dosen Pembimbing : Pramesi Lokaprasidha, S.S., M.Par.

PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir berjudul “Pelayanan *Tour Guide* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di *Treasure Bay* Bintang” karya Mochamad Ubaidillah telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : 22 Oktober 2018

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Rebecha Prananta, S.Si., M.Si.
NIP. 198612032015042002

Sekretaris,

Anggota,

Pramesi Lokaprasidha, S.S., M.Par.
NIP. 198801052015042003

Dra. Sri Wahjuni, M.Si.
NIP. 195604091987022001

Mengesahkan
Dekan,

Dr. Ardiyanto, M.Si.
NIP 195808101987021002

RINGKASAN

Pelayanan *Tour Guide* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di *Treasure Bay Bintan*; Mochamad Ubaidillah ; 150903102006; 2018; 58 Halaman; Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.

Praktek Kerja Nyata (PKN) dilaksanakan pada tanggal 08 Januari 2018 sampai tanggal 07 Juni 2018. Adapun tujuan melaksanakan Praktek Kerja Nyata di PT. Bintan Hotel Utama atau *Treasure Bay Bintan* adalah untuk mengetahui Pelayanan *Tour Guide* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di *Treasure Bay Bintan*.

Industri pariwisata di bidang jasa seperti PT. Bintan Hotel Utama atau *Treasure Bay Bintan* merupakan industri pariwisata yang memiliki kelebihan – kelebihan khusus yang tidak mungkin didapatkan dari produk industri lain. *Treasure Bay Bintan* saat ini menjadi kawasan *recreation* terbesar di Indonesia maupun kawasan Asia Tenggara dan satu-satunya di Kawasan Pariwisata Lagoi Bintan Kepulauan Riau. Dengan adanya tempat *recreation* terbesar tersebut akan dapat menambah pelayanan di bidang transportasi, akomodasi, fasilitas, tempat wisata dan hiburan.

Setiap *recreation* yang dijual dan ditawarkan kepada wisatawan, pihak *Treasure Bay Bintan* selalu memberikan pelayanan jasa dengan melibatkan seorang *tour guide* di dalam aktivitas wisatawan untuk menjaga fasilitas perusahaan dari kerusakan, menjaga keamanan wisatawan, memberikan informasi tentang *Treasure Bay Bintan*, bertanggung jawab dalam memberikan kesan terbaik perusahaan kepada semua wisatawan sebagai salah satu upaya meningkatkan kepuasan wisatawan. Pelayanan yang diberikan oleh *tour guide* pada *Treasure Bay Bintan*, diberikan sejak tamu tersebut datang hingga kembali. *Guide* di *Treasure Bay Bintan* harus memiliki *personality* yang baik dan wawasan luas agar dapat memberikan pelayanan maksimal kepada wisatawan. Tugas *tour guide* di *Treasure Bay Bintan* telah diatur dalam *standard operational procedure* seperti menyambut wisatawan, penjemputan wisatawan, bertanggung jawab pada

fasilitas permainan atau *activity* seperti *electric scooter*, *mini atv*, *e-train*, *segway* dan *airsoft gun*. Dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan terdapat beberapa unsur yang perlu *tour guide* ketahui seperti kualitas pelayanan *tour guide*, kepuasan pelanggan, kepribadian *tour guide* dan standar operasional prosedur di *Treasure Bay* Bintan.

Tour guide di *Treasure Bay* Bintan sudah melakukan *role play* yang seharusnya diterapkan kepada wisatawan, hal tersebut membuktikan bahwa tugas seorang *tour guide* berhasil dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya *guest comment* wisatawan yang ada di *TripAdvisor*. *Tour guide* di *Treasure Bay* mampu bekerja secara profesional dan maksimal dalam memberikan pelayanan kepada tamu, sehingga dapat memberikan keuntungan serta pengalaman yang berkesan bagi wisatawan dan perusahaan *Treasure Bay* Bintan.

PRAKATA

Puji Syukur kehadirat Allah S.W.T atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pelayanan *Tour Guide* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di *Treasure Bay* Bintang”. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Diploma III pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember. Penyusunan tugas akhir ini tidak dapat lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ardiyanto, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember;
2. Dr. Akhmad Toha M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember;
3. Dra. Sri Wahjuni, M.Si., selaku Ketua Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember;
4. Drs. Sutrisno, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik;
5. Pramesi Lokaprasidha, S.S., M.Par., selaku Dosen Pembimbing Laporan Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, kesabaran dan perhatian dalam penulisan tugas akhir ini;
6. Indra Perdana Wibisono, S.ST., M.M., selaku Dosen Supervisi yang telah meluangkan waktunya untuk memantau saya selama praktek kerja nyata.
7. Seluruh staf pengajar Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember yang telah ikhlas memberikan ilmu dan pengalaman yang berguna bagi penulis;
8. Keluarga Besar *Treasure Bay* Bintang dan *Attraction Department*, terimakasih telah bersedia memberikan kesempatan, bimbingan dan wawasan ilmu pengetahuan ketika penulis melaksanakan praktek kerja nyata;

9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2015, terimakasih atas dukungan dan kebersamaannya selama ini;
10. Serta untuk pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih untuk semuanya;
11. Almamaterku tercinta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat banyak kekurangan, maka penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan karya tulis ini. Akhirnya penulis berharap, semoga karya tulis ini dapat bermanfaat.

Jember, 22 Oktober 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKARTA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata.....	3
1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata.....	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pariwisata	5
2.1.1 Pengertian Pariwisata.....	5
2.1.2 Unsur-Unsur Pariwisata	6
2.2 Pengertian Destinasi Pariwisata	7
2.3 Kualitas Pelayanan	10
2.4 Pengertian Kepuasan.....	14
2.5 Peranan <i>Tour Guide</i>	17

BAB 3	GAMBARAN UMUM	21
3.1	Sejarah Perusahaan	21
3.2	Informasi Umum	21
3.2.1	<i>First Crystal Lagoons</i> Asia Tenggara	22
3.2.2	Tentang <i>Crystal Lagoons</i>	23
3.3	Visi dan Misi Perusahaan	23
3.3.1	<i>Landmark Bhd</i>	23
3.3.2	<i>Treasure Bay</i> Bintang	24
3.4	Struktur Organisasi Perusahaan	24
3.4	Struktur Organisasi <i>Department Attraction</i>	26
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1	Deskripsi Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	27
4.1.1	Tempat Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	27
4.1.2	Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	27
4.2	Kegiatan yang Dilakukan Selama Praktek Kerja Nyata	28
4.3	Pelayanan <i>Tour Guide</i> dalam Melayani Wisatawan di <i>Treasure Bay</i> Bintang	34
4.3.1	Kualitas Pelayanan <i>Tour Guide</i>	34
4.4.2	Kepuasan Pelanggan	37
4.4	Peranan <i>Tour Guide</i>	38
4.4.1	Kepribadian <i>Tour Guide</i>	40
4.4.2	Standar Operasional Prosedur Pelayanan Wisatawan	42
4.4.3	<i>Guest Comment</i> di <i>Treasure Bay</i> Bintang	51
BAB 5	PENUTUP	54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran	54
DAFTAR PUSTAKA		56
DAFTAR LAMPIRAN		59

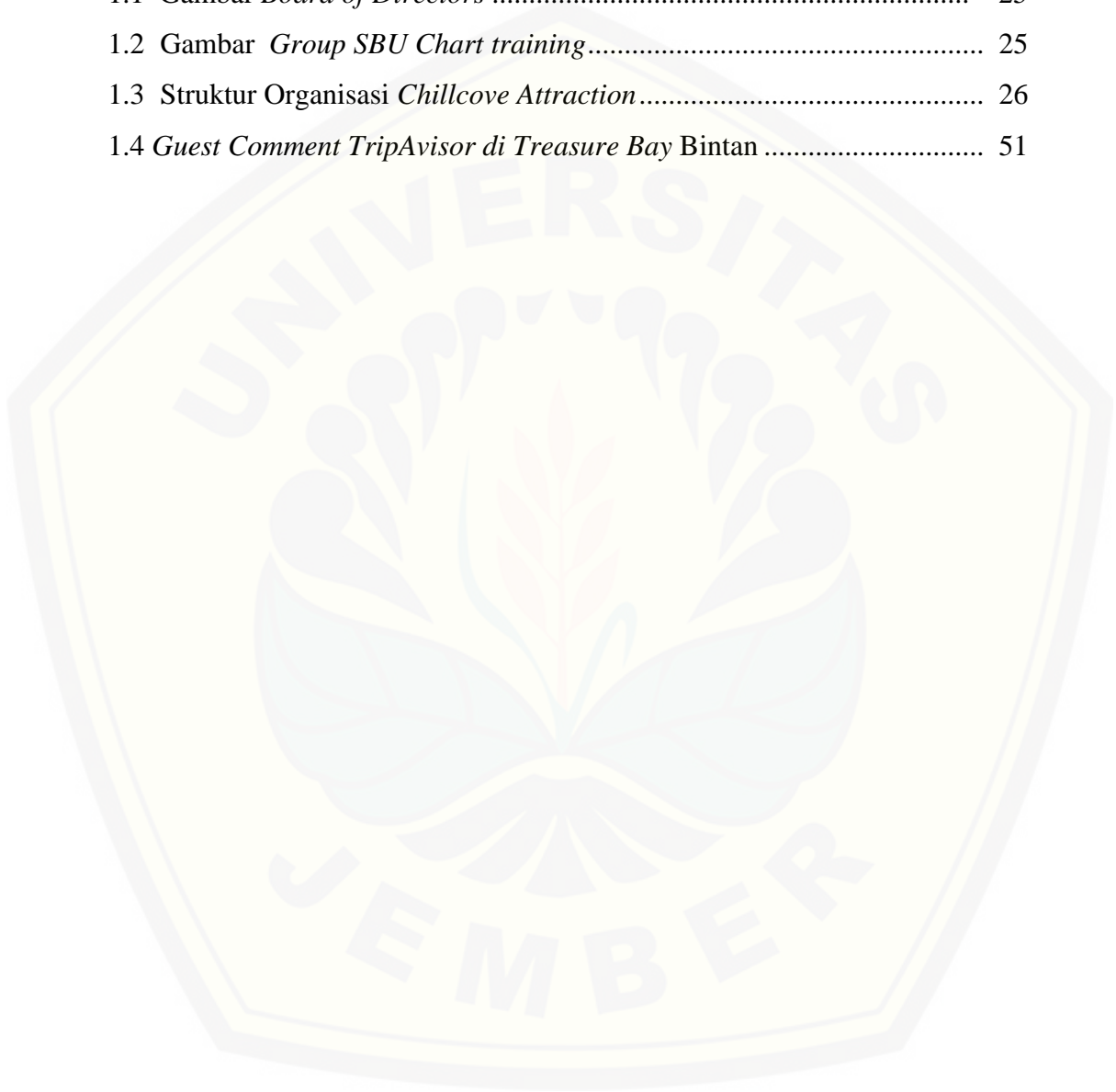
DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Kegiatan yang dilakukan pada saat <i>training</i>	28



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Gambar <i>Board of Directors</i>	25
1.2 Gambar <i>Group SBU Chart training</i>	25
1.3 Struktur Organisasi <i>Chillcove Attraction</i>	26
1.4 <i>Guest Comment TripAdvisor di Treasure Bay Bintan</i>	51



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Lembar Persetujuan Proposal Magang.....	59
2. Surat Permohonan Tempat Magang.....	60
3. Surat Balasan atas Permohonan Praktek Kerja Nyata.....	61
4. Surat Tugas Praktek Kerja Nyata.....	62
5. <i>Form</i> Penilaian Hasil Praktek Kerja Nyata.....	63
6. Sertifikat.....	64
7. Gambar 1. Daftar harga <i>Activity Chill Cove Attraction</i> di <i>Treasure Bay</i> Bintang.....	65
8. Gambar 2. Alat Permainan di <i>Land Attraction Treasure Bay</i> Bintang.....	66
9. Gambar 3. <i>Tour Guide Entrance In Lobby Treasure Bay</i> Bintang.....	67
10. Gambar 4. <i>Farewell Party</i> di <i>Treasure Bay</i> Bintang.....	67
11. Gambar 5. <i>Team Chill Cove Attraction di Treasure Bay</i> Bintang.....	68

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi pariwisata yang saat ini dikenal oleh masyarakat dunia. Di samping itu Indonesia juga memiliki kekayaan alam yang indah di setiap daerahnya yang membuat Indonesia kaya akan sumber daya alam serta budaya. Kekayaan sumber daya alam dan keragaman budaya tersebut dimanfaatkan dan dikelola dengan baik oleh pemerintah maupun masyarakat untuk dijadikan suatu kegiatan pariwisata. Menurut Murphy dalam Pitana (2005:45), pariwisata adalah keseluruhan dari elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain-lain) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen.

Kegiatan pariwisata selalu melibatkan banyak lapisan dalam pelaksanaannya seperti masyarakat, organisasi swasta maupun pemerintahan. Pariwisata yang multi fungsi tersebut harus diimbangi dengan sebuah pelayanan maksimal yang diberikan oleh suatu industri jasa kepada wisatawan melalui perantara karyawan maupun pramuwisata. Selain melibatkan banyak wisatawan dalam hal permainan, seorang *guide* harus dapat melayani lebih dari satu wisatawan dengan menawarkan kegiatan diantaranya *recreation*. Wisatawan dapat merasakan *recreation* pada umumnya dalam sebuah *resort*. Salah satu *recreation* yang telah cukup dikenal oleh masyarakat Kepulauan Riau, baik yang ada di Pulau Bintan maupun Pulau Batam adalah *Treasure Bay* Bintan. Penulis sudah melakukan praktek kerja nyata di kawasan yang akan menjadi *recreation* terbesar di Indonesia maupun kawasan Asia Tenggara. Dengan adanya *recreation* terbesar tersebut akan dapat membuka peluang bagi penulis untuk bisa berkerja di kawasan *Treasure Bay* Bintan, sehingga sangat sesuai dengan lingkup studi yang sudah ditempuh.

Treasure Bay Bintan merupakan salah satu kawasan yang menyediakan wahana bermain kolam renang buatan terpanjang pertama se-Asia. Wahana rekreasi ini berada di kawasan *Bintan Resort*, Kabupaten Bintan, Kepulauan Riau.

Recreation pada *Treasure Bay* Bintan khusus disediakan *Chillcove Department* yang difokuskan pada bagian *activity*. Beberapa *recreation* yang ditawarkan diantaranya seperti *ATV, UTV, Airsoft Gun, Mangrove Pontoon Day Tour* atau *Night Tour, Ford Model T, Mini ATV* dan *Junior ATV*. Setiap *recreation* yang dijual dan ditawarkan kepada wisatawan, pihak *Treasure Bay* Bintan selalu memberikan pelayanan jasa dengan melibatkan seorang *tour guide*. Pelayanan sendiri dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan jasa guna menunjang keberlangsungan perusahaan itu sendiri. Pelayanan tersebut meliputi kecepatan melayani, kenyamanan yang diberikan, kemudahan lokasi, harga wajar dan bersaing (Sunarto, 2007:105).

Pelayanan dalam suatu industri pariwisata mempengaruhi eksistensi suatu perusahaan. Khususnya *Treasure Bay* Bintan pelayanan yang diberikan oleh *tour guide* haruslah optimal, profesional dan juga memuaskan wisatawan. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang harus dijaga dengan baik oleh suatu perusahaan jasa agar kepuasan wisatawan dapat dipenuhi. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono dan Chandra, 2005: 195). Kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal penting dan sangat berpengaruh kepada kepuasan wisatawan. Tanpa adanya pelayanan yang tepat, industri jasa pelayanan seperti, produk wisata dan perhotelan akan kurang diminati oleh konsumen (Kotler, 2003: 61)

Pelayanan yang diberikan oleh *tour guide* pada *Treasure Bay* Bintan dimulai sejak tamu tersebut datang hingga ia selesai berlibur dan kembali ke tempat asalnya. *Guide* akan melayani tamu secara optimal, melayani wisatawan hendak melakukan kegiatan wisata ataupun yang disediakan *Treasure Bay* Bintan, *Guide* juga memberikan informasi pelayanan terhadap wisatawan domestik maupun mancanegara tidak dibedakan, semuanya dilakukan secara optimal mengenai area *Treasure Bay* Bintan, menjawab segala pertanyaan yang diajukan wisatawan baik itu yang berhubungan dengan *Treasure Bay* Bintan maupun pertanyaan lainnya.

Guide di *Treasure Bay* Bintan diharuskan memiliki *interpersonal* yang baik dan wawasan yang luas agar dapat memberikan pelayanan yang tepat kepada wisatawan. Menyikapi kejadian tersebut penulis terinspirasi untuk melakukan kegiatan *training* sebagai acuan dalam pembuatan laporan tugas akhir. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan penulis selama masa *training* sebagai *tour guide* di *Treasure Bay* Bintan menjadi nilai tambah dalam menambah ilmu dan pengalaman. Berdasarkan hal tersebut penulis akhirnya tertarik untuk membuat laporan tugas akhir yang berjudul **“Pelayanan *Tour Guide* Dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan Di *Treasure Bay* Bintan”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun Tugas Akhir yang sekaligus berisi laporan praktek kerja nyata ini memiliki beberapa batasan masalah, yaitu : Bagaimana pelayanan *tour guide* dalam melayani wisatawan di *Treasure Bay* Bintan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata

1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata ini memiliki tujuan, yaitu : Mengetahui pelayanan *tour guide* dalam melayani wisatawan di *Treasure Bay* Bintan.

1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata ini memiliki beberapa manfaat, diantaranya adalah :

- a. Mendapatkan pengalaman kerja untuk menjadi seorang *tour guide* merupakan peluang bagi saya untuk mendapatkan ilmu mengenai *tour guide*, serta bertatap muka langsung dengan pengunjung yang tidak saya dapatkan selama berada di perkuliahan dan memberikan pelatihan kemandirian, kerjasama antar tim, dan tanggung jawab kepada saya pribadi atau dengan tim agar dapat beradaptasi di dalam dunia kerja;
- b. Memperoleh wawasan tentang dunia kerja yang diperoleh di lapangan, mahasiswa akan merasakan secara langsung perbedaan antara teori di kelas dengan yang ada di lapangan. Praktek Kerja Lapangan sangat membantu

mahasiswa dalam meningkatkan pengalaman kerja sehingga dapat menjadi tenaga kerja profesional nantinya;

- c. Mendapat ilmu pariwisata khususnya dalam bidang *tour guiding* serta beradaptasi dan berhubungan langsung dengan wisatawan yang nantinya dapat dipraktekkan dalam dunia kerja.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

2.1.1 Pengertian Pariwisata

United Nations World Tourism Organization (UNWTO) Tahun 2007 menjelaskan bahwa pariwisata merupakan aktivitas manusia yang melaksanakan perjalanan dan tinggal di daerah tujuan perjalanan di luar lingkungan atau daerah kesehariannya. Menurut E. Guyer Freuler (Irawan, 2010:11) merumuskan pengertian pariwisata dengan memberikan batasan sebagai berikut: “Pariwisata dalam arti modern adalah merupakan fenomena dari zaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan. Menurut Spillane dalam Wahid (2015) pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah “berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan Pemerintah Daerah”. Menurut Muljadi (2012:7) pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. Menurut Hans Buchli (dalam Widyatmaja dkk, 2010:14) kepariwisataan adalah setiap peralihan tempat yang bersifat sementara dari seseorang atau beberapa orang, dengan maksud memperoleh pelayanan yang diperuntukkan bagi kepariwisataan itu oleh lembaga-lembaga yang digunakan untuk maksud tertentu.

Menurut Sihite (dalam Marpaung dan Bahar 2000:46-47), pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan wisatawan untuk sementara waktu dengan waktu lebih dari 24 jam, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya semula dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam, sehingga pariwisata menjadi salah satu industri baru yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam menyediakan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor produktivitas lainnya. Pariwisata dipandang sebagai industri yang kompleks karena dalam industri pariwisata terdapat industri-industri yang berkaitan seperti kerajinan tangan, cinderamata, penginapan dan transportasi di suatu daerah atau negara lain.

2.1.2 Unsur-Unsur Pariwisata

Menurut Spillane (dalam Badrudin, 2001), ada lima unsur industri pariwisata yang sangat penting, yaitu:

a. *Attractions* (daya tarik)

Attractions dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti pantai, kebun binatang, dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat dirubah atau dipindah dengan mudah seperti festival-festival, pameran, atau pertunjukan-pertunjukan kesenian daerah.

b. *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

Fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal di tempat tujuan wisata, seorang wisatawan memerlukan tempat tidur, makan dan minum. Oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan yang memenuhi standar maupun kebutuhan akan *support industries* yaitu toko

souvenir, toko cuci pakaian, pemandu, daerah *festival*, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan).

c. *Infrastructure* (infrastruktur)

Daya tarik dan fasilitas tidak dapat dicapai dengan mudah jika belum ada infrastruktur dasar. Perkembangan infrastruktur dari suatu daerah sebenarnya dinikmati baik oleh wisatawan maupun rakyat yang juga tinggal di sana, maka ada keuntungan bagi penduduk yang bukan wisatawan. Pemenuhan atau penciptaan infrastruktur adalah suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata.

d. *Transportations* (transportasi)

Dalam pariwisata kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan wisata. Transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis dari gejala-gejala pariwisata.

e. *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan yang berada dalam lingkungan yang tidak mereka kenal memerlukan kepastian jaminan keamanan, khususnya untuk wisatawan asing yang melakukan kunjungan di suatu negara tempat tujuan wisata. Maka kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan, kejujuran serta keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata di negara tersebut.

2.2 Pengertian Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata (*tourism destination*) merupakan salah satu elemen yang paling penting dalam sistem kepariwisataan karena menjadi *pull motivation* bagi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata serta daya tarik dan atraksi wisata destinasi tersebut akan mengiming-imingi wisatawan untuk berkunjung. Destinasi pariwisata adalah satu kesatuan wilayah geografis, di dalamnya terdapat berbagai atraksi sebagai daya tarik wisata, sarana dan prasarana wisata serta

aksesibilitas yang memadai, sehingga wilayah tersebut dengan mudah dapat dikunjungi wisatawan (Cooper, dkk. 1993).

Ritchie & Geoffrey (1993) berpendapat bahwa destinasi pariwisata itu bersifat multidimensional dengan penekanan pada keragaman unsur fasilitas dan jasa pariwisata dalam satu kesatuan wilayah yang utuh, ditandai oleh banyaknya atribut yang melekat pada destinasi tersebut. Destinasi pariwisata dikatakan memiliki tiga unsur penting, yakni tempat atau lokasi khusus, manajemen dan organisasi. Definisi destinasi pariwisata merupakan suatu wilayah yang secara khusus ditetapkan dan dipromosikan sebagai tempat berkunjung bagi wisatawan, dan di dalamnya seluruh produk pariwisata dikoordinasikan oleh satu organisasi tertentu (European Communities, 2003). Terlibatnya dinas terkait untuk mengawasi, mendampingi, sebuah destinasi pariwisata yang mereka miliki agar informasi tersebut sampai kepada wisatawan dengan adanya promosi yang dibantu oleh pemerintah. Dalam rangka pengembangan destinasi pariwisata di Indonesia dengan menerapkan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Ahli pariwisata lain Gunn & Var (2002) menyatakan bahwa destinasi pariwisata merupakan tempat atau lokasi yang selain memiliki daya tarik yang dapat dilihat oleh wisatawan. Hal ini merupakan syarat utama agar suatu wilayah dapat digolongkan sebagai destinasi pariwisata di suatu daerah dengan memiliki : *tourist attraction*, *accessibility amenities*, dan *tourist organization*, dan tersedia berbagai aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan di tempat tersebut, sehingga wisatawan terpicat untuk berkunjung.

Mill & Morrison (2012) menggunakan istilah lain tentang destinasi ini, yakni *Destination Mix*, yaitu sekumpulan elemen yang memiliki ketergantungan satu dengan lainnya dalam menciptakan pengalaman berwisata bagi wisatawan. *Destination mix* terdiri atas: 1). *Attraction*, 2). *Facilities*, 3). *Infrastructure*, 4). *Transportation*, dan 5). *Hospitality*. Dengan lebih terinci bahwa *destination mix* terdiri atas akomodasi, restoran, daya tarik wisata, *event*, transportasi,

infrastruktur dan *hospitality*. Dapat disimpulkan bahwa produk yang harus disediakan oleh destinasi bagi pengunjungnya terdiri atas daya tarik wisata termasuk di dalamnya *event*, akomodasi, transportasi, infrastruktur dan *hospitality*.

Setiap destinasi pariwisata di seluruh dunia memiliki berbagai jenis produk berbeda yang dapat ditawarkan kepada wisatawan, di mana kualitas destinasi semakin menjadi faktor penting untuk menarik wisatawan dalam jumlah yang lebih banyak, sehingga kualitas dengan cepat menjadi alat bersaing yang menentukan keberhasilan industri pariwisata tersebut. Pada berbagai penelitian pasar di bidang pariwisata menunjukkan bahwa wisatawan menuntut kualitas yang lebih tinggi ketika mereka berwisata. Wisatawan akan memilih destinasi yang mampu menawarkan pelayanan yang lebih baik, pengalaman berwisata yang lebih variatif, keramahan penduduk lokal, dan harga yang *reasonable* guna mendapatkan *value for money*. Di sisi lain pengelola destinasi pariwisata dan para pelaku usaha yang ada di dalamnya akan dihadapkan pada perubahan ekspektasi dan tuntutan konsumen serta tingginya tingkat persaingan antar destinasi di tingkat lokal maupun internasional. Kurangnya perhatian pada isu kualitas saat ini akan membawa konsekuensi serius di kemudian hari dalam kaitannya dengan menurunnya *image*, dan menurunnya tingkat pendapatan destinasi tersebut (European Communities, 2003).

Menurut Ramboll Water & Environment, Denmark (2003) dalam model IQM (*Integrated Quality Management*), kualitas destinasi pariwisata dinilai dari kombinasi empat elemen kunci dalam pendekatannya, yakni:

- a. tingkat kepuasan wisatawan,
- b. tingkat kepuasan pelaku usaha pariwisata lokal,
- c. kesejahteraan masyarakat lokal, dan
- d. kualitas lingkungan hidup.

Masing-masing dari ke empat komponen tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut;

- 1) Tingkat kepuasan wisatawan, yaitu kegiatan memantau tingkat kepuasan wisatawan terhadap produk dan pelayanan yang diberikan

oleh berbagai usaha pariwisata maupun anggota masyarakat di destinasi;

- 2) Tingkat kepuasan pelaku usaha pariwisata lokal, yakni mengevaluasi kualitas pekerjaan, kesejahteraan dan karir para karyawan serta kondisi usaha pariwisata yang ada di destinasi;
- 3) Kualitas hidup masyarakat lokal, yakni kepedulian terhadap tingkat kesejahteraan penduduk lokal yaitu mencari tahu apa yang penduduk lokal pikirkan atau persepsikan tentang dampak pariwisata terhadap kehidupan mereka;
- 4) Kualitas lingkungan hidup, mengukur dampak positif dan negatif pariwisata terhadap lingkungan, seperti terhadap asset alam, budaya dan buatan manusia.

Ketidak seimbangan salah satu dari ke empat elemen tersebut akan berdampak nyata terhadap kualitas secara keseluruhan dari destinasi wisata yang akan dinilai.

2.3 Kualitas Pelayanan

Kata “kualitas” mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan (Tjiptono,2004:2).

Menurut Feigenbaum dalam Nasution (2004), menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk/jasa. dengan adanya kualitas dapat diukur dari banyaknya pelanggan yang memberikan penilaian didalam suatu proses produk atau jasa yang akan dirasakan langsung dari pelanggan atau si penerima pelayanan itu sendiri.

Sedangkan menurut Garvin dan Davis dalam Nasution (2004), menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,

manusia/tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas juga dapat diartikan sebagai standar yang harus dicapai oleh seseorang, kelompok, atau lembaga organisasi mengenai kualitas SDM, kualitas cara kerja, serta barang dan jasa yang dihasilkan. Kualitas pula mempunyai arti yaitu memuaskan kepada yang dilayani baik secara internal maupun eksternal yaitu dengan memenuhi kebutuhan dan tuntutan pelanggan atau masyarakat.

Menurut Gronroos Jasfar, (2005:15), jasa merupakan suatu fenomena yang rumit. Kata jasa mempunyai banyak arti dan ruang lingkup, dari pengertian yang paling sederhana, yaitu hanya berupa pelayanan dari seseorang kepada orang lain, bisa juga diartikan sebagai mulai dari pelayanan yang diberikan oleh manusia, baik yang dapat dilihat (*eksplisit service*) maupun yang tidak dapat dilihat, yang hanya bisa dirasakan (*implisit service*) sampai pada fasilitas- fasilitas pendukung yang harus tersedia dalam penjualan jasa dan benda-benda lainnya.

Kualitas pelayanan dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pengunjung atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (*expected service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka dikatakan tidak bermutu. Ketika kenyataan sama dengan harapan, maka layanan disebut memuaskan. *Service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh (Lupiyoadi,2001: 148).

Kualitas pelayanan dianggap sebagai ukuran *relative* kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk sedangkan kualitas kesesuaian merupakan suatu ukuran seberapa jauh suatu produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi yang telah ditetapkan. Kualitas ditentukan oleh pelanggan, pelanggan menginginkan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan harapannya pada suatu tingkat harga tertentu yang menunjukkan nilai produk tersebut. Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu

produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten (Lupiyoadi, 2001 : 144).

Menurut Garfin (dalam Tjiptono, 2002 : 52) ada lima macam perspektif kualitas berkembang. Perspektif tersebut yang bisa menjelaskan mengapa kualitas bisa diartikan secara beragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan.

Perspektif kualitas tersebut meliputi :

a. *Transcendental Approach*

Dalam pendekatan ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit untuk didefinisikan dan dioperasionalkan.

b. *Product-Based Approach*

Pendekatan ini dianggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.

c. *User-Based Approach*

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang, misalnya *perceived quality* merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

d. *Manufacturing-Based Approach*

Perspektif ini mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau sama dengan persyaratan (*conformance requirements*) pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang sering kali didorong tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya, jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang telah ditentukan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

e. *Value-Based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam perspektif ini bersifat *relative*, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Beberapa definisi kualitas (Tjiptono, 1997:89) :

- 1) Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan
- 2) Kecocokan untuk pemakaian
- 3) Perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan
- 4) Bebas dari kerusakan/cacat
- 5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat
- 6) Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal
- 7) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan

Kualitas mutu menurut (Kotler, 2000:67) :

“keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Kualitas adalah keseluruhan ciri atau karakteristik produk atau jasa dalam tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelanggan yang dimaksud disini bukan pelanggan atau konsumen yang hanya datang sekali untuk mencoba dan tidak pernah kembali lagi, melainkan mereka yang datang berulang-ulang untuk membeli dan membeli dalam hal ini berkunjung. Meskipun demikian, pengunjung yang pertama kali datang harus dilayani sebaiknya-baiknya, karena kepuasan yang pertama inilah yang akan membuat pengunjung datang dan datang lagi. Suatu produk atau jasa dikatakan berkualitas mempunyai nilai subjektifitas yang tinggi antara satu konsumen dengan konsumen lain. Hal inilah yang sering didengar sebagai dimensi kualitas yang berbeda satu dari yang lain.

Secara umum dapat dikatakan bahwa kualitas produk atau jasa itu akan dapat diwujudkan bila orientasi seluruh kegiatan perusahaan atau organisasi tersebut berorientasi pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Ada beberapa dimensi yang digunakan dalam mengukur kualitas jasa. Menurut (Tjiptono, 2002:69) dimensi kualitas pada industri jasa antara lain sebagai berikut yaitu :

- a. *Communication*, yaitu komunikasi atau hubungan antara penerima jasa dengan pemberi jasa.
- b. *Credibility*, yaitu kepercayaan pihak penerima jasa yang ditawarkan.

- c. *Knowing the customer*, yaitu pengertian dari pihak pemberi jasa pada penerima jasa atau pemahaman pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan pemakai jasa.
- d. *Tangibles*, yaitu bahwa dalam memberi pelayanan kepada pelanggan harus diukur atau dibuat standarnya.
- e. *Reliability*, yaitu konsistensi kerja pemberi jasa dan kemampuan pemberi jasa dalam memenuhi janji para penerima jasa.
- f. *Responsiveness*, yaitu tanggapan pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan penerima jasa.
- g. *Competence*, yaitu kemampuan atau ketrampilan pemberi jasa yang dibutuhkan setiap orang dalam perusahaan untuk memberikan jasanya kepada penerima jasa.
- h. *Access*, yaitu kemudahan pemberi jasa untuk dihubungi oleh pihak atau pelanggan dan penerima jasa.
- i. *Courtesy*, yaitu kesopanan, respek, perhatian dan kesamaan dalam hubungan personel.
- j. *Security*, yaitu aman dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

Meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan tidak semudah usaha meningkatkan kualitas produk, karena karakteristiknya yang unik. Peningkatan kualitas jasa juga akan berdampak pada organisasi secara menyeluruh.

2.4 Pengertian Kepuasan

Salah satu cara untuk mempertahankan seorang pelanggan atau wisatawan adalah dengan memperhatikan kepuasan mereka. Kepuasan tersebut didapatkan dari pelayanan yang diberikan oleh pegawai di suatu tempat secara optimal. Dasar dari tujuan sebuah usaha khususnya *resort* adalah menciptakan kepuasan dan kenyamanan bagi wisatawan. Keberlangsungan dan kesuksesan suatu *resort* dapat dilihat dari banyaknya wisatawan yang berkunjung, maka dari itu, kepuasan produk/jasa yang ditawarkan dipenuhi dan fokus terhadap kebutuhan dan prioritas utama yang harus memenuhi kepuasan wisatawan. Menurut Yoeti (2003), kepuasan pelanggan atau wisatawan banyak ditentukan oleh kualitas yang

diberikan secara langsung di lapangan. Bila pelayanan yang diberikan sama sekali tidak sesuai dengan harapan, maka dimata pelanggan pelayanan tersebut dinilai kurang baik. Kurangnya pelayanan akan menyebabkan menurunnya jumlah pelanggan yang datang kembali.

Kotler dan Keller (2008), mendefinisikan arti kata kepuasan adalah perasaan senang seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk/jasa terhadap harapannya masing-masing. Jika kinerja gagal memenuhi harapan seseorang tersebut, maka seseorang tersebut merasa tidak puas, tetapi apabila memenuhi harapan, maka merasa puas dan tetap memakai produk/jasa tersebut.

Sulastiyono (2008) menjelaskan bahwa kepuasan adalah keadaan dalam diri seseorang, dimana ia telah mendapatkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Dengan terpenuhinya keinginan atau Kepuasan pelanggan dapat terjadi, apabila sebuah produk/jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas akan berdampak baik bagi perusahaan tersebut. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa, pelayanan yang diberikan secara maksimal dan sesuai dengan harapan wisatawan, maka wisatawan merasa sangat puas. Apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai harapan wisatawan, maka mereka merasa tidak puas. Biasanya wisatawan yang merasa puas tetap setia untuk membeli produk/jasa apabila perusahaan/agent menawarkan atau memperkenalkan produk baru.

Kepuasan dan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil dari pelayanan yang dirasakannya, dengan apa yang dirasakan sebelumnya, sehingga pelanggan kedepannya akan lebih mencermati produk yang dilihatnya. Menurut Wilkie dalam Tjiptono (1997:24) kepuasan adalah merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Sedangkan menurut Engel, et.al dalam Tjiptono (1997:24) bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Dari beberapa definisi kepuasan tersebut menunjukkan bahwa seorang pelanggan mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan yaitu bilamana kinerja produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi maka konsumen tersebut merasa tidak puas dan akan merasa kecewa, namun sebaliknya bila kinerja produk sesuai dengan harapannya maka pelanggan akan merasa sangat puas sehingga diwaktu mendatang akan tertarik untuk mengkonsumsi produk tersebut kembali.

Menurut (Tjiptono,2003:102) adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah :

- a. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- c. Dapat mendorong kepuasan sehingga terciptanya loyalitas pelanggan.
- d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.
- e. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
- f. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kepuasan pelanggan tidak akan terbentuk apabila harapan pelanggan tidak terpenuhi. Harapan pelanggan akan mewarnai setiap tindakan keputusan berkunjung. Harapan pelanggan akan menjadi dasar keputusannya ketika dihadapkan pada berbagai alternatif produk jasa yang ditawarkan. Harapan itu sendiri merupakan manifestasi dari pengalaman masa lalu konsumen, pendapat teman, informasi dari saudara, informasi dari pemasar dan lain-lain. Oleh karena itu pengelola perlu untuk lebih memposisikan kepuasan pengunjung sebagai fokus utama dengan implementasi tindakan yang memiliki akses pada terciptanya alat pemuas dengan prestasi yang sesuai.

Suatu perusahaan kadang-kadang mengalami kegagalan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. (Alma,2007:286) mengemukakan beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan, yaitu :

- 1) Tidak sesuai harapan dengan kenyataan.
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan.
- 3) Perilaku personil kurang memuaskan.

- 4) Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang.
- 5) *Cost* terlalu tinggi, karena jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai.
- 6) Promosi / iklan terlalu muluk-muluk, tidak sesuai dengan kenyataan.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menurut Ratnasari dan Aksa (2011, hal. 117-118) terdapat lima faktor yang harus diperhatikan, yaitu:

a. Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Pada industri jasa, mutlak bahwa pelanggan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan mereka.

c. Emosional

Pelanggan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum terhadap mereka bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan tersebut bukan karena nilai produk, tetapi nilai sosial.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi harga yang diberikan lebih murah, maka akan memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggan.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa (pengorbanan kecil), maka cenderung puas terhadap produk/jasa tersebut.

2.5 Peranan *Tour Guide*

Di dalam kepariwisataan seorang pemandu wisata dituntut sedemikian rupa agar citra pariwisata Indonesia baik di mata dunia, citra yang dimiliki akan membawa dampak bagus bagi pariwisata dan khususnya *tour guide* itu sendiri. Seorang *tour guide* membutuhkan kemampuan berbahasa asing yang sesuai

dengan kebutuhan, dapat berinteraksi dengan wisatawan, memiliki pengetahuan luas, fleksibel, penuh pengertian dan kedewasaan berpikir serta kesehatan yang prima, menjadi seorang *tour guide* dituntut untuk bisa membimbing wisatawan dalam mewujudkan mimpi tersebut.

Dilihat dari pihak wisatawan yang akan diberikan pelayanan, maka pemandu wisata adalah teman dalam perjalanan yang harus memahami dan mengerti kebutuhan wisatawan selama perjalanan wisata berlangsung. Bagi wisatawan, pemandu wisata dianggap sebagai seseorang yang harus memiliki profesionalisme dengan keahlian dalam bidangnya untuk memberikan penjelasan tentang suatu destinasi yang mereka kunjungi.

Kenyamanan wisatawan selama perjalan merupakan tujuan utama seorang pemandu wisata. Apabila pelayanan yang diberikan oleh seorang pemandu wisata selama perjalanan kurang memuaskan wisatawan, maka sudah sewajarnya jika wisatawan mengeluh (*complaint*) kepada perusahaan perjalanan yang dipakai wisatawan tersebut. Wisatawan akan meminta pertanggungjawaban perusahaan atas perjanjian yang telah disepakati bersama.

Itulah yang harus diingat oleh pemandu wisata, bahwa ia tidak dapat melakukan kegiatannya secara bebas, namun terikat oleh aturan dan tanggungjawab yang diberikan oleh perusahaan tempat ia bekerja. Seorang pemandu wisata bertanggungjawab terhadap semua kegiatan perjalanan kepada perusahaan yang mempekerjakannya. Majunya suatu perusahaan perjalanan juga tergantung kepada pelayanan yang diberikan oleh pemandu wisata. Jika pelayanan yang diberikan baik, maka *image* yang muncul juga baik. Sebaliknya jika pelayanan yang diberikan buruk, maka akan memberikan *image* yang buruk pula terhadap suatu perusahaan perjalanan.

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

Tata Nuriata (1995:1) pramuwisata berasal dari bahasa Sansekerta yaitu pramu, wis, dan ata. Pramu berarti pelayan atau orang yang melayani, wis berarti

tempat dan ada berarti banyak. Pendapat umum mengartikan wisata sebagai sebuah perjalanan yang dalam hal ini pramuwisata bertugas sebagai pendamping yang akan memberikan informasi dan melayani wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata.

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

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

Menurut Damardjati (*Istilah-istilah Dunia Pariwisata, 2001:101*) seseorang yang telah bersertifikat tanda lulus ujian profesi dari instansi atau lembaga resmi pariwisata dan telah memiliki tanda pengenal (*badge*) sehingga berhak untuk menyelenggarakan bimbingan perjalanan serta pemberian penerangan tentang kebudayaan, kekayaan alam dan aspirasi kehidupan bangsa Indonesia atau penduduk suatu wilayah dan/atau mengenai suatu objek spesialisasi khusus terhadap para wisatawan baik sebagai perorangan atau dalam suatu kelompok, dengan menggunakan satu atau beberapa bahasa tertentu. Dalam kaitan tugas-tugas tersebut di atas, dikenal adanya pemimpin perjalanan wisata (*Tour Leader*), pramuwisata umum dan pramuwisata khusus.

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

- a. *Payroll guide* adalah pramuwisata yang berstatus sebagai pegawai tetap perusahaan perjalanan atau *travel agency* dengan mendapat gaji tetap disamping komisi dan tip dari wisatawan.

- b. *Part timer* adalah pramuwisata yang bekerja pada suatu perusahaan perjalanan untuk kegiatan tertentu dan dibayar untuk tiap pekerjaan yang dilakukan serta tidak terikat oleh suatu perusahaan perjalanan dan bebas melakukan kegiatannya sesuai permintaan wisatawan atau perusahaan perjalanan lain yang membutuhkannya.
- c. *Member of guide association* adalah pramuwisata yang berstatus sebagai peserta dari suatu asosiasi pramuwisata dan melakukan kegiatannya sesuai dengan tugas yang diberikan oleh asosiasi tersebut.
- d. *Government official* adalah pegawai pemerintahan yang bertugas untuk memberikan informasi kepada tamu tentang suatu aktivitas, objek, gedung atau suatu wilayah tertentu.
- e. *Company guide* adalah karyawan sebuah perusahaan yang bertugas memberikan penjelasan kepada tamu yang bertugas tentang objek dan aktivitas atau objek perusahaan.

Dari penjelasan para ahli bawasanya seorang pramuwisata atau *tour guide* dalam industri pariwisata, harus memberikan cerminan dari kehidupan bangsa sendiri dan dapat bekerja sama. *Guide* dituntut untuk memiliki kemampuan untuk merangkul setiap wisatawan yang akan menggunakan jasanya. Dalam memberikan pelayanan, seorang pemandu wisata tidak diperbolehkan untuk membedakan pemberian pelayanan kepada wisatawan yang dilayaninya. Bagi seorang pemandu wisata semua manusia adalah sama tanpa membedakan ras, bangsa, dan agama, karena dalam kepariwisataan wisatawan bersifat *universal*. Pada umumnya, pramuwisata atau *tour guide* diartikan sebagai setiap orang yang memimpin kelompok yang terorganisir untuk jangka waktu singkat maupun jangka waktu yang panjang. Tugas *tour guide* memiliki beberapa spesifikasi tergantung dari tugas apa yang sedang dia lakukan (sesuai dengan kemampuannya). Seorang *guide* khusus di lokasi tertentu disebut *local guide* yang biasanya menjadi petugas tetap di lokasi tersebut.

BAB 3. GAMBARAN UMUM

3.1 Sejarah Perusahaan

Landmark Bhd. merupakan induk perusahaan dari PT. Bintang Hotel Utama atau *Treasure Bay* yang berdiri sejak 8 Agustus 1989 dan memulai sebagai perusahaan induk investasi sejak 23 Desember 1989, selanjutnya terdaftar di bursa saham Kuala Lumpur sejak 8 Januari 1990. Pada Tahun 2006 *Landmark Bhd.* kembali memposisikan diri fokus pada *sector lifestyle, resort, perhotelan* dan kesejahteraan di Asia Tenggara.

PT. Bintang Hotel Utama atau *Treasure Bay* Bintang mulai direncanakan dan dibangun sejak Tahun 2011 sejalan dengan program presiden saat itu “*Wonder of Bintang*”. Tahun 2011 merupakan awal pembangunan fase pertama yang meliputi *Chill Cove, The Canopi, Chiva-Som* di kawasan *Treasure Bay* Bintang. Selama proses pembangunan *Treasure Bay* Bintang, Tahun 2012 perusahaan mengadakan rehabilitasi *mangrove* sekitar 23 Ha di daerah Sungai Kecil untuk menjaga kawasan sekitar *Treasure Bay* Bintang agar tetap terjaga dengan baik. Pada Januari 2015 mulailah pengisian air pada *Crystal Lagoon* atau kolam renang terpanjang yang memakan waktu sekitar 6 minggu dengan jumlah 170.000 liter air, sedangkan pada Februari 2015 *The Trove* telah rampung pembangunannya seperti pintu masuk utama, konter tiket, parkir dan layanan pelanggan serta mulai masuknya *investor*. Tamu pertama *The Canopi* (bagian dari PT. Bintang Hotel Utama atau *Treasure Bay* Bintang) dimulai pada Mei 2015.

3.2 Informasi Umum

Treasure Bay adalah kota *resort* seluas 338 hektar yang terletak di pulau Bintang Indonesia. *Resort* dengan tujuan mengintegrasikan kesejahteraan, rekreasi, budaya, perumahan dan *real estate* komersial yang didukung oleh infrastruktur yang berstandar internasional. Rencana induk 20 tahun akan dikembangkan dalam tiga fase dan akan menawarkan banyak konsep pertama di Asia untuk menciptakan pengalaman perjalanan dan rekreasi baru bagi pengunjung, dan peluang investasi luar biasa bagi para *investor*. Pengunjung dapat mengharapkan

pengalaman hiburan-sentris dan *resort* yang dibangun khusus melayani keluarga dan individu. Lebih dari sekedar tujuan liburan utama, ada properti perumahan yang disempurnakan oleh pengembangan kota terpadu yang juga diterjemahkan ke dalam apresiasi modal yang menjanjikan. *Treasure Bay* Bintan berfokus pada tiga keharusan strategis:

- a. Membangun ikon untuk mengungkap potensi Bintan, Indonesia;
- b. Menawarkan kesehatan sebagai pilar utama;
- c. Memperkenalkan produk-produk pariwisata yang inovatif;

Selain itu *Treasure Bay* Bintan mengintegrasikan pengalaman rekreasi, hiburan, kehidupan malam, kesehatan, kebugaran, ritel dan *resort* menjadi kesatuan yang utuh. *Masterplan*-nya menyediakan banyak zona yang terintegrasi dengan laguna, saluran air dan *promenade*. Setiap zona memiliki daya tarik dan identitas individu, untuk melayani berbagai pengunjung internasional.

3.2.1 *First Crystal Lagoons* Asia Tenggara

Crystal Bay Bintan's *Crystal Lagoon* adalah laguna air laut buatan manusia pertama di Asia Tenggara seluas 6,3 hektar. Di sini, akan dapat menemukan berbagai kegiatan rekreasi dan olahraga yang cocok untuk segala wisatawan, anak-anak sampai orang dewasa dan aktivitas mulai dari fajar hingga senja. *Crystal lagoon* di *Treasure Bay* menggunakan air laut yang disaring khusus untuk laguna dan memberikan kondisi air yang sempurna sepanjang tahun, seperti selalu memiliki kualitas air yang bersih. Pengembangan masa depan yang mengelilingi laguna menjanjikan pilihan tempat makan, *spa*, ritel, hiburan, dan kehidupan malam yang dinamis dan menarik untuk memenuhi semua kebutuhan dan keinginan liburan.

Berdasarkan data yang didapat dari *Treasure Bay* Bintan, penulis memperoleh fakta dan angka cepat tentang *Crystal Lagoon* di *Treasure Bay* Bintan, yaitu :

- a. Pertama di Asia Tenggara;
- b. 6.3 hektar atau 115.060.000 liter kapasitas air;
- c. 800 meter dari satu ujung ke ujung lainnya (luas permukaan setara dengan 50 kolam renang ukuran *Olimpiade*);

- d. kedalaman 2,5 meter dengan kemiringan bertahap;
- e. Teknologi ramah lingkungan, menggunakan sekitar 100 kali lebih sedikit produk kimia dari pada kolam renang konvensional;
- f. Hemat energi, hanya mengkonsumsi 2% energi yang dibutuhkan oleh kolam filtrasi konvensional;
- g. Teknologi inovatif *Crystal Lagoons* adalah berkelanjutan dan aman bagi lingkungan, memungkinkan sumber daya yang terbatas seperti energi dan air untuk digunakan secara efisien. Laguna beroperasi di sirkuit tertutup yang hanya perlu mengkompensasi kehilangan air yang disebabkan oleh penguapan.

3.2.2 Tentang *Crystal Lagoons*

Crystal Lagoons adalah perusahaan internasional yang telah mengembangkan dan mematenkan teknologi mutakhir yang memungkinkan membangun dan memelihara laguna yang jernih di seluruh dunia, menawarkan gaya hidup pantai yang indah di mana pun di dunia. Pemimpin dalam inovasi dan teknologi, berfokus pada peningkatan kehidupan orang-orang dengan menyelesaikan beberapa masalah terbesar dunia seperti kelangkaan air, energi, kontaminasi, dan kurangnya ruang terbuka publik. *Crystal Lagoons* didirikan pada Tahun 2007. Perairan pirus yang mengesankan di laguna telah merevolusi pasar *real estate* dan telah menjadi Keistimewaan Teratas Dunia, meningkatkan kualitas hidup orang-orang dan menawarkan pemandangan yang sangat indah.

3.3 Visi dan Misi Perusahaan

3.3.1 *Landmark Bhd*

a. *Mission*

To be a leading player in the Lifestyle Sector focusing on resorts, hospitality and wellness in the South East Asian region.

b. *Vision*

Landmark Bhd to become profitable, credible, socially and responsible organization.

3.3.2 *Treasure Bay Bintang*

a. *Mission*

To be your favorite playground where adventure, fun and friendship never end.

b. *Vision*

Pursuing and delivering creative, unique and fresh offerings, Engaging, participative and interactive service staff.

Adapun beberapa nilai yang ditekankan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

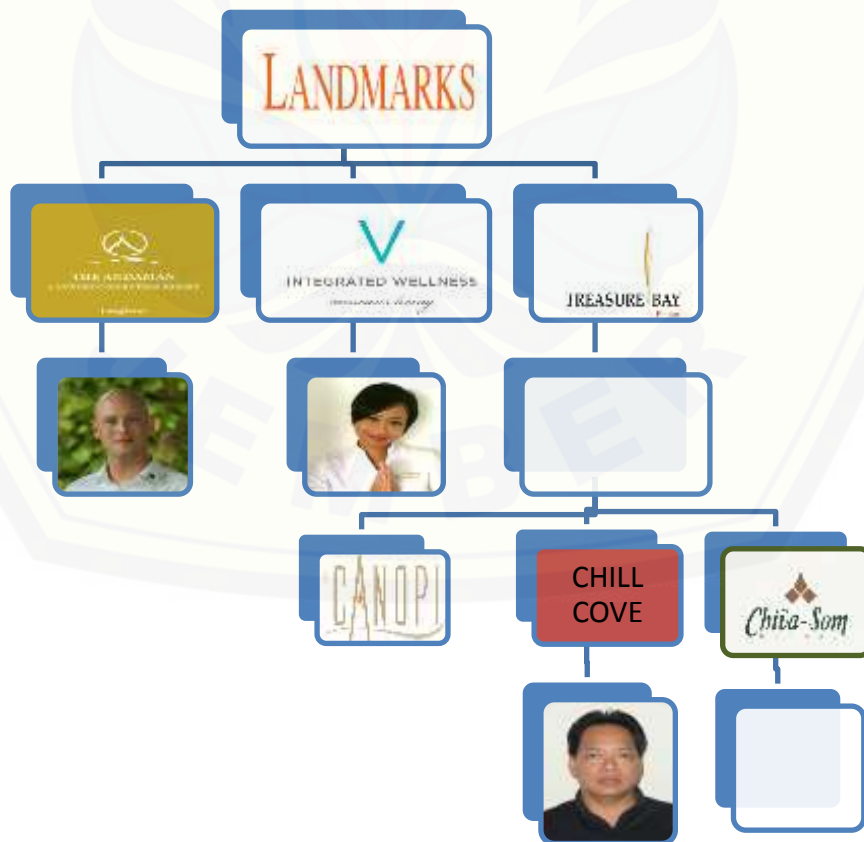
- a. ***Caring*** – *for our human assets, our guests and stakeholders*
- b. ***Respect*** – *practice both basic human and professional respect*
- c. ***Sharing*** – *with our human assets, partners and stakeholders*
- d. ***Ownership*** – *take ownership of not only of our success but also our mistakes*
- e. ***Trust*** – *our word is our bond, brands are built on TRUST*
- f. ***BELONGING*** – *with all the above, comes a true sense of belonging*

3.4 **Struktur Organisasi Perusahaan**

Pada PT. Bintang Hotel Utama atau *Treasure Bay* memiliki struktur organisasi yang berfungsi sebagai pedoman seluruh karyawan untuk dapat melaksanakan tugas sesuai dengan apa yang telah ditentukan oleh struktur organisasi. Struktur organisasi PT. Bintang Hotel Utama atau *Treasure Bay* adalah sebagai berikut :

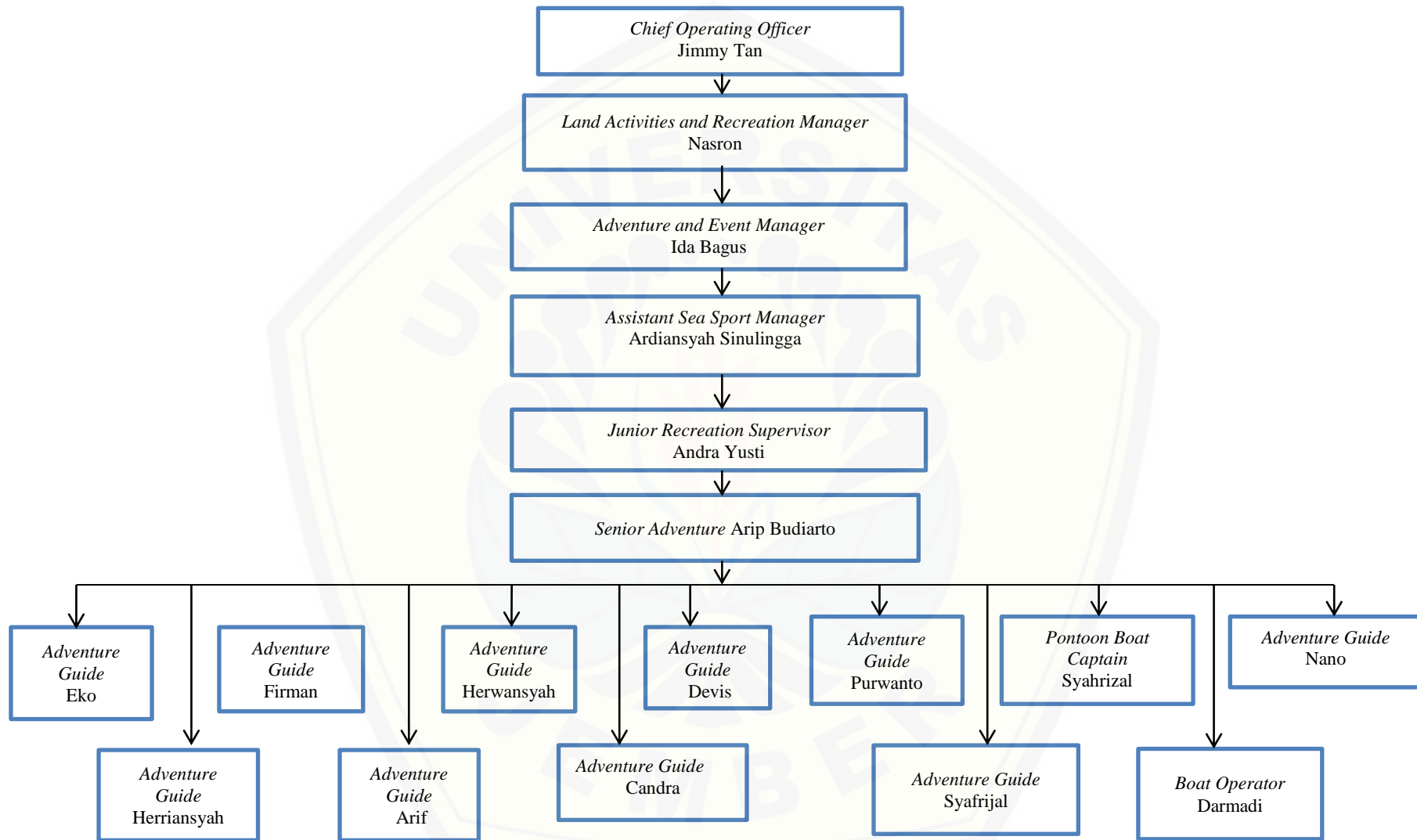


Gambar 3.1: *Board of Directors*



Gambar 3.2 : *Group SBU Chart*

3.5 Struktur Organisasi *Department Attraction*



3.3 Struktur Organisasi di *Chillcove Attraction*

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan praktek kerja nyata di *Treasure Bay* Bintan, dapat ditarik kesimpulan bahwa *tour guide* sangat berperan penting untuk wisatawan yang ingin mengetahui informasi tentang *Treasure Bay* Bintan. Paket permainan yang ada di *attraction* maupun fasilitas-fasilitas untuk wisatawan, merupakan pembeda ketika wisatawan berlibur ke *Treasure Bay* Bintan dengan mempunyai permainan yang terlengkap di Asia Tenggara. *Tour guide* juga berperan sebagai penghubung perusahaan dengan pengunjung sebagai tolak ukur suatu destinasi wisata tersebut telah memberikan pelayanan yang optimal. Tingkat kepuasan pelayanan akan diukur oleh banyaknya tamu yang datang ke tempat wisata, hal tersebut menandai bahwa tugas seorang *tour guide* berhasil dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Pihak *Treasure Bay* Bintan menuntut *tour guide* untuk bisa melayani tamu dengan baik agar semua wisatawan yang menggunakan jasanya merasa senang dan memberi dampak positif untuk perusahaan maupun *attraction* yang ada di *Treasure Bay* Bintan.

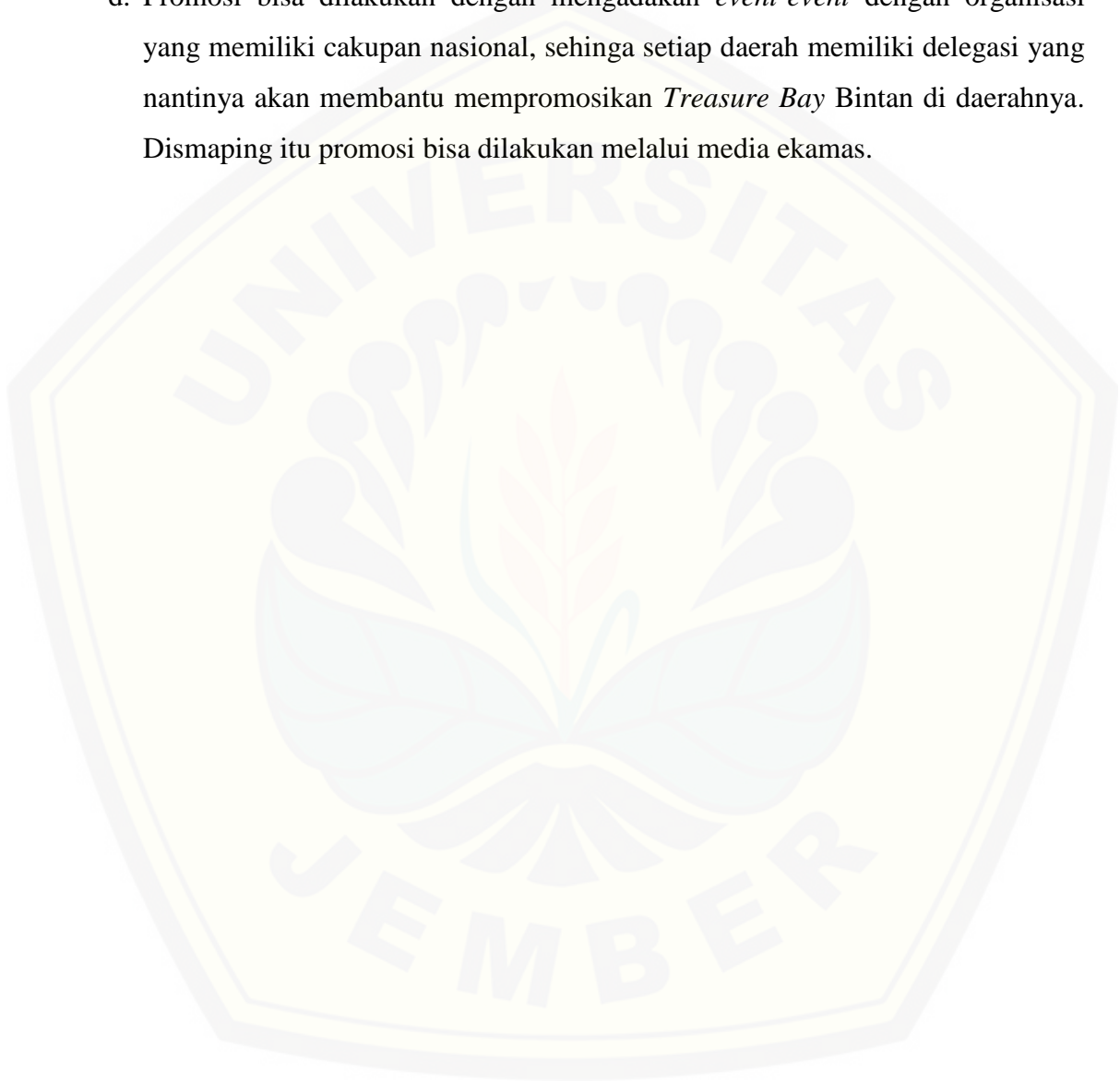
Tour guide di *Treasure Bay* Bintan sudah sesuai dengan Standar Operasional Prosedur yang telah ditetapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan lokal maupun mancanegara, dilihat selama melaksanakan kegiatan *on the job training* dirasa sudah melakukan *role play* yang seharusnya diterapkan kepada wisatawan. *Tour guide* di *Treasure Bay* dituntut untuk bekerja secara profesional serta cekatan dalam menghadapi dan memberikan pelayanan terhadap wisatawan secara maksimal. Tindakan yang diambil seorang *tour guide* di *Treasure Bay* Bintan merupakan upaya dalam meningkatkan kepuasan wisatawan.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan penulis untuk *Treasure Bay* Bintan :

- a. Pertimbangan harga untuk semua aktivitas dirasa terlalu tinggi bagi kalangan masyarakat lokal.

- b. Pelayanan *tour guide* perlu dipertahankan dalam hal keamanan kepada wisatawan yang akan melakukan *activity di Treasure Bay* Bintan.
- c. *Tour guide* harus selalu mempertahankan untuk merawat fasilitas perusahaan yang ada di *attraction Treasure Bay* Bintan.
- d. Promosi bisa dilakukan dengan mengadakan *event-event* dengan organisasi yang memiliki cakupan nasional, sehingga setiap daerah memiliki delegasi yang nantinya akan membantu mempromosikan *Treasure Bay* Bintan di daerahnya. Disamping itu promosi bisa dilakukan melalui media ekamas.



DAFTAR PUSTAKA**Buku**

- Alma. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Gunn and Var. 2002. *Tourism Planning: Basics, concepts, case. Fourth Edition*, New York: Routledge.
- Irwana, K. 2010. *Potensi Objek Wisata Sebagai Daya Tarik Wisata*. Yogyakarta: Kertas Karya.
- Kotler, 2000: 67. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta : Salembah Empat.
- Kotler, 2003: 61. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks. kelompok Gramedia.
- Kotler dan Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. 2001: 144-148. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan praktek)*. Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat, Depok.
- Mill & Morrison. 2012. *The Tourism System, 7th Edition*. Kendall Hunt Publishing.
- Muljadi, A. 2012. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasution, N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghlia Indonesia.
- Nuriata, Tata. 1995: 1. *Pemandu Wisata*. Depdikbud. Jakarta Peraturan Menpostel Republik Indonesia, Nomor KM.82/PW.102/MPPT-88.

Pitana & Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
Marius P. Angipora (2004).

Sulastiyono, Agus. 2008. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Jakarta:
Alfabeta.

Sunarto. 2007: 105. *Manajemen Ritel*. Yogyakarta: Penerbit Amus.

Tjiptono, Fandy. 2004: 2. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Ofset.

Tjiptono, Fandy. 2002: 52-69. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Ofset.

Tjiptono, Fandy. 2003: 102. *Total Quality Service Management*. Yogyakarta
: Andi Ofset.

Tjiptono dan Chandra, 2005: 195. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 1997: 24-89. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*
Yogyakarta : Andi Publisher.

United National World Tourism Organization. 2007. *A Practical Guide To
Tourism Destinalional Management*. Madrid: Spain.

Widyatmaja, I Ketut, Suwena, I Gst Ngr. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu
Pariwisata*. Bali: Udayana University Pres.

Yoeti, Oka. A. 2003. *Tour and Travel Marketing*. Pradnya Paramita.

Yoeti, Oka. A 1994. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.

Internet

Landmark Berhad. 2018. *Treasure Bay Bintan Indonesia*.
<https://www.landmarks.com.my/core-businness/treasure-bay-bintan-indonesia.y>(diakses tanggal 12 Maret 2018).

PT. Treasure Development Service.2016. <https://treasurebaybintan.com>
(diakses tanggal 19 Maret 2018)

Landasan Teori Industri Pariwisata. Diakses di
[http://library.binus.ac.id/eColl/eThesisdoc/Bab2/2012-1-00376-MN%20Bab 2001.pdf](http://library.binus.ac.id/eColl/eThesisdoc/Bab2/2012-1-00376-MN%20Bab%202001.pdf) (23 September 2018; 23.00 WIB).

Skripsi

Adek Kurnia Fiza. 2018. *Pendalaman Materi Usaha Jasa Pariwisata*.
RISTEKDIKTI RI 2018. Diakses di
<http://pgg.spada.ristekdikti.go.id/mod/resource/view.php?id=15593>

Undang-Undang

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang
Kepariwisataan.

DAFTAR LAMPIRAN

LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL MAGANG

1. Bidang Program : **Praktek Kerja Nyata**
2. Pelaksana : **Mochamad Ubaidillah**
3. Alamat : **Treasure Bay, Jln. Haji Km 01, Teluk Sebong,
Lagoi, Sebong Lagoi, Teluk Sebong, Kabupaten
Bintan, Kepulauan Riau- Indonesia**
4. Jangka Waktu : **Januari-Mei 2018**

Bersama ini memberikan persetujuan kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di atas untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan.

Jember, 09 Oktober 2017
Penyusun

Mochamad Ubaidillah
NIM 150903102006

Menyetujui,

Ketua Jurusan Ilmu-Administrasi

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM
NIP. 197508252002121002

Mengetahui,

Ketua Prodi DIII
Usaha Perjalanan Wisata

Dra. Sri Wahjuni, M.Si
NIP. 19560409198702001

Wakil Dekan I
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Hadi Prayitno, M.Kes
NIP. 196106081988021001



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Jl. Kalimantan – Kampus Tegayuboto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586
 Jember 68121 Email : fmip@unj.ac.id

Nomor : 3982/UN25.1.2/SP/2017
 Lampiran : tiga eksemplar
 Perihal : Permohonan Tempat Magang

12 Oktober 2017

Yth. Pimpinan Treasure Bay
 Jl. Haji Km. 01, Teluk Sebong, Lagoi,
 Sebong Lagoi, Teluk Sebong
 Kepulauan Riau

Dalam rangka mengembangkan wawasan praktis mahasiswa Program Studi Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka setiap mahasiswa yang telah menyelesaikan minimal 108 SKS diwajibkan mengikuti kegiatan magang (Praktek Kerja Lapang) untuk penyelesaian laporan tugas akhir. Sehubungan dengan hal tersebut, kami berharap dengan hormat kesediaan Saudara memberikan kesempatan kegiatan magang mahasiswa kami pada instansi yang Saudara pimpin. Adapun nama mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan magang adalah :

No	NAMA	NIM	Bagian
1.	Mochamad Ubaidillah	150903102006	D3 Usaha Perjalanan Wisata
2.	Triyuli Krisdayanti	150903102010	D3 Usaha Perjalanan Wisata
3.	Fery Oktavian	150903102025	D3 Usaha Perjalanan Wisata

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

Atas perhatian dan kesediaannya disampaikan terima kasih.



an Dekan
 Wakil Dekan I,

Dr. Hadi Prayitno, M.Kes
 NIP 19610608 198802 1 001

TREASURE BAY
BintanBintan, 6th December 2017

Mr. Indra Perdana Wibisono
Program Studi Diploma III Usaha Perjalanan Wisata
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Re: Confirmation of Internship Training Program

Please be informed that the interview result of students and medical check up from DIII UPW
Universitas Jember as follow:

No.	Name	Department	Status	Start Date
1.	Fery Octavian	Adventure & Activities	Accepted	8 th January 2018 – 7 th June 2018 (5 months)
2.	Mochamad Ubaldillah	Adventure & Activities	Accepted	8 th January 2018 – 7 th June 2018 (5 months)
3.	Triyuli Krisdayanti	Customer Service / GRO	Accepted	8 th January 2018 – 7 th June 2018 (5 months)

Should you have any question regarding above matter, please do not hesitate to contact me at your convenient time.

Best regards,



Florentina A. Siallagan
Training Manager



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegalboto
Telp. (0331) 335586 - 331342, Fax (0331) 335586 Jember 68121
Email : fsi@unj.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor : 5191/UN25.L2/SP/2017

Berdasarkan Email dari Training Manager " **Treasure Bay Bintang** ", tanggal 6 Desember 2017, perihal : Penerimaan Mahasiswa Magang, maka dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

No.	Nama	NIM	Bagian
1.	Mochamad Ubaidillah	150903102006	Adventure & Activities
2.	Triyuli Krisdayanti	150903102010	Customer Service/GRO
3.	Fery Oktavian	150903102025	Adventure & Activities

Untuk melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Industri/Praktek Kerja Lapangan di **Treasure Bay Bintang**, terhitung mulai tanggal 8 Januari 2018 sampai dengan 7 Juni 2018.

Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jember, 22 Desember 2017

an Dekan
Wakil Dekan I,



Dr. Hadi Prayitno, M.Kes
NIP 19610608 198802 1 001

Disampaikan Kepada :

1. Pimpinan Treasure Bay Bintang
2. Kaprodi D3 Usaha Perjalanan Wisata
3. Mahasiswa yang Bersangkutan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan Kampus Tegalboto Telp. 0331-335586, 331342 Fax. 0331-335586 Jember 68121
Telp. (0331) 332736

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

NO.	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1	Penguasaan Materi Tugas	75	B
2	Kemampuan / Kerjasama	85	A
3	Etika	85	A
4	Disiplin	85	A
NILAI RATA - RATA			

Identitas Mahasiswa yang dinilai :

Nama : Mochamad Ubaidillah
NIM : 150903102006
Jurusan : Ilmu Administrasi
Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Yang menilai :

Nama : Nasron
Jabatan : Land Activities and Recreation Manager
Instansi : P.T Bintang Hotel Utama Treasure Bay Bintang
Tanda Tangan :



PEDOMAN PENILAIAN :

NO.	HURUF	ANGKA	KRITERIA
1	A	≥ 80	ISTIMEWA
2	AB	$75 \leq AB < 80$	SANGAT BAIK
3	B	$70 \leq B < 75$	BAIK
4	BC	$65 \leq BC < 70$	CUKUP BAIK
5	C	$60 \leq C < 65$	CUKUP
6	CD	$55 \leq CD < 60$	KURANG
7	D	$50 \leq D < 55$	
8	DE	$45 \leq DE < 50$	SANGAT KURA
9	E	< 45	





(a) *Electric Scooter;*



(b) *Segway;*



(c) *Ford Model T;*



(d) *Airsoft Gun;*



(e) *E-Train*



(f) *Mini ATV;*

Gambar 2 : Alat Permainan di *Land Attraction Treasure Bay* Bintan



Gambar 3 : *Tour Guide Entrance In Lobby Treasure Bay Bintan*



Gambar 4 : *Farewell Party di Treasure Bay Bintan*



Gambar 5 : *Team Chill Cove Attraction di Treasure Bay Bintan*