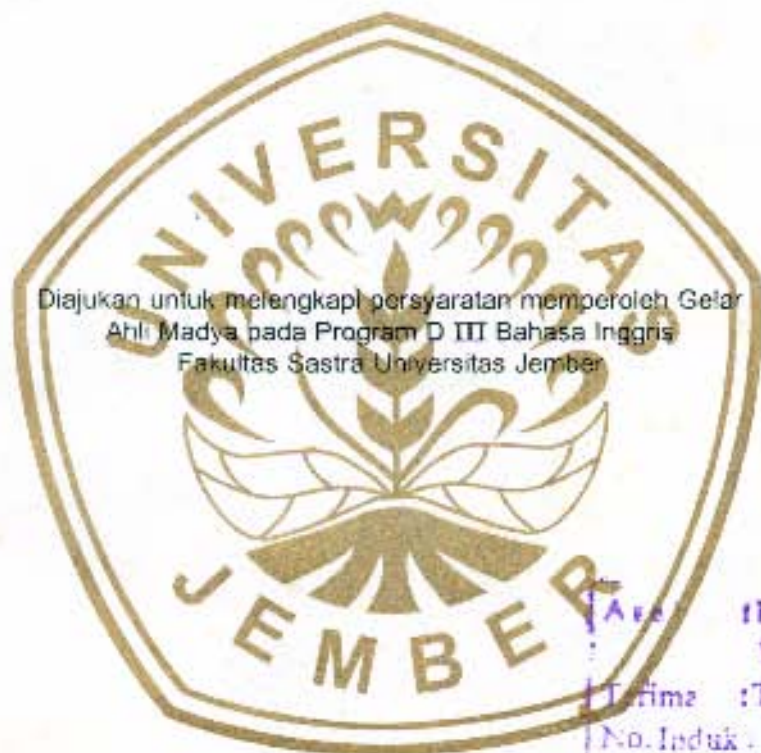


LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA



Milik UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

**BAHASA INGGRIS SEBAGAI MODAL UTAMA
UNTUK MENINGKATKAN PROFESIONALISME KERJA
BAGI PEMANDU WISATA DI DIVISI AGROWISATA
PT. KUSUMA Satria DINASASRI WISATA JAYA**



Asa tHadih
Pembelian
Tgl. 16 JUL 2003
No. Induk.

S
Klass
727
PUR
B
e.s.

oleh :

HENI PURWATI
200103101082

**PROGRAM DIPLOMA III BAHASA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA UNIVERSITAS JEMBER
2003**

MOTTO

Gagal hari ini bukan berarti gagal selamanya

Coba melangkah dari satu keyakinan...

Bahwa hidup adalah kesempatan

Berjuang menantang badai kehidupan

Tuk meraih semua asa yang ada...

Karena Tuhan Maha Tahu yang terbaik untuk kita

PERSEMBAHAN

Tulisan ini kupersembahkan untuk:

*Ibunda Sarmi dan Nenekku Nija di Surga atas restu dan doa-
doamu untukku*

*Ayahanda Buat Al Akhmad, yang telah memberikan kasih
sayang, cinta, dorongan moral, spiritual, dan materi*

*Adik-adikku tersayang Heri dan Anton
(I'm proud to say I'm your sister)*

*Abankku Abdul Kadir Subagyo
(Thanks for everything)*

*Penghuni BS 27. : M' Endri, Iis (Sampang), Yenny, M'Tuk, Kenol,
dan teman-temanku yang lain yang tidak dapat kusebutkan
satu persatu*

(Thanks for laughs and tears)

Almamaterku tercinta

LEMBAR PENGESAHAN

Pengawas atau Penanggung jawab :



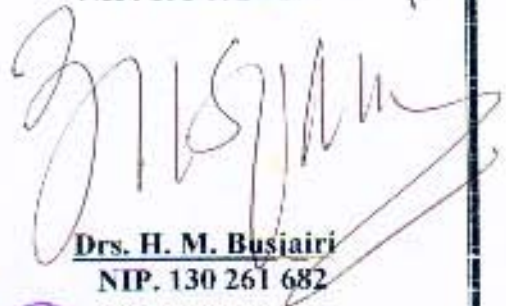
Harry Bagio
General Manager

Dosen Pembimbing :



Drs. Hairus Salikin, M. Ed
NIP. 131 832 315

Ketua Program D III Bahasa Inggris :



Drs. H. M. Busjairi
NIP. 130 261 682

Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember :



Drs. H. Marwoto
NIP. 130 368 790

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Laporan Praktek Kearja Nyata ini dengan baik.

Maksud dan tujuan penulisan Laporan ini adalah untuk memenuhi persyaratan Akademis, sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md) pada program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Unifersitas Jember.

Penulisan ini mengambil judul: **“Bahasa Inggris Sebagai Modal Utama untuk Meningkatkan Profesionalisme Kerja bagi Pemandu Wisata di Divisi Agrowisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya”**.

Dalam kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan tak terhingga kepada:

1. Drs. H. Marwoto, selaku Dekan fakultas Sastra Universitas Jember.
2. Drs. H. M. Busjairi, selaku Ketua Program Diploma III Bahasa Inggris.
3. Drs. Hairus Salikin, M.Ed, selaku dosen pembimbing.
4. Dra. Dina Dyah K, MA, selaku dosen wali.
5. Seluruh Karyawan fakultas Sastra Universitas Jember.
6. Ir. Edy Antoro, selaku Direktur Kusuma Agrowisata.
7. Bapak Harry Bagio, selaku General Manager Kusuma Agrowisata.
8. Bapak Soewarto, selaku Koordinator Pemandu Wisata di Kusuma Agrowisata.
9. Bapak Budi, Bapak Hasan, Bapak Bowo, Ulcill Topo, Pak Anton Meneer, Aris Jepang, Iwan Andrew.
10. Seluruh Karyawan PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya.
11. Teman-teman seperjuangan: Rachel, Sherina, Itha, Chico, Denok, Ami, Mundi.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan segala kemampuan yang ada penulis berusaha untuk menyajikan laporan ini dalam bentuk dan isi sebaik mungkin. Namun penulis menyadari apa

yang mampu dilakukan manusia sangat terbatas dan masih banyak lagi kekurangan.

Oleh karena itu kritik dan saran demi perbaikan sangat penulis harapkan.

Akhir kata teriring doa dan harapan, semoga apa yang penulis sajikan bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Juni 2003

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Kerja Nyata.....	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata.....	3
1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata.....	3
1.2.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Hakekat Bahasa.....	6
2.2 Bahasa Sebagai Sarana Komunikasi.....	6
2.3 Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Internasional.....	7
2.3.1 Hubungan Antara Bahasa Inggris dengan Pemandu wisata.....	8
2.4 Pengenalan Kepariwisata.....	8
2.5 Pengertian Pariwisata.....	9
2.5.1 Bentuk-Bentuk Pariwisata.....	10
2.5.2 Jenis- Jenis Pariwisata.....	11
2.6 Pengenalan Agrowisata.....	13
2.6.1 Tujuan Agrowisata.....	13
2.6.2 Macam- Macam Agrowisata.....	13
2.7 Pengertian Wisatawan.....	14
2.7.1 Jenis dan Macam Wisatawan.....	15
2.8 Pengertian Pemandu Wisata.....	16
2.8.1 Macam Pemandu wisata.....	16
2.8.2 Syarat-Syarat Pemandu wisata.....	17
2.8.3 Pemandu Wisata pada Pariwisata.....	18
2.8.4 Pemandu Wisata pada Agrowisata.....	18
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	19
3.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan.....	19
3.2 Tujuan dan Manfaat Didirikan Obyek Wisata Agro.....	20
3.2.1 Tujuan Didirikan Obyek Wisata Agro.....	20
3.2.2 Manfaat Didirikan Obyek Wisata Agro.....	21
3.3 Lokasi Perusahaan.....	22

3.4 Bentuk Hukum Perusahaan.....	22
3.5 Struktur Organisasi dan Job Description.....	22
3.5.1 Struktur Organisasi.....	22
3.5.2 Job Description.....	23
3.6 Komoditi yang Dipasarkan.....	25
3.7 Pemasaran dan Promosi Obyek Wisata Agro.....	26
3.8 Aspek Pengembangan dan Kendala yang Dihadapi.....	27
3.8.1 Aspek Pengembangan.....	27
3.8.2 Kendala yang Dihadapi.....	28
3.9 Upaya Mengatasi Kendala yang Terjadi.....	29
BAB IV LAPORAN KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA.....	30
4.1 Pemahaman Daerah Sekitar Kusuma Agrowisata.....	30
4.1.1 Penguasaan Khusus Obyek Wisata Agro.....	30
4.2 Pengenalan Pemandu Wisata Kusuma Agro.....	31
4.2.1 Kode Etik Pemandu Wisata.....	31
4.2.2 Langkah- Langkah Memandu Wisata.....	32
4.2.3 Tugas Pemandu Wisata.....	33
4.3 Pemahaman Jenis Tiket di Kusuma Agrowisata.....	33
4.4 Pengenalan Wisatawan dan Tata Tertib Pengunjung.....	34
4.4.1 Penguasaan Penanganan Keluhan Pengunjung.....	35
4.5 Peranan Penguasaan Bahasa Inggris bagi Peningkatan Profesionalisme Kerja Pemandu Wisata.....	36
4.5.1 Penguasaan Bahasa Inggris bagi Pemandu Wisata Kusuma Agrowisata.....	37
4.5.2 Penggunaan Bahasa Inggris untuk Fasilitas-Fasilitas Kusuma Agrowisata.....	38
4.5.3 Pemakaian Bahasa Inggris Bagi Karyawan Kusuma Agrowisata.....	39
BAB V PENUTUP.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Kunjungan Tahun 1996 – 2002
- Lampiran 2 : Struktur Organisasi Divisi Agrowisata
- Lampiran 3 : Macam-macam Tiket
- Lampiran 4 : Paket Agro Apel dan Agro Strawberry
- Lampiran 5 : Paket Edukatif dan Paket Wisata Ceria
- Lampiran 6 : Paket Karaoke
- Lampiran 7 : Brosur Agro Tourism
- Lampiran 8 : Brosur Agro Wisata Hotel
- Lampiran 9 : Brosur Kusuma Villa Agro
- Lampiran 10 : Komoditi Kusuma Agro
- Lampiran 11 : Brosur Kaji Banding Wisata Agro
- Lampiran 12 : Coffee Walk Soft Step
- Lampiran 13 : Coffee Walk Taft Route
- Lampiran 14 : Brosur Pelayanan KAA
- Lampiran 15 : Room Rate Hotel Kusuma Agro
- Lampiran 16 : Route Sign
- Lampiran 17 : Guest Card
- Lampiran 18 : Brosur Kusuma For More Information And Reservation
- Lampiran 19 : Time Schedule PKL Guide Bulan Februari 2003
- Lampiran 20 : Time Schedule PKL Guide Bulan Maret 2003

ABSTRAKSI

Seiring perkembangan jaman yang semakin maju dan untuk menghadapi masuknya perdagangan bebas internasional, setiap negara tentunya memiliki kiat-kiat tersendiri untuk menyambut kedatangannya. Tidak ketinggalan juga Indonesia sebagai negara berkembang yang kaya akan potensi sumber daya alam khususnya pariwisata. Hal ini merupakan salah satu modal terpenting yang dimiliki bangsa Indonesia yang bisa diandalkan dalam perdagangan bebas internasional tahun 2005 nanti. Untuk mempersiapkan ini diperlukan dukungan sumber daya manusia yang handal, yang memiliki mental, ketrampilan (skill), disiplin dan etos kerja yang bagus sehingga menciptakan profesionalisme kerja yang mampu mengelola sumber daya alam (pariwisata) tersebut dengan baik. Dan ini tidak menutup kemungkinan dapat meningkatkan devisa negara serta mengangkat nama bangsa Indonesia dimata dunia melalui bidang pariwisata.

Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional tentunya menjadi bahasa pengantar dalam perdagangan bebas internasional nanti. Sehingga kemampuan dan keterampilan berbahasa inggris sangat diperlukan untuk menunjang profesionalisme kerja. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul “ BAHASA INGGRIS SEBAGAI MODAL UTAMA UNTUK MENINGKATKAN PROFESIONALISME KERJA BAGI PEMANDU WISATA DI DIVISI AGRO WISATA PT. KUSUMA SATRIA DINASASRI WISATA JAYA “. Hal ini berdasarkan pengalaman penulis, setelah melaksanakan Praktek Kerja Nyata di Divisi agrowisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Batu – Malang, sebagai pemandu wisata.

Kusuma Agrowisata merupakan salah satu obyek wisata yang bergerak di bidang hortikultura yang menawarkan fasilitas dan pelayanan jasa agrowisata, khususnya dalam penyediaan buah segar. Disini pengunjung dapat menikmati wisata petik apel sebagai produk unggulan di samping petik strawberry, jeruk, sayur dan bunga. Kondisi geografis Kusuma Agrowisata yang mendukung dengan keindahan alam yang sejuk dan mempesona dikelilingi perbukitan dan gunung

memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Suasana inilah yang akhir-akhir ini diminati wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Pemandu wisata sebagai orang yang berhubungan langsung dengan wisatawan harus mampu menjalin komunikasi yang baik dengan wisatawan. Kemampuan berbahasa yang baik, ditunjang oleh kemampuan menguasai salah satu bahasa asing khususnya bahasa Inggris akan membantu kelancaran komunikasi antara pemandu wisata dengan wisatawan, karena pemberian penjelasan informasi tentang Kusuma Agrowisata merupakan tugas seorang pemandu kepada pengunjung. Pemandu wisata profesional selalu berorientasi pada kepuasan wisatawan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan terhadap wisatawan sebagai konsumen dalam industri pariwisata.



PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Praktek Kerja Nyata

Dalam dasawarsa terakhir ini banyak negara berkembang menaruh perhatian yang khusus terhadap industri pariwisata. Hal ini jelas kelihatan dengan banyaknya program pengembangan kepariwisataan di negara tersebut. Salah satunya adalah negara Indonesia yang kaya akan potensi alam, budaya dan adat istiadat yang beragam merupakan modal untuk mengembangkan industri pariwisata. Potensi-potensi ini merupakan aset besar yang dimiliki bangsa Indonesia dan dapat dikembangkan sebagai aktivitas perekonomian, yang dapat menghasilkan devisa, baik dalam bentuk pengeluaran uang dari para wisatawan di negara kita, maupun sebagai penanaman modal asing dalam industri pariwisata. Potensi pariwisata sebagai sumber devisa besar sekali, pariwisata dewasa ini sudah menjadi bidang usaha atau industri terbesar setelah migas.

Tantangan terbesar yang harus dihadapi dalam pengembangan kepariwisataan Indonesia adalah akan diberlakukannya globalisasi disegala sektor, yang secara bertahap akan dimulai dengan pemberlakuan pasar bebas internasional pada tahun 2005 nanti yang dilanjutkan dengan APEC pada tahun 2010. Kondisi ini akan memberikan akibat dan dampak langsung terhadap proses pembangunan kepariwisataan dan industri pariwisata. Dalam kaitan inilah terlihat betapa pentingnya kesiapan sumber daya manusia pariwisata. Sumber daya manusia pariwisata memegang peran kunci di dalam menghadapi tantangan globalisasi. Peningkatan kinerja kepariwisataan untuk meningkatkan daya saing di pasar internasional melalui perumusan program-program pengembangan pariwisata sangat tergantung pada kualitas sumber daya manusia yang berperan untuk merumuskan, melaksanakan dan sekaligus mengevaluasi program-program tersebut, baik pada unsur pemerintah, privat, maupun institusi pendidikan. Oleh karena itu, perlu diciptakan sistem dan mekanisme pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia pariwisata yang tepat dan sesuai serta berorientasi pada pengembangan kepariwisataan nasional maupun internasional melalui penciptaan

tenaga trampil, ahli, dan pemikir yang mampu mengantisipasi dan melihat kedepan perkembangan kepariwisataan yang semakin kompleks. Berlakunya globalisasi di segala aspek menuntut kesiapan masing-masing negara untuk berkompetisi secara bebas dengan memperlihatkan keunggulan serta kelebihan yang mereka miliki.

Salah satu industri pariwisata di Indonesia yang memiliki prospek bagus dan siap bersaing di pasar bebas internasional akhir-akhir ini adalah Agrowisata. Di Indonesia sendiri, Agrowisata yang cukup dikenal di mancanegara adalah Kusuma Agrowisata yang berlokasi di jalan Abdul Gani Atas, Po. Box 36 Batu – Malang. Industri pariwisata ini memadukan wisata dan pertanian dengan menawarkan paket wisata petik apel sebagai produk unggulan disamping petik strawberry, jeruk, sayur, dan bunga. Suasana segar, nyaman, alami, didukung oleh keindahan alam yang mempesona karena dikelilingi perbukitan dan gunung memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Peran aktif pemandu wisata dalam mempromosikan obyek wisata Kusuma Agrowisata sangat mendukung dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan. Pemberian penjelasan dan informasi tentang Kusuma Agrowisata merupakan tugas seorang pemandu wisata kepada wisatawan. Seorang pemandu wisata harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang bisa dimengerti wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional adalah bahasa yang paling tidak harus dikuasai oleh seorang pemandu wisata untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan mancanegara, sehingga kemampuan dan keterampilan dalam berbahasa Inggris menjadi modal utama untuk meningkatkan profesionalisme kerja seorang pemandu wisata. Oleh karena itu, Kusuma Agrowisata harus memiliki tenaga-tenaga ahli yang berperan untuk memperkenalkan obyek wisata Kusuma Agrowisata pada dunia pariwisata internasional.

Berdasarkan pada permasalahan diatas, penulis mengangkat judul "BAHASA INGGRIS SEBAGAI MODAL UTAMA UNTUK MENINGKATKAN PROFESIONALISME KERJA BAGI PEMANDU WISATA DI DIVISI AGROWISATA PT. KUSUMA SATRIA DINASASRI WISATA

JAYA". Hal ini berdasarkan pengalaman penulis, setelah melaksanakan praktek kerja nyata sebagai pemandu wisata di Divisi Agrowisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya.

1.2 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata

Praktek Kerja Nyata memiliki beberapa tujuan dan manfaat.

1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

1. Memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.
2. Sarana melatih dan mempraktekkan kemampuan bahasa asing, khususnya bahasa Inggris.
3. Membandingkan teori yang diperoleh dalam perkuliahan dengan tempat Praktek Kerja Nyata, khususnya pada bidang kepariwisataan.
4. Mempelajari dan memahami peranan pemandu wisata pada Agrowisata.
5. Mempraktekkan disiplin ilmu yang dimiliki sesuai dengan bidangnya dilingkungan kerja secara nyata (English For Tourism, Speaking dan Guiding)

1.2.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata

1. Memperoleh pengalaman, keahlian dan keterampilan yang dapat digunakan sebagai bekal terjun kedalam dunia kerja.
2. Melatih kedisiplinan, kecermatan dan ketekunan dalam Praktek Kerja Nyata.
3. Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Agrowisata khususnya mengenai Pramuwisata (pemandu wisata),

1.3 Jangka Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

1.3.1 Jangka Waktu Praktek Kerja Nyata

Jangka waktu pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan berdasarkan ketentuan Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra, yaitu 240 jam efektif, sedang lama pelaksanaannya tidak dibatasi selama tidak mengganggu jadwal kuliah reguler.

Praktek Kerja Nyata dimulai pada tanggal 31 Januari sampai dengan 6 Maret 2003, dengan mengikuti jam kerja efektif 8 jam perhari selama 256 jam. Dan ini sudah dirasakan cukup untuk memenuhi target yang ditetapkan, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan laporan.

Jadwal kegiatan sehari-hari selama Praktek Kerja Nyata disesuaikan dengan jadwal yang berlaku ditempat Praktek Kerja Nyata. Di Kusuma Agrowisata sendiri, hari libur karyawan yang diberlakukan berbeda dengan hari libur yang berlaku di instansi lain pada umumnya. Untuk pemandu wisata mereka bebas memilih hari libur kecuali hari Sabtu dan Minggu. Hal ini dikarenakan pada kedua hari tersebut banyak terdapat pengunjung, sehingga diperlukan lebih banyak pemandu. Oleh karena itu, sesama pemandu pengambilan hari libur tidak boleh pada hari yang sama. Hal ini untuk mencegah adanya kekosongan pemandu serta untuk pemerataan jadwal kerja masing-masing pemandu.

Sementara untuk jam kerja bagi karyawan Kusuma Agrowisata terdapat 3 shift kerja:

- pukul 06.00-14.00 (dengan 1 jam untuk istirahat, sholat dan makan siang)
- pukul 08.00-16.00 (dengan 1 jam untuk istirahat, sholat dan makan siang)
- pukul 10.00-18.00 (dengan 1 jam untuk istirahat, sholat dan makan siang)

Untuk penulis sendiri, hari libur yang diambil adalah hari Kamis dengan shift kerja yang disesuaikan dengan jadwal pemandu Kusuma Agrowisata.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Ada beberapa prosedur yang harus dipenuhi terlebih dahulu oleh setiap peserta Praktek Kerja Nyata. Persyaratan-persyaratan tersebut adalah :

1. Memenuhi dan melengkapi persyaratan yang telah ditentukan oleh Program Diploma III Bahasa Inggris.

2. Mengajukan proposal pada perusahaan atau instansi sebagai tempat untuk Praktek Kerja Nyata, yang dalam hal ini penulis memilih Agrowisata PT. Kusuma Satria Dinasastri Wisata Jaya ,Batu-Malang.
3. Menyerahkan surat izin Praktek Kerja Nyata dari Fakultas pada instansi terkait.
4. Menyerahkan surat jawaban penerimaan izin Praktek Kerja Nyata dari instansi terkait kepada ketua Program Diploma III Bahasa Inggris.
5. Menerima penjelasan secara umum dari instansi atau perusahaan terkait tentang tugas-tugas yang harus dilakukan selama Praktek Kerja Nyata.
6. Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata
7. Menghimpun data dan membuat catatan untuk keperluan penulisan laporan akhir.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hakekat Bahasa

Menurut Alwasilah (1985:19), bahasa merupakan lambang bunyi yang abstraksi dimana ada yang menitikberatkan pada komunikasi, alat dan bahasa sebagai satu kesatuan yang teramati secara sistematis. Secara lebih jelas hakekat bahasa adalah sebagai berikut:

1. Bahasa itu sistematis, berarti mempunyai atau diatur oleh sistem yaitu aturan atau pola.
2. Arbitrer, yang berarti manasuka atau dipilih secara acak.
3. Simbol, mengacu kepada suatu obyek dan hubungan antar simbol dan obyek arbitrer.
4. Alat komunikasi terpenting.

2.2 Bahasa Sebagai Sarana Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial memiliki sifat *gregariousness*, naluri untuk berkomunikasi dan bersosialisasi antar manusia diperlukan adanya bahasa karena salah satu fungsi bahasa adalah sebagai sarana komunikasi dan sekaligus sebagai lambang sosial. Adapun dan bagaimanapun definisi bahasa berakhir pada proses komunikasi.

Menurut Webster's New Collegiate Dictionary (1981:225) dan Alwasilah (1986) mengatakan "*Communication is a process by which information is exchanged between individual through a common system of symbols, signs, or behaviour*". Bahasa adalah suatu pengertian yang abstrak dan baru terasa kepraktisan dan manfaatnya bila dipakai untuk berkomunikasi verbal, menggunakan bahasa atau komunikasi non verbal yang menggunakan bahasa isyarat (*gesture*).

2.3 Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Internasional

Penguasaan bahasa sangat penting dalam menunjang pertumbuhan suatu bangsa sekarang ini. Karena bahasa merupakan suatu alat untuk berkomunikasi antar bangsa yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan tersebut. Hal ini akan berperan lagi apabila yang dipakai adalah Bahasa Inggris, karena bahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang sudah dipergunakan oleh sebagian besar penduduk di dunia. Seperti halnya pendapat Denny Sudibyo (1998) yang mengatakan bahwa, "Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional berperan sangat penting dalam era globalisasi. Seseorang yang berhubungan dengan orang lain yang kebetulan adalah orang asing, maka bahasa yang dipergunakan untuk berkomunikasi adalah bahasa internasional yaitu bahasa Inggris. Dimanapun mereka berada, ditempat usaha mereka, di tempat-tempat wisata, termasuk di hotel. Sehingga paling sedikit seseorang harus mengerti dan mampu berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris jika ia berhadapan dengan orang asing".

Hal ini sejalan dengan pendapat Alwasilah (1993) yaitu " kitapun menyadari bahwa bahasa Indonesia belum bisa dipergunakan sebagai alat komunikasi antar bangsa, dan bahwa bahasa Inggris telah lama berfungsi sebagai bahasa internasional".

Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional memiliki peranan yang sangat penting terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di dunia. Suatu informasi yang aktual tidak lepas dari cara penyampaian dan penerimaan informasi tersebut. Hal ini diperlukan sumber daya manusia yang mampu mengirim informasi dengan menggunakan komunikasi sebagai media penyampaian informasi. Komunikasi sebagai suatu cara penyampaian informasi melibatkan bahasa. Bahasa Inggris adalah bahasa yang sering digunakan dalam berkomunikasi dalam dunia internasional. Oleh karena itu penguasaan terhadap bahasa tersebut sangat diperlukan demi kelancaran dalam berkomunikasi untuk kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

2.3.1 Hubungan antara Bahasa Inggris dengan Pemandu Wisata

Sebagaimana kita ketahui bahwa pariwisata di Indonesia akan semakin tumbuh dan berkembang dengan adanya wisatawan yang berkunjung dan peranan pemandu wisata yang memberikan pelayanan jasa. Sebagian besar wisatawan yang datang ke Indonesia berasal dari mancanegara. Hal ini yang mengharuskan seorang pemandu wisata untuk menguasai bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, sebagai bahasa internasional.

Kemampuan dan keterampilan dalam berbahasa Inggris diperlukan untuk memberikan penjelasan tentang obyek-obyek wisata di Indonesia kepada wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Hal ini merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap wisatawan, dan dapat meningkatkan profesionalisme kerja seorang pemandu wisata.

2.4 Pengenalan Kepariwisata

Perkembangan dunia pariwisata telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, dorongan orang untuk melakukan perjalanan, cara berfikir, maupun sifat perkembangan itu sendiri. Di negara maju kita mengetahui bahwa pariwisata sudah bukan hal yang baru lagi, bahkan orang melakukan suatu perjalanan merupakan suatu kebutuhan hidup setiap manusia. Namun demikian di negara-negara sedang berkembang (negara dunia ke tiga pariwisata), pariwisata baru dalam tahap perkembangan. Pengembangan pariwisata di dunia ke tiga lebih berorientasi pada pariwisata alternatif dan pariwisata eko. Kita sudah merasakan bahwa dari tahun ke tahun jumlah wisatawan internasional terutama yang mengunjungi Indonesia terus meningkat, sehingga kita dihadapkan pada persoalan penataan produk wisata supaya banyak diminati wisatawan.

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi permintaan akan pariwisata adalah mobilitas. Mobilitas manusia timbul oleh berbagai dorongan kebutuhan / kepentingan. Ada suatu kecenderungan untuk melihat pariwisata sebagai aktivitas yang wajar dan merupakan suatu permintaan yang wajar untuk dipenuhi. Pariwisata tidak saja dilihat sebagai suatu gejala dimana sejak zaman purbakala

manusia mempunyai keinginan untuk mengadakan perjalanan, tetapi justru menyatukan pengertian pariwisata dengan gejala tersebut (Projogo, 1976:22).

Salah satu dorongan kebutuhan manusia untuk mengunjungi suatu daerah adalah untuk memenuhi rasa ingin tahu, mengagumi atau menyelami seni budaya dari daerah yang dikunjunginya. Dengan demikian pada dasarnya wisatawan ingin melihat sesuatu yang jarang ditemukan, yang berkepribadian (asli) tetapi indah. Manusia selalu menginginkan terlepas dari kejemuhan kesibukan hidup sehari-hari, atau rasa bosan dengan mendambakan suasana baru, lingkungan baru walaupun untuk sementara. Kejemuhan yang berlarut-larut menimbulkan tekanan jiwa, akan mempengaruhi kesehatan maupun prestasi kerja. Dengan adanya rekreasi ke suatu lingkungan yang baru, akan mengendorkan ketegangan itu.

2.5 Pengertian Pariwisata

Di dalam membina / meningkatkan kesadaran masyarakat di bidang kepariwisataan dibutuhkan penyebarluasan berbagai pengertian yang berhubungan dengan segala macam / bentuk peristilahan yang sering digunakan dalam dunia kepariwisataan. Diantaranya pengertian mengenai apa itu pariwisata dan apa saja yang dibutuhkan para wisatawan.

Menurut Ensiklopedi Nasional Indonesia Jilid 12 dalam Karyono(1997:14), Pariwisata atau turisme merupakan kegiatan perjalanan, ini dapat bersifat pelancongan, bisnis, keperluan ilmiah, bagian kegiatan keagamaan, muhibah, atau juga silaturahmi. Bolch dikatakan hampir semua perjalanan ke daerah lain dapat digolongkan sebagai kegiatan pariwisata, kecuali bila perjalanan itu dilakukan untuk tujuan kerja atau mencari nafkah. Tetapi perjalanan bisnis masih tetap digolongkan sebagai kegiatan pariwisata, karena kebanyakan wisatawan bisnis hanya menggunakan waktu beberapa jam saja dalam setiap harinya untuk mengurus bisnisnya, sedangkan waktu selebihnya digunakan untuk bersenang-senang.

2.5.1 Bentuk- Bentuk Pariwisata

Menurut Nyoman S. Pendit (1990, dalam Karyono,1997:16) bentuk pariwisata dapat di bagi menurut katagori sebagai berikut :

a. Menurut Asal Wisatawan

1. Dari dalam negeri disebut juga pariwisata domestik atau pariwisata nusantara.
2. Dari luar negeri disebut pariwisata internasional atau pariwisata manca negara

b. Menurut Akibatnya terhadap Neraca Pembayaran

1. Kedatangan wisatawan ke dalam negeri memberi efek positif terhadap neraca pembayaran luar negeri. Pariwisata ini disebut pariwisata aktif.
2. Sebaliknya, warga negara yang ke luar negeri memberikan efek negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri atau disebut pariwisata pasif.

c. Menurut Jangka Waktu

1. Pariwisata jangka pendek, apabila wisatawan yang berkunjung ke suatu DTW (Daerah Tujuan Wisata) hanya beberapa hari saja.
2. Pariwisata jangka panjang, apabila wisatawan yang berkunjung ke DTW waktunya sampai berbulan- bulan. Jadi, yang membedakan adalah lama tinggal.

d. Menurut Jumlah Wisatawan

1. Disebut pariwisata tunggal, apabila wisatawan yang bepergian hanya seorang, atau satu keluarga.
2. Disebut pariwisata rombongan, apabila wisatawan yang bepergian satu kelompok atau rombongan yang berjumlah 15 sampai dengan 20 orang atau lebih.

e. Menurut Alat Angkut yang Dipergunakan

1. Pariwisata udara
2. Pariwisata laut
3. Pariwisata kereta api
4. Pariwisata mobil

2.5.2 Jenis – Jenis Pariwisata

Menurut Karyono (1997:21-22) jenis-jenis pariwisata adalah sebagai berikut :

a. Wisata Budaya

Seseorang yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mempelajari adat-istiadat, budaya, tata cara kehidupan masyarakat dan kebiasaan yang terdapat di daerah atau negara yang dikunjungi. Termasuk dalam wisata ini adalah mengikuti misi kesenian ke luar negeri atau untuk menyaksikan festival seni dan kegiatan budaya lainnya.

b. Wisata Kesehatan

Disebut juga wisata pulih sembuh. Artinya seseorang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk sembuh dari suatu penyakit atau untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani. Obyek wisata ini adalah tempat peristirahatan, sumber air panas, sumber air mineral dan fasilitas-fasilitas lain yang memungkinkan seorang wisatawan dapat beristirahat sambil berwisata.

c. Wisata Olahraga

Seseorang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mengikuti kegiatan olahraga, misalnya Olympiade, Thomas Cup, Sea Games dan lain-lain.

d. Wisata Komersial

Istilah lainnya adalah wisata bisnis, yaitu melakukan perjalanan untuk tujuan yang bersifat komersial atau dagang. Misalnya, mengunjungi pameran dagang, pameran industri, pekan raya, dan lain-lain.

e. Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa untuk berkunjung ke suatu industri yang besar guna mempelajari atau meneliti industri tersebut.

f. Wisata Politik

Seseorang yang berkunjung kesuatu negara untuk tujuan aktif dalam kegiatan politik. Misalnya kunjungan kenegaraan yang dilanjutkan dengan berdarmawisata.

g. Wisata Konvensi

Seseorang yang melakukan perjalanan dan berkunjung ke suatu daerah untuk tujuan mengikuti konvensi atau konferensi. Wisata ini erat kaitannya dengan wisata politik.

h. Wisata Sosial

Kegiatan wisata sosial adalah kegiatan wisata yang diselenggarakan dengan tujuan *non profit* atau tidak mencari keuntungan. Perjalanan wisata ini diperuntukkan bagi remaja, atau golongan masyarakat ekonomi lemah atau pelajar. Contoh lain: organisasi wanita yang mengajak siswa dari panti asuhan untuk melakukan perjalanan wisata.

i. Wisata Pertanian

Pengorganisasian perjalanan yang dilakukan dengan mengunjungi pertanian, perkebunan untuk tujuan studi dan riset atau studi banding.

j. Wisata Maritim (marina) atau Bahari

Wisata ini sering dikaitkan dengan olahraga air, seperti berselancar, menyelam, berenang, dan sebagainya. Obyeknya adalah laut, danau, sungai, kepulauan, termasuk taman laut. Wisata ini disebut juga wisata tirta.

k. Wisata Cagar Alam

Jenis wisata ini adalah berkunjung ke daerah cagar alam, menikmati udara segar dan keindahan alam. Obyek wisata ini adalah kebun raya dan taman nasional.

l. Wisata Buru

Kegiatan wisata ini dikaitkan dengan hobi berburu. Lokasi berburu ini tentunya telah dimaklumkan oleh pemerintah sebagai daerah perburuan.

m. Wisata Pilgrim

Jenis wisata ini dikaitkan dengan agama, kepercayaan, ataupun adat istiadat dalam masyarakat. Misalnya berkunjung ke makam-makam orang suci atau orang-orang terkenal, tempat-tempat suci dan pemimpin yang diagungkan.

n. Wisata Bulan Madu

Sesuai dengan namanya, orang yang melakukan perjalanan dalam jenis wisata ini adalah orang yang sedang berbulan madu atau pengantin baru. Agen perjalanan yang menyelenggarakan wisata ini biasanya menyediakan fasilitas istimewa atau khusus. Diharapkan wisatawan benar-benar menikmati bulan madu dengan kesan-

Seseorang yang melakukan perjalanan dan berkunjung ke suatu daerah untuk tujuan mengikuti konvensi atau konferensi. Wisata ini erat kaitannya dengan wisata politik.

h. Wisata Sosial

Kegiatan wisata sosial adalah kegiatan wisata yang diselenggarakan dengan tujuan *non profit* atau tidak mencari keuntungan. Perjalanan wisata ini diperuntukkan bagi remaja, atau golongan masyarakat ekonomi lemah atau pelajar. Contoh lain: organisasi wanita yang mengajak siswa dari panti asuhan untuk melakukan perjalanan wisata.

i. Wisata Pertanian

Pengorganisasian perjalanan yang dilakukan dengan mengunjungi pertanian, perkebunan untuk tujuan studi dan riset atau studi banding.

j. Wisata Maritim (marina) atau Bahari

Wisata ini sering dikaitkan dengan olahraga air, seperti berselancar, menyelam, berenang, dan sebagainya. Obyeknya adalah laut, danau, sungai, kepulauan, termasuk taman laut. Wisata ini disebut juga wisata tirta.

k. Wisata Cagar Alam

Jenis wisata ini adalah berkunjung ke daerah cagar alam, menikmati udara segar dan keindahan alam. Obyek wisata ini adalah kebun raya dan taman nasional.

l. Wisata Buru

Kegiatan wisata ini dikaitkan dengan hobi berburu. Lokasi berburu ini tentunya telah dimaklumkan oleh pemerintah sebagai daerah perburuan.

m. Wisata Pilgrim

Jenis wisata ini dikaitkan dengan agama, kepercayaan, ataupun adat istiadat dalam masyarakat. Misalnya berkunjung ke makam-makam orang suci atau orang-orang terkenal, tempat-tempat suci dan pemimpin yang diagungkan.

n. Wisata Bulan Madu

Sesuai dengan namanya, orang yang melakukan perjalanan dalam jenis wisata ini adalah orang yang sedang berbulan madu atau pengantin baru. Agen perjalanan yang menyelenggarakan wisata ini biasanya menyediakan fasilitas istimewa atau khusus. Diharapkan wisatawan benar-benar menikmati bulan madu dengan kesan-

kesan khusus, indah, dan meninggalkan kenangan yang istimewa bagi bulan madu mereka.

2.6 Pengertian Agrowisata

Pengembangan Agrowisata merupakan salah satu upaya memanfaatkan potensi atraksi wisata pertanian. Berdasarkan Surat Keputusan (SK) bersama Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi (Menparpostel) dan Menteri Pertanian No. KM. 47/P. W. DOW/MPPT-89 dan No. 209/KPTS/HK 050/4/1989, definisi Agrowisata adalah bagian dari obyek wisata yang diartikan sebagai suatu bentuk kegiatan yang memanfaatkan usaha agro sebagai obyek dengan tujuan memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian.

2.6.1 Tujuan Agrowisata

Pada dasarnya setiap obyek wisata yang bercirikan agro bertujuan untuk :

- a. Meningkatkan taraf hidup petani.
- b. Meluaskan lapangan kerja dan kesempatan berusaha bagi penduduk disekitar agrowisata.
- c. Memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk menikmati obyek wisata agro.
- d. Menjaga dan melestarikan produk perkebunan sebagai salahsatu diversifikasi produk wisata.
- e. Menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi pengusaha di bidang agro dan pariwisata dalam usaha penyelenggaraan dan pelayanan jasa.

2.6.2 Macam-Macam Agrowisata

Menurut (Tritawana, 1996, dan Jesus, 1997:5-6), macam-macam agrowisata yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut:

1. Kebun Raya

Kebun raya memiliki obyek wisata berupa tanaman yang berasal dari berbagai spesies. Daya tarik yang dapat ditawarkan mencakup flora yang ada, keindahan pemandangan didalamnya dan kesegaran udara yang memberikan rasa nyaman.

2. Perkebunan

Berbagai kegiatan obyek wisata perkebunan dapat berupa produksi, pembibitan dan pasca panen produksi (pengolahan dan pemasaran). Daya tarik perkebunan dengan sumber daya wisata antara lain:

1. Daya tarik historis perkebunan yang sudah diusahakan sejak lama.
2. Lokasi beberapa wilayah perkebunan yang terletak di pegunungan yang memberikan pemandangan indah dan berhawa segar.
3. Cara-cara tradisional dalam pola tanam, pemeliharaan, dan pengolahan.
4. Perkembangan teknik pengolahan yang ada.

3. Tanaman Pangan dan Hortikultura

Lingkup kegiatan wisata tanaman pangan meliputi usaha tanaman padi dan palawija serta hortikultura, bunga, buah, sayur dan jamu-jamuan. Berbagai proses kegiatan mulai dari pra-panen, pasca panen, pengolahan hasil sampai pada pemasaran dapat dijadikan obyek agrowisata.

4. Perikanan

Ruang lingkup kegiatan wisata perikanan dapat berupa kegiatan budidaya perikanan sampai proses pasca panen. Daya tarik perikanan sebagai sumber daya wisata diantaranya, memancing ikan.

5. Peternakan

Daya tarik peternakan sebagai sumber daya wisata antara lain pola beternak, cara tradisional dalam peternakan, serta budidaya hewan ternak.

2.7 Pengertian Wisatawan

Menurut IUOTO (*The International Union Of Official Travel Organization*) Wisatawan (*Tourist*), yaitu pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi berikut ini:

- a. Pesiari (*leisure*) seperti untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- b. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi dan misi.

- c. Pelancong (*excursionist*) yaitu pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjungi (termasuk pelancong dengan kapal pesiar)

Rumusan hasil Sidang Umum IX WTO di Buenos Aires Argentina, yang diselenggarakan tanggal 30 September hingga 4 Oktober 1991: "Wisatawan (*tourist*), seorang pengunjung untuk sekurang-kurangnya satu malam tetapi tidak lebih dari satu tahun dan yang dimaksud utama kunjungannya adalah tidak lain dari melaksanakan suatu kegiatan yang mendatangkan penghasilan dari negeri yang dikunjungi" (Deparpostel 1992, dalam Hari Karyono 1997:21).

2.7.1 Jenis dan Macam Wisatawan

Berdasarkan sifat perjalanan, lokasi dimana perjalanan dilakukan, wisatawan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Wisatawan Asing (*Foreign Tourist*)

Orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana ia biasa tinggal. Wisatawan asing disebut juga wisatawan mancanegara atau disingkat wisman.

2. Domestic Foreign Tourist

Orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal di suatu negara karena tugas, dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negara dimana ia tinggal.

3. Domestic Tourist

Seorang warga negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya. Wisatawan ini disebut juga wisatawan nusantara (wisnu)

4. Indigenous Foreign Tourist

Warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya berada di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri. Misalnya, warga negara Perancis yang bertugas sebagai konsultan di perusahaan asing di Indonesia, ketika liburan ia kembali ke negaranya dan melakukan perjalanan wisata di sana. Jenis wisata ini kebalikan dari Domestic Foreign Tourist.

5. *Transit Tourist*

Wisatawan yang sedang melakukan perjalanan ke suatu negara tertentu, yang terpaksa mampir atau singgah pada suatu pelabuhan /airport/ stasiun bukan untuk kemauannya sendiri.

6. *Business Tourist*

Orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan bisnis, bukan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuannya yang utama selesai. Jadi perjalanan wisata merupakan tujuan sekunder, setelah tujuan primer yaitu bisnis selesai dilakukan.

2.8 Pengertian Pemandu Wisata

Secara umum pengertian Pemandu Wisata (*Tour Guide*) adalah seseorang yang dibayar untuk menemani wisatawan untuk mengunjungi, melihat, dan menyaksikan obyek dan atraksi wisata (Yoeti, 1986:17).

Dalam *The Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principle*, Vol.1 dijelaskan sebagai berikut:

"In general sense of term the tour guide is a person who is hired to conduct a traveller or tourist and to point out objects of interest."

Dari sudut pandang wisatawan Pramuwisata (Pemandu Wisata) adalah seorang yang bekerja pada suatu biro perjalanan atau kantor pariwisata (*tourist office*) yang bertugas memberikan informasi, petunjuk dan *advice* secara langsung kepada wisatawan sebelum dan selama perjalanan wisata berlangsung.

2.8.1 Macam Pemandu Wisata

Pemandu Wisata ada dua macam yaitu:

- a. Pemandu wisata umum (*General Guide*), kebanyakan pemandu wisata yang umumnya bekerja pada biro perjalanan umum, baik sebagai karyawan (*Payroll Guide*) maupun sebagai honorer yang biasa disebut sebagai "Freelance Guide."
- b. Pemandu wisata khusus (*Special Guide*), kebanyakan beroperasi pada suatu obyek tertentu, seperti di museum, di candi-candi, Pura, Peninggalan-peninggalan kuno dan sebagainya.

2.8.2 Syarat-Syarat Pemandu Wisata

Seorang pemandu wisata dikatakan sebagai *Ambassador Of His Country*, yaitu seseorang yang dapat dipercaya dan sekaligus sebagai penterjemah agar dapat berhubungan dengan pihak-pihak lain di tempat yang dikunjunginya. Lebih jauh dikatakan bahwa seorang pemandu wisata, semenjak berhubungan dengan wisatawan, selama ia menjelaskan sesuatu pada wisatawan dalam perjalanan sampai berpisah dengan mereka, ia haruslah bertindak selaku *salesman* bagi daerah atau negaranya (Yoeti, 1986:18-19).

Oleh karena itu agar dapat melakukan tugasnya dengan baik, maka seorang pemandu wisata haruslah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

a. Penampilan yang meyakinkan (*physical Appearance*).

Badan adalah bentuk fisik yang dapat memberi kesan pertama bagi wisatawan. Oleh karenanya seorang pemandu wisata dianjurkan untuk berpakaian yang rapi dan menarik. Pakaian yang menarik bukan terletak pada bahan yang mahal, tetapi yang pokok adalah adanya keserasian dan dipakai sesuai waktunya. Penampilan fisik tidaklah selalu diartikan dengan seorang yang ganteng (*handsome*), tetapi secara keseluruhan, baik fisik, wajah, sikap pembawaan, cara berpakaian akan mencerminkan kepribadian sebagai seorang pemandu wisata.

b. Menyenangkan dan mudah menyesuaikan dengan lingkungan (*Pleasant and Character*).

Untuk dapat bertingkah laku seperti pemandu wisata yang baik hendaklah mempunyai tingkah laku sebagai berikut:

1. Mudah bergaul dan menyesuaikan diri serta gembira dalam setiap penampilan.
2. Selalu berusaha setuju atas permintaan atau usul orang lain yang menjadi anggota rombongannya.
3. Selalu dan memperhatikan apa-apa yang baik dan menarik bagi wisatawan yang dibawanya.
4. Suka membantu tanpa diminta bantuannya terlebih dahulu.

Satu hal yang harus diperhatikan adalah seorang pemandu wisata tidak boleh sekali-sekali kehilangan kewibawaannya. Seorang pemandu wisata tidak boleh

membuat dirinya tidak dihargai. Ia dapat saja intim dengan seseorang, tetapi ia harus selalu menjaga jarak agar ia dapat dihormati dan mempunyai wibawa terhadap rombongan yang dibawanya.

c. Mudah berkomunikasi (*Ability to Communication*).

Seorang pemandu wisata harus dapat memperhatikan pada anggota rombongannya apa yang terbaik pada saat tertentu . Oleh karena itu pemandu wisata haruslah :

1. Mengetahui dan dapat berkomunikasi dengan baik dengan menggunakan bahasa yang dapat dimengerti oleh wisatawan yang dibawanya.
2. Dapat dan cepat menangkap apa yang diinginkan oleh para wisatawan.
3. Mengerti dan tahu sampai berapa jauh anggota rombongannya memahami apa yang diucapkannya.

Ini berarti bahwa seorang pemandu wisata harus mengetahui dan menguasai bahasa asing tertentu serta pokok-pokok yang dibicarakan, diceritakan, dijelaskan, sampai materi secara terperinci.

2.8.3 Pemandu Wisata Pada Pariwisata

Pemandu wisata pada pariwisata yaitu pemandu wisata yang mempunyai pengetahuan mengenai kebudayaan, kekayaan alam dan aspirasi kehidupan bangsa atau penduduk secara umum, yang memiliki izin untuk memberikan bimbingan perjalanan dan penerangan kepariwisataan dengan mempergunakan satu atau beberapa bahasa tertentu terhadap wisatawan, baik secara perseorangan atau kelompok (Yocti, 1996)

2.8.4 Pemandu Wisata Pada Agrowisata

Pemandu wisata pada agrowisata adalah pemandu wisata yang memiliki pengetahuan khusus dan mendalam mengenai obyek wisata pertanian dan holtikultura, yang mempunyai surat izin untuk membimbing perjalanan dengan memberikan penerangan kepada wisatawan baik perseorangan atau kelompok dengan menggunakan satu bahasa atau beberapa bahasa tertentu (Tirta dan Lisdiana, 1996).



BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan

Pariwisata merupakan aset terbesar milik bangsa yang memerlukan perhatian khusus dalam penanganannya. Untuk mengefisienkan pengelolaan tersebut maka pemerintah Indonesia mengklasifikasikan wilayah-wilayahnya dalam tujuh daerah pengembangan kepariwisataan (*The Seven Region of Tourism Development*). Jawa timur termasuk salah satu kategori dari pengembangan tersebut.

Jawa Timur kaya akan potensi pariwisata yang bisa diandalkan dan memiliki daya saing tinggi di dunia internasional. Salah satu obyek wisata yang berpotensi dan bisa bersaing di dunia internasional itu adalah Kusuma Agrowisata yang terletak di Jalan Abdul Gani Atas Batu – Malang. Nama Kusuma Agrowisata itu sendiri berasal dari nama perusahaan yaitu PT. Kusuma Satria Dinasri Wisata Jaya. Gagasan awal berdirinya Kusuma Agrowisata pada tahun 1989 oleh Bapak Ir. Edy Antoro, yang semula hanya berupa kebun Apel. Beliau mengawalinya setelah keluar dari PTP XXVI (PTPN XII) yang saat itu hanya bagaimana cara menanam apel supaya berhasil dan bagus. Setelah masuk ke tahap produksi, hasil panen buah apel pertama sungguh luar biasa, namun tumbuh kendala dalam hal pemasaran hasil produksi. Kemudian beliau membuat strategi pasar yang ada yaitu :

1. Melalui Tengkulak.
2. Memasukkan sendiri ke toko-toko.
3. Agrowisata.

Strategi yang pertama yaitu melalui tengkulak telah dicobanya, tetapi hasil produksi buah apel tergantung pada para tengkulak. Melihat kondisi tersebut beliau mengambil langkah untuk menjual produksi secara langsung ke toko-toko buah. Ternyata langkah ini juga mengalami kegagalan karena sarana untuk penjualan terlalu besar daripada hasil penjualan yang diterima. Selanjutnya tanpa adanya studi kelayakan terhadap prospek Agrowisata, dicobanya pula strategi

dengan memanfaatkan Agrowisata. Pada tahun 1990 tertanam ±10 ha Apel dan ± 2 ha Jeruk. Peresmian sarana Agrowisata ditandai dengan peletakan batu pertama yang dilakukan pada tanggal 20 Desember 1990 oleh pemilik sekaligus penyandang dana tunggal yaitu Bapak Jacob Djojosebagio. Pembinaan-pembinaan seperlunya di bidang manajemen maupun teknik budidaya tanaman untuk menciptakan suatu agrowisata yang ideal tetap dilakukan. Kemudian pada tahun 1993 sudah mulai menggunakan sistem agrowisata dengan ciri khasnya petik apel sendiri.

Secara keseluruhan perkembangan Kusuma Agrowisata cukup baik, hal ini disebabkan:

1. Batu sebagai sentral wisata.
2. Lokasi terletak pada daerah yang indah, sejuk dan dilindungi Gunung Panderman yang curah hujannya 1160 mm/th, dengan kemiringan 15° - 25°. Kelembaban nisbi 70-85%, suhu rata-rata 16°-30°. Penyinaran matahari pada musim penghujan 5 jam per hari dan pada musim kemarau 8-10 jam per hari.
3. Bisa tampil beda.
4. Kunjungan wisata dari tahun ke tahun cenderung meningkat. Untuk lebih jelasnya dapat diketahui pada data kunjungan mulai tahun 1996-2002 pada lembar lampiran pertama.

Total luas areal perusahaan PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya sekarang mencapai 60 ha dengan jumlah karyawan tetap 400 orang dan total seluruh karyawan termasuk harian lepas mencapai lebih dari 800 orang.

3.2 Tujuan dan Manfaat Didirikan Obyek Wisata Agro

3.2.1 Tujuan Didirikan Obyek Wisata Agro

Masing-masing obyek tentunya memiliki konsep yang sudah direncanakan secara matang. Konsep tersebut mungkin berbeda-beda untuk memberikan ciri khas pada obyek yang dikelolanya. Ditinjau dari konsep awal pembuatannya, ada obyek yang dibuat untuk obyek Agrowisata disamping sebagai tempat penelitian.

Ada pula yang semula hanya sebuah usaha budidaya saja, tetapi kemudian menjadi obyek Agrowisata.

Sebagai halnya Kusuma Agrowisata Batu Malang sebagai penerima devisa negara dari sektor non migas, memberikan kesempatan berusaha dan lapangan kerja melalui pemanfaatan pertanian yang optimal, memiliki potensi sebagai tempat kunjungan wisatawan . Agar pengembangan pertanian dimasa yang akan datang sesuai dengan yang digariskan dalam GBHN tahun 1993, Kusuma Agrowisata memiliki tujuan umum sebagai berikut :

- a. Meningkatkan pendapatan dan taraf hidup petani.
- b. Memperluas lapangan bekerja dan kesempatan berusaha.
- c. Mengisi dan memperluas pasar, baik pasar dalam negeri maupun luar negeri.
- d. Memperluas perkembangan wilayah.

Adapun tujuan khusus Kusuma Agrowisata adalah :

- a. Memberi kesempatan yang seluas-luasnya kepada wisatawan untuk berkunjung dan menikmati obyek wisata ini.
- b. Menciptakan iklim kerjasama (kemitraan yang baik bagi pengusaha di bidang Agrowisata dalam penyelenggaraan dan pelayanan jasa).
- c. Menciptakan pola pemasaran terpadu antara paket-paket wisata dan produk-produk lainnya.
- d. Mengamankan dan melestarikan citra produk perkebunan sebagai salah satu diversifikasi produk wisata.
- e. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi penduduk sekitar kawasan tersebut, misalnya dengan menyediakan sarana transportasi, akomodasi atau jasa pemanduan.

3.2.2 Manfaat Didirikannya Obyek Wisata Agro

Manfaat didirikannya obyek wisata agro adalah :

- a. Meningkatkan konservasi lingkungan.
- b. Meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam.
- c. Meningkatkan nilai rekreasi.
- d. Meningkatkan pengembangan ilmu pengetahuan.
- e. Mendapatkan keuntungan ekonomi.

3.3 Lokasi Perusahaan

Kusuma Agrowisata berlokasi di Kota Batu Malang –Jawa Timur, yang terletak sekitar 19 km dari kota Malang dan berada pada ketinggian antara 680-1700 mdpl sudah terkenal sejak dahulu sebagai tempat tujuan wisata . Lokasi utama Agrowisata terletak di Desa Ngaglik.

Kusuma Agrowisata tampak indah berada dikaki gunung Panderman. Dari kawasan yang tenang dan asri tersebut kita dapat melihat hijaunya perkebunan apel, jeruk, strawberry, kopi, Agro sayur dan Agro bunga. Letak Kusuma Agro wisata adalah sebagai berikut :

- Sebelah Selatan : Gunung Panderman
- Sebelah Utara : Gunung Arjuna dan Anjasmara
- Sebelah Timur : Gunung Semeru
- Sebelah Barat : Bukit Seruk

3.4 Bentuk Hukum Perusahaan

PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Batu Malang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa wisata. Adapun bentuk hukumnya Perseroan Terbatas dengan SIUP : 91-92/13-24/PM/VII/97/P.1

3.5 Struktur Organisasi dan Job Description

3.5.1 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah merupakan kerangka yang menunjukkan pembagian fungsi di dalam suatu organisasi, di mana pembagian itu akan memisahkan secara formal masing-masing komponen yang ada, organisasi sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dan menunjukkan hubungan antara komponen yang satu dengan yang lainnya dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya dalam tipe organisasi garis. Disini tugas, wewenang dan tanggung jawab serta tata hubungan kerja sudah diatur sedemikian rupa oleh pihak manajemen dari perusahaan. Perusahaan tersebut mempunyai tiga divisi dengan bidang usaha yang berbeda yaitu :

1. Divisi Hotel kusuma pada tahun 1993.
2. Divisi Agrowisata pada tahun 1993.
3. Divisi Estate (Villa Kusuma Agro) pada tahun 1997.

Untuk Divisi Agrowisata terdapat tiga Departemen yaitu:

1. Departemen pemasaran dan pengolahan pasca panen.
2. Departemen tehnik budidaya.
3. Departemen Personalia dan administrasi.

Secara struktural, struktur organisasi pada divisi tersebut adalah sebagai berikut :



3.5.1 Job Description

Fungsi Manajemen pada Kusuma Agrowisata bergerak secara dinamis sesuai dengan kebutuhan. Untuk itu setiap karyawan baik kepala bagian maupun bagian yang lain diberi job description untuk mempertanggung jawabkan tugas dan kewajibannya sebagai karyawan.

Adapun tugas dari masing-masing bagian dari struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut :

a. General Manager

1. Melaksanakan kebijaksanaan pokok direksi pada setiap unit yang meliputi Litbank, Administrsi dan Personalia, Teknik budidaya, Pemasaran dan Pengolahan
2. Membina hubungan keluar instansi-instansi yang terkait dalam kegiatan bisnis perusahaan serta masyarakat sekitar.
3. Dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab penuh kepada direksi PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya Batu – Malang.

- b. Kabag Administrasi dan Personalia :
1. Melaksanakan, mengatur sekaligus mengawasi unit kerja dibawahnya yang meliputi didalam personalia, accounting dan pemandu.
 2. Melaksanakan analisa dari *chek up* tugas yang dilakukan oleh bidang personalia, accounting dan pemandu.
 3. Membuat sekaligus menetapkan rencana kerja yang ditetapkan bawahannya.
- c. Kabag Tehnik Budidaya:
1. Memberi pengarahan serta menetapkan rencana kerja baik secara teori maupun praktek kepada bidang budidaya.
 2. Mengatur pelaksanaan *maintenance* serta rehabilitas khusus bidang tehnik pembudidayaan tanaman.
 3. Melakukan analisa secara berkala terhadap semua hasil dari tehnik pembudidayaan tanaman.
 4. Bertanggung jawab kepada General Manager dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh kepala bidang tehnik budidaya.
- d. Kabag Pemasaran dan Pengolahan Pasca Panen:
1. Mengatur serta mengkoordinasi secara cermat kegiatan pemasaran dari produk yang dihasilkan baik di dalam lokasi perusahaan maupun di luar lokasi perusahaan.
 2. Manager pemasaran harus mampu menganalisa permintaan pasar terhadap produk yang dihasilkan.
 3. Bertanggung jawab kepada General Manager khususnya bidang pemasaran dan pengolahan.
 4. Bersama-sama dengan Kabag pengolahan menyiapkan *planning*, serta melaksanakan pengawasan terhadap kegiatan yang dilaksanakan bidang pengolahan.
 5. Memberikan pengarahan dan masukan kepada kabag pemasaran kunjungan tentang cara apa yang sebaiknya dilakukan untuk meningkatkan volume kunjungan wisata.

6. Bagian pengolahan diharapkan mampu memberikan pengarahannya kepada bidang pasca panen, karena untuk bidang ini memegang peranan penting terhadap berhasilnya pengembangan perusahaan.
7. Bersama-sama mengatur dan mengawasi usaha keselamatan kerja.

3.6 Komoditi yang Dipasarkan

Untuk mempertahankan buah Apel lokal dan melestarikan kota Batu yang merupakan kota Apel maka Kusuma Agrowisata memiliki komoditi Apel sebagai tempat wisata dengan beberapa alasan:

1. Apel dapat berbuah dua kali dalam setahun.
2. Apel merupakan tanaman yang paembuahannya dapat diatur.

Adapun jenis-jenis apel yang ditanam di Kusuma Agrowisata adalah:

1. Apel Manalagi (khas Batu).
2. Apel Rome Beauty (Belanda).
3. Apel Huang Ling (Taiwan).
4. Apel Anna atau Jonattan (Amerika)

Selain Apel Kusuma Agrowisata dilengkapi dengan beberapa jenis jeruk diantaranya:

1. Jeruk Jova (Israel).
2. Jeruk Valencia (Spanyol).
3. Jeruk Keprok Pacitan (lokal).
4. Jeruk Keprok Unshu (lokal).

Sedangkan hasil perkebunan pelengkap selain jeruk yaitu kopi dan strawberry. Macam strawberry yang ada di Kusuma Agrowisata ada tiga jenis yaitu:

1. Strawberry Zelva (Australia)
2. Strawberry Tristar (California)
3. Strawberry Lokal (Indonesia)

Kopi yang dikembangkan di Kusuma Agrowisata yaitu Kopi Mocca dan Arabica.

Luas Kebun Apel adalah yang terluas dibandingkan dengan kebun jeruk. Jadi *over product* pada jenis buah ini sangat sering terjadi meskipun sudah

dilakukan penjualan langsung kepada wisatawan. Terutama untuk buah apel yang kurang berkualitas, misalnya masak terlalu cepat, jatuh akibat rontok secara sengaja maupun tidak dan beberapa sebab lain. Untuk mengatasi hal itu maka dibuatlah makanan dan minuman olahan yang berbahan dasar buah apel tersebut sehingga mempunyai nilai tambah bagi perusahaan dan menarik minat wisatawan.

Produk-produk olahan tersebut adalah:

1. Jenang Apel (Apple Cake).
2. Wingko Apel (Coconut Apple Cake).
3. Minuman Sari Apel (Extract Apple).
4. Brem Apel (Apple Bier).
5. Selai Apel (apple Jam).

Komoditi lain yang dapat ditemukan di Kusuma Agrowisata yaitu aneka macam tanaman hias seperti: Kaktus, Bromelia, Aglonema, Bonsai dan sebagainya. Selain itu Agro sayur membudidayakan sayuran hidroponik seperti: sawi daging, tomat cerry, Baby kailan, andewi dan sebagainya.

3.7 Pemasaran dan Promosi Obyek Wisata Agro

Bertitik tolak pada perkembangan di bidang pertanian dan bidang pariwisata selama ini, maka antara pertanian dan pariwisata dapat saling mengisi dan menunjang dalam meningkatkan daya saing produk pertanian dan produk pariwisata Indonesia. Sebagai komoditi ekspor nonmigas yang handal dan mempunyai potensi untuk dipromosikan. Untuk itu Kusuma Agrowisata melakukan tahapan-tahapan antara lain:

1. Menyusun paket-paket wisata yang dilakukan sendiri atau kerjasama dengan Biro Perjalanan.
2. Menyebarluaskan bahan-bahan informasi obyek wisata Agro yang siap dijual secara efisien dan tepat guna.
3. Meningkatkan promosi secara terpadu dengan memanfaatkan bantuan dari instansi, seperti:
 - a. Biro Humas Departemen Pariwisata Pos dan Telekomunikasi.
 - b. Biro Humas Departemen pertanian.

- c. Badan Penyelenggara Promosi Indonesia (BPPI)
 - d. Badan Penyelenggara Ekspor Nasional.
4. Memberikan pengetahuan kepada wisatawan tentang produk-produk yang dijual.

Dengan ciri yang tampil berbeda sebagai suatu obyek wisata, Kusuma Agrowisata mencoba memanfaatkan kota Batu sebagai sentra wisata dan ajang pemasaran dengan menawarkan obyek wisata yang baru dan berbeda dari obyek wisata yang lainnya. Ciri yang dimiliki oleh Kusuma Agrowisata yaitu menyediakan buah segar dengan cara memetik sendiri dan ditemani pemandu wisata yang memberikan pelayanan serta informasi tentang keberadaan agrowisata.

Sedangkan promosi yang dilakukan Kusuma Agrowisata yaitu:

1. Menyebar brosur di tempat-tempat wisata yang ada di kota Batu.
2. Menyiarkan lewat radio-radio.
3. Mengirim surat penawaran ke sekolah-sekolah atau instansi-instansi.
4. Bekerjasama dengan Biro-biro perjalanan.

Sementara yang menjadi target pemasaran adalah wisatawan domestik pada umumnya serta wisatawan mancanegara, khususnya dari Asia seperti: Malaysia, Singapura, Hongkong, Taiwan dan lain-lain. Selain itu juga wisatawan dari Belanda, Australia, dan dari negara-negara lainnya.

Promosi dari mulut ke mulut juga dilakukan secara aktif melalui pemandu wisata. Para Pemandu Wisata memberi pelayanan yang bersifat *personal service* kepada wisatawan yang berkunjung ke Kusuma Agrowisata. Diharapkan pelayanan yang bersifat pribadi ini para wisatawan akan mendapat kepuasan dan diharapkan mereka akan kembali untuk berkunjung ke Kusuma Agrowisata.

3.8 Aspek Pengembangan dan Kendala yang Dihadapi

3.8.1 Aspek Pengembangan

Untuk mengatasi kejenuhan pengunjung, Kusuma Agrowisata berusaha memberi tambahan fasilitas dan pelayanan kepada para wisatawan dengan mengembangkan usahanya antara lain:

- a. Menambah Agro Sayur dan Strawberry, khususnya green house hidroponik.
- b. Membuka Agro Kopi (di Scruk dan Kingsu).
- c. Menambah menu makanan dan minuman khas Kusuma Agrowisata di Apple House (Kedai Apel).
- d. Membuka Klinik Agribisnis dan Agrowisata yang melayani pelatihan, seminar mengenai apel, kopi, jeruk dan hidroponik. Serta melayani kaji banding wisata agro dalam dan luar negeri.
- e. Melengkapi areal perkebunan apel dengan *Mini Zoo* dan *Play Ground*, dan lain-lain.

3.8.2 Kendala yang Dihadapi

Permasalahan yang dihadapi Kusuma Agrowisata bersifat teknis dan non teknis. Adapun kendala-kendala tersebut adalah sebagai berikut:

1. Secara teknis dalam rangka mendukung kegiatan wisata kebun yang berkelanjutan, proses produksi tidak dapat dimanipulasi dan dieksploitasi sebesar mungkin karena perlu pertimbangan dan wawasan agronomis terhadap kondisi tanaman itu sendiri.
2. Secara teknis usaha pengembangan wisata agro dalam memperkaya koleksi tanaman apel belum didukung dengan penyediaan dan pengadaan bibit unggul oleh instansi terkait.
3. Keterbatasan sumber air yang dapat dimanfaatkan untuk pengairan menyebabkan perlunya tambahan modal untuk pengadaan air.
4. Kurangnya wawasan sadar wisata khususnya bagi wisatawan domestik yang pada umumnya belum dapat melihat suatu usaha pertanian atau budidaya sebagai bentuk wisata yang perlu dijaga keberadaannya, keindahan dan kebersihannya khususnya untuk ikut dalam usaha pemeliharaan tanaman.
5. Dengan mengundang pengunjung masuk ke dalam kebun, maka terjadi hal-hal yang bertentangan dengan kepentingan agronomis seperti terjadinya pemadatan tanah, patahnya dahan/cabang akibat kesalahan cara petik, dan sebagainya.

6. Diperlukan lahan cukup luas agar tanaman dapat dibagi dalam blok-blok yang periode panennya dapat diatur secara bergantian (rotasi).
7. Karena memerlukan areal yang luas maka perlu disiapkan sarana transportasi yang memadai, pengawasan yang ketat dan tenaga pemandu yang terampil.

3.9 Upaya Mengatasi Kendala yang Terjadi

Kusuma Agrowisata mencoba untuk mengatasi kendala-kendala yang terjadi di atas dengan:

1. Membuat sistem kerja (sistem paragnet).
2. Bekerjasama dengan instansi terkait.
3. Melakukan pengeboran untuk mencari air guna menggunakan sarana angkutan tangki untuk mengambil air.
4. Menyediakan pemandu yang cukup.
5. Menambah areal dengan komoditi lain seperti: agro bunga dan sayur.
6. Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia.
7. Memberikan tanaman selingan (tumpangsari).

5.1 Kesimpulan

Dari pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Nyata yang sudah dilakukan di Divisi Agrowisata PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya, Penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Pariwisata merupakan salah satu penghasil devisa negara yang sangat potensial. Peranan sektor pariwisata menjadi andalan dalam pembangunan ekonomi Indonesia terutama dalam meningkatkan pendapatan negara, penciptaan tenaga kerja, usaha untuk memperkenalkan seni budaya serta keindahan alam khususnya alam pertaniannya.

Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan obyek dan daya tarik wisata. Salah satu contoh perusahaan yang bergerak di bidang usaha pariwisata adalah PT. Kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya, yang dikenal sebagai Kusuma Agrowisata. Kusuma Agrowisata merupakan salah satu bentuk usaha agrowisata di Jawa Timur, tepatnya di Batu-Malang. Agrowisata ini merupakan upaya pemanfaatan potensi atraksi wisata pertanian yang mulai diperhitungkan keberadaannya di Indonesia. Dalam hal ini kusuma Agrowisata mengambil pembudidayaan tanaman apel sebagai produk unggulannya.

Usaha pariwisata ini dapat berjalan lancar di dorong oleh berbagai faktor penting yang mendorong lancarnya suatu usaha pariwisata. Salah satu faktor tersebut adalah adanya pemandu wisata. Pemandu wisata adalah orang yang langsung berhubungan dengan wisatawan baik asing maupun domestik. Dan untuk menjadi pemandu wisata yang profesional diperlukan beberapa syarat. Salah satunya adalah memiliki kemampuan dan ketrampilan dalam berbahasa asing, khususnya bahasa Inggris yang baik.

Bahasa Inggris sebagai modal utama untuk meningkatkan profesionalisme kerja semakin dirasakan penting dalam kegiatan pemandu wisata, guna memberikan pelayanan, khususnya dalam penyampaian informasi tentang Kusuma Agrowisata secara tepat dan dapat dimengerti oleh wisatawan mancanegara. Dan nantinya diharapkan mereka dapat menceritakan kembali informasi atau pesan tersebut kepada calon wisatawan mancanegara lainnya, sehingga dapat menarik minat wisatawan asing untuk melakukan

kegiatan wisata ke Kusuma Agrowisata. Disamping itu diperlukan juga penguasaan bahasa asing yang lain untuk lebih meningkatkan profesionalisme kerja pemandu wisata di Kusuma Agrowisata. Hal ini juga diharapkan dapat meningkatkan usaha promosi wisata, sehingga dapat mengantarkan Kusuma Agrowisata lebih dikenal lagi di dunia pariwisata Internasional.

5.2 Saran

Dari seluruh hasil kegiatan Praktek Kerja Nyata yang tertulis di laporan ini, penulis ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi instansi dimana penulis melaksanakan Pratek Kerja Nyata, antara lain:

1. Perlu adanya peningkatan sumber daya manusia yang berkualitas demi kemajuan pariwisata di Indonesia, khususnya di lingkungan PT. kusuma Satria Dinasasri Wisata Jaya sehingga dapat menciptakan profesionalitas kerja.
2. Peningkatan promosi obyek wisata Kusuma Agrowisata lebih diperluas lagi dengan cara membuka situs yang mandiri (website) di pasar maya, sehingga lebih dikenal di dunia internasional.
3. Perlunya mengadakan pelatihan-pelatihan bagi pemandu wisata (karyawan tetap) di Kusuma Agrowisata, antara lain pelatihan bahasa Inggris dan bahasa asing lainnya, pelatihan di bidang pertanian dan tehnik budidaya untuk memudahkan mereka memberi penjelasan.
4. Papan penulisan harga paket yang ditawarkan dan papan peraturan yang digunakan di kebun sebaiknya menggunakan dua bahasa yaitu dahasa Indonesia dan bahasa Inggris agar dimengerti waisatawan.
5. Pembersihan kandang binatang pada mini zoo perlu dilakukan 2 atau 3 kali sehari, untuk mencegah bau yang tidak sedap dan datangnya lalat.
6. Perlu tambahan fasilitas payung pada musim hujan dan musim kemarau untuk para wisatawan dan perbanyak tempat sampah disetiap areal kebun maupun disepanjang rute perjalanan perkebunan.
7. Kebersihan toilet di kebun perlu diperhatikan.

8. Hubungan dan kerjasama antar bagian yang satu dengan yang lain harus dipertahankan dan ditingkatkan demi kelancaran dalam menjalankan tugas masing-masing.

Demikian saran-saran yang dapat diberikan penulis sebagai bahan pertimbangan pada pihak instansi (Kusuma Agrowisata), untuk meningkatkan mutu kualitas wisata pertanian dengan produk unggulannya yaitu kebun apel.

DAFTAR PUSTAKA

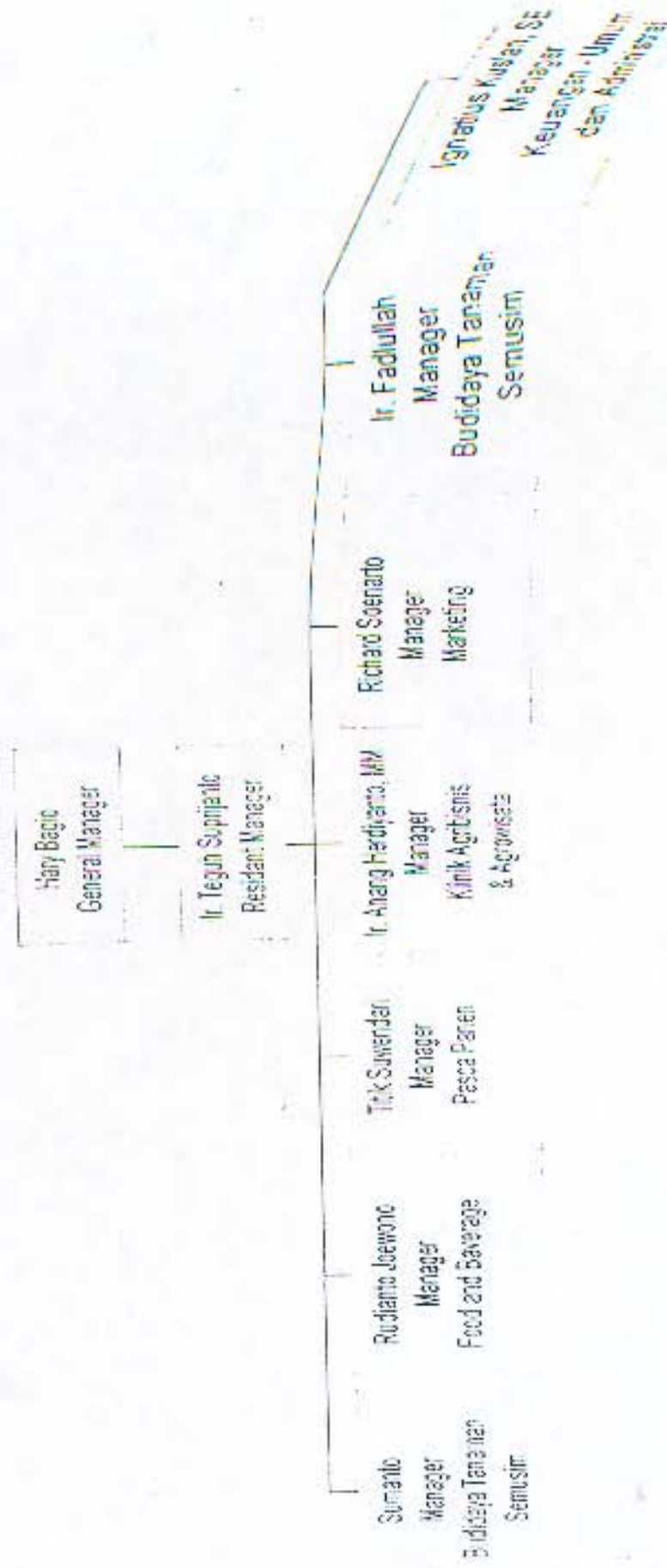
- Alwasilah, Chaedar A. 1986. *Sosiologi Bahasa*. Bandung : Angkasa
- Jesus, Julio Gomes De. 1997. *Karakteristik Kusuma Agrowisata Hotel Kotatif Batu Daerah Tingkat II Kotamadya Malang*. Malang: Sekolah Tinggi Pertanian Tribuana
- Karyono, A. Hari. 1997. *Kepariwisataun*. Jakarta : PT. Grasindo
- Prajogo, M. J. .1976. *Pengantar Pariwisata Indonesia*. Jakarta : Direktorat Jendral Pariwisata
- Spillane, James J. . 1987. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta : Penerbit Kanisius
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tirtawinata, M. R dan Lisdiyana Fachrudin. 1996. *Daya Tarik dan Pengelolaan Agrowisata*. Jakarta : Penehar Swadaya
- Yoeti, A. Oka. 1986. *Penuntun Praktis Pramuwisata Profesional*. Bandung : Angkasa

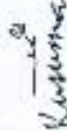
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DATA KUNJUNGAN TAHUN 1996 - 2002

BULAN	TAHUN									
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002			
Januari	8.527	6.104	6.016	4.919	18.803	11.509	8.769			
Februari	9.862	11.036	9.401	6.551	6.747	4.913	9.412			
Maret	10.840	7.243	6.840	8.014	10.265	10.589	12.771			
April	7.927	5.352	7.940	8.038	10.503	7.915	7.253			
Mei	10.157	3.221	7.315	8.730	7.592	16.662	10.121			
Juni	24.555	13.482	8.730	7.751	11.051	14.577	10.773			
Juli	16.922	16.785	13.278	13.566	15.751	21.254	1.610			
Agustus	10.356	8.386	8.156	9.064	6.784	10.098	9.372			
September	9.906	5.989	6.253	6.639	6.785	10.660	8.692			
Oktober	11.892	672	8.176	11.338	14.707	16.781	10.156			
November	10.247	10.966	6.019	10.003	9.466	7.298	3.919			
Desember	13.448	-	7.619	8.887	16.428	25.829	19.033			
TOTAL	144.639	89.236	95.743	103.500	136.882	158.085	111.881			
Rata-rata	12.053	7.436	7.979	8.625	11.407	13.174	9.223			

Struktur Organisasi Divisi Agrowisata

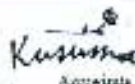


<p>  Kusuma Agromats </p>	<p> Jl. Raya Gede Aceh 05411 50333 - 50395 (Hutan) Fax: (0541) 50395 Pk. Eka 35 BATU - MALANG - INDONESIA </p>	<p style="text-align: center;"> PAKET I </p>	<p> <input checked="" type="checkbox"/> PETIK <input type="checkbox"/> APEL <input type="checkbox"/> JERUK <input type="checkbox"/> STRAWBERRY <input type="checkbox"/> BUNGA </p>
--	---	---	--

<p>  Kusuma Agromats </p>	<p> Jalan Abau Batu Aca Phone: (0341) 50333 - 50395 (Hutan) Fax: (0341) 50395 Pk. Eka 35 Agromats BATU - MALANG - INDONESIA </p>	<p style="text-align: center;"> PAKET II </p>	<p> <input checked="" type="checkbox"/> PETIK <input type="checkbox"/> APEL <input type="checkbox"/> JERUK <input type="checkbox"/> STRAWBERRY <input type="checkbox"/> BUNGA </p>
--	---	--	--



J. Abdul Gani Aziz
☎ (0341) 503323 - 503195 (Marketing)
☎ (0341) 503196 P.O. Box 36
BATU - MALANG - INDONESIA



Terima Kasih
Atas Kunjungan
Anda

Guest Card
PETIK
APEL / JERUK



J. Abdul Gani Aziz
☎ (0341) 503323 - 503195 (Marketing)
☎ (0341) 503196 P.O. Box 36
BATU - MALANG - INDONESIA

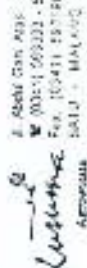
Terima Kasih
Atas Kunjungan
Anda

PAKET

III

PETIK

- APEL
 JERUK
 STRAWBERRY
 BUNGA



J. Abdul Gani Aziz
☎ (0341) 503323 - 503195 (Marketing)
☎ (0341) 503196 P.O. Box 36
BATU - MALANG - INDONESIA

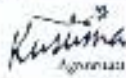
Terima Kasih
Atas Kunjungan
Anda

PAKET

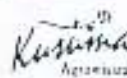
IV

PETIK

- APEL
 JERUK
 STRAWBERRY
 BUNGA



J. Abdul Gani Alas
 ☎ (0341) 593333 - 593195 (Harung)
 Fax: (0341) 593196 Po. Box. 36
 BATU - MALANG - INDONESIA



J. Abdul Gani Alas
 ☎ (0341) 593333 - 593195 (Harung)
 Fax: (0341) 593196 Po. Box. 36
 BATU - MALANG - INDONESIA

Tgl.

BUS WISATA

Rp. 2.500,-

001360

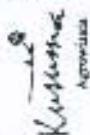
Tgl.

BUS WISATA

Rp. 2.500,-

001360

J. Abdul Gani Alas
 ☎ (0341) 593333 - 593195 (Harung)
 Fax: (0341) 593196 Po. Box. 36
 BATU - MALANG - INDONESIA



Terima Kasih
 Atas Kunjungan
 Anda

PAKET

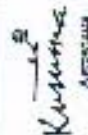
V

PETIK

- APEL
- JERUK
- STRAWBERRY
- BUNGA

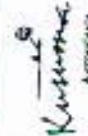


KUPON
 PETIK
 STRAWBERRY / JERUK



J. Abdul Gani Alas
 ☎ (0341) 593333 - 593195 (Harung)
 Fax: (0341) 593196 Po. Box. 36
 BATU - MALANG - INDONESIA

Terima Kasih
 Atas Kunjungan
 Anda



KUPON
 PETIK
 APEL / JERUK

AGRO APEL

 53

PAKET I @ Rp 15.000,-

Fasilitas :

Welcome Drink
 Petik 2 Bn. Apel
 Apple Juice

☺

PAKET II @ Rp 17.500,-

Fasilitas :

Welcome Drink
 Petik 3 Bn. Apel
 Apple Juice
 Ron Bakar

☺

PAKET III @ Rp 21.000,-

Fasilitas :

Welcome Drink
 Petik 3 Bn. Apel
 Apple Juice
 Bakmi Soto Ayam

☺

PAKET IV @ Rp 22.500,-

Fasilitas :

Welcome Drink
 Petik 1 Bn. Apel
 Apple Juice
 Nasi Goreng + Apel Bakar

☺

PAKET BUNGA @ Rp 15.000,-

Fasilitas :

Welcome Drink
 Bunga
 Apple Juice

 53

AGRO STRAWBERRY

 53

PAKET I @ Rp 15.000,-

Fasilitas :

Puding & Sari Strawberry
 Biskisan Petik
 1 Pack Sayur Hidroponik

☺

PAKET II @ Rp 17.500,-

Fasilitas :

Puding & Sari Strawberry
 Biskisan Petik
 1 Pack Sayur Hidroponik
 - Mancako Buh

☺

PAKET III @ Rp 21.000,-

Fasilitas :

Puding & Sari Strawberry
 Biskisan Petik
 1 Pack Sayur Hidroponik
 Nasi Goreng Sayur

☺

PAKET IV @ Rp 22.500,-

Fasilitas :

Puding & Sari Strawberry
 Biskisan Petik
 1 Pack Sayur Hidroponik
 Fried Chicken

☺

PAKET SPESIAL @ Rp 23.000,-

Fasilitas :

Welcome Drink
 Petik 2 Bn. Apel
 Puding & Sari Strawberry
 Biskisan Petik
 1 Pack Sayur Hidroponik

**PAKET EDUCATIVE
UNTUK SISWA/ MAHASISWA**

— 50 —

**PAKET EDUCATIVE
@ Rp 26.000,-**

Facilities

- Welcome Drink
- Pepsi 2 Btl. Appel
- Lunch box
- Presentasi + Musikalah (Appel)
- Tali + Fasilitasnya
- Over ONE layer Sound System
- White board dll.)
- Keterangan
- Paket Educative yang lain
- Melalui Rumah Agribisnis

— 50 —

**PAKET WISATA CERIA
UNTUK TAMAN KANAK-KANAK**

— 50 —

**PAKET WISATA CERIA I
@ Rp 22.500,-**

Facilities

- Welcome Drink
- Pepsi 2 Btl. Appel
- Food Chicken + Air Putih
- Kelengkapan Fasilitas Panggung

6

**PAKET WISATA CERIA II
@ Rp 20.000,-**

Facilities

- Welcome Drink
- Pepsi 2 Btl. Appel
- Snack Box (permingkat)
- Kelengkapan Fasilitas Panggung

— 50 —

PAKET KARAOKE

— 53 —

PAKET PETHIK & KARAOKE I

@ Rp 27.500,-

Facilities

Welcome Drink

Pork 2 Sh. Apel

Salad Fried Chicken

Soft Drink (Coke/Eska)

Sprite (Soft Drink) +

Snack (Kerupuk) + 2 Sh. Lager

—

PAKET PEYIK & KARAOKE II

@ Rp 19.000,-

Facilities

Welcome Drink

Pork 2 Sh. Apel

Snack (Kerupuk)

Soft Drink (Coke/Eska)

Sprite (Soft Drink) +

2 Sh. Lager

— 54 —

HARGA ENTERTAINMENT

— 55 —

Adapun untuk menyemarakkan acara,
kami tawarkan jenis hiburan sebagai berikut:

Full Band	Rp 3.500.000,-
Electone (Pleyer + Singer)	Rp 550.000,-
Karaoke VCD	Rp 500.000,-

Waktu 3 jam. Biaya 10 menit
selanjutnya per jam Rp 150.000,-
minimum 3 jam.

— 56 —

" ONE STOP SHOPPING OF AGRICULTURE "

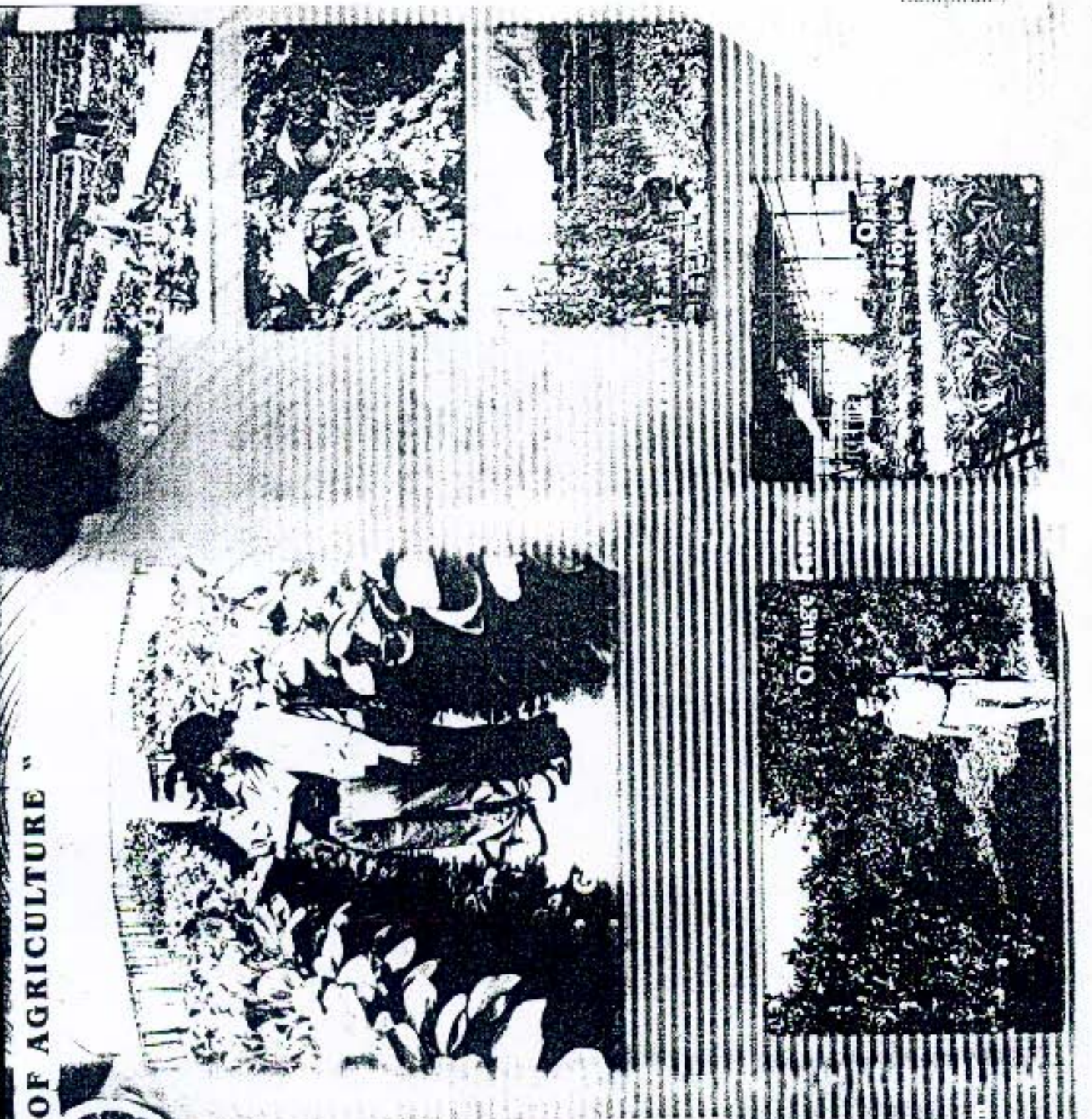
Enjoy the Breeze and Tropical Weather on the Slope of this beautiful Area, at Our Resort **KUSUMAHAGRI WISATA**, Batu - Malang, East Java - Indonesia

We offer Agrotourism, a combination of Panoramic, Environmental and Rural Atmosphere

You will explore our Tropical Apple Farm, which can be Harvested the Whole Year Around. We have also Orange and Strawberry Farm. You can pick Directly from the Trees/Farm. And Not to Forget to Explore our "ARABICA DWARF" Coffee Farm taste our **JAVA COFFEE**.

Our **GREEN HOUSE** with the Hydroponic System Produced Healthy Vegetables and Free from Pesticide.

We produce various agroindustry products such as **Apple Wine, Apple Juice, and Apple Cakes.**



Orange Farm

Apple Farm

Strawberry Farm

Agrowisata Hotel

HOTEL FACILITIES :

152 Rooms Consists of 103 Standard Rooms
49 Luxurios Rooms set in Cottages



8 Conference Rooms
The capacity of 15 to 800 person)
Business Centre



SPORTS FACILITIES :

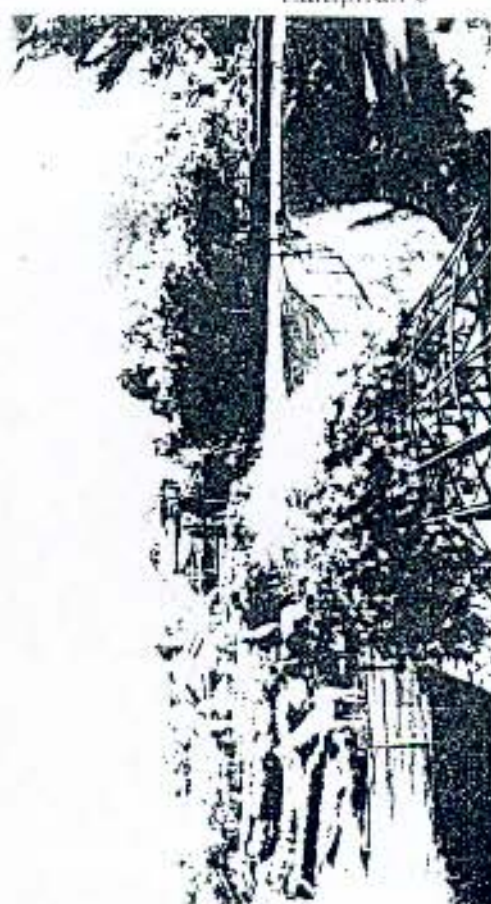
TERATAI Swimming Pool
(with warm water every holiday/weekend)
Jogging - Cycling - Fishing - 2 Tennis Courts
Mount Climbing - Hiking - Horseback Riding

RECREATION FACILITIES :

Apple, Orange, Coffee & Strawberry Plantation
Green House - Vegetable Plantation - Floral Plantation
Children playground - Mini Zoo
ANTHORUM Hall & AMARILIS Hall



HORTENSIA Restaurant
(Indonesia dishes, Chinese & European Food)
NUSA INDAH Traditional Restaurant
NUSA INDAH Cooking Show (Every Sunday)
MELATI Coffee Shop & ANGGREK BULAN Bar
ALAMANDA Fast Food, Billiard, Game also Agro Tourism

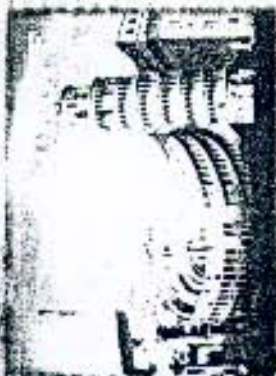


It's not just a Hotel.....

Make Your Holiday...
A Memorable One...

We Offer:

- Train Tickets
- Leisure Package
- Incentive & Package Tour
- Passport & Visa Assistance
- In Bound & Out Bound Tours
- International & Domestic Ticket Sales
- Domestic & International Hotel Reservation



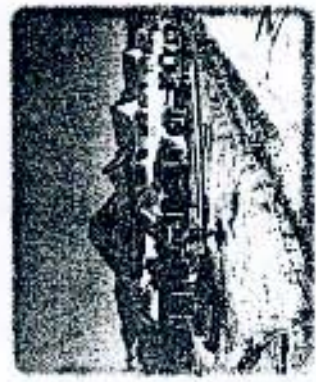
AMERICA

Exclusive Places

Environment Floral Concept

FACILITIES :

- Telephone
- Alarm System
- Kitchen Set
- Springkel Irrigation
- 24 Hour Security
- 1 Year plant Treatment
- 1 Year Building Guarante
- Water Tank Plus Water Pump
- Hot Water to every bathroom
- 2200 Watt - Electrical Instalation
- Cupboard in every room
- Street area in Villa Kusuma Agro
- All Sport Facilities at Kusuma Agrowisata Hotel



For your leisure and business travels
Please join with us

Kusuma
Tour & Travel



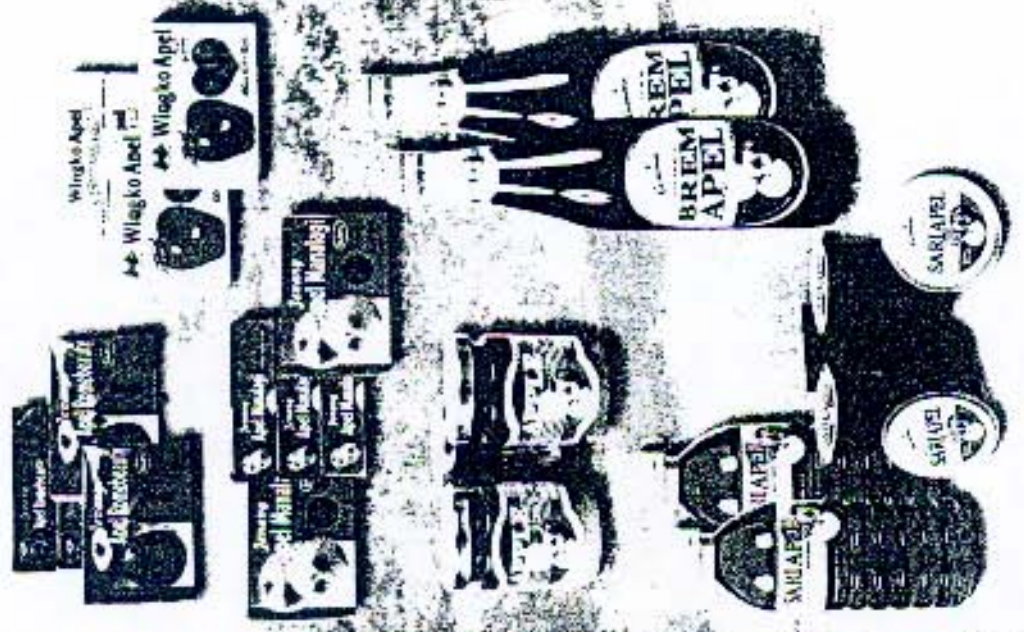
AFRICA

Professional in Experience - Excellent in Service



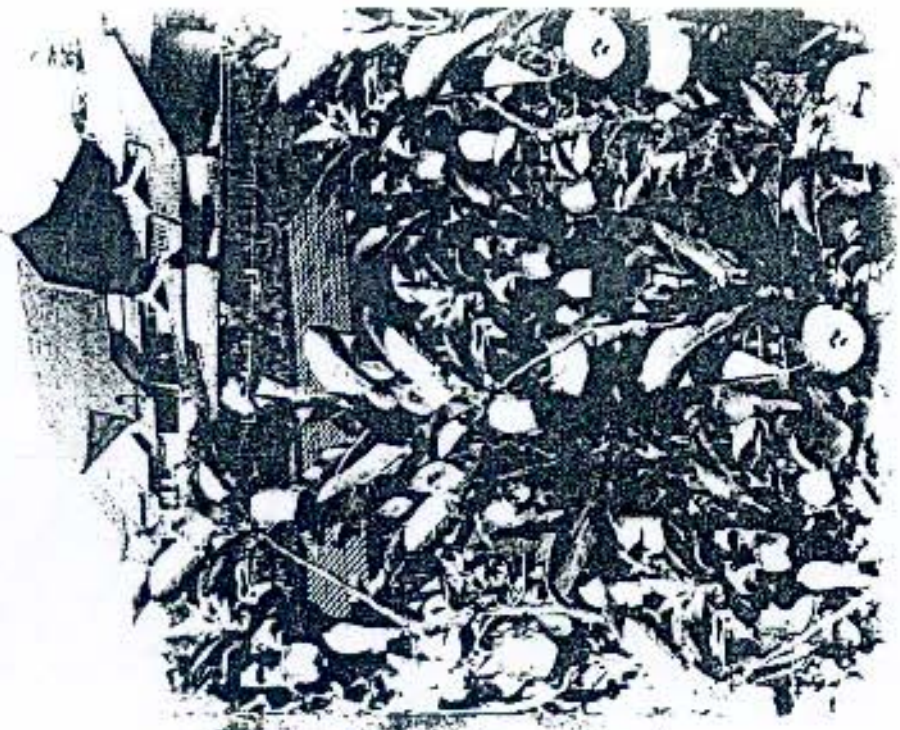
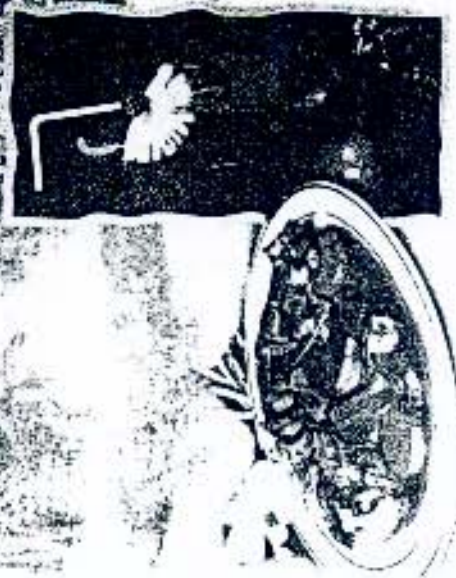
bermit dengan aneka masakan & perikanan

Dapatkan buah tangan khas kami untuk oleh-oleh keluarga dan rekan Anda...



Nikmati Kesejukan Alam dan Wisata Kebun Kusuma Agroecoisata Untuk Anda & Keluarga.

Nikmati acara makan bersama keluarga di Restoran Alamapada Tersedia aneka masakan & penganan khas Indonesia Eropa, Chinese food, Seafood dll yang siap menambah suasana keakraban di keluarga Anda.



Wingko
Agroecoisata

Jalan Abdul Gani Atas Batu - Jawa Timur
Telp : (0341) 599418, 514479
Fax : (0341) 599418
Email : tgh@asia.com / tgh_55@vahoo.com
knt@asia.com / kaghtisns@yaho.com



● Kebun Apel



● Kebun Tomat



● Kebun Burgo



● Kebun Strawberry



● Kebun Jeruk

*Jerukkan kembali
Pikiran Anda dari
semua kesibukan kerja
dengan menikmati kesenangan
dan keindahan
Wisata Kebun buah dan
bunga Kusuma Agrovisata
yang memancarkan kesan
Liburan Anda
bersama Keluarga.*



● Kebun Kiwi



● Kolam Renang untuk anak & dewasa

● Billiard, Karaoke dan Restaurant

● Taman Bermain Keluarga



*Kami sediakan fasilitas untuk Anda dan Keluarga dapat menikmati
saat-saat liburan yang indah yang tak akan terlupakan.
Kolam Renang, Billiard, Karaoke, Taman bermain, Restaurant,
Wisata petik buah di kebun Apel, Jeruk dan Strawberry.*

*Kami juga sediakan buah-buah dan sayuran segar (bebas pestisida)
antara lain;*

*Apel, Jeruk, Strawberry, Sawi, Tomat, Sla, Brokoli, Paprika dll.
yang bisa anda dapatkan di stand buah dan sayur Kusuma Agrovisata.*

Buah & Sayuran terbaik kami untuk Anda
Bebas Pestisida



K

Kaji Banding Wisata Agro Ke Thailand



A

J

I

Indonesia sebagai negara yang unggul di bidang pertanian sudah semestinya dapat unggul pula secara kompetitif di bidang agribisnis.

B

Thailand berhasil menciptakan *image* yang positif terhadap produk agribisnisnya, hingga Thailand dikenal dengan pasar hortikultura terbesar di Asia Tenggara.

A

Biaya US \$ 1.600

N

Di Pandu Tenaga Profesional
(7 hari / 6 malam)

D

tgl. 17 - 25 Mei '03

I

Pendaftaran

paling lambat tgl. 30 April '03

N



Hubungi kami di :

Klinik Agribisnis & Agrowisata

Jl. Abdul Gani Atas



G

Telp. 0341 - 599418, 511476 Fax. 0341 - 599418

Email : saa@asia.com atau kaagribisnis@yahoo.com

Coffee



Best for : Corporate Outing, Family Gathering

Rp. 30.000,- / person
(Min. 25 persons)

Facilitas:

1. Welcome drink
2. Snack & coffee time
3. Tool game
4. Door price
5. Fresh air & well view point

Walk



Klinik Agribisnis dan Agrowisata

Jl. Abdul Gani Atas Batu-Jawa Timur

Telp. (0341) 599418 ; 511476; 593333 ext. 716

Fax : (0341) 599418.

E-mail : kaa@asis.com atau kaagribisnis@yahoo.com

coffee walk
coffee walk

C
o
f
f
e
e

Best for : Corporate Outing, Family Gathering
Rp. 37.500,- / person
(Min. 25 persons)

Fasilitas :

1. Welcome drink
2. Snack & coffee time
3. Tool game
4. Door price
5. Fresh air & well view point

W
a
l
k
taft route = 10 km

Klinik Agribisnis dan Agrowisata

Jl. Abdul Gani Atas Batu-Jawa Timur

Telp. (0341) 599418 ; 511476; 593333 ext. 716

Fax . (0341) 599418.

E-mail : kaa@asia.com atau kaagribisnis@yahoo.com





**KLINIK AGRIBISNIS &
AGROWISATA**

Demikian pelayanan

dalam bentuk paket:

1. Pelatihan Budidaya Apel/Jeruk/Kopi
2. Pelatihan Hidroponik
3. Short Course Cactus & Strawberry
4. Kaji BANDING Wisata Agribisnis Dálam Negeri
 - * Jawa Timur/Tour
 - * Batu Tóur (Paket Utara & Selatan)
5. Kaji BANDING Wisata Agro Luar Negeri
 - * Thailand
6. Paket Coffee Walk (tough & Soft Route)

Hubung Kami Segera di :

KLINIK AGRIBISNIS & AGROWISATA

Jl. Abdul Gani Atas, Batu - Jawa Timur

Telp. 0341 - 599418, 511476, 593333 ext 716

Fax: 0341 - 599418

Email : kas@asia.com atau agribisnis@vahoo.com

Biaya dan fasilitas :

Paket	Biaya
1. Pelatihan B. Apel	1.850.000
2. Pelatihan B. Jeruk	1.850.000
3. Pelatihan B. Kopi	1.850.000
4. Pelatihan Hidroponik	900.000
5. Jawa Timur Tour	2.160.000
6. Kaji BANDING - Thailand	US\$ 1.600
7. Batu Tour - Paket Utara	90.000
8. Batu Tour - Paket Selatan	80.000
9. Short Course Cactus	43.000
10. Short Course Strawberry	40.000
11. Coffee Walk - Soft	50.000
12. Coffee Walk - Tough	37.500

Fasilitas :

1. Akomodasi (1, 2, 3, 5, 6)
2. Antar - jemput di Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya/ Juanda/stasiun KA Surabaya atau Malang (1, 2, 3)
3. Antar - jemput di dan ke daerah asal untuk peserta dari wil. Jawa Timur (5)
4. Sertifikat (1, 2, 3, 4, 6)
5. Observasi Lapang & Dialog dengan pengelola (1 - 8)
6. Bingkasan Khusus (7 - 10)
7. Door prise (11, 12)
8. Lebih lanjut hubungi kami



Hotel *Kusuma*
 Agro Wisata
 Gatot. Mangrove Indonesia

ROOM RATE 2003

	Weekday Min Rate	Weekend / Holiday Full 14 Days / Full Rate
Standard Room I (Dbl)	Rp. 324.500,-	Rp. 434.500,-
Standard Room I (Trip)	385.000,-	500.500,-
Standard II	440.000,-	517.000,-
Superior Cottage	561.000,-	690.000,-
Deluxe Cottage I	638.000,-	759.000,-
Deluxe Cottage II	940.500,-	1.111.000,-
Duplex	764.500,-	962.500,-
Junior Suite	1.089.500,-	1.265.000,-
Executive Cottage	1.650.000,-	2.145.000,-
Family 4-7-8	85.000,-	85.000,-
Extra Bed	110.000,-	

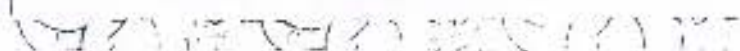
- The above rates are inclusive breakfast, supper, plantation license charge & 10% tax & service for weekend & holiday and subject to change without prior notice.
- The above room rates are not valid during the period of Lebaran, Christmas and New Year.
- Family 4-7-8 special room rate per person inclusive breakfast.
- Harga diatas sudah termasuk make pagi, wisla, vitamin oral / minuman, air kelapa, pajak, parkir malam minggu / hari besar, mendapat akses internet.
- Harga diatas tidak berlaku untuk Lebaran, hari Natal dan Tahun Baru.
- Khusus untuk family 4-7-8 harga per orang termasuk make pagi.

Check Out Time : 12.00 pm
 Jam Keberangkatan : 12.00 wib

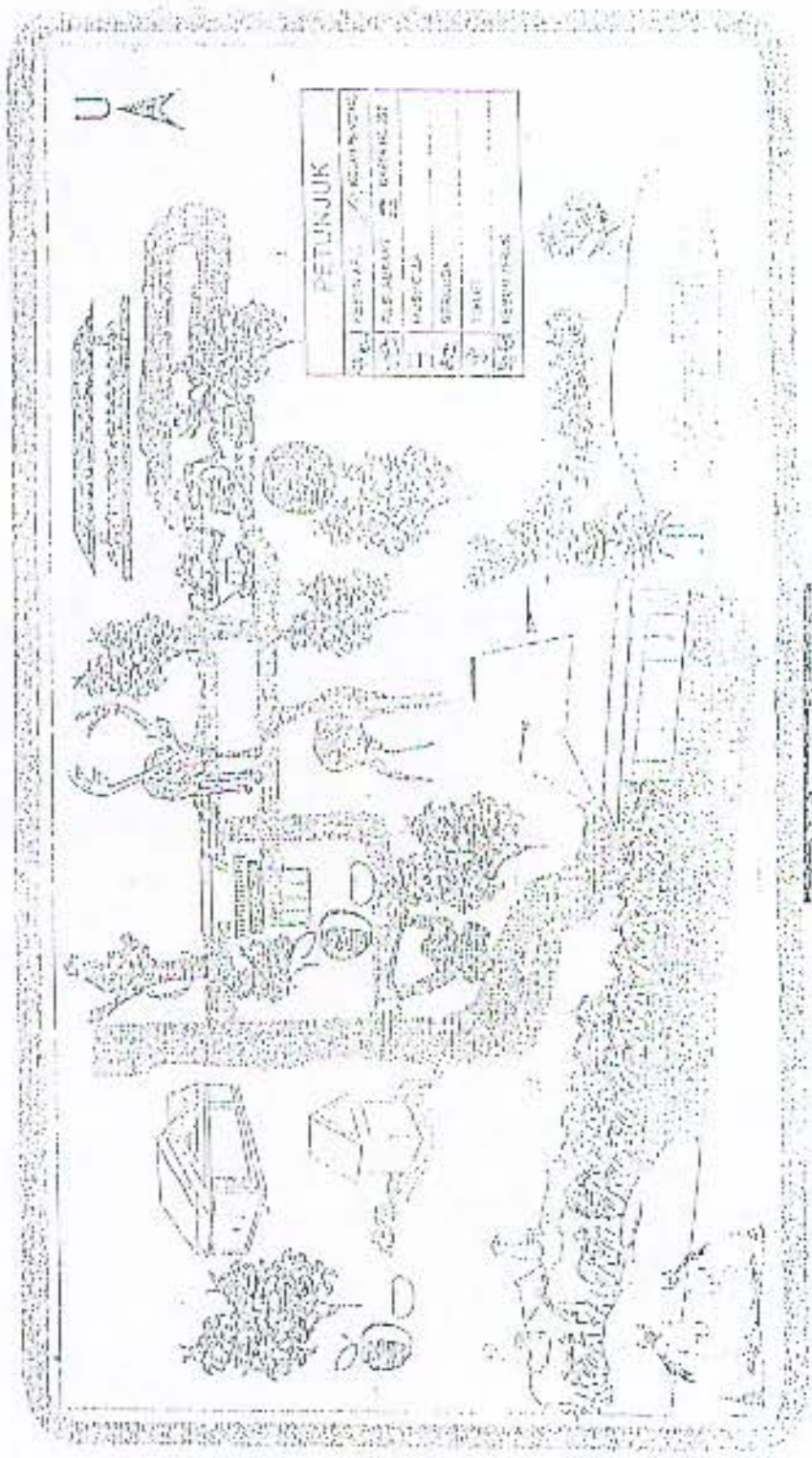
Reservation / Reservasi

Kusuma Agro Wisata Hotel

• Jl. Pantai San. Jitar Batu - Mangrove Indonesia
 PG. BOX 26
 Telp : 62-341 - 532323, 40-341 - 532175 & 40-341
 Fax : 62-341 - 584198
 Web Mail Address : www.hotelkusumawisata.com
 E-mail Address : marketing@hotelkusumawisata.com



ROUTE SIGN *Kabupaten Agro Wisata*



PETUNJUK	
1	PETA
2	PETA AGRIKULTUR
3	PETA AGRIKULTUR
4	PETA AGRIKULTUR
5	PETA AGRIKULTUR
6	PETA AGRIKULTUR



GUEST CARD

Hotel  **Kumaha**
AGROWEST

FREE PAS
TO
SWIMMING POOL

PLANTATION



Get your Free Pass inside our American Resort and enjoy a day of fun. Bring your paper money to the main hall building.
Toko Pakaian
021-7444333

Hotel has Apple and Orange (Sukowati) available where you can visit every day.
Use this Free Pass to Plantation
(Open 7 am - 6 pm)

APPLE / STRAWBERRY
① FREE PASS TO PLANTATION
Valid For 1 Person

Room No. 021
Date 12/11/2011

APPLE / STRAWBERRY
② FREE PASS TO PLANTATION
Valid For 2 Person

Room No. 021
Date 12/11/2011

Tempat ini menyediakan layanan kamar yang nyaman dan bersih. Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi kami di nomor telepon 021-7444333. Kami menyediakan layanan kamar yang nyaman dan bersih. Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi kami di nomor telepon 021-7444333.

Tempat ini menyediakan layanan kamar yang nyaman dan bersih. Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi kami di nomor telepon 021-7444333. Kami menyediakan layanan kamar yang nyaman dan bersih. Untuk informasi lebih lanjut, silakan hubungi kami di nomor telepon 021-7444333.

Room No. 021
Date 12/11/2011

APPLE / STRAWBERRY
③ FREE PASS TO PLANTATION
Valid For 3 Person

Room No. 021
Date 12/11/2011

MEAL COURSE
BREAKFAST
021

Departure / Exit Point
021

Guest will not be held responsible for any damage or loss of items left in their rooms. Excess Boxes are available here at charge of 10000. From Other fees, please check any receipt.

Kusuma



Please contact us

Kusuma

Jl. Abdul Gani Atas, Batu - Malang - Indonesia
 Tel. 62-341-593333, 593195 (Hunting)
 Fax. 62-341-593196 - P.O. BOX 36
 Email: kusuma_ow@telkom.net
 Homepage: hotelkusumaagro.com

Kusuma

Jl. Abdul Gani Atas, Batu - Malang - Indonesia
 Tel. 62-341-599418, 511476 (Hunting)
 Fax. 62-341-599418
 Email: kagribisnis@yahoo.com
 Email: tigh@asia.com



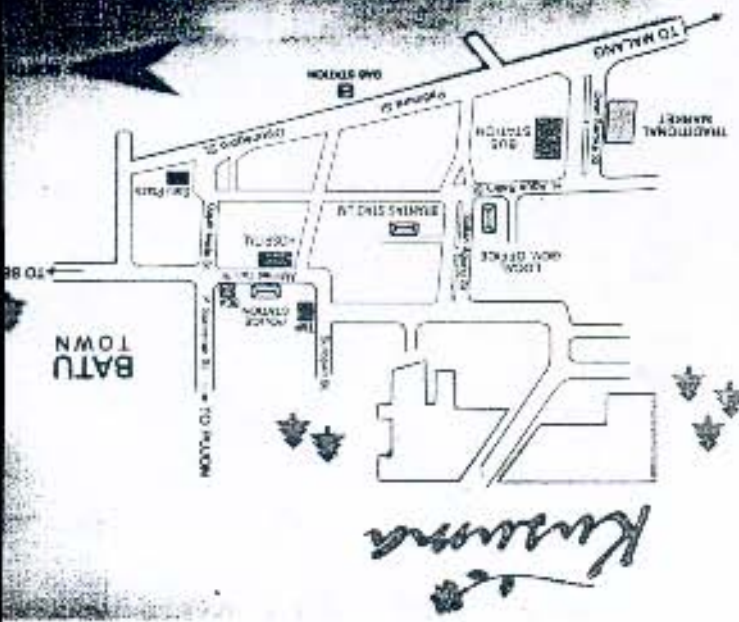
Villa Kusuma Agro Batu

Jl. Abdul Gani Atas, Batu - Malang - Indonesia
 Tel. 62-341-597563
 Fax. 62-341-593796



Kusuma

Jl. Wgigel, Jayo Selatan Blok F-21
 Surabaya - Indonesia
 Tel. 62-31-5040202 (Hunting)
 Fax. 62-31-5043265



INDONESIA

TIME SCHEDULE PKL GUIDE

BULAN : MARET 2003

NO	NAMA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
		SB	MG	SN	SL	RB	KM	JM	SB	MG	SN	SL	RB	KM	JM	SB	MG	SN	SL	RB	KM	JM	SB	MG	SN	SL	RB	KM	JM	SB	MG	SN		
1	MUNDI	1	1	1	4	1	2	2																										
2	AMINATUS	1	1	1	4	1	2	2																										
3	REINO	1	1	1	4	4	2	2																										
4	DENOK	1	1	1	4	4	2	2																										
5	YULI	2	4	1	1	1	2	2																										
6	HENI	4	4	1	1	1	2	2																										
7	INDAH	4	4	4	1	1	2	2																										
8	ITA	4	4	4	1	1	2	2																										

1 : 04.00 - 14.00

2 : 08.00 - 15.00

3 : 09.00 - 17.00

4 : 10.00 - 15.00

Tetap ming tugas di Strawberry

DI BUAT OLEH

[Signature]
SUWARTO
 KA. GUIDE

MENGETAHUI

AWANG H.
 MANAGER KAA



Milik UPT Perpustakaan
 UNIVERSITAS JEMBER



LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

PENTINGNYA PENGGUASAAN BAHASA INGGRIS DALAM PENETAPAN
TOUR ITINERARY DAN PENYELENGARAAN PAKET WISATA
DI RANGGA TOUR & TRAVEL



Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar
Ahli Madya pada Program D III Bahasa Inggris
Fakultas Sastra Universitas Jember

Uraian	Mendeskripsikan	S
Penyusunan	Pembagian	Kelas
Terima	: Tgl. 06 MAR 2003	428
Diajukan	SKS	SUM
		7
		a.1

Oleh :

Indriawan Sumiantoro

NIM: 990103101077

PROGRAM DIPLOMA III BAHASA INGGRIS FAKULTAS SASTRA

UNIVERSITAS JEMBER

2003

LEMBAR PENGESAHAN

Pengawas/ Penanggung jawab :



Abdul Madin
PANGAJA TRAVEL & TOUR Manager

Dosen Pembimbing :

Drs. Imam Basuki, M. Hum.
NIP. 131 832 316

Ketua Program D III Bahasa Inggris :

Drs. Albert Tallapessy, MA
NIP. 131 759 846

Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember :



Drs. H. Marwoto
NIP. 130 368 790

PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan tulisan sederhana ini
Dengan penuh rasa hormat dan cinta kasih kepada :*

*Tuhan YME yang selalu memperhatikan hambanya
Ayah dan Ibu
Terima kasih atas kasih sayangmu selama ini dalam setiap
tingkahi lakuku
Adikku yang masih harus merasakan perjuangan hidup
Terima kasih buat dukunganmu*

Motto

*Dalam kehidupan kita selalu menghadapi banyak pilihan
Dan dibutuhkan keberanian untuk memilih
Selanjutnya pilihan itulah yang akan mewarnai jalan hidup kita
Masing-masing
(NYO)*

*Be not over-righteous nor behave yourself over-wisely
Why should you destroy yourself?
Do not abound in wickedness, nor play the fool
Why should you die before your time
It is well that you get hold of this, and from that do not withdraw
Your hand, for he who reveres God comes clear with both
(ECCLESIASTES 7:16-18)*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah dikaruniakan sehingga laporan Praktek Kerja Nyata (PKN) ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.

Laporan yang berjudul "PENTINGNYA PENGUASAAN BAHASA INGGRIS DALAM PENETAPAN TOUR ITINERARY DAN PENYELENGGARAAN PAKET WISATA DI RANGGA TOUR AND TRAVEL" ini disusun sebagai kelengkapan syarat dalam menyelesaikan pendidikan program Diploma III Bahasa Inggris pada Fakultas Sastra.

Selama pelaksanaan Praktek Kerja Nyata hingga selesainya penyusunan laporan ini, penulis telah mendapat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini disampaikan terima kasih terutama kepada yang ternamat:

1. Bapak Drs. Marwoto, Dekan Fakultas Sastra yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan Praktek Kerja Nyata
2. Bapak Drs. Albert Tallapesy, MA, Ketua Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra yang telah membantu memberikan ijin guna melaksanakan Praktek Kerja Nyata dan penulisan laporan ini;
3. Bapak Drs. Hainis Salikin, M.Ed, selaku sekretaris Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember yang telah banyak membantu penulis dalam melaksanakan PKN.
4. Bapak Drs. Imam Basuki, M.Hum, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan nasehat, dorongan, petunjuk, dan bimbingan kepada penulis hingga selesainya laporan ini
5. Ibu Dra. Dina Dyah k, MA, Dosen wali yang telah banyak memberikan pengarahan selama penulis duduk di bangku kuliah.
6. Bapak Abdul Madin selaku Pimpinan Rangka Tour & Travel beserta seluruh staf yang telah memberikan kesempatan, fasilitas dan bantuan kepada penulis selama Praktek Kerja Nyata.
7. Teman-teman di Progam D III Bahasa Inggris khususnya angkatan 99 dan teman-teman kostku.

8. Teman spesialku Yona beserta keluarga, terima kasih atas dukungannya dan bantuannya selama penulis menyusun laporan ini.
9. My Brother Boedi and Nungki I am proud of being your brother. Keep thinking and find your life !!

DAFTAR ISI

MOTTO	i
PERSEMBAHAN	ii
PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Dan Manfaat PKN	2
1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata	3
1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata	3
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan PKN	5
1.4.1 Jangka Waktu Praktek Kerja Nyata	5
1.4.2 Tempat Praktek Kerja Nyata	5
1.5 Prosedur Praktek Kerja Nyata	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Anatomi Pariwisata	7
2.1.1 Pengertian dan Definisi Pariwisata	7
2.1.2 Konsep Pariwisata	9
2.1.2.1 Konsep Keterkaitan Usaha Pariwisata	9
2.1.2.2 Bidang Pariwisata	11
2.1.2.3 Aktivitas Pariwisata	11
2.1.2.4 Subsistem Pariwisata	12
2.1.2.5 Sistem Fungsional Pariwisata	12
2.1.2.6 Dimensi Pariwisata	13
2.1.3 Bentuk-Bentuk dan Jenis Pariwisata	14
2.1.3.1 Bentuk-Bentuk Pariwisata	14
2.1.3.2 Jenis Pariwisata	16
2.1.4 Syarat-Syarat Atraksi Wisata yang Baik	20
2.1.3.1 Syarat Mengenai Atraksinya Sendiri	20
2.1.3.2 Syarat Presentasi Atraksi Wisata	22
2.1.5 Modal Kepariwisataaan (Tourism Assets)	23
2.1.4.1 Modal dan Potensi Alam	24
2.1.4.2 Modal dan Potensi Kebudayaan	24
2.1.4.3 Modal dan Potensi Manusia	25
2.1.6 Industri Kepariwisataaan	26
2.1.7 Dampak Pariwisata	30
2.1.7.1 Pengaruh Pariwisata pada Umumnya	30
2.1.7.2 Pengaruh Pariwisata atas Penduduk Setempat	31

2.1.7.3 Pengaruh Pariwisata pada Kebudayaan.....	32
2.2 Pengertian dan Definisi Wisatawan.....	33
2.2.1 Pengertian dan Definisi Wisatawan.....	33
2.2.2 Kebutuhan Wisatawan dan Jasa Kepariwisataaan.....	35
2.3 Biro Perjalanan Wisata.....	36
2.3.1 Pengertian dan Definisi BPW atau Tour Operator.....	36
2.3.2 Fungsi Biro Perjalanan Wisata.....	40
2.3.2.1 Fungsi Sebagai Perantara.....	41
2.3.2.2 Fungsi sebagai organisator.....	44
 BAB III GAMBARAN UMUM	
3.1 Sejarah Singkat BPW Rangga Tour & Travel.....	49
3.2 Profil Perusahaan BPW Rangga Tour & Travel.....	50
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	51
 BAB IV KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA	
4.1 Pentingnya Susunan Acara Wisata Wisata (<i>Itinerary</i>).....	54
4.2 Manfaat Acara Wisata dan penyelenggaraan wisata.....	54
4.3 Bentuk-Bentuk Acara Wisata dan Hal yang perlu diperhatikan.....	55
4.4 Waktu Dalam Acara Wisata.....	60
4.5 Langkah-Langkah Penyusunan Acara Wisata.....	61
4.6 Penyajian dan Penyelenggaraan Wisata.....	68
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran-Saran.....	70
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah suatu gejala yang sangat kompleks didalam masyarakat: ada obyek wisata, ada hotel, ada souvenir shop, ada pramuwisata, ada angkutan wisata, ada biro perjalanan, ada rumah makan, dan lain-lainnya. Disamping itu ada wisatawan nya sendiri dengan segala tingkah lakunya. Itu semua merupakan suatu rangkaian yang mempunyai keterkaitan (*systemic linkage*) satu dengan lainnya dalam masyarakat.

Dewasa ini pariwisata telah berkembang menjadi salah satu potensi yang sangat menunjang sektor perekonomian. Seiring dengan perubahan atau mobilitas akan kebutuhan pariwisata maka pariwisata itu sendiri pada akhirnya berkembang menjadi suatu industri yang didalamnya banyak melibatkan sektor kehidupan, mulai dari kalangan pemerintahan, swasta, industri pariwisata itu sendiri maupun di kalangan masyarakat luas.

Untuk mengikuti perkembangan dalam dunia pariwisata maka diperlukan suatu prasarana untuk membangun kepariwisataan tersebut. Jasa kepariwisataan sebagai perngkat merupakan salah satu bagian penting dalam mensukseskan industri pariwisata. kebutuhan akan sesuatu yang instan dan praktis merupakan pariwisata yang dikehendaki oleh berbagai kalangan wisataawan sekarang ini. Dalam mengakomodasikan dan menampung kebutuhan wisataawan, penyelenggara jasa pariwisata mencoba untuk membaca peluang pasar yang ada. Karena wisata merupakan produk yang tidak berwujud maka diperlukan pelayanan yang baik dan cepat dalam mengemas dan mengaktualisasikan interes konsumen. Menjual produk wisata pada kenyataannya adalah menjual sesuatu yang abstrak. Itulah sebabnya menjual produk wisata pada dasarnya adalah menjual mimpi (*selling a dream*). Untuk itu diperlukan susunan acara wisata (*tour itinerary*) serta gambaran penyelenggaraan wisata agar menjadi lebih konkret. Masalahnya sekarang adalah bagaimana mengaktualisasikan landasan berpikir tersebut sehingga apa yang

diharapkan oleh orang dalam keikutsertaannya pada sebuah wisata dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Dalam mengemas tour itinerary dan penyelenggaraan wisata sehingga menarik dan memenuhi harapan pelaku wisata diperlukan pengetahuan, baik tentang bahan baku, teknik, maupun pengetahuan penunjang lainnya. Bahasa Inggris sebagai salah satu bahasa internasional merupakan salah satu penunjang yang mempunyai peranan penting. Hal ini karena bahasa Inggris telah digunakan secara luas dalam segala aspek kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dalam dunia pariwisata. Memperhatikan peranan bahasa Inggris seperti yang dijelaskan di atas, untuk inilah dengan berbagai latar belakang penulis memilih judul **“PENTINGNYA PENGUASAAN BAHASA INGGRIS DALAM PENETAPAN TOUR ITINERARY DAN PENYELENGGARAAN PAKET WISATA DI RANGGA TOUR & TRAVEL”**.

1.2 Rumusan Masalah

Seperti telah dijelaskan di atas bahwa memahami kondisi sosial masyarakat dewasa ini dengan mobilitas yang tinggi melatarbelakangi sesuatu yang serba praktis dalam setiap pemenuhan kebutuhan. Harus diasumsikan bahwa orang yang mengadakan perjalanan wisata itu pasti mempunyai alasan atau motif untuk mengadakan perjalanan itu. Untuk itulah diperlukan pengelolaan jasa wisata yang dapat disesuaikan dengan motif wisata itu sendiri. Namun demikian bukan berarti tidak ada masalah dalam pengelolaannya. Ada beberapa masalah yang dapat dirumuskan dalam penyelenggaraan maupun penetapan tour itinerary, yaitu dalam hal tahapan-tahapan dan aspek-aspek apa saja yang harus diketahui dan diperhatikan.

1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata bagi mahasiswa merupakan suatu pengaplikasian bidang-bidang ilmu yang telah dipelajari selama di bangku kuliah ke dalam dunia kerja serta perbandingan antara teori dengan kenyataan yang ada di lapangan. Selama dalam pelaksanaan Praktek Kerja Nyata mahasiswa diharapkan mampu memperoleh pengalaman yang tidak hanya bersifat teori saja.

melainkan juga praktek yang meliputi keterampilan fisik, intelektual, sosial dan managerial. Sehingga pelaksanaan Praktek Kerja Nyata bukan hanya sebagai kesempatan bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman kerja, tapi juga untuk membina mental dan moral mahasiswa dalam kehidupan bermasyarakat.

1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

1. Tujuan Umum

Secara umum program Praktek Kerja Nyata yang dilaksanakan oleh mahasiswa mempunyai tujuan agar mahasiswa memiliki pengetahuan tentang dunia kerja yang sesungguhnya. Sebagai lulusan yang dipersiapkan untuk langsung terjun ke dunia kerja adalah sangat penting bagi mahasiswa untuk mengetahui bagaimana proses kegiatan yang terjadi dalam suatu perusahaan. Sehingga lewat PKN mahasiswa dapat memperoleh wawasan yang cukup untuk bekal masa depannya.

2. Tujuan Khusus

- o Memperoleh pemahaman yang cukup tentang proses kegiatan dalam suatu instansi sebagai sarana untuk mengembangkan ketrampilan dan kemampuan yang dimiliki.
- o mempraktekkan ketrampilan yang sesuai dengan jurusan yang diambil ke lapangan atau instansi tempat PKN dilaksanakan
- o Melatih mahasiswa agar berpikir logis dan menggunakan daya nalarnya dengan kritik dan saran dalam bentuk laporan yang dibukukan.
- o Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli madya pada program D III bahasa inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.

1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata

Program Praktek Kerja Nyata yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa diharapkan akan memberi manfaat bagi beberapa pihak, yaitu untuk Fakultas, instansi tempat PKN, maupun untuk mahasiswa itu sendiri.

1. Manfaat bagi mahasiswa :

- Memberi gambaran pada mahasiswa tentang dunia kerja yang dihadapi setelah lulus studi.
- Mahasiswa dapat mempraktekkan pengetahuan yang didapat selama di bangku kuliah langsung ke instansi tempat Praktek Kerja Nyata di laksanakan.
- Mahasiswa dapat memperoleh pengalaman sebagai perbandingan antara teori yang di dapat dengan pelaksanaan yang ada di instansi.
- Untuk memenuhi persyaratan akademis pada program D III bahasa inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.

2. Manfaat bagi Almamater :

- Praktek Kerja Nyata merupakan sarana evaluasi di bidang akademik dalam rangka pengembangan dan peningkatan mutu pendidikan pada program D III bahasa inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.
- Memberikan masukan yang menjadi tolok ukur seberapa jauh keterpaduan antara disiplin ilmu yang diberikan kepada mahasiswa dan dunia kerja.

3. Manfaat bagi Instansi :

- Memberikan sumbangan yang berguna dan bermanfaat bagi instansi (Rangga Tours) dalam memberikan pelayanan jasa kepariwisataan.
- Merupakan sarana evaluasi bagi instansi dalam rangka penyempurnaan dan peningkatan kualitas instansi. disamping merupakan media untuk memperoleh tenaga kerja yang diperlukan di bidangnya.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

1.4.1 Jangka Waktu Praktek Kerja Nyata

Pratek Kerja Nyata ini dilaksanakan berdasarkan ketentuan dari pihak Fakultas dengan batas waktu minimal 240 jam (kurang lebih 1.5 bulan) Pelaksanaan PKN pada Rangga Tour dimulai pada tanggal 1juli sampai dengan 15 Agustus 2002 dengan 8 sampai 9 jam kerja efektif setiap hari yaitu mulai pukul 08.00 BBWI – 16.00 BBWI

1.4.2 Tempat Praktek Kerja Nyata

Lokasi pelaksanaan PKN ini adalah pada Rangga Tour yang beralamat di Pertokoan Wijaya Kusuma (PJKA) Jl. Wijaya Kusuma A.17 Jember 68121

1.5 Prosedur Praktek Kerja Nyata

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata di Kantor Rangga Tour yang beralamat di Pertokoan Wijaya Kusuma (PJKA) Jl. Wijaya Kusuma A.17 Jember 68121 melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

- 1) Mahasiswa harus sudah menyelesaikan minimal 80 SKS mata kuliah yang tertera dalam transkrip nilai
- 2) Memprogram PKN ke bagian Akademik Fakultas Sastra Universitas Jember.
- 3) Mahasiswa yang melaksanakan Praktek Kerja Nyata harus mengisi formulir rencana PKN yang dikeluarkan oleh sekretaris program DIII bahasa inggris dan membayar uang PKN sebesar Rp. 75.000..
- 4) Memilih tempat Praktek Kerja Nyata dengan persetujuan ketua DIII bahasa inggris dan dosen pembimbing.
- 5) Praktek Kerja Nyata dilaksanakan dibawah petunjuk dan pengawasan dosen pembimbing (yang ditunjuk oleh ketua program DIII bahasa inggris) dan oleh penanggungjawab di instansi tempat PKN.
- 6) Mahasiswa yang melaksanakan Praktek Kerja Nyata akan dikunjungi oleh dosen pembimbing ke tempat PKN untuk mengontrol keaktifan melaksanakan PKN.

- 7) Penilaian Praktek Kerja pada instansi yang bersangkutan pada lembaran penilaian Praktek Kerja Nyata.
- 8) Menyusun Laporan akhir
- 9) Melakukan konsultasi dalam menyusun laporan akhir dengan dosen pembimbing
- 10) Menyerahkan laporan Praktek Kerja Nyata.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Anatomi Pariwisata

2.1.1 Pengertian dan Definisi Pariwisata

Kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olah raga atau istirahat, berziarah, dan lain lain. Bukanlah merupakan kegiatan yang baru saja dilakukan oleh manusia masa kini. Dalam bahasan ini kita akan melihat berbagai macam batasan yang kiranya merangkum berbagai tujuan kegiatan perjalanan ini.

Secara etimologis kata pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yaitu dari kata pari yang berarti seluruh, semua dan penuh sedangkan kata wisata yang berarti perjalanan.

Menurut definisi yang luas 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 (Kodhyat:1983).

Profesor Hunziker dan profesor Krapf dari swiss dalam bukunya *Grundriss der Allgemeiner Fremdenverkehrslehre* telah mencoba memberikan batasan yang tegas dan sama pada pengertian pariwisata dengan memasukkan berbagai macam aspek berikut implikasinya sebagai berikut: “ *Tourism is the total relationship and phenomena linked with the stay of a foreigner at a locality, provided that they do not settle there to exercise a major, permanent or temporary remunerated activity* “. (1997:12). Dari sudut pandang ini mereka mendefinisikan pariwisata sebagai: “ Keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal disitu untuk melakukan pekerjaan yang penting yang memberi keuntungan yang bersifat pemanen maupun sementara “. Definisi ini terdiri atas dua bagian. Bagian yang pertama adalah definisi

pariwisata seperti sudah dijelaskan diatas. Definisi yang pada umumnya dianggap baik itu pada bagian kedua yang mengartikan 'tinggal untuk sementara' atau 'tidak menetap' secara ekonomik.

Banyak pengertian yang akan didapat mengenai definisi pariwisata namun pada hakikatnya pariwisata adalah masalah perpindahan tempat, dari tempat kediaman wisatawan ke tempat tujuan wisata – dengan kata lain, masalah pariwisata adalah masalah mobilitas spasial.

Dari uraian diatas jadi jelas bahwa sebenarnya kegiatan pariwisata itu banyak sekali seginya. Semua kegiatan tersebut bersifat mobilitas spasial. Disamping hal-hal yang sudah dijelaskan diatas, ada pula beberapa istilah yang lebih khusus yang menyangkut dunia pariwisata, antara lain:

1. Wisata Alam adalah bentuk kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan.
2. Obyek Wisata Alam adalah sumber daya alam yang berpotensi dan berdaya tarik bagi wisatawan serta yang ditujukan untuk pembinaan cinta alam.
3. Konservasi adalah pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam secara bijaksana berdasarkan prinsip kelestarian.
4. Sumber Daya Alam Hayati adalah unsur-unsur Hayati dalam alam bersama-sama dengan unsur hayati secara keseluruhan yang membentuk ekosistem.
5. Ekosistem SDA Hayati adalah sistem hubungan timbal balik antara unsur dalam alam baik unsur hayati maupun non-hayati yang saling tergantung dan saling mempengaruhi.
6. Kawasan Pelestarian Alam adalah kawasan dengan ciri khas tertentu, baik di darat maupun di perairan yang mempunyai fungsi perlindungan sistem penyangga kehidupan; pengawetan keragaman jenis tumbuhan serta satwa dan pelestarian pemanfaatan sumber daya alam dan ekosistem.

7. Cagar Alam adalah kawasan suaka alam yang ciri berupa tumbuhan, satwa, dan ekosistem yang khas dengan perkembangan diserahkan pada alam.
8. Suaka Margasatwa adalah kawasan suaka alam yang mempunyai ciri khas berupa keragaman atau keunikan jenis satwa yang kelangsungan hidupnya dapat dilakukan untuk pembinaan terhadap habitatnya.
9. Taman Nasional adalah kawasan pelestarian alam yang dikelola dengan sistem zonasi yang terdiri atas zona inti dan zona lain yang dimanfaatkan untuk tujuan ilmu pengetahuan, pariwisata, dan pendidikan.
10. Taman Buru adalah hutan wisata yang didalamnya terdapat satwa buru yang memungkinkan untuk diselenggarakannya perburuan secara teratur bagi kepentingan rekreasi.
11. Taman Laut adalah wilayah laut yang mempunyai keindahan dan keunikan yang khas yang khusus digunakan sebagai kawasan konvensi laut, untuk dibina dan dipelihara guna perlindungan plasma, pariwisata, atau rekreasi. (Gamal suwatoro, 1997: 6)

2.1.2 Konsep Pariwisata

2.1.2.1 Konsep Keterkaitan Usaha Pariwisata

Konsep Keterkaitan saling keterkaitan antar usaha wisata dengan pelancong atau wisatawan perlu dikenal. Di dalam konsep keterkaitan usaha dan organisasi wisata digolongkan sebagai berikut:

- Penyedia jasa wisata langsung (*Direct providers of tourist service*). Golongan usaha ini meliputi usaha yang menyangkut perjalanan seperti penerbangan, hotel, transportasi darat lokal, restoran, dan toko. Usaha-usaha ini memberikan layanan, aktivitas, dan produk yang

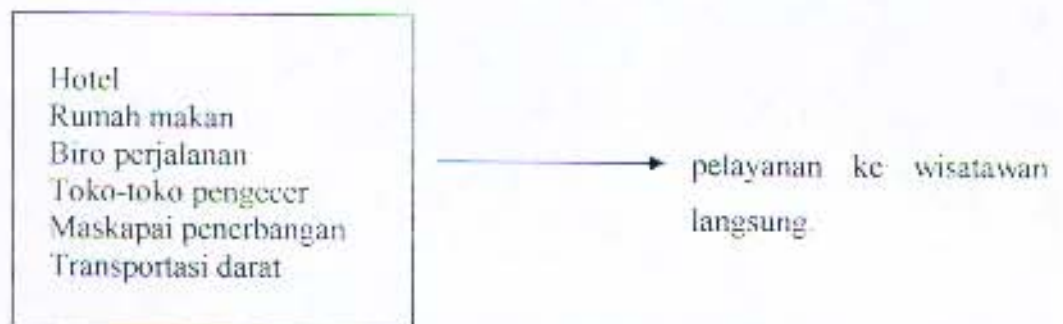
dibeli atau dikonsumsi langsung oleh orang-orang yang melakukan perjalanan.

- Usaha Pendukung Wisata (*Tourism support services*).
Meliputi usaha jasa khusus, seperti tour organizer, travel and trade publication, hotel management firm, dan travel research firm. Usaha-usaha ini tergantung dari pasar wisata bagi hampir semua bisnisnya. Usaha dari golongan ini menyediakan bakunya dari usaha golongan usaha penyedia jasa wisata develop
- Organisasi pengembang wisata (*Tourism development organisation*)
Meliputi konsultan perencana, badan pemerintah, lembaga finansial, developer properti, lembaga pelatihan dan pendidikan.

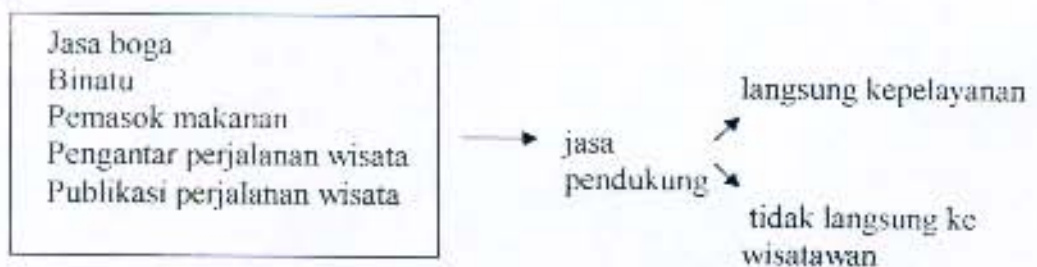
Konsep Keterkaitan

Menurut Kusudianto (1996: 25) bahwa konsep keterkaitan dibagi atas 3 kategori sebagai berikut :

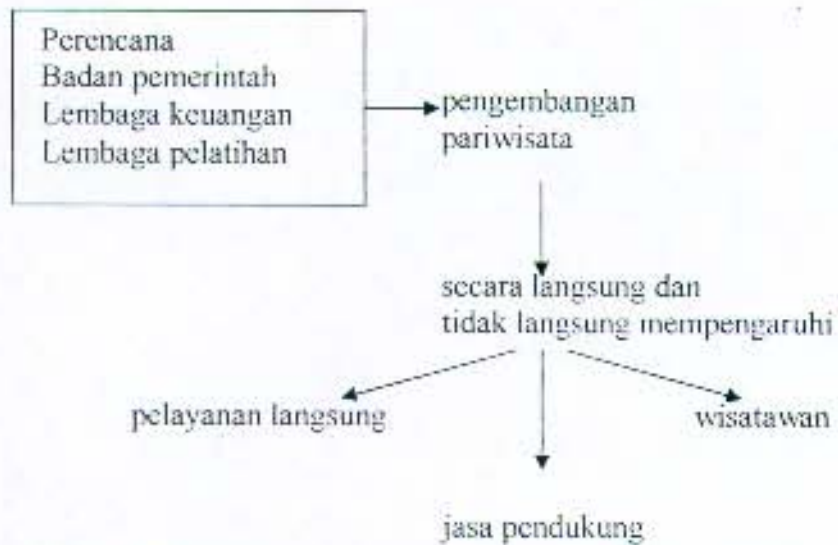
Kategori I :



Kategori II :



Kategori III :



2.1.2.2 Bidang Pariwisata

Dalam usaha pariwisata terdapat tiga bidang yang saling terkait, saling ketergantungan dan ada keterpaduan, yaitu :

1. Perencana Pariwisata.
2. Pemasaran pariwisata.
3. Pengelolaan Pariwisata.

Prinsip dasar pariwisata :

- Produk harus memenuhi selera dan keinginan wisatawan.
- Wisatawan tergolong dalam kelompok tertentu atau tipe-tipe segmentasi tertentu.
- Keunikan daerah perlu ditonjolkan agar ciri khas daerah dapat dipasarkan.

2.1.2.3 Aktivitas Pariwisata

Pariwisata adalah suatu aktivitas di dunia yang paling besar :

- Menghasilkan devisa.
- Sering menyebabkan banyak dampak besar pada lingkungan dan pada cara hidup masyarakat setempat.

Aktivitas pariwisata :

- Menikmati pemandangan indah di sepanjang rute perjalanan.
- Singgah di tempat kerabat atau teman.
- Kunjungan pesta budaya, upacara adat.
- Belanja cinderamata
- Kunjungan kawasan alam
- Kunjungan situs sejarah purbakala
- Kunjungan pada lembaga-lembaga khusus.

2.1.2.4 Subsistem Pariwisata

Dua subsistem pariwisata adalah :

1. Touring subsistem.

Touring subsistem termasuk atraksi, transpor, fasilitas pelayanan, dan pengarahannya yang digunakan di dalam tour ke beberapa lokasi selama perjalanan akhir minggu atau waktu libur.

2. Destination subsistem.

Destination subsistem adalah geografis suatu kelengkapan sendiri, semua aktivitas dilakukan dari satu titik destinasi yang harus direncanakan untuk kunjungan berulang. Aktivitas sering lebih, fisik aktif termasuk olah raga di udara terbuka.

2.1.2.5 Sistem Fungsional Pariwisata

sistem pariwisata terdiri dari 5 jenis komponen :

1. Atraksi

Atraksi adalah daya tarik wisatawan liburan. Atraksi yang diketahui sebagai (sumberdaya alam, sumber daya manusia, dan budaya).

2. Promosi

Promosi merupakan suatu rancangan untuk memperkenalkan atraksi yang ditawarkan dan dengan cara bagaimana atraksi wisata dapat dikunjungi.

3. Pasar (asal wisatawan)

Bagian ini amat penting walaupun untuk perencanaan belum atau tidak diperlukan riset lengkap dan mendalam namun informasi mengenai trend pelaku, keinginan, kebutuhan, asal, motivasi dari wisatawan perlu dikumpulkan dari mereka yang berlibur.

4. Transportasi.

Pendapat dan keinginan wisatawan adalah berbeda dengan pendapat pemasok transportasi, transportasi mempunyai dampak besar pada volume dan lokasi pengembangan

5. Fasilitas dan Pelayanan

Bagian ini didominasi oleh pihak swasta. Keputusan mengenai rencana dalam bagian ini ada pada pihak swasta.

2.1.2.6 Dimensi Pariwisata

Dimensi dasar dari perjalanan pariwisata termasuk dalam kriteria definisi orang yang melakukan perjalanan (*Traveller*) dalam hubungannya dengan industri perjalanan wisata, yaitu:

1. Jarak

Didalam perjalanan pariwisata tidak termasuk perjalanan dari rumah ke kantor dan kembali. Perjalanan ini disebut *commuting*. Walaupun seorang *commuter* bisa melakukan perjalanan puluhan kilometer, misalnya tinggal di bogor sedang tempat kerjanya di jakarta. Maka dia ber-*commute* pagi hari dari bogor ke jakarta dan sore/malam kembali ke bogor. *Commuting* itu juga disebut perjalanan lokal.

Problem yang timbul adalah untuk menentukan perjalanan itu perjalanan lokal atau perjalanan pariwisata. Maka lazim diambil keputusan bahwa perjalanan pariwisata adalah dari rumah tinggal yang berlokasi 150 km dari destinasi. Bagi kepariwisataan jarak ini berarti adanya lingkungan yang berbeda dari lingkungan dimana wisatawan sehari-hari berada, sering disebut *away from home*.

2. Lama tinggal

Dimensi lama tinggal adalah untuk menentukan apakah seseorang yang melakukan perjalanan adalah seorang wisatawan. Menurut ketentuan, wisatawan tinggal lebih dari 24 jam di suatu negara, dan lazimnya juga menginap dalam suatu fasilitas akomodasi.

3. Tempat Tinggal Asal

Dimensi ini penting untuk menentukan pasar wisata. Ddari dimensi ini bisa diketahui apakah ia penduduk Indonesia (asing atau WNI) atau penduduk negara lain, dan negara mana. Maka penting untuk mengetahui tempat tinggal negara asal, nasionalis atau golongan penduduk mana.

4. Maksud dan Kunjungan

Dimensi digunakan untuk membedakan jenis perjalanan. Maksud tujuan ini di Indonesia dibedakan dalam beberapa golongan, yaitu: Bisnis (business), Tugas resmi (official mission), Konvensi (convention), Liburan (holiday), Pendidikan (education), dll.

2.1.3 Bentuk-Bentuk dan Jenis Pariwisata

2.1.3.1 Bentuk-Bentuk Pariwisata

Pariwisata dapat dipelajari tidak hanya dari segi motivasi dan tujuan perjalanannya saja, tetapi juga bisa dilihat dari kriteria lain misalnya dari bentuk-bentuk perjalanan wisata yang dilakukan, lamanya perjalanan serta pengaruh-pengaruh ekonomi akibat adanya perjalanan wisata tersebut.

1. Pariwisata individu dan kolektif

Baik pariwisata individu maupun kolektif dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

- a. Individual tourism atau pariwisata perorangan, dan
- b. Organized collective tourism atau pariwisata kolektif

kategori pertama meliputi seseorang atau kelompok orang (teman-teman atau keluarga) yang mengadakan perjalanan wisata dengan melakukan sendiri pilihan daerah tujuan wisata maupun pembuatan programnya,

sehingga bebas pula mengadakan perubahan-perubahan setiap waktu dikehendaki. Seseorang maupun kelompok orang tersebut melakukan sendiri semua persiapan dalam rangka mendapatkan perlengkapan serta jasa-jasa yang diperlukan.

Kategori kedua meliputi sebuah biro perjalanan (*travel agent atau tour operator*) yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan anggota kelompok yang dimaksudkan di atas. Biro perjalanan ini menawarkannya kepada siapa saja yang berminat dengan keharusan membayar sejumlah uang yang telah ditentukan pula untuk keperluan seluruh perjalanan tersebut. Peserta *organized tour* ini dibebaskan dari segala macam pengurusan karena baik perlengkapan maupun jasa-jasa lain yang diperlukan telah disediakan oleh penyelenggara perjalanan. Alternatif lain adalah bila ada sebuah biro perjalanan yang mengorganisasi *individual trips* untuk seorang atau lebih tanpa harus ikut serta dalam kelompok seperti tersebut di atas. Atau mungkin juga biro perjalanan mengorganisasi *affinity groups* atau kelompok gabung sehingga memungkinkan untuk memanfaatkan keringanan biaya udara (*incentif fare*). Kelompok perjalanan dapat juga diorganisasi untuk keperluan anggota-anggota dari asosiasi-asosiasi yang tidak bersifat mencari keuntungan, seperti klub-klub organisasi profesional, srikat dagang atau bagi anggota-anggota staf perusahaan perorangan.

2. Pariwisata Jangka Panjang, Jangka Pendek dan Pariwisata Ekskursi

Pembagian menurut lamanya perjalanan dibedakan atas pariwisata jangka panjang dimaksudkan sebagai suatu perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan bagi wisatawan sendiri. Ini mempunyai arti penting bagi tempat-tempat yang dikunjungi, lebih-lebih bila terjadi pada jenis *recreation atau cultural tourism*. Selama ini sudah ada *pleasure tourism* sebagai akibat meningkatnya mobilitas wisatawan

modern sekarang, terutama yang mempergunakan kendaraan bermotor. Akan tetapi, *pleasure trips* dalam kategori jangka waktu manapun pada umumnya mencakup kunjungan ke berbagai negara yang terdiri atas kunjungan serta singah hanya dalam waktu pendek di setiap kota atau negara yang dikunjungi.

3. Pariwisata Dengan Alat Angkutan

Ada berbagai bentuk pariwisata dengan alat angkutan yang dipakai misalnya, kereta api, kapal laut, kapal terbang, bus, dan kendaraan umum lain. Wisatawan yang berjalan kaki atau *pedestrian tourism (hikers)* sampai sekarang masih banyak penggemarnya. Bentuk ini patut diperhatikan terutama untuk kebijaksanaan investasi.

4. Pariwisata Aktif dan Pasif

Untuk mempelajari pariwisata internasional dan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran. Kedatangan wisatawan asing yang membawadevisa untuk suatu negara merupakan bentuk pariwisata yang sering disebut *active tourism (receptive tourism)*. Sedangkan penduduk suatu negara yang pergi dan membawa uang ke luar negeri dan yang mempunyai pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran merupakan *passive tourism*. Hikmah pengaruh pariwisata internasional terhadap neraca pembayaran ini dapat kita ambil.

2.1.3.2 Jenis Pariwisata

Seperti telah disebut dimuka, kebanyakan batasan pariwisata tekah motif-motif yang mendorong seseorang untuk mengadakan perjalanan wisata. Terutama dalam *internasional tourism*, motif-motif tersebut sangat bervariasi dan mempunyai pengaruh yang menentukan pada daerah tujuan wisata yang akan dikunjunginya. Perbedaan motif tersebut tercermin dengan adanya berbagai jenis pariwisata. Karena suatu daerah maupun suatu negara pada umumnya dapat menyajikan berbagai atraksi wisata, maka akan sangat menarik untuk mempelajari dan mempersoalkan jenis pariwisata mana yang sekiranya mempunyai kesempatan yang paling baik untuk

dikembangkan di daerah atau negara tersebut. Hal ini juga akan berpengaruh pada fasilitas yang perlu dipersiapkan dalam pembangunan maupun dalam program-program promosi dan periklanannya.

Walaupun banyak jenis pariwisata ditentukan menurut motif tujuan perjalanan, dapat pula dibedakan adanya beberapa jenis pariwisata khusus sebagai berikut :

1. Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, untuk mengetahui hikayat rakyat setempat, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya menikmati hiburan di kota-kota besar ataupun untuk ikut serta dalam keramaian pusat-pusat wisatawan. Sementara orang mengadakan perjalanan semata-mata untuk menikmati tempat-tempat atau alam lingkungan yang jelas berbeda satu dengan lainnya. Yang lain akan bangga jika dapat mengirimkan gambar-gambar untuk menyatakan bahwa telah begitu banyak kota atau negara yang telah dikunjungi. Jenis pariwisata ini menyangkut begitu banyak unsur yang sifatnya berbeda-beda, disebabkan pengertian *pleasure* akan selalu berbeda kadar pemusanya sesuai dengan karakter, cita rasa, latar kehidupan, serta temperamen masing-masing individu.

2. Pariwisata Untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari libur untuk beristirahat, untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menycgarkan keletihan dan kelelahannya. biasanya mereka tinggal selama mungkin di tempat-tempat yang dianggapnya benar-benar menjamin tujuan-tujuan rekreasi tersebut (misalnya di tepi pantai, pegunungan, di pusat-pusat peristirahatan atau

pusat kesehatan) dengan tujuan menemukan kenikmatan yang diperlukan. Dengan kata lain mereka lebih menyukai *health resorts*. Termasuk dalam kategori ini ialah mereka karena yang karena alasan kesehatan dan kesembuhan harus tinggal di tempat-tempat yang khusus untuk memulihkan kesehatannya, seperti di daerah sumber air panas dan lain-lain.

3. Pariwisata Untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan dan cara hidup rakyat negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan; atau juga untuk ikut serta dalam festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

4. Pariwisata Untuk OlahRaga (*Sports Tourism*)

Jenis ini dapat dibagi dalam dua kategori :

- a) *Big sports events*, yaitu peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti olympiade games, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia dan lain-lain yang menarik perhatian tidak hanya pada olahragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.
- b) *Sporting tourism of the practitioners*, yaitu pariwisata olah raga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri, seperti pendakian gunung, olah raga naik kuda, berburu, memancing dan lain-lain. Negara yang banyak memiliki fasilitas atau tempat-tempat olah raga seperti ini tentu dapat menarik sejumlah besar penggemar jenis olah raga pariwisata ini.

5. Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang (*Business tourism*)

Seperti disebutkan dimuka, jenis pariwisata ini telah menimbulkan berbagai persoalan. Banyak ahli teori, ahli sosiologi maupun ekonomi

beranggapan bahwa perjalanan untuk keperluan usaha tidak dapat dianggap sebagai perjalanan wisata karena unsur *voluntary* atau sukarela tidak terlibat. Menurut para ahli teori, perjalanan usaha ini adalah bentuk profesional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan. Ide pilihan yang dianggap fundamental dari *individual liberty* atau kebebasan individu yang merupakan bagian penting pariwisata tidak nampak.

Dalam istilah *business tourism* tersirat tidak hanya profesional trips yang dilakukan kaum pengusaha atau industrialis, tetapi juga mencakup semua kunjungan ke pameran, kunjungan ke instansi teknis yang bahkan menarik orang-orang di luar profesi ini. Juga harus diperhatikan bahwa kaum pengusaha tidak hanya bersikap dan berbuat sebagai konsumen, tetapi dalam waktu-waktu bebasnya, sering berbuat sebagai wisatawan biasa dalam pengertian sosiologis karena mengambil dan memanfaatkan keuntungan dari atraksi yang terdapat di negara lain tersebut.

6. Pariwisata Untuk berkonvensi (Convention tourism)

Peranan jenis pariwisata ini makin lama makin penting. Tanpa menghitung banyaknya konvensi atau konferensi nasional, banyaknya simposium maupun sidang yang diadakan tiap tahun di berbagai negara. Konvensi dan pertemuan bentuk seperti ini sering dihadiri oleh ratusan dan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau negara penyelenggara. Jika pada taraf pengembangannya konvensi-konvensi semacam ini hanya dilakukan secara tradisional di beberapa kota tertentu, maka sekarang berbagai *tourist resorts* atau daerah-daerah wisata banyak yang menawarkan diri untuk dijadikan tempat konferensi. Bahkan untuk tujuan tersebut telah ada beberapa negara seperti Belgia maupun Prancis yang membentuk asosiasi-asosiasi sebagai sarana yang dianggap penting untuk meningkatkan tingkat hunian pada hotel-hotel mereka. Banyak

negara yang menyadari besarnya potensi ekonomi dari jenis pariwisata konferensi ini sehingga mereka saling berusaha untuk menyiapkan dan mendirikan bangunan-bangunan yang khusus diperlengkapi untuk tujuan ini atau membangun “pusat-pusat konferensi lengkap dengan fasilitas mutakhir yang diperlukan untuk menjamin efisiensi operasi konferensi.

2.1.4 Syarat-Syarat Wisata Yang Baik

Atraksi wisata yang baik harus dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan mereka di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan memberi kepuasan kepada wisatawan yang datang berkunjung. Untuk mencapai hasil itu, beberapa syarat harus dipenuhi, yaitu:

1. kegiatan (*act*) dan obyek (*artifact*) yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan yang baik;
2. Karena atraksi wisata itu harus disajikan di hadapan wisatawan, maka cara penyajiannya (*presentasinya*) harus tepat;
3. Atraksi wisata adalah terminal dari suatu mobilitas spasial, suatu perjalanan. Oleh karena itu juga harus memenuhi semua determinan mobilitas spasial, yaitu akomodasi, transportasi, dan promosi serta pemasaran;
4. Keadaan di tempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama;
5. Kesan yang diperoleh wisatawan waktu, menyaksikan atraksi wisata harus diusahakan supaya bertahan selama mungkin.

2.1.4.1 Syarat Mengenai Atraksinya Sendiri

Agaknya sudah jelas dengan sendirinya bahwa untuk dapat memberi kepuasan kepada wisatawan, atraksi itu sendiri harus dalam keadaan baik --- baik atraksi yang berupa kegiatan, seperti tarian dan upacara --- maupun atraksi yang berupa obyek, seperti candi, keris, dan sebagainya.

Kalau atraksi itu buatan baru, dapat diharapkan keadaannya sudah baik. Akan tetapi banyak atraksi yang berupa warisan kebudayaan (*Tourist Heritage*) seperti

candi, genderang kuno, dan sebagainya. Atraksi wisata jenis kedua ini seiring harus direstorasi (dipugar) terlebih dahulu sebelum disuguhkan kepada wisatawan. Peninggalan-peninggalan yang mengandung potensi wisata itu mungkin tinggal berupa komponen-komponen bangunan, *artifact* atau kesenian yang sudah tercerai-berai. Tarian tertentu mungkin hanya dikenal sepotong-sepotong orang yang mengerti benar-benar sudah sukar dicari. Komponen-komponen itu harus dikembalikan dalam bentuknya yang semula dan kemudian disusun sehingga merupakan bangunan, artifak atau hasil kesenian yang utuh. Pekerjaan ini kecuali memerlukan keahlian, juga uahkan imajinasi yang besar. Apakah bongkahan batu yang berserakan itu semula merupakan pintu gerbang, relung atau pilar, apakah potongan perunggu itu bagian dari genta atau bejana sudah cukup rumit untuk ditentukan. Apalagi kalau yang harus direkonstruksikan itu gerak tari atau lagu. Pada tahap ini sudah harus ditentukan dengan pasti bentuk asli dari atraksi wisata yang dipugar atau direkonstruksikan itu.

Sesudah komponen-komponen itu disusun kembali, mungkin terbukti bahwa ada bagian-bagian yang hilangsehingga terpaksa harus diadakan tambahan-tambahan.

Dalam praktek pemugaran ada dua prinsip yang berbeda. Prinsip yang pertama, boleh disebut **prinsip arkeologi** dan menghendaki agar tambahan-tambahan itu dibedakan dari yang asli secara jelas. Prinsip inilah yang digunakan dalam pemugaran candi-candi di Indonesia. Di Candi Prambanan, misalnya, batu-batu yang tidak asli diberi tanda paku; di Candi Plaosan juga digunakan jenis batu yang berbeda dengan batu-batu asli. Berdasarkan prinsip ini, pemugaran Candi Pawon di antara Candi Mendut dan Candi Borobudur merupakan salah satu candi yang pertama-tama dipugar, banyak mendapat celaan dari para ahli arkeologi.

Prinsip kedua, yang dapat disebut **prinsip estetis**, menghendaki agar orang dapat menikmati peninggalan sebaik-baiknya dan selengkapnyanya. Berdasarkan prinsip ini orang harus meneliti secermat-cermatnya komponen-komponen yang hilang dari sesuatu peninggalan dan berusaha meniru setepat-tepatnya. Prinsip ini, misalnya, digunakan dalam memugar 'Pendopo Sasana Sewaka' gedung dalam kompleks keraton Surakarta yang pada bulan Januari 1985 habis terbakar. Sasana Sewaka yang

baru adalah tiruan lengkap dari Sasana Sewaka yang lama. Hasil pemugaran berdasarkan prinsip kedua ini memang memberi kesan lebih mulus kepada pengamatnya, akan tetapi tidak asli lagi.

Peninggalan bangunan-bangunan besar yang sebagai reruntuhan sudah menarik dan sukar dipugar, sering dibiarkan begitu saja sebagai atraksi wisata. Bangunan-bangunan kuno seperti itu banyak terdapat di Yunani dan Italia, seperti Kuil Parthenon di Athena dan arena Coloseum di Roma.

Akhirnya, atraksi wisata yang sudah dibenahi itu harus dipelihara sebaik-baiknya agar tetap memiliki daya tarik. Inilah yang disebut "konservasi", seperti juga yang diadakan terhadap benda-benda di museum.

2.1.4.2 Syarat Presentasi Atraksi Kepada Wisatawan

Suatu atraksi wisata dikatakan berhasil kalau menimbulkan kesan kepada wisatawan, sehingga ia merasa puas. Kepuasan itu tidak hanya tergantung pada keadaan atraksi wisata itu sendiri, akan tetapi juga kepada caranya menyuguhkan atau mempresentasikannya dihadapan wisatawan. Mempresentasikan atraksi wisata dengan cara yang baik dapat dicapai dengan mengatur :

1. Mengatur perspektif ruang

Atraksi wisata akan lebih enak dan lebih mengesankan untuk disaksikan apabila lingkungannya membantu. Lingkungan itu dapat lingkungan tertutup di museum atau dalam suatu kompleks atau ditengah alam bebas. Mengatur perspektif ruang itu dapat berarti, **pertama** mengatur komposisi bentuk serta warna, yaitu mengatur warna-warna dan bentuk-bentuk di lingkungan obyek wisata sehingga obyek wisata menclok dan menarik perhatian, khususnya segi-seginya yang mengesankan. Di lingkungan obyek wisata mungkin terdapat obyek-obyek dengan bermacam-macam bentuk dan warna bentuk dan warna, yang dapat diatur sehingga serasi dengan obyek wisatanya, dengan tekanan diletakkan pada obyek wisata dalam hal ini semua ciptaan baru itu harus serasi dengan makna dan nilai obyek yang hendak ditonjolkan. **Kedua** mengatur posisi, yang

dimaksud disini ialah letak obyek wisata dihadapan wisatawan, atau tempat wisatawan waktu menyaksikan obyek. Posisi itu harus diatur sedemikian rupa, sehingga memberi kesan yang sebaik-baiknya.

2. Mengatur perspektif waktu

Sesuatu akan lebih mempunyai arti dan lebih mengesankan bagi pengunjung kalau diketahui sejarahnya. Pengunjung KebunRaya bogor akan lebih mendapat kepuasan kalau ia mengetahui bahwa kebunRaya itu didirikan oleh seorang Jerman, C.G.C. Reinwardt pada awal abad ke-19. Perspektif waktu dapat diberikan dengan cara-cara sebagai berikut :

- Secara lisan melalui pramuwisata
- Secara tertulis
- Secara visualisasi

3. Mengatur perspektif sosial-budaya

Daya pesona obyek wisata akan bertambah besar kalau obyek itu ditempatkan dalam perspektif sosial-budaya, artinya dalam kedudukannya dalam kehidupan sosial-budaya masyarakat lingkungannya baik pada zaman dahulu maupun sekarang. Perspektif sosial-budaya itu juga dapat diberikan secara : (1) lisan, (2) tertulis dalam buku petunjuk, *leaflet* atau *folder*, dan (3) melalui visualisasi.

4. Integrasi dalam sistem kepariwisataan

Dengan membangun obyek wisata saja wisatawan belum berdatangan. Seperti sudah dijelaskan diatas, pariwisata hanya timbul apabila semua determinan mobilitas spasial dipenuhi. Obyek wisata itu harus diintegrasikan dengan syarat-syarat pariwisata lainnya, jasa pelayanan wisata, transportasi dan aktualisasi perjalanan atau pemasaran

2.1.5 Modal Kepariwisataan (Tourism Assets)

Modal kepariwisataaan (*tourism assets*) sering juga disebut sumber kepariwisataaan (*tourism resource*). Apa yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataaan.

Modal kepariwisataaan itu mengandung potensi untuk dikembangkan menjadi atraksi wisata, sedangkan atraksi wisata itu sudah tentu komplementer dengan motif perjalanan wisata.

Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu: alam, kebudayaan, dan manusia itu sendiri.

Aset kepariwisataaan itu dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata di tempat di mana modal wisata itu ditemukan atau *ex situ* ataupun *in situ*, yaitu di luar tempatnya yang asli, misalnya, dijadikan kebun Raya di lain tempat, atau kebun binatang, museum, dan sebagainya.

2.1.5.1 Modal dan Potensi Alam

Yang dimaksud dengan potensi alam ialah alam fisik, fauna, dan floranya. Mengapa alam itu menarik bagi wisatawan.

Pertama, banyak wisatawan tertarik oleh kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan di alam terbuka, daerah terpenting untuk wisatawan yang demikian itu ialah pegunungan, hutan dan pantai.

Kedua, dalam kegiatan pariwisata jangka pendek, pada akhir pekan atau dalam masa liburan orang sering mengadakan perjalanan sekedar untuk menikmati pemandangan atau suasana alam.

Ketiga, kebanyakan wisatawan mencari ketenangan di tengah alam yang iklimnya nyaman, suasananya tenteram, pemandangannya bagus dan terbuka luas.

Keempat, alam juga sering dijadikan bahan studi untuk wisatawan budaya, khususnya dalam *widya wisata*. Untuk keperluan ini yang penting terutama ialah daerah dengan jenis flora dan fauna yang khas dan langka.

2.1.5.2 Modal dan Potensi Kebudayaan

Yang dimaksud kebudayaan disini ialah kebudayaan dalam arti luas, tidak hanya meliputi kebudayaan tinggi seperti kesenian atau perikhidupan keraton tetapi

juga meliputi adat istiadat dan segala kebiasaan yang ada ditengah-tengah masyarakat, yaitu semua *act* dan *artifact* (tingkah laku dan hasil karya). Karena luasnya kebudayaan dalam arti ini, dibuat klasifikasi. Klasifikasi itu dapat diwujudkan sebagai berikut :

Kebudayaan:

1. Kebudayaan warisan (*tourist heritage*).

 Semua berwujud *artifact*

2. Kebudayaan hidup:

- Kebudayaan tradisional
- Kebudayaan kontemporer

Artifact dari kebudayaan warisan itu :

- Ada yang terdapat di museum
- Ada yang terdapat di situs arkeologi dan meliputi peninggalan-peninggalan dari :
 - a) zaman prasejarah
 - b) zaman pengaruh india
 - c) zaman pengaruh islam
 - d) zaman pengaruh barat

Kebudayaan tradisional :

- Sebagian berupa artifact dan terdapat di museum
- Sebagian berupa act dan berupa adat kebiasaan serta kesenian

Kebudayaan kontemporer :

- Sebagian berupa artifact yang berada ditengah masyarakat
- Sebagian berupa act dan berupa :
 - a) tata cara kehidupan modern
 - b) kesenian dan kerajinan kontemporer

2.1.5.3 Modal dan Potensi Manusia

Manusia sebagai atraksi wisata merupakan salah satu potensi untuk meningkatkan kedatangan wisatawan. Adanya tokoh-tokoh dan seniman-seniman

adalah suatu promosi kepariwisataan. Penjabaran motif wisata seperti dikerjakan dalam paragraf sebelumnya dan penunjukan modal kepariwisataan merupakan suatu modal yang saling berkaitan satu dengan lainnya.

2.1.6 Industri Kepariwisataan

Pariwisata adalah suatu gejala sosial yang sangat kompleks, yang menyangkut manusia scutuhnya dan memiliki berbagai aspek: sosiologis, psikologis, ekonomis, ekologis, dan sebagainya. Aspek yang mendapat perhatian yang paling besar dan hampir-hampir merupakan satu-satunya aspek yang dianggap penting ialah aspek ekonomisnya.

Untuk mengadakan perjalanan orang harus mengeluarkan biaya, yang diterima oleh orang-orang yang menyelenggarakan angkutan, menyediakan bermacam-macam jasa, atraksi, dan lain-lainnya. Keuntungan ekonomisnya untuk daerah yang dikunjungi wisatawan, itulah yang pertama-tama merupakan tujuan pembangunan pariwisata.

Instruksi Presiden No. 9 Tahun 1969 juga menetapkan keuntungan ekonomis sebagai tujuan yang pertama dari pembangunan pariwisata di Indonesia. Bab II Pasal 2 berbunyi sebagai berikut:

“Pembangunan pariwisata bertujuan untuk:

- a. meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya,

Dalam hubungan dengan aspek ekonomis dari pariwisata ini, orang telah mengembangkan konsep “industri pariwisata”.

Kalau ada industri tentu ada produk tertentu, di sini produk kepariwisataan. Ada konsumen, ada permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Ada produsen yang menghasilkan produk untuk memenuhi permintaan konsumen. Dalam hal industri pariwisata itu agaknya jelaslah bahwa konsumen itu ialah wisatawan. Wisatawanlah yang mempunyai kebutuhan dan permintaan-permintaan yang harus dipenuhi. Dan untuk itu wisatawan mengeluarkan uang.

Dari model pariwisata sebagai mobilitas spasial terlihat bahwa wisatawan itu mengadakan perjalanan karena adanya motif wisata. Motif wisata menuntut adanya atraksi wisata yang komplementer dengan motif itu. Jadi atraksi wisata itu termasuk yang diminta oleh wisatawan. Permintaan akan adanya atraksi wisata harus dipenuhi oleh hal-hal atau tindakan-tindakan yang menarik, seperti obyek-obyek tertentu (obyek wisata), misalnya, museum, keraton, candi, pertunjukan-pertunjukan kesenian, hiburan, fasilitas olahraga, cinderamata, dan sebagainya. Permintaan lain dari konsumen wisata yang harus dipenuhi terletak di bidang jasa, yang berupa kegiatan-kegiatan dan fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan hidup wisatawan selama ia dalam perjalanan. Misalnya, yang berupa kawat perjalanan, fasilitas hotel, restoran, pramuwisata, dan sebagainya.

Dengan dipenuhinya atraksi wisata dan jasa wisata saja, belum timbul pariwisata. Seperti nampak pada model pariwisata sebagai mobilitas spasial, untuk pariwisata masih diperlukan transferabilitas, yang berarti bahwa wisatawan memerlukan kondisi dan sarana untuk bergerak dari tempat kediamannya ke tempat tujuan wisata. Semua kebutuhan wisatawan di bidang ini dapat disebut kebutuhan akan transportasi. Kebutuhan ini harus dipenuhi dengan menyediakan sarana transpor seperti kendaraan bermotor, kereta api, pesawat udara, jalan, perusahaan perjalanan, dan sebagainya.

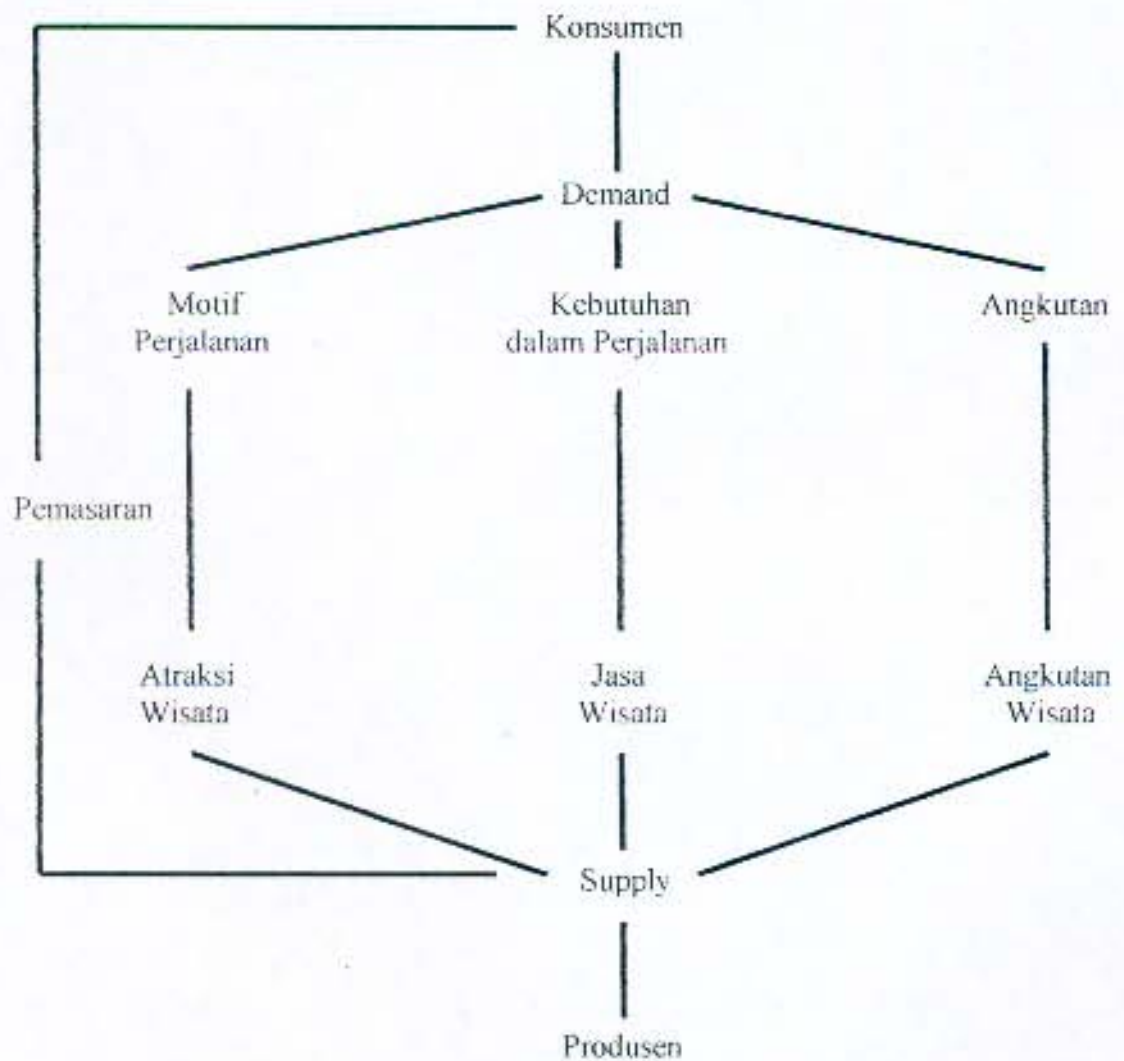
Ketiga macam produk itu, yaitu produk di bidang atraksi, di bidang jasa dan transpor wisata itu merupakan komponen-komponen dari produk kepariwisataan yang utuh. Artinya, wisatawan tidak dapat mengeluarkan uang hanya untuk atraksi wisata saja, atau jasa wisata saja atau untuk transpor saja. Dengan hanya membeli salah satu atau dua komponen produk saja perjalanan wisata tidak mungkin terlaksana. Perjalanan wisata tidak mungkin terjadi kalau orang hanya mengeluarkan uang untuk atraksi wisata, atau transpor wisata atau pelayanan wisata. Ketiga macam produk itu harus dibeli oleh konsumen wisatawan bersama-sama dalam pelaksanaan perjalanannya. Jadi produk kepariwisataan itu produk yang kompleks, produksi

komponen-komponennya ditangani oleh bermacam-macam badan, baik swasta maupun pemerintah dan oleh perorangan..

Agar pariwisata menjadi kenyataan perlu ada kegiatan yang mengaktualisasikan perjalanan wisata. Ditafsirkan secara ekonomis ini berarti bahwa produk wisata itu harus dipertemukan dengan calon wisatawan. Calon wisatawan harus digarap begitu rupa, disebut pemasaran wisata.

Dengan demikian kita mendapat model industri pariwisata sebagai berikut:

MODEL PARIWISATA SEBAGAI INDUSTRI



Harus diperhatikan bahwa meskipun kita dapat berbicara tentang industri pariwisata, akan tetapi industri di sini tidak dalam arti ekonomis biasa. Ada perbedaan-perbedaan yang nyata.

Industri pariwisata adalah industri yang kompleks, yang meliputi industri-industri lain. Dalam kompleks industri pariwisata terdapat industri perhotelan, industri rumah makan, industri kerajinan/cinderamata, industri perjalanan, dan sebagainya.

Di samping itu ada perbedaan-perbedaan lain. Di antaranya yang terpenting ialah sebagai berikut:

Pertama, produk tidak dapat dibawa ke tempat kediaman wisatawan, akan tetapi harus dinikmati di tempat di mana produk itu tersedia.

Kedua, wujud produk wisata akhirnya ditentukan oleh konsumen sendiri, yaitu wisatawan. Bagaimana bentuk komponen-komponen produk wisata itu akhirnya tersusun menjadi suatu produk wisata yang utuh, pada dasarnya wisatawanlah yang menyusunnya. Atraksi yang dipilihnya, angkutan apa yang akan digunakannya, berapa lama dan di hotel mana ia akan singgah, itu semua wisatawan sendirilah yang menentukan. Sering karena kurang pengalaman dan pengetahuannya si calon wisatawan produk itu diramu oleh perusahaan perjalanan, akan tetapi perusahaan perjalanan yang berpengalaman selalu menyediakan kemungkinan bagi wisatawan yang diurusnya untuk mengubah acara perjalanan yang disusunnya itu, misalnya, dengan memberi waktu bebas yang dapat diisi dengan kegiatan yang dipilih oleh wisatawan sendiri.

Ketiga, Dalam makalahnya yang disajikan dalam seminar internasional tentang penelitian kepariwisataan di Nassau (Bahama) tahun 1971, yang diadakan oleh IUOTO, Edward Barnet, dekan School of Travel Industry of Hawaii, Honolulu, mengutip Alvin Tofler yang menulis bahwa wisatawan itu "secara sadar dan bersemangat mengumpulkan pengalaman (*experiences*) seperti mereka dahulu mengumpulkan barang. Dewasa ini ... pengalaman dijual bersama-sama dengan

beberapa jasa yang sifatnya lebih tradisional. Pengalaman itu seolah-olah lapisan kembang gula di atas kue (*the frosting on the cake*). Akan tetapi dalam memasuki masa yang akan datang, semakin banyak pengalaman akan dijual melulu karena daya tariknya sendiri, persis seolah-olah pengalaman itu barang.

Jelaslah, masalah pariwisata bukan masalah ekonomi biasa. Dalam bukunya *Sondage et enquetes au service du Tourisme*, yang diterbitkan di Genewa tahun 1956, M. andre Piatier menulis tentang studi pariwisata: "Studi yang harus diadakan, ... melampaui batas-batas ekonomi dalam arti tradisional, sosiologi, Psikologi dengan kemampuan-kemampuannya yang khas harus memberi kejelasan tentang fenomena manusiawi yang kompleks yang disebut pariwisata itu. Diagnosis situasi yang nyata bersandar atas fakta material maupun tingkah laku, dan atas sikap.

2.1.7 Dampak Pariwisata

2.1.7.1 Pengaruh Pariwisata pada Umumnya

Dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1968, bab II pasal 2 tercantum :

Tujuan

Pengembangan pariwisata bertujuan untuk :

- a) Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang, dan industri-industri sampingan lainnya.
- b) Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
- c) Meningkatkan persaudaraan / persahabatan nasional dan internasional.

Dalam rencana undang-undang tentang kepariwisataan yang baru, pada pasal 3 tentang tujuan itu ditentukan:

Penyelenggaraan kepariwisataan bertujuan :

- a) Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata.
- b) Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa.
- c) Memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja.
- d) Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.
- e) Mendorong pendayagunaan produksi nasional.

Ber macam-macam dampak pariwisata yang menguntungkan itu oleh penulis pariwisata yang terkenal, M. Peters, dirangkum menjadi setidaknya 5 butir, yang oleh John M. Bryden dirumuskan sebagai berikut :

- (a) Menyumbang kepada neraca pembayaran sebagai penghasil valuta kertas.
- (b) Menyebarakan pembangunan ke daerah-daerah non-industri.
- (c) Menciptakan lapangan kerja.
- (d) Dampak pada pembangunan ekonomi pada umumnya melalui 'dampak pergandaan' (multiplier effect).
- (e) Keuntungan sosial yang timbul karena perhatian rakyat pada umumnya terhadap masalah-masalah dunia bertambah luas dan karena adanya pemahaman baru tentang "orang asing dan selera asing".

2.1.7.2 Pengaruh Pariwisata pada Penduduk Setempat

Pada tahun 1961, W. Hunziker, penulis pariwisata yang terkenal itu, menulis: "pariwisata telah menjadisarana yang paling mulia dalam abad ini untuk memperoleh saling pengertian internasional. pariwisata memungkinkan adanya kontak antara orang-orang dari bagian-bagian dunia yang berjauhan. karena pusat perhatiannya adalah manusia dan bukan ekonomi, pariwisata dapat menjadi salah satu sarana yang paling penting, khususnya di negara berkembang, saling mempetemukan bangsa-bangsa dan untuk memelihara hubungan internasional yang baik.

World Tourism Organization dalam laporannya terakhir tentang rencana induk pengembangan pariwisata nusa tenggara yang dikerjakan untuk pemerintah Indonesia

menulis tentang salah satu aspek pariwisata yang menguntungkan: "pengembangan pariwisata dapat dipandang sebagai salah satu jalur yang memungkinkan terjadi kontak sosial antara wisatawan dengan masyarakat nusa tenggara

World Tourism Organisation mengakui adanya akibat negatif yang ditimbulkan oleh kontak dengan wisatawan. di tempat yang sama ditulisnya tentang gaya meniru para wisatawan dunia barat. gaya hidup tadi dipandang oleh masyarakat, terutama generasi muda sebagai gaya hidup modern yang patut mereka tiru agar mereka tergolong masyarakat modern.

Apa yang ditulis Hunziker sepertinya berhubungan dengan pariwisata individual, yang masih merupakan bentuk pariwisata yang terpenting pada waktu itu (tahun enam puluhan). untuk pariwisata zaman sekarang titik bertanya adalah pada pariwisata berbau. untuk pariwisata masal pengaruh kebudayaan wisatawan yang positif hanya setebal kulit ari.

2.1.7.3 Pengaruh Pariwisata pada Kebudayaan

Kebudayaan nampak dalam tingkah laku manusia dan hasil karyanya: *Culture is manifest in act and artifact.*

Pariwisata atas kebudayaan adalah bahwa pariwisata melestarikan kebudayaan dan dengan demikian memelihara identitas masyarakat setempat. disamping itu juga melahirkan kebudayaan kuasisi tradisional.

Akan tetapi keuntungan itu tidak murni, karena adanya segi yang dapat merugikan. apa yang menurut nilai dipandang sebagai hiburan atau sebagai pertunjukan atau sebagai dagangan, manifestasinya dapat disuguhkan kepada wisatawan tanpa perubahan. akan tetapi banyak kebudayaan tradisional yang mengandung nilai upacara, nilai kepercayaan, nilai sakral. Kalau manifestasi kebudayaan yang bernilai demikian itu disuguhkan kepada wisatawan akan terjadi pergeseran nilai, dari nilai sakral menjadi nilai tontonan. Pergeseran nilai itu sering dianggap sebagai sesuatu yang merusak kebudayaan. Dalam hal ini terjadilah kerugian kebudayaan yang sering disebut sebagai 'komersialisasi'.

2.2 Pengertian dan Definisi Wisatawan

2.2.1 Pengertian dan Definisi Wisatawan

Batasan wisatawan (tourist) menurut Norval, seorang ahli ekonomi Inggris, adalah :

Every person who comes to a foreign city for a reason other to establish his permanent residence or such a permanent work and who spends in the country of his temporary stay the money he has earned elsewhere.

Pengertian 'tidak menetap', dan beranggapan bahwa yang dapat didefinisikan itu hanya wisatawan mancanegara saja. Sebabnya ialah, karena batas satuan-satuan daerah di dalam batas satu negara itu cenderung tidak konsisten dan menimbulkan kesulitan-kesulitan. Definisinya mengatakan bahwa wisatawan itu ialah "setiap orang yang datang dari suatu negara asing, yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja disitu secara teratur, dan negara dimana ia tinggal untuk sementara itu membelanjakan uang yang didapatkannya di lain tempat.

Usaha pertama memberikan formulasi batasan pengertian mengenai international tourist untuk keperluan pembuatan statistik wisatawan international oleh komisi ekonomi liga bangsa-bangsa pada tahun 1937 adalah sebagai berikut

The term tourist shall, in principal, be interpreted to mean any person travelling for a period of 24 hours or more in a country other the one in which he usually resides.

Yang bisa dianggap wisatawan :

- Mereka yang mengadakan perjalanan untuk kesenangan karena alasan keluarga, kesehatan, dan lain-lain.
- Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan atau karena tugas-tugas tertentu (ilmu pengetahuan, diplomasi, agama, olahraga, dan lain-lain).
- Mereka yang mengadakan perjalanan dengan tujuan usaha.
- Mereka yang datang dalam rangka perjalanan dengan kapal laut walaupun tinggal di suatu negara kurang dari 24 jam.

Yang tidak dianggap sebagai wisatawan :

- Mereka yang datang baik dengan maupun tanpa kontrak kerja, dengan tujuan mencari pekerjaan atau mengadakan kegiatan usaha di suatu negara.
- Mereka yang datang untuk mengusahakan tempat tinggal tetap di suatu negara.
- Penduduk di daerah tapal batas negara dan mereka yang bertempat tinggal di suatu negara dan bekerja di negara yang berdekatan.
- Pelajar, mahasiswa dan orang-orang muda di asrama pelajar asrama mahasiswa.
- Wisatawan-wisatawan yang melewati suatu negara tanpa tinggal, walaupun perjalanan tersebut berlangsung lebih dari 24 jam.

Dalam suatu konferensi PBB yang membahas tentang international Travel and Tourism di Roma tahun 1963, IUOTO (International Union of Official Travel Organisation) mengambil inisiatif dan mengusulkan suatu batasan yang sifatnya seragam. Batasan IUOTO yang memakai istilah umum *visitor* dimaksudkan untuk *Any person travelling to a country other than that of his usual place of residence, for any reason other than the exercise of a remunerated activity.* (setiap orang yang mengadakan perjalanan ke suatu negara lain di luar tempat tinggal dengan alasan apapun selain yang melakukan kegiatan yang mendapatkan upah). Batasan tersebut mencakup dua kategori pengertian, yaitu *Tourist* dan *Excursionists* yang masing-masing dijelaskan sebagai berikut :

1. *Tourist are temporary visitors staying at least 24 hours in the country visited and whose motives for travel are :*
 - a. *Leisure (Pleasure, holidays, health, studies, religion and sports).*
 - b. *Business, family, missions, meetings.*
2. *Excursionist are temporary visitors staying only one day in the country visited without staying overnight (including cruise passengers).*

Batasan ini menggunakan istilah (*visitors*) sebagai titik tolak yang diartikan “setiap orang yang datang ke suatu negara/selain tempat tinggal biasanya dengan maksud apapun, kecuali untuk maksud melakukan pekerjaan untuk menerima upah”. Batasan itu mencakup dua kategori pengunjung, yaitu wisatawan dan pelancong dengan pembatasan-pembatasan sebagai berikut :

Wisatawan: ialah pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam di negara yang dikunjungi dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan sebagai berikut :

- a. Pesiari yaitu untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, olah raga.
- b. Hubungan dagang, sanak saudara, handai taulan, konferensi-konferensi, misi.

Pelancong ialah pengunjung sementara yang tinggal di negara yang dikunjungi kurang dari 24 jam (termasuk pelancong dalam perjalanan kapal pesiar).

Batasan IUOTO menyatakan juga bahwa *the statistics should not include travellers who do not legally enter the country* seperti mereka yang bepergian melalui udara, tetapi tidak meninggalkan lapangan terbang.

Negara-negara anggota PBB dan semua organisasi internasional yang berkepentingan menerima batasan ini maka langkah besar berarti telah dijalankan untuk menjerminihkan kesulitan yang ada. Dengan demikian hanya akan ada dua batasan pengertian yang menyangkut internasional tourism

Pertama, batasan IUOTO untuk keperluan penghitungan statistik.

Batasan ini menggunakan istilah (*visitors*) sebagai titik tolak yang diartikan "setiap orang yang datang ke suatu negara/selain tempat tinggal biasanya dengan maksud apapun, kecuali untuk maksud melakukan pekerjaan untuk menerima upah". Batasan itu mencakup dua kategori pengunjung, yaitu wisatawan dan pelancong dengan pembatasan-pembatasan sebagai berikut :

Wisatawan: ialah pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam di negara yang dikunjungi dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan sebagai berikut :

- a. Pesar yaitu untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, olah raga.
- b. Hubungan dagang, sanak saudara, handai taulan, konferensi-konferensi, misi.

Pelancong: ialah pengunjung sementara yang tinggal di negara yang dikunjungi kurang dari 24 jam (termasuk pelancong dalam perjalanan kapal pesiar).

Batasan IUOTO menyatakan juga bahwa *the statistics should not include travellers who do not legally enter the country* seperti mereka yang bepergian melalui udara, tetapi tidak meninggalkan lapangan terbang.

Negara-negara anggota PBB dan semua organisasi internasional yang berkepentingan menerima batasan ini maka langkah besar berarti telah dijalankan untuk menjernihkan kesulitan yang ada. Dengan demikian hanya akan ada dua batasan pengertian yang menyangkut international tourism.

Pertama, batasan IUOTO untuk keperluan penghitungan statistik.

Kedua, batasan konvensi New York tentang *customs facilities for touring*.

2.2.2 Kebutuhan Wisatawan dan Jasa Kepariwisata

Suatu daerah jika menghendaki adanya pariwisata, daerah yang bersangkutan menciptakan sarana yang memberi kemudahan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya. Jadi semua kebutuhan itu harus ditampung atau diakomodasikan dengan bermacam-macam sarana dan kemudahan, yang semuanya disebut jasa atau jasa kepariwisataan.

Diantara kebutuhan wisatawan dan jasa kepariwisataan itu dengan sendirinya harus ada kesesuaian. Jasa kepariwisataan harus komplementer dengan kebutuhan wisatawan, jadi harus diciptakan jasa-jasa khusus yang komplementer dengan budaya wisata (tourist culture).

Kebutuhan-kebutuhan itu yang terpenting ialah kebutuhan fisik yang berupa makanan dan minuman, tempat beristirahat dan tempat untuk menyegarkan diri. Yang paling sempurna ialah apabila jasa pelayanan itu dapat menggantikan fungsi dan suasana rumah tangga, sehingga dapat disebut *a home away from home*.

Untuk memberikan pelayanan yang baik tidak harus mengetahui kebutuhan wisatawan, akan tetapi juga harus memahami segala seluk-beluk yang berhubungan dengan jasa itu sendiri, apa unsur-unsurnya dan apa syarat-syaratnya. Setelah memahami itu semua, dapatlah ia menyesuaikan jasa yang diberikannya dengan kebutuhan wisatawan. Ketepatan besarnya aktivitas yang dapat diharapkan dari orang yang menerima jasa itu tergantung dari :

1. Jenis jasa yang diberikan.
2. Orientasi keuangan wisatawan.
3. Kebiasaan atau kebudayaan orang yang menerima jasa.

2.3 Biro Perjalanan Wisata

2.3.1 Pengertian dan Definisi BPW atau Tour Operator

Menurut surat keputusan direktur Jenderal Pariwisata No.Kep.16/U/11/88 tentang pelaksanaan ketentuan usaha perjalanan, pada Bab I Penelitian Umum Pasal 1, memberi batasan sebagai berikut:

- a. Usaha Perjalanan adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata.

- b. Biro Perjalanan Umum adalah badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha perjalanan ke dalam negeri dan atau di dalam negeri dan atau ke luar negeri.
- c. Cabang Biro Perjalanan Umum adalah salah satu unit usaha Biro Perjalanan Umum, yang berkedudukandi wilayah yang sama dengan kantor pusatnya atau di wilayah lain, yang melakukan kegiatan kegiatan kantor pusatnya.
- d. Agen Perjalanan adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan.
- e. Perwakilan adalah Biro Perjalanan Umum, Agen perjalanan, badan usaha lainnya atau perorangan, yang ditunjuk oleh suatu Biro Perjalanan Umum yang berkedudukan di wilayah lain untuk melakukan kegiatan yang diwakilkan, baik secara tetap maupun tidak tetap.

Dari batasan tersebut diatas diperoleh dua pengertian, bahwa disamping Agen Perjalanan (*Travel Agent*) dijumpai pula Biro Perjalanan (*Travel Bureau*) yang mempunyai kegiatan yang berbeda satu dengan lain.

Nyoman S. Pendit memberikan pengertian tentang perusahaan perjalanan atau *travel agent* atau *travel bureau* sebagai berikut : "travel bureau atau travel agency adalah perusahaan yang mempunyai tujuan untuk menyiapkan suatu perjalanan (*trip* atau *tour*) bagi seseorang yang merencanakan untuk mengadakannya".

Sedangkan R.S. Damardjati memberikan batasan batasan yang sama tentang *travel agency* dan *tour operator* maupun *travel bureau*. Menurutnya yang dimaksudkan *travel agency* adalah: "perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang-orang, termasuk kelengkapan perjalanannya, dari suatu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri, dari dalam negeri, ke luar negeri atau dalam negeri itu sendiri.

Dari uraian dan pengertian tersebut disimpulkan sebagai berikut:

1. Bila suatu perusahaan perjalanan itu kegiatannya hanya melakukan:

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

Maka perusahaan ini dapat disebut sebagai agen perjalanan (Travel Agent) atau Travel service

2. Bila suatu perusahaan perjalanan itu kegiatannya selain melakukan kegiatan apa yang dilakukan oleh Agen perjalanan, seperti tersebut diatas, melakukan kegiatan:

- a. Mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan perjalanan bagi seseorang, sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk pariwisata.
- b. Usaha perjalanan ke dalam negeri dan atau di dalam negeri dan atau ke luar negeri.
- c. Melayani pemesanan akomodasi, restoran dan sarana wisata lainnya
- d. Mengurus dokumen perjalanan
- e. Mengadakan panduan perjalanan wisata.
- f. Melayani penyelenggaraan konvensi.

Maka perusahaan semacam ini dapat dikategorikan sebagai Biro Perjalanan Umum atau dapat pula disebut Tours and Travel services dan dapat pula disamakan dengan Tour Operator.

Suatu perusahaan dapat disebut sebagai Tour Operator bila kegiatan utama perusahaan tersebut ditekankan pada perencanaan (planning) dan penyelenggaraan (arrangement) perjalanan wisata (tours) atas inisiatif sendiri dan tanggung jawab sendiri, dengan tujuan untuk mengambil keuntungan dari penyelenggaraan perjalanan tersebut. Sedangkan kegiatan lain dapat dikatakan sebagai melengkapi saja untuk melancarkan kegiatan utamanya.

Atas dasar pemikiran tersebut, maka dapat diberikan batasan tentang Tour Operator sebagai berikut. "Tour Operator adalah suatu perusahaan yang usaha kegiatannya merencanakan dan menyelenggarakan perjalanan orang-orang untuk tujuan pariwisata (tours) atas inisiatif dan resiko sendiri dengan tujuan mengambil keuntungan dari penyelenggaraan perjalanan tersebut

Armin D. Lehmann dalam bukunya *travel and tourism* memberikan batasan tentang Tour Operator sebagai berikut:

"Tour Operator is a company that creates (packages) or markets inclusive Tours, selling them Through Trave Agent or directly to the public that may perform tour services or sub-contract for such services".

Pengertian *Tour Operator* ini biasanya juga dikenal dengan sebutan "*Wholesaler*" yang dalam istilah ekonominya berarti pedagang besar. Disebut demikian karena ia berusaha terutama dalam penjualan barang dan jasa secara langsung kepada pengecer (*retailers*) atau orang yang bertindak sebagai agenyang dapat menjualkan barang dan jasa kepada pemakai terakhir (*end-user*).

Menurut Armin D. Lehmann, yang maksudkan dengan "*Wholesaler*" ialah

"Wholesaler is a company that market and usually creates Inclusive Tour and fix Inclusive Tour to sell through retail Travel agent".

Terlihat oleh kita bahwa sebenarnya antara Tour Operator dan Wholesaler tidak berbeda, usaha dan kegiatannya adalah sama. Hanya istilah *wholesaler* biasa digunakan di Amerika Serikat, sedangkan pemakaian istilah *tour operator* lebih sering dipakai di Inggris.

Yang penting dan merupakan prinsip bagi suatu Tour Operator atau wholesaler, bahwa ia merencanakan perjalanan wisata (*tours*) yang segera dapat dijual sedangkan penjualan paket wisata tersebut dijual melalui Agen Perjalanan Pengecer (*Retail Travel Agent*) atau agen lain yang ditunjuk sendiri. Setiap paket wisata yang terjual, maka Tour Operator atau wholesaler berkewajiban untuk menyelenggarakan tour bagi pembelinya, sesuai dengan *tour itinerary* yang telah disetujui atau harganya telah disepakati.

Di Indonesia, Tour Operator yang terkenal diantaranya ialah: NITOUR Inc; TUNAS; MUSI HOLYDAY dan VAYA TOUR. Sedangkan di luar negeri yang terkenal antara lain adalah: NECKERMANN; MACNAMARA'S TRAVEL SERVICES; TRAVITALIA; DICARLO TOURS dan THE GRAY LINE yang operasi kegiatannya banyak dijumpai di seluruh dunia, termasuk di Jakarta sendiri.

2.3.2 Fungsi Biro Perjalanan Wisata / Tour Operator

Penelitian yang pernah dilakukan terhadap Travel Agent pada beberapa negara menunjukkan bahwa travel Agent menguasai 70% dari usaha-usaha dunia perjalanan dewasa ini, karena itu pengaruhnya dalam industri pariwisata cukup besar dan meyakinkan.

Mengingat sangat kompleksnya kegiatan yang dilakukannya, terlebih jasa-jasa yang dijualkannya bukan miliknya sendiri pula, maka keberhasilannya banyak bergantung pada kontak-kontak yang dilakukannya, relasi yang dimilikinya, terutama perusahaan-perusahaan yang termasuk kelompok industri pariwisata yang berfungsi sebagai "supplier" baginya.

Di negara-negara yang sudah maju dan merupakan *tourist generating countries*, jasa-jasa Travel agent/Tour Operator sangat dominan, seperti di Jerman, Amerika Serikat, Perancis, dan Inggris. Profesi Travel Agent dapat dikatakan berdasarkan kepercayaan (*confidence*).

Para wisatawan biasanya membayar di muka sebelum pelayanan diterima. Dengan kata lain, wisatawan membayar di muka atas dasar kepercayaan dengan perjanjian bahwa ia akan diberi pelayanan setelah transaksi selesai dilakukan.

Itu pulalah sebabnya mengapa produk industri pariwisata dikatakan sebagai barang mewah (*lux*), karena memerlukan pelayanan kemudian (*after sales services*). Wisatawan tidak dapat bertindak sendiri dalam menikmati apa yang menjadi keinginannya, tetapi perlu bantuan dari Travel Agent atau Tour Operator untuk dapat memenuhi keinginannya.

Jadi pada waktu transaksi dilakukan, sebenarnya wisatawan membayar untuk pelayanan yang ditunda, karena apa yang diinginkan belum menjadi kenyataan. Semuanya ini dapat terjadi karena adanya kepercayaan pada Travel Agent yang bersangkutan. Oleh karena itu kepercayaan pelanggan perlu dijaga agar jangan terjadi keragu-raguan bagi orang yang melakukan perjalanan melalui Travel Agent.

2.3.2.1 Fungsi Sebagai Perantara

Travel Agent menduduki tempat yang sangat penting dalam industri pariwisata. Ia dapat dikatakan sebagai katalisator untuk pembangunan daerah-daerah baru sebagai daerah tujuan wisata. Karena itu peranannya dalam sektor perekonomian cukup berarti, terutama bagi daerah tujuan wisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan.

Sebagai perantara diantara perusahaan-perusahaan industri pariwisata di satu pihak dan wisatawan potensial di lain pihak, Travel Agent sebagai mata rantai yang amat penting untuk mendorong atau merangsang agar orang mau melakukan perjalanan wisata.

Dalam perjalanan tugasnya sebagai perantara (*middlemen*) tugasnya ialah

- f) Di negara asal wisatawan
 - (a) Melengkapi bermacam-macam informasi bagi calon wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata, terutama mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi (seperti obyek wisata, atraksi wisata yang diprioritaskan untuk dilihat, pengurusan dokumen perjalanan, pengaturan lalu-lintas devisa pakaian dan perlengkapan yang harus dibawa pada musim tertentu).
 - (b) Memberi advis kepada calon wisatawan yang akan melakukan perjalanan wisata, sesuai dengan waktu dan keuangan yang tersedia, daerah kunjungan wisata yang baik untuk dikunjungi, tour itinerary mana yang seharusnya dipilih, kendaraan mana yang

sebaiknya digunakan, serta akomodasi mana yang baik untuk menginap

- (c) Menyediakan tiket bagi pelanggan dalam bentuk-bentuk transportasi yang diinginkan dan mengurus segala barang bawaan wisatawan yang akan berangkat perantaraannya.
- (d) Memilih atas nama para pelanggannya, perusahaan akomodasi atau hotel yang baik untuk kepentingan orang-orang yang akan bepergian berikut dengan semua barang bawaannya.

2) Di daerah tujuan wisata

- (a) Memberi informasi kepada pelanggannya tentang hotel yang ada, terutama mengenai lokasi, kategori kamar yang tersedia, tarif kamar, dan makanan serta minuman yang dapat disediakan.
- (b) Membantu pelanggan untuk melakukan reservasi hotel yang diinginkannya.
- (c) Menyediakan transportasi atau transfer dari dan ke daerah tujuan wisata atau airport.
- (d) Mengatur perencanaan *sightseeing* atau tour yang akan diselenggarakan serta mengunjungi obyek dan atraksi wisata akan dilihat.
- (e) Menjual tiket dan memesan tanda-tanda masuk pada macam-macam pertunjukan seperti: Konser, pagelaran, kesenian, musik tari-tarian, dan atraksi lainnya.
- (f) Membantu mengirim barang-barang souvenir pada pelanggannya melalui kantor pos setempat ke alamat wisatawan di negaranya.

Jadi kalau dilihat dari kacamata wisatawan maka Travel Agent merupakan:

- (a) Tempat wisatawan dapat memperoleh informasi mengenai sesuatu di daerah tujuan wisata.
- (b) Tempat wisatawan dapat minta bantuan untuk mengurus dokumen perjalanan atau perpanjangannya.

- (c) Tempat wisatawan dapat membeli tiket atau memesan tempat pada perusahaan pengangkutan atau kamar hotel yang diinginkannya.
- (d) Tempat wisatawan dapat memesan angkutan wisata, seperti: taksi, tourist bus, dan lain-lain.
- (e) Tempat wisatawan minta bantuan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan perjalanannya.

Sedangkan dilihat dari pandangan pengusaha industri pariwisata sebagai supplier, maka Travel Agent merupakan saluran (*channel*) tempat ia dapat menjual produk yang dihasilkan perusahaannya. Jadi di sini Travel Agent berfungsi sebagai perantara (*middlemen*) antara wisatawan sebagai konsumen di satu pihak dan pengusaha industri pariwisata sebagai produsen di lain pihak.

Melihat cara kerjanya, sebagai saluran antara wisatawan dan pengusaha industri pariwisata, perantara dalam kepariwisataan sama halnya dengan *functional middlemen*. Dikatakan demikian karena para perantara ini tugasnya hanya mempertemukan pembeli (wisatawan dan travellers lainnya) dengan penjual (produsen unit-unit usaha industri pariwisata) tanpa memiliki produk yang dijualkannya.

Sebagai balas jasa ia menerima komisi sebesar yang telah disetujui bersama dan termasuk dalam kategori perantara semacam ini adalah Travel Agent dan Tour Operator. Peranannya sangat menentukan, ia merupakan katalisator dalam kepariwisataan atau dengan istilah lain ia bertindak sebagai *agent of development* dalam kepariwisataan pada umumnya. Ia merencanakan perjalanan wisata yang kemudian langsung menciptakan permintaan dengan melakukan promosi sendiri. Setelah calon wisatawan memutuskan perjalanannya barulah diselenggarakan *tour* sesuai dengan *tour itinerary* yang telah disetujui.

Ada beberapa alasan yang amat penting, mengapa perantara sangat penting dan berperan dalam industri pariwisata antara lain yaitu:

- (1) kebanyakan perusahaan yang termasuk dalam industri pariwisata terletak jauh dari tempat kediaman wisatawan.

- (2) Kebanyakan perusahaan industri pariwisata adalah perusahaan yang relatif kecil tanpa banyak modal, dan kegiatannya dengan manajemen yang terbatas, kegiatan pemasaran yang tidak memadai, sehingga lebih banyak bersifat menunggu
- (3) Kebanyakan perantara menjual produk atau jasa yang penjualnya mempunyai tingkat persaingan yang tajam. Sepanjang tingkat komisi (*commission rate*) atau intensif yang telah distandarisasikan dalam melakukan penjualan khusus atas nama produsen.
- (4) Perantara selalu mengkonsentrasikan dirinya dengan menawarkan jasa-jasanya secara tepat dan mudah, karena tujuannya adalah keuntungan melalui penjualan tanpa memproduksi sendiri produk yang dijualnya
- (5) Perantara, khususnya Travel Agent dan Tour Operator, selalu memperhatikan jasa-jasa yang diinginkan oleh pelanggannya dan biasanya mereka lebih suka produsen yang dapat menyediakan pelayanan yang lengkap. Tidak lain karena Travel Agent dan Operator ingin kemudahan dalam koordinasi pelaksanaan tour yang diselenggarakan
- (6) Perantara selalu memperhatikan dalam kegiatan promosi, baik daerah tujuan maupun fasilitas industri pariwisata guna membentuk kesan (*image*) dengan para pelanggannya sendiri. Ini berarti bahwa Travel Agent dan Tour Operator tersebut telah memberikan preferensi kepada produsen yang dapat memberikan pelayanan yang baik dan membantu mereka mencapai tujuannya

2.3.2.2 Fungsi sebagai Organisator

Di muka telah dijelaskan bahwa Travel Agent sebagai perantara antara perusahaan industri pariwisata di satu pihak dan wisatawan di lain pihak menginginkan pelayanan yang baik dari perusahaan industri pariwisata sebagai supplier.

Agar dapat mewujudkan suatu kerja sama yang baik antara kedua belah pihak, maka perlu ada kontak-kontak terlebih dahulu dan kalau perlu dibuatkan suatu perjanjian yang khusus mengatur hubungan kerja yang akan dilaksanakan.

Perusahaan yang dimaksud adalah perusahaan angkutan (darat, laut, dan udara), perhotelan, bar, dan restoran, grup kesenian, obyek wisata, dan lain-lain, tempat Travel agent atau Tour Operator akan memperoleh komisi darinya. Itulah sebabnya maka perlu adanya perjanjian yang dapat mengautr hubungan kerja antara satu dengan yang lain, dengan demikian akan jelas hak dan kewajiban masing-masing.

Berikut ini diberikan contoh kewajiban suatu Travel Agent kalau dia mengadakan perjanjian dengan pihak perhotelan

- (1) Travel Agent berkewajiban untuk memberikan segala data informasi yang diperlukan secara lengkap dan terinci yang berhubungan dengan pemesanan kamar yang diminta (ayat 27).
- (2) Pihak Travel Agent tidak berhak untuk menuntut pembayaran bagi segala jerih payahnya, kecuali komisi sebagaimana dimaksudkan dalam ayat 18 (ayat 28)
- (3)
 - a) Travel Agent tidak boleh memberikan harga kepada kliennya lebih dari tarif yang berlaku
 - b) Namun demikian banyak untuk pemesanan kamar dapat dikenakan kepada kliennya secara terpisah, selain penagihan sewa kamar (ayat 29)
- (4) Walau suatu Travel Agent menghubungi secara serentak beberapa hotel untuk pembukuan kamar, namun dia tidak diperbolehkan sekaligus mengikat kontrak pemesanan kamar

bagi seorang kliennya untuk waktu-waktu yang bersamaan, dengan maksud membatalkannya salah satu yang nantinya tidak diperlukan, walaupun hal ini masih dalam batas-batas waktu kontrak yang berlaku (ayat 30)

Fungsinya selaku pengatur itu tidak hanya mempertemukan wisatawan selaku konsumen dan pengusaha masing-masing perusahaan industri pariwisata, tetapi fungsi yang lebih penting adalah mempersiapkan macam-macam tour yang mungkin dapat ditawarkan bagi calon wisatawan *tailormade* sesuai dengan permintaan atau *ready made* yang dapat dijual bebas pada orang banyak yang menghendakinya.

Aktivitas semacam ini dapat tempuh dengan dua cara, yaitu apakah akan dilakukan sendiri atau diserahkan pada orang lain. Pilihan bergantung pada cara yang mana yang lebih menguntungkan. Bila ia menyelenggarakannya sendiri, berarti dia bertindak sebagai *wholesaler* yang merencanakan dan menyelenggarakan bermacam-macam tour ke daerah tujuan wisata atau suatu daerah tujuan tertentu saja dan menjual tour ini kepada orang banyak melalui Travel Agent lain atau menjual langsung dengan membentuk Retail Travel Agent sendiri (*semi wholesaler*).

Seperti kita ketahui fungsi sebagai pengatur adalah fungsi yang bersifat kreatif. Di sini sangat menentukan praduga inisiatif, daya khayal (*imagination*) yang berjiwa pembaharuan (*innovation*) dan mempunyai keahlian (*art*) dalam cara mengatur. Dia harus berani merencanakan tour ke daerah tujuan wisata yang baru, dengan obyek dan atraksi wisata yang berbeda dengan biasanya dijual. Dengan kata lain ia harus bisa menggali obyek dan atraksi yang mungkin dapat menarik serta disenangi oleh wisatawan.

Dalam menghadapi persaingan, biasanya ia bebas menentukan harga penjualan paket wisata yang dipersiapkan, karena ia selaku anggota IATA mengetahui peraturan-peraturan tertentu sehubungan dengan tarif Inclusive Tour

yang berlaku. Dengan demikian baginya akan lebih mudah mengatur rencana paket wisata yang akan dijualnya untuk suatu daerah tujuan wisata tertentu.

Seperti kita ketahui, setelah melalui suatu penelitian yang khusus untuk itu atau secara nyata, paket wisata adalah suatu cara perjalanan wisata yang paling murah dan paling mengesankan dibandingkan kalau melakukannya sendiri. Selain lebih mahal juga akan lebih banyak waktu yang terbuang dan kepuasan yang diperoleh tidaklah seperti apa yang diharapkan sesungguhnya.

Namun dalam mengatur untuk mempersiapkan suatu paket wisata, sesungguhnya merupakan suatu keahlian yang khusus secara profesional, sama halnya seperti seorang arsitek, bangunan yang akan didirikan harus sesuai dengan bahan-bahan dan perlengkapan yang tersedia.

Betapa kompleksnya mengatur suatu paket wisata, dapat dijelaskan dengan contoh sebagai berikut. Untuk suatu daerah tujuan wisata tertentu dapat dibuat bermacam-macam paket wisata dengan harga yang berbeda-beda. Hal ini bergantung dan dimungkinkan oleh hal-hal sebagai berikut.

- (1) Bergantung pada musim (*season*). Di Eropa atau Amerika misalnya, permintaan untuk melakukan perjalanan wisata sangat dipengaruhi oleh adanya musim panas dan musim dingin yang setiap tahun selalu datang. Di samping itu dalam kepariwisataan dikenal pula ada musim ramai (*peak season*) dan musim sepi (*off season*) yang dapat memungkinkan untuk menyusun harga yang sesuai.
- (2) Banyaknya acara di daerah tujuan wisata yang bisa diatur sesuai dengan lamanya tinggal di tempat tersebut.
- (3) Inclusive Tour Fares, mahal atau murah nya bergantung pada banyak atau sedikitnya mereka yang ikut.
- (4) Umur mereka yang melakukan perjalanan wisata.
- (5) Bentuk kendaraan yang digunakan untuk mencapai daerah tujuan wisata yang diinginkan.

(6) Bentuk atau macam akomodasi yang digunakan

Perbedaan harga merupakan faktor yang paling penting bagi Tour Operator. Sering terjadi untuk suatu daerah tujuan wisata, tour fare berbeda walaupun fasilitas di tempat tujuan adalah sama dan kalau ada perbedaan hanya dalam selera masing-masing. Untuk Bali Package Tour misalnya, paling sedikit dapat dibuat 3 macam paket wisata dengan harga yang berbeda untuk kelas ekonomi dengan menggunakan tiga macam alat pengangkutan (darat, laut, dan udara). Kalau dibuatkan untuk kelas 1 maka macam harga tour akan lebih bervariasi lagi, terutama banyak dipengaruhi oleh transportasi dan jenis akomodasi yang digunakan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini dijelaskan secara rinci tentang gambaran umum Biro Perjalanan Wisata CV. Rangga Tour & Travel, tempat penulis melaksanakan Praktek Kerja Nyata (PKN) selama kurang lebih 1,5 bulan. Hal-hal yang dijelaskan pada bab ini mengenai: sejarah singkat Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel, profil Perusahaan Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel, dan struktur organisasi Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel yang dilengkapi denah lokasi perusahaan.

3.1 Sejarah Singkat Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel

Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel berdiri pada tanggal 30 Juli 1999 dengan alamat Jl. Gajah Mada No. 227 Jember dan dipimpin langsung oleh Bapak Abdul Madin yang sekaligus sebagai pemilik perusahaan. Pemilihan lokasi di Jl. Gajah Mada dengan berbagai pertimbangan, antara lain jalur ini merupakan jalur sibuk dengan aktivitas sosial yang lumayan tinggi. Lokasi ini selain sebagai jalur sibuk juga berdekatan dengan jantung kota Jember sehingga diharapkan mudah menarik masyarakat yang membutuhkan jasa biro perjalanan wisata.

Pada awalnya Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel hanya bergerak dalam jasa penyelenggaraan tour. Banyaknya permintaan dari masyarakat akan penyelenggaraan tour mengindikasikan bahwa wisata telah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat. Ini mengilhami pihak manajemen Rangga Tour & Travel hanya bergerak di jasa pelayanan tour pada awal berdirinya. Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel mencoba untuk memahami keinginan konsumen seperti apa. Hal ini disiasati dengan menyusun paket-paket tour yang bervariasi dan ditawarkan pada berbagai segmen pasar. Ini ternyata mendapat respon yang positif dari konsumen. Kontrak-kontrak kerja mulai disepakati antara pihak Rangga Tour & Travel dengan peserta wisata. Dalam setiap kontrak tour yang ada, manajemen Rangga Tour & Travel selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal dengan harapan mampu

memuaskan konsumen yang pada akhirnya pada target perusahaan yaitu kesetiaan konsumen. Hal ini mendapat perhatian serius pada awal berdirinya Rangga Tour & Travel sampai sekarang.

Dalam perkembangannya, Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel mengalami perkembangan yang pesat dengan banyaknya konsumen yang meminta pelayanan jasa tour. Menyadari akan tingkat persaingan yang ketat di dunia pariwisata, maka Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel meluaskan unit jasa yang ada yaitu dengan menambah pelayanan pada jasa ticketing (pesawat udara, kereta api, kapal laut), ONH Plus dan Umroh dan jasa pengurusan paspor dan visa. Sampai saat ini unit jasa yang telah berjalan secara maksimal adalah tour domestik dengan prosentase 60 % dan 40 % untuk ticketing, ONH Plus dan Umroh serta jasa pengurusan paspor dan visa.

Untuk meningkatkan pelayanan, pada awal Februari 2002 kantor Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel pindah ke Komplek Pertokoan Wijaya Kusuma Blok A-17 Jember 68121. Dengan didukung kantor permanen yang representatif dan fasilitas yang telah dimiliki, Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel mencoba untuk meningkatkan pelayanan yang ada dan memperluas segmen pasar.

3.2 Profil Perusahaan Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel

1. Nama Badan Usaha : CV. Rangga Tour & Travel
2. Tempat Usaha / Kantor : Komplek pertokoan Wijaya Kusuma
Blok A-17 Jember - Jawa Timur 68121
3. Telp : 0331 - 488393
4. Fax : 0331 - 484 610
5. Didirikan : 30 Juli 1999
6. Jenis Usaha : Perusahaan Jasa Biro Perjalanan Wisata
7. Jumlah Karyawan : 5 orang
8. Jumlah Cabang : -
9. Program yang telah berjalan : - Tour Domestic : 60 %

- Ticketing (Pesawat, Kereta Api, Kapal Laut) : 20 %
 - ONH Plus & Umroh : 10 %
 - Lain-lain : 10 %
10. Fasilitas Yang Telah Dimiliki :
- Kantor permanen dan representatif
 - Kendaraan Operasional
 - Jaringan Telepon dan Faxsimile
 - Perangkat Komputer
 - Meja Counter
 - Beberapa meja dan kursi untuk kerja dan tamu / costumers
 - Dll.

3.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam usaha yang bergerak di bidang jasa dan membidik segmen pasar yang luas perlu adanya susunan organisasi yang baik agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara efektif. Dengan adanya susunan organisasi yang baik diharapkan setiap karyawan yang ada mengetahui kedudukannya serta tugas – tugas yang harus dilaksanakannya. Dengan demikian masing-masing bagian dalam perusahaan tersebut dapat berperan aktif dalam pencapaian tujuan perusahaan.

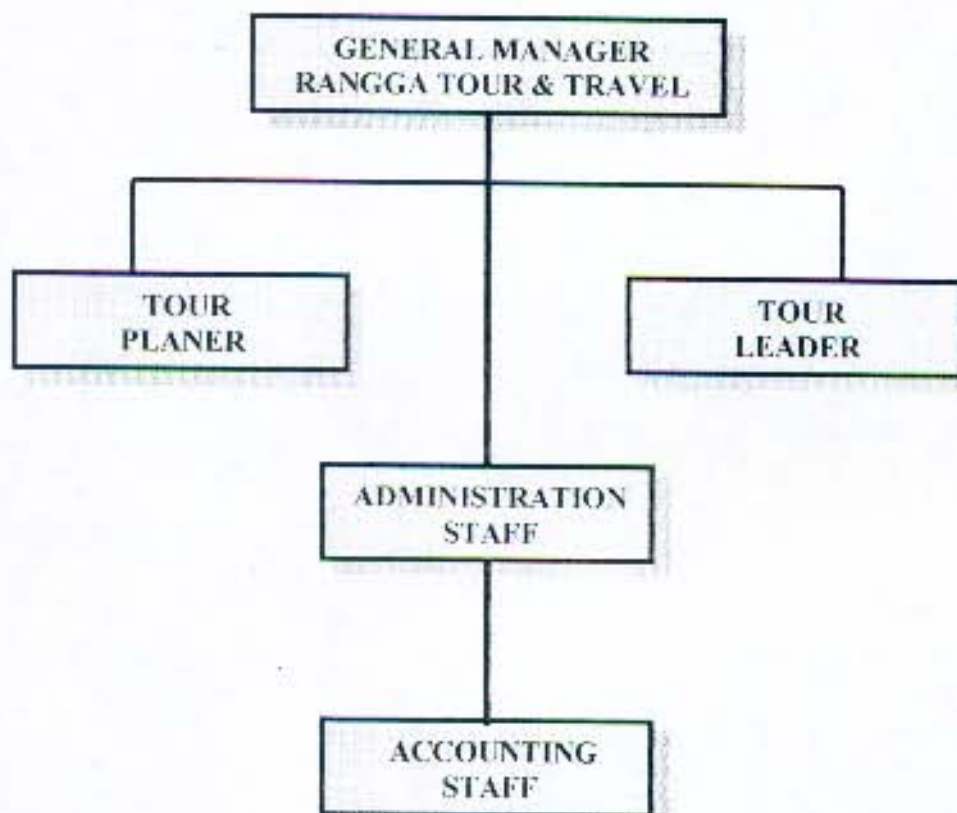
Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa membutuhkan tenaga-tenaga yang berpengalaman dan profesional baik di bidang pariwisata, manajemen, bahasa maupun bidang-bidang lainnya. Semua itu dibutuhkan demi kelancaran program kerja yang menjadi tujuan Biro Perjalanan Rangga Tour & Travel.

Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel memiliki sistem kerja yang fungsional, yaitu sistem kerja yang rangkap. Maksudnya adalah setiap karyawan tidak harus melakukan pekerjaan yang menjadi kewajibannya saja sesuai dengan posisinya di struktur perusahaan. Tetapi di sini karyawan bisa saja melakukan pekerjaan karyawan lain sesuai dengan kemampuannya apabila dibutuhkan tanpa melampaui batas-batas wewenang yang ada dalam struktur perusahaan.

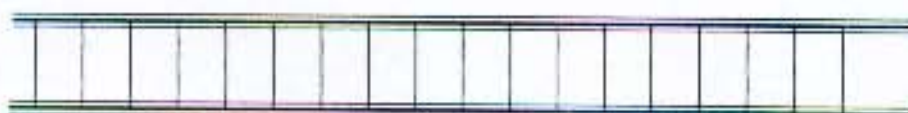
Secara fungsional pembagian kerja di Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel adalah sebagai berikut :

- Pimpinan / Manager
- Accounting Staff
- Administration Staff
- Tour Planer
- Tour Leader

Sedangkan secara struktural pembagian kerja di Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel adalah sebagai berikut .



**DENAH LOKASI BIRO PERJALANAN WISATA
RANGGA TOUR & TRAVEL
KOMP. PERTOKOAN WIJAYA KUSUMA BLOK A-17 JEMBER**



Lokasi Rangka Tour & Travel



**STASIUN
KA
JEMBER**

JL. WIJAYA KUSUMA



BAB IV KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA

4.1 Pentingnya Susunan Acara Wisata (*itinerary*)

Menjual produk wisata pada kenyataannya adalah menjual sesuatu yang abstrak untuk itu diperlukan susunan acara wisata agar menjadi lebih konkret. Karena wisata merupakan produk yang tidak berwujud, maka pada saat terjadi transaksi pembelian, wisatawan tidak dapat langsung mendapatkan produk yang dibeli, karena apa yang didapat pada saat transaksi berlangsung pada hakikatnya hanyalah kepastian atas akan dikutinya wisata dan bukan wisata itu sendiri, itulah sebabnya bahwa menjual produk wisata adalah menjual mimpi (*selling a dream*). Dikatakan demikian karena pada saat *tour operator* menjual produk wisata yang ditunjukkan hanyalah gambaran penyelenggaraan wisata. Untuk menggambarkan penyelenggaraan wisata tersebut, biasanya digunakan sarana berupa daftar acara wisata yang biasa disebut dengan acara wisata atau *itinerary*.

Jadi yang dimaksud dengan *itinerary* adalah sebuah dokumen yang dapat dipakai untuk mengilustrasikan penyelenggaraan sebuah wisata. Acara wisata dapat juga digunakan sebagai produk bayangan, karena ia memberi bayangan atau gambaran tentang sebuah wisata, sedang ia bukanlah wisata itu sendiri.

Robert T. Reilly mendefinisikan *itinerary* sebagai *a day-by-day schedule of travel plans and arrangements on a specific tour*. Sementara itu, RS. Damardjati dalam bukunya *Istilah-istilah Dunia Pariwisata* menyebutkan bahwa *tour itinerary* adalah suatu daftar dan jadwal acara *tour* dengan data-data yang lengkap mengenai hari-hari, jam, tempat-tempat (obyek-obyek wisata), hotel tempat menginap, tempat pemberangkatan, tempat tiba, acara-acara yang disuguhkan, sehingga dalam keseluruhannya akan menggambarkan jadwal pelaksanaan atau waktu-waktu dari keseluruhan acara *tour* (dari awal sampai akhir).

Dengan memperhatikan dua definisi tersebut, maka dapatlah disimpulkan bahwa acara wisata (*itinerary*) adalah sebuah dokumen yang memuat hal ikhwal

tentang penyelenggaraan wisata sejak pemberangkatan, di tempat tujuan hingga kembali ke tempat asal. Hal-hal yang dimunculkan dalam dokumen tersebut antara lain waktu penyelenggaraan, tempat obyek kunjungan, dan tempat makan.

4.1 Manfaat Acara Wisata

Berangkat dari pemahaman atas uraian-uraian di atas ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penyusunan acara wisata. Beberapa manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Pengelola Wisata

Bagi pengelola wisata, manfaat acara wisata antara lain:

- a. sebagai media dalam mempromosikan wisata,
- b. sebagai pedoman dalam menyelenggarakan wisata;
- c. sebagai media dalam memberikan gambaran tentang kondisi wisata kepada calon wisatawan;
- d. sebagai salah satu sarana evaluasi penyelenggaraan wisata.

2. Manfaat bagi Wisatawan

Bagi wisatawan, acara wisata bermanfaat sebagai berikut:

- a. sebagai media untuk memberikan gambaran tentang produk yang dibeli;
- b. sebagai media untuk membentangkan gambaran tentang:
 - 1) ke mana akan pergi;
 - 2) apa yang dapat dilakukan;
 - 3) apa yang dapat dilihat;
 - 4) berapa lama waktu yang digunakan.
- c. sebagai media informasi tentang hal-hal yang harus dipersiapkan jika mengikuti wisata yang diselenggarakan.

Dari uraian-uraian di atas tampak bahwa acara wisata sangat penting dalam perencanaan wisata. Dengan kata lain, acara wisata merupakan komponen penting dalam perencanaan wisata.

4.2 Bentuk-bentuk Acara Wisata

Acara yang dibuat oleh *Tour Operator* itu beragam, sesuai dengan kreativitas masing-masing. Secara umum bentuk-bentuk acara wisata itu adalah sebagai berikut.

1. Bentuk uraian (*essay style*)
Acara wisata disajikan dalam bentuk uraian singkat tentang program yang akan dilakukan, yang biasanya memuat hari atau tanggal pelaksanaan serta kegiatan setiap harinya.
2. Bentuk tabel (*tabulated style*)
Penyajianya berupa tabel dengan kolom-kolom antara lain:
 - a. Hari/Tanggal (*day date*)
 - b. Tempat (*place*)
 - c. Waktu (*time*)
 - d. Acara (*itinerary*)
 - e. Keterangan (*remark*)
3. Bentuk grafik (*graphic style*)
Acara wisata disajikan dalam bentuk gambar atau grafik, berupa lambang-lambang komponen yang digunakan berdasarkan urutan acara.

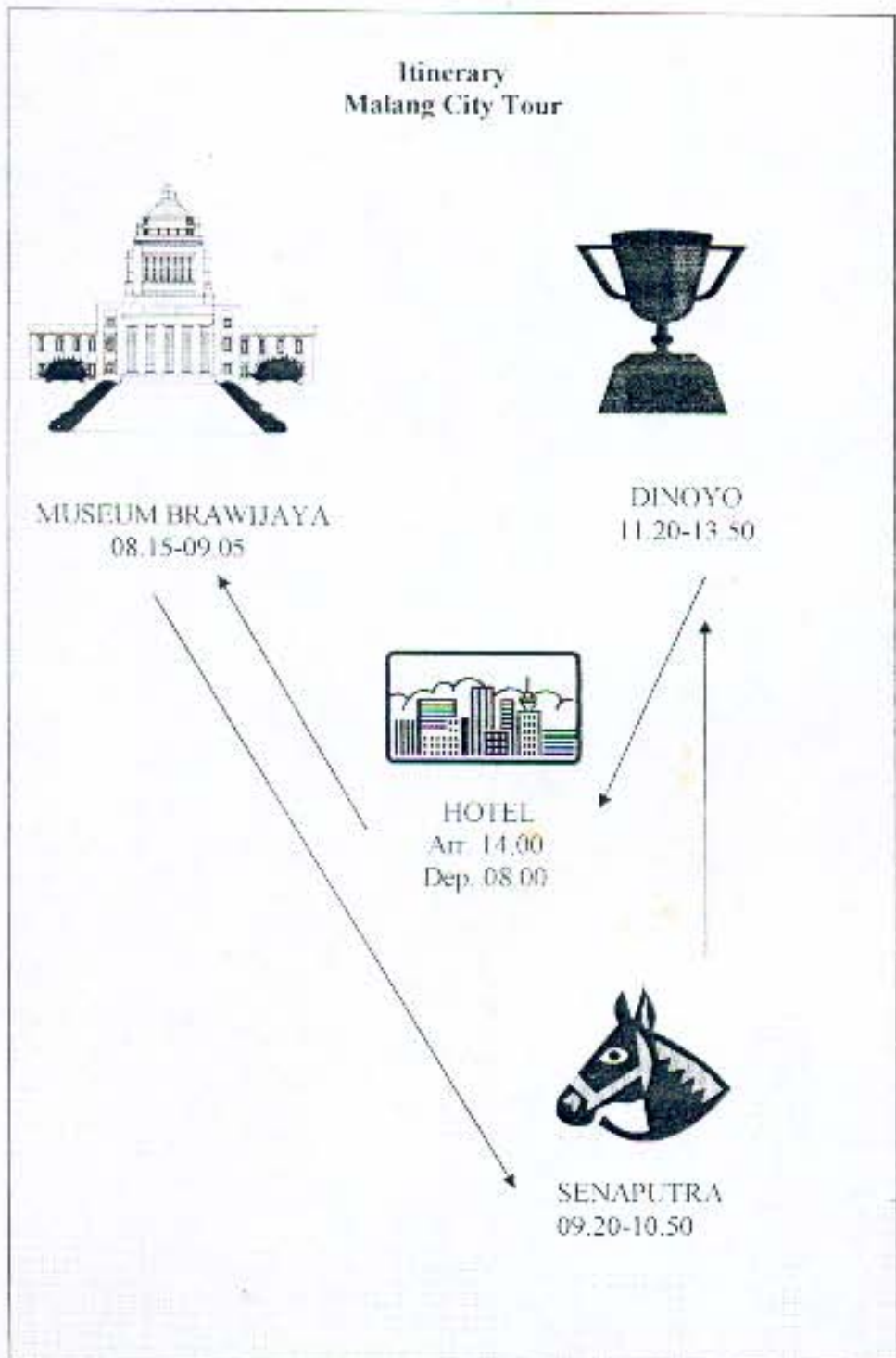
Itinerary Bentuk Uraian

Tour Itinerary	
May 28, 1999	Leave New York
May 29	Arrive at Prestwick, clear Customs, take coach to Edinburgh for beginning of 3 night stay at the Mount Royal Hotel on Princess street with a great view of Edinburgh.
May 30	Morning tour of Historic Edinburgh (Castle, Hollyrood Palace, Royal Mile, St. Giles Cathedral etc.)
May 31	Day tour of Trosache, loch Katrine, Rob Roy and lady of the lake country, Scottish meal this evening, featuring the Haggisi.
June 1	North to lovely Inverness, with stop at a whisky distillery, highland museum at Kingussie, sport center at Aviemore. Evening bagpipe concert.
June 2	Back to New York

Itinerary Bentuk Tabel

PROGRAMME				
BATU COUNTRYSIDE				
Day/Date	Place	Time	Itinerary	Remarks
Wednesday	Malang	07.30	Meeting service at our hotel lobby.	
May 21, 99	Malang	08.00	Leaving hotel for Kusuma Agro, an interesting place which is famous for agricultural tour apple plantation.	
	Batu	08.45	Arriving at Kusuma Agro and enjoy the fun of plucking apples.	
	Batu	10.30	Proceeding Coban Rondo waterfall.	
	Batu	11.00	Exploring Coban Rondo waterfall. Getting around the natural scenic or just bring the memories of this special trip home without pictures.	Lunch will be served here.
	Batu	13.00	Our tour will be continued to selecta, a recreation park with its cool weather and fabulous scenery.	
	Batu	13.30	Having fun at Selecta and getting the special "oleh-oleh" from Batu city at Selecta's fruit market.	
	Batu	15.30	Back to our lovely home.	

Itinerary Bentuk Grafik



Dalam menyusun acara wisata hendaknya diperhatikan beberapa hal di bawah ini:

1. Rute Perjalanan

Rute perjalanan sebaiknya berbentuk putaran atau *circle route*, kecuali jika kondisi tidak memungkinkan atau karena jarak yang terlalu dekat.

2. Variasi Obyek

Obyek-obyek yang dikunjungi secara berurutan disusun sedemikian rupa sehingga mencerminkan variasi dan tidak monoton. Dasar pertimbangan untuk membuat obyek kunjungan itu bervariasi adalah karakteristik obyek tersebut. Sebagai contoh, bila obyek kunjungan pertama adalah museum, maka untuk obyek kedua dipilih obyek-obyek yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan museum, obyek wisata alam misalnya.

3. Tata Urutan Kunjungan

Tata urutan kunjungan menyangkut pemilihan obyek-obyek mana yang didahulukan atau diletakkan di bagian akhir, dan obyek-obyek mana yang waktunya sudah ditentukan, sehingga dalam menyusun urutan obyek kunjungan dapat didasarkan pada:

- a. Kondisi dan kebutuhan wisatawan. Sebagai contoh kunjungna ke pusat perbelanjaan (*shopping center*) sebaiknya diletakkan pada akhir program, dengan pertimbangan bahwa wisatawan membutuhkan waktu *ekstra* untuk berbelanja, wisatawan ingin segera menikmati atau mencoba barang-barang yang dibeli, mengurangi resiko rusaknya barang yang dibeli, serta faktor kelelahan selesai berbelanja.
- b. Kondisi obyek, dalam hal ini erat kaitannya dengan waktu-waktu yang ditentukan (*catching time*).

4. Tingkat Kebosanan dan Daya Fisik Wisatawan

Suatu komponen yang menarik, belum tentu dapat dimasukkan ke dalam program. Hal ini mengingat adanya unsur-unsur rasa bosan wisatawan serta kekuatan fisik wisatawan secara normal. Sebagai contoh, Coban Glotak adalah

salah satu obyek wisata alam yang menarik di kota Malang, tetapi untuk mencapai obyek ini harus melalui jalan yang kondisinya kurang baik serta untuk mencapai obyek utama, wisatawan harus jalan kaki. Obyek dalam contoh ini kurang baik jika dimasukkan dalam program untuk wisatawan-wisatawan minat umum, karena selain melelahkan juga kurang didukung sarana yang memadai.

4.3 Waktu dalam Acara Wisata

Waktu adalah rentang jarak yang memungkinkan dilaksanakannya suatu aktivitas. Dalam penyelenggaraan wisata, waktu mengandung dua pengertian, yaitu:

1. Saat Penyelenggaraan

Waktu menunjukkan kapan sebuah wisata diselenggarakan. Sehubungan dengan hal itu kita mengenal *morning tour*, *afternoon tour*, *evening tour*, *night tour*, *summer package*, dan lain-lain.

Saat penyelenggaraan wisata tidak selamanya dapat ditentukan oleh pengelola wisata secara penuh, sebab ada waktu-waktu untuk kegiatan wisata yang sudah ditentukan. Waktu yang ditentukan ini lazimnya disebut *catching time*. Contohnya, pertunjukan Barong di Batubulan – Gianyar dimulai pukul 09.30 WITA, maka pengelola wisata yang hendak memasukkan pertunjukan tersebut dalam acara wisata harus mengatur waktu sedemikian rupa sehingga wisatawan dijadwalkan tiba di tempat pertunjukan sebelum pukul 09.30 WITA.

2. Lama Penyelenggaraan Wisata

Waktu juga menunjukkan berapa lama sebuah wisata diselenggarakan. Sehubungan dengan hal tersebut kita mengenal *half day tour*, *full day out*, *package tour*, dan lain-lain.

Dikaitkan dengan penggunaannya, dalam penyusunan program, maka waktu dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

a. Waktu di Perjalanan (*On Board Activities*)

Waktu di perjalanan adalah waktu yang digunakan untuk perjalanan dari titik awal ke obyek pertama, antar obyek maupun dari obyek terakhir kembali ke titik awal.

b. Waktu untuk Kegiatan di Obyek (*tour Activities*)

Waktu untuk kegiatan di obyek adalah waktu yang digunakan untuk kegiatan inti atas tujuan kunjungan ke suatu obyek. Misalnya untuk kunjungan ke Monumen Nasional, maka *tour activities* dihitung sejak tiba dan masuk serta naik ke puncak monumen sampai dengan turun ke lantai dasar. Lamanya didasarkan pada kebutuhan sebagaimana diperkirakan dalam Format Inventarisasi Atraksi Wisata, berkisar antara 30 hingga 120 menit. Kurang atau lebihnya tergantung kebutuhan dan tujuan kunjungan

Waktu yang digunakan untuk istirahat bisa berkisar antara 10 – 15 menit, sesuai kebutuhan.

4.4 Langkah-langkah Penyusunan Acara Wisata

Dalam menyusun acara wisata, seyogyanya diikuti langkah-langkah sebagai berikut:

4.4.1 Pendistribusian Waktu

Waktu yang tersedia untuk penyelenggaraan wisata harus didistribusikan kepada semua aktivitas sesuai kebutuhan dan ketersediaan fasilitas. Untuk mempermudah dalam melakukan pendistribusian, dapat digunakan alat bantu berupa **Format Pendistribusian Waktu** (*Distribution of Time (DOT)*), dengan kolom-kolom: uraian, waktu di perjalanan, tour, istirahat, jumlah waktu serta jadwal waktu. Bentuk format secara lengkap dapat dilihat pada format 3. Keterangan kolom-kolom pada format tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Nama tour/transfer
- b. Lama penyelenggaraan
- c. Nama-nama obyek kunjungan, dimulai dengan tempat pemberangkatan dan diakhiri dengan tempat pengantaran. Tempat pemberangkatan dan pengantaran ini biasanya adalah hotel. Dua hal yang harus ditulis adalah:
 - 1). Obyek antara (obyek A – obyek B), menunjukkan waktu tempuh antara obyek A dan B;

- 2) Obyek kunjungan, yaitu nama obyek tertentu (obyek B) menunjukkan lama kegiatan di obyek B

Gambaran keduanya dapat dilihat pada DOT dalam contoh 1.

- d. Waktu untuk kegiatan di perjalanan

Apabila antara obyek yang satu dengan yang lain dinyatakan dalam satuan jarak (kilometer) maka terlebih dahulu harus ditransformasikan ke dalam satuan waktu (menit) dengan menggunakan rumus:

$$(a : b) \times 60 \text{ menit}$$

a = jarak (*distance*)

b = kecepatan rata-rata kendaraan (*average velocity*)

60 menit = transformasi satuan waktu 1 jam = 60 menit

- e. Waktu untuk kegiatan di obyek

- f. Waktu untuk istirahat

Waktu-waktu pada butir d, e, dan f, dinyatakan dalam satuan menit.

- g. Jumlah waktu pada kolom d, e, dan f
 h. Jumlah waktu pada masing-masing kolom
 i. Jumlah seluruh waktu yang diperlukan untuk *tour*
 j. Transformasi ke dalam jadwal waktu sesuai dengan waktu keberangkatan yang ditetapkan.

Format 3

Pendistribusian waktu

Nama Tur/Transfer : _____ a)

Durasi : _____ b)

Uraian	Perjalanan	Tur	Istirahat	Jumlah	Jadwal
(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)
JUMLAH	(h)	(h)	(h)	(i)	

Disusun Oleh:

Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat contoh berikut ini:

Contoh 1. *Tanah Lot (5 hours)*, direncanakan mengunjungi Pura Taman Ayun – Mengwi, Alas Kedaton, dan menyaksikan sunrise di Tanah Lot. Maka waktu tempuh antar obyek adalah sebagai berikut:

Hotel

30' *Taman Ayun*

60' 30' *Alas Kedaton*

55' 25' 15' *Tanah Lot*

Dari data di atas dapat disusun DOT sebagai berikut:

Pendistribusian Waktu

Nama Tur/Transfer : Tanah Lot Tour

Durasi : 5 jam

Uraian	Perjalanan	Tur	Istirahat	Jumlah	Jadwal
Hotel – Taman Ayun	30'	-	-	30	
Taman Ayun	-	60'	10'	70	
Taman Ayun – Alas Kedaton	30'	-	-	30	
Alas Kedaton	-	60'	10'	70	
Alas Kedaton – Tanah Lot	15'	-	-	15	
Tanah Lot	-	60'	10'	70	
Tanah Lot – Hotel	55'	-	-	55	
JUMLAH	130'	180'	30'	340'	

Disusun Oleh: wawan

Adapun cara penyusunan DOT, jika jarak dinyatakan dalam satuan jarak (kilometer):

Contoh 2 Denpasar City Tour (4 hours), direncanakan mengunjungi Art Center, Museum Bali, dan pasar Kumbangsari. Jarak antar obyek adalah sebagai berikut:

Hotel

10 km *Art Center*

18 km 6 km *Museum Bali*

20 km 8 km 2 km *Pasar Kumbangsari*

Dalam contoh ini, sebelum menyusun DOT, terlebih dahulu harus dicari waktu tempuh antar obyek dengan menggunakan rumus. Transformasi jarak ke dalam waktu sesuai dengan urutan obyek yang dikunjungi adalah sebagai berikut:

Hotel – Art Center : $(10 : 35) \times 60' = 17'$ dibulatkan menjadi: 20 menit

Art Center – Museum : $(6 : 35) \times 60' = 10$ menit

Museum – Kumbangsari : $(2 : 3) \times 60' = 3'$ dibulatkan menjadi: 5 menit

Kumbangsari – Hotel : $(20 : 35) \times 60 = 34'$ dibulatkan menjadi 35 menit

Catatan : untuk memekahkan perhitungan, hasil akhir waktu dibulatkan ke atas dengan kelipatan 5.

Dari data di atas dan hasil transformasi jarak, dapat disusun DOT sebagaimana tabel berikut:

Pendistribusian Waktu

Nama Tur/Transfer : Tanah Lot Tour

Durasi : 5 jam

Uraian	Perjalanan	Tur	Istirahat	Jumlah	Jadwal
Hotel – Art Center	20'	-	-	20'	
Art Center	-	40'	10'	50'	
Art Center – Museum	10'	-	-	10'	
Museum	-	40'	10'	50'	
Museum – Kumbangsari	5'	-	-	5'	
Kumbangsari	-	60'	10'	70'	
Kumbangsari – Hotel	35'	-	-	35'	
JUMLAH	70'	140'	30'	240'	

Disusun Oleh: yona

4.4.2 Penyesuaian Waktu dan penetapan Jadwal

Jumlah akhir waktu yang telah didistribusikan dalam DOT tidak selalu sama dengan waktu yang ditetapkan, sehingga perlu penyesuaian. Itulah sebabnya dikenal dua istilah Format Pendistribusian Waktu, yaitu:

- DOT Before Adjustment* (pendistribusian waktu sebelum penyesuaian) adalah DOT yang disusun pertama kali berdasarkan perkiraan-perkiraan secara baik.
- DOT after Adjustment* (pendistribusian waktu setelah penyesuaian), adalah revisi *DOT before Adjustment* setelah memperhatikan

beberapa hal, terutama lama penyelenggaraan yang telah ditetapkan. Komponen yang memungkinkan dapat direvisi adalah *tour activities* (kecuali *catching time*) dan *rest*.

Dalam praktek tidak selalu dibuat DOT, tetapi cukup menggunakan satu DOT dan langsung mengadakan revisi pada DOT yang disusun pertama kali tersebut.

Contoh 3. Perhatikan contoh 1.

DOT yang disajikan pada contoh tersebut merupakan *DOT before Adjustment* yang disusun secara acak tanpa memperhatikan seluruh kondisi. Jumlah akhir waktu yang diperlukan (sebesar 240 menit). Jika jumlah tersebut ditransformasikan ke dalam satuan jam, hasilnya adalah 5 jam 40 menit yang berarti lebih 40 menit $[340 - (5 \times 60)]$ dari waktu yang direncanakan. Sehingga perlu penyesuaian waktu dalam DOT tersebut.

Hasil penyesuaian tersebut disajikan sebagai berikut:

Pendistribusian Waktu

Nama Tur/Transfer : Tanah Lot Tour

Durasi : 5 jam

Uraian	Perjalanan	Tur	Istirahat	Jumlah	Jadwal
Hotel – Taman ayun	30	-	-	30	14.00 – 14.30
Taman Ayun	-	40	10	50	14.30 – 15.20
Taman Ayun – Alas Kedaton	30	-	-	30	15.20 – 15.50
Alas Kedaton	-	40	10	50	15.50 – 16.40
Alas Kedaton – Tanah Lot	15	-	-	15	16.40 – 16.55

Tanah Lot	-	60'	10'	70	16.55 – 18.05
Tanah Lot – Hotel	55'	-	-	55'	18.05 – 19.00
JUMLAH	130'	140'	30'	300'	

Disusun Oleh: wayona

Jika jumlah akhir waktu telah disesuaikan, barulah jadwal dapat disusun dengan berpatolan pada pukul berapa tour tersebut paling sesuai untuk pemberangkatan. Seandainya penyelenggaraan *tour* pada contoh di atas dimulai pukul 14.00, maka jadwal waktu secara terperinci dapat dilihat pada kolom jadwal.

Untuk mengecek kebenaran jadwal dengan jumlah waktu yang ditetapkan, waktu yang paling akhir dikurangi dengan waktu yang paling awal. Waktu yang paling akhir pada contoh di atas adalah 19.00, sedangkan waktu paling awal adalah 14.00, sehingga pengecekannya adalah sebagai berikut:

19.00
14.00

5.00

(5 jam, 0 menit = 5 jam sesuai dengan durasi)

4.4.3 Transformasi DOT ke dalam Acara Wisata

Setelah DOT direvisi dan ditetapkan jadwalnya, langkah terakhir adalah mentransformasikan DOT tersebut ke dalam acara wisata sesuai dengan bentuk yang dikehendaki.

Dari *DOT after adjustment* yang telah dilengkapi dengan jadwal pada contoh 3, dapat disusun *tabulated itinerary* sebagai berikut.

Tour Itinerary

Name of Tour : Tanah Lot Tour

Duration : 5 hours

Day/Date	Place	Time	Itinerary
	Denpasar	<p>14.00</p> <p>14.30</p> <p>16.40</p> <p>16.55</p> <p>18.05</p> <p>19.00</p>	<p>Leaving hotel for Mengwi Royal Temple – Pura Taman Ayu.</p> <p>Arriving at Pura Taman Ayun. This temple originally dating from 1634, this picturesque temple complex surrounded by a moat, has an elaborate stone entrance gate. It's well-kept grassy courtyards boast numerous pavillions and multiroofed "Meru" shrines with intricately carved wooden gates.</p> <p>Driving to Tanah Lot as the last stop of our tour.</p> <p>Having a fund at the sunset temple. Watch the sunset beyond the black towers of this sacred 16th century temple built on a black lave rock 200 metres offshore. It will be an experience to remember. Tide conditions permitting, you can walk across the beach to the temple.</p> <p>Back to our lovely hotel.</p> <p>Arriving at hotel for accomodation and have a nice stay.</p>

4.5 Penyajian Acara Wisata

Acara wisata dapat disajikan pada wisatawan dengan dua cara, masing-masing adalah sebagai berikut:

1. Penyajian secara sederhana

Dalam hal ini, acara wisata umumnya disajikan dalam lembaran kertas yang hanya memuat acara wisatanya saja, sesuai dengan bentuk yang telah dipilih.

2. Penyajian secara lengkap

Cara yang kedua ini memandang acara wisata tidak hanya sebagai media untuk menginformasikan acara yang akan diselenggarakan, tetapi juga sebagai suatu seni yang dapat memberikan warna tersendiri bagi penyelenggaraan sebuah wisata. Acara wisata disajikan secara menarik seperti layaknya sebuah brosur, leaflet ataupun booklet. Tampilannya antara lain:

a. Bagian muka, merupakan wajah acara wisata yang memuat antara lain:

- 1) nama tur
- 2) waktu penyelenggaraan
- 3) nama grup
- 4) penyelenggara
- 5) gambar ilustrasi

b. Bagian isi, memuat antara lain:

- 1) organisasi penyelenggara
- 2) acara wisata
- 3) peta wisata
- 4) tip wisata
- 5) informasi tambahan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan Praktek Kerja Nyata di Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & Travel di Jember, Penulis dapat secara langsung mengetahui beberapa kegiatan di Rangga Tour & Travel khususnya pada bidang yang sesuai dengan judul dari karya tulis ini

Berdasarkan uraian sebelumnya maka, dapat diperoleh beberapa kesimpulan dari hasil Praktek Kerja Nyata tersebut antara lain:

1. Biro Perjalanan Wisata menduduki tempat yang amat penting dalam industri pariwisata. Ia dapat dikatakan sebagai katalisator untuk pembangunan daerah-daerah baru sebagai daerah tujuan wisata. Pada beberapa negara menunjukkan bahwa Biro Perjalanan Wisata atau Travel Agent menguasai 70 % dari usaha- usaha dunia perjalanan dewasa ini, karena itu karena itu pengaruhnya cukup besar dan meyakinkan.
2. Biro Perjalanan Wisata memiliki fungsi sebagai pengatur, yaitu fungsi yang bersifat kreatif, disini sangat menentukan inisiatif, daya khayal (imagination) dan berjiwa pembaharuan (innovation).
3. Dalam suatu paket wisata diperlukan suatu tour itinerary yang jelas. Ini dikarenakan untuk menarik minat wisatawan agar paket-paket wisata yang ditawarkan dapat terjual.
4. Rangga Tour & Travel menyediakan beberapa paket tour dengan harga yang berbeda berdasarkan fasilitas dan seluruh sarana yang digunakan. Dan dalam pelaksanaan tour beberapa persyaratan harus dilaksanakan oleh peserta tour dan tour leader sebelum berangkat menuju lokasi tour.

5.2 Saran

Sesuai dengan pengalaman yang diperoleh selama melaksanakan Praktek Kerja Nyata di Rangga Tour & Travel, dengan tulus saya memberikan beberapa saran yang sekiranya dapat menjadi bahan pertimbangan bersama. Dengan tidak

mengurangi rasa hormat kepada semua pihak, saya memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perlu diadakan kerjasama yang baik dengan pihak perusahaan atau instansi yang sekiranya dapat menjadi tempat Praktek Kerja Nyata bagi mahasiswa sehingga mahasiswa akan lebih mengenal dan lebih akrab dengan pihak perusahaan atau instansi tersebut.
2. Pemasaran (marketing) merupakan ujung tombak untuk memperoleh sukses dalam bidang usaha apapun, oleh karena itu untuk meningkatkan atau memperoleh sukses yang bagus dengan tidak mengesampingkan penguasaan bahasa inggris perlu ditingkatkannya marketing dengan tour itinerary yang menarik di Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour & travel.
3. Selain itu sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, hal penting yang harus mendapatkan perhatian lebih dan serius adalah mengenai kualitas pelayanan dalam rangka menjaga kesetiaan konsumen terhadap Biro Perjalanan Wisata Rangga Tour dan Travel. Setiap konsumen yang pertama kali membeli produk yang ada hendaknya diusahakan menjadi pelanggan tetap. Jantung pusat dari keberlangsungan suatu perusahaan jasa adalah pada kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI-Press
- Kodhyat H. 1983.
- Soekadjo. 1997. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka utama
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Jogjakarta: Andi -Press
- Suyitno. 2001. *Perencanaan wisata*. Jakarta: Kanisius.
- Yoeti, Oka. 1997. *Tours and Travel Management*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.



Nomor : 026/IX/RTT/01
Lampiran : 1 (satu) lembar

Jember, 03 Januari 2002

Kepada Yth.

.....
di -

Tempat

HAL : PENAWARAN PAKET ZIARAH WALISONGO 2002

Assalamu'alaikum wr. wb,

Semoga Allah Subhanahu Wata'ala senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada Bapak/ Ibu sekeluarga, Amien.

Suatu kebahagiaan bagi kami apabila dapat membantu memperlancar perjalanan Ziarah Walisongo melalui penyajian fasilitas-fasilitas perjalanan yang memadai dan dengan tenaga yang berpengalaman.

Melalui kesempatan ini kami dari Biro Perjalanan Wisata *Rangga Tour & Travel* menyampaikan penawaran Paket Ziarah Walisongo 2002 sebagai berikut :

Paket Ziarah :

- *Paket Ziarah Wali Delapan*
- *Paket Ziarah Wali Sembilan + Jakarta*

Untuk lebih jelasnya mengenai paket tersebut, kami sertakan rincian sebagaimana terlampir.

Demikian penawaran kami atas kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



ABD. MADIN
Manager



Nomor : 050/III/RTT/2002
Lampiran : 1 (satu) berkas

Jember, 4 April 2002

Kepada Yth :
Bapak / Ibu
di
Tempat

HAL : PENAWARAN PAKET TOUR

Dengan hormat,

Sebelumnya kami mengucapkan terima kasih atas kesempatan yang diberikan kepada *Rangga T&T* untuk menyampaikan penawaran Paket Tour kepada Bapak / Ibu.

Pada kesempatan ini kami ingin menyampaikan penawaran :

- * *Paket Tour Bali 3 Hari 1 Malam*
- * *Paket Tour Yogya 3 Hari 1 Malam*
- * *Paket Tour Bali 4 Hari 2 Malam*
- * *Paket Tour Yogya 4 Hari 2 Malam*
- * *Paket Walidelapan 3 hari 1 malam*
- * *Paket Walisongo 4 hari 2 malam*
- * *Paket Walisongo + Jakarta 6 hari 6 malam*
- * *Paket Lombok Tour 5 hari 5 malam*
- * *Paket Jakarta - Bandung - Yogya 5 hari 5 malam*
- * *Paket Jakarta - Bandung - Yogya 6 hari 6 malam*

Mengingat kesihukan Bapak / Ibu, kami mencoba mengemas paket-paket tersebut sedemikian rupa dengan mempertimbangkan efisiensi waktu dan biaya serta kenyamanan peserta tour. Namun kami dengan senang hati akan menyesuaikan paket tersebut dengan permintaan Bapak / Ibu dalam hal program / jadwal tour, anggaran dan fasilitas paket tour.

Disamping Paket-paket Tour tersebut kami juga melayani penjualan tiket :

- ♦ Pesawat
- ♦ Kapal Laut
- ♦ Bus Malam Executive AKAS ASRI Jember - Jakarta PP

Demikian penawaran kami, atas perhatian dan kepercayaan yang diberikan, kami sampaikan terima kasih.

Hormat kami,
Rangga T&T

Abd. Madin

Mahdgen Wijaya Kusuma (PJK) Jl. Wijaya Kusuma A. 17 Telp. (0331) 488393 Fax. 484610



PAKET TOUR / PKL BALI

Biaya Per Orang (Rupiah)
BALI TOUR 3 hari 1 malam
80 Orang
235.000

Biaya termasuk:

- Transportasi
2 (dua) BUS PARIWISATA SEAT 43
 - ♦ Fasilitas : AC, Audio/Visual – music, reclining seat, formasi 2 – 2
- Hotel
Menginap 1 (satu) malam di Hotel kelas Melati
 - ♦ Fasilitas kamar : Fan, kamar mandi dalam
 - ♦ Kapasitas kamar : 1 kamar 4 orang
- 1 (satu) kali snack pada saat keberangkatan (Hari 01)
- Air Mineral
- 6 (enam) kali makan :
 - ♦ Hari 02
 - Makan pagi : Prasmanan di Hotel / restoran lokal
 - Makan siang : Kotak / box (dalam perjalanan wisata)
 - Makan malam : Prasmanan di Hotel / restoran lokal
 - ♦ Hari 03
 - Makan pagi : Prasmanan di Hotel / restoran lokal
 - Makan siang : Kotak / box (dalam perjalanan wisata)
 - Makan malam : Prasmanan di restoran (dalam perjalanan pulang)
- Tiket Obyek wisata **BALI:**
 - ♦ 2 (dua) sampai 3 (tiga) Obyek PKL
 - ♦ Pantai Sanur - *panorama sunset*
 - ♦ Galuh - *Pusat Batik Bali*
 - ♦ Pasar Seni Sukawati
 - ♦ Nusa Dua - *rekreasi air*
 - ♦ Joger - *pabrik kata-kata*
 - ♦ Pantai Kuta - *panorama sunset*
 - ♦ Danau Bedugul - *rekreasi air*
 - ♦ Tanah Lot - *Pura di atas samudera*
 - ♦ Alas Kedaton - *butiran kerajinan keru*
- Door Prize (diundi)
- Asuransi Wisata
- Tour leader dari Rangga T&T
- Guide lokal Bali
- Tiket penyeberangan Ferry PP
- 1 rol film 36
- Donasi (parkir, retribusi, tips kru bus, akomodasi kru)
- Free Of Charge 2 orang pembimbing per bus

Biaya tidak termasuk:

- Biaya pengobatan pribadi
- Pengeluaran yang bersifat pribadi; room service, laundry, telepon, dll
- Optional tours / tour-tour tambahan di luar program
- Kehilangan uang dan barang berharga peserta tour.

BIRO PERJALANAN WISATA
RANGGA TOUR & TRAVEL

Jl. GAJAH MADA 227 JEMBER 68121 TELP. 0331- 486393

SIET TOUR de BALI '02

TOUR ITINERARY

Hari 01	21.00 WIB	Berangkat dari Jember menuju Bali
Hari 02	05.00 WITA	Tiba di pantai Sanur menyaksikan Sunrise (matahari terbit)
	07.00	check in Hotel – breakfast (prasmanan)
	08.30	Obyek wisata Istana Tupak Siring – Peristirahatan Bung Karno di Bali
	10.00	Pasar Seni Sukawati – Pusat Perbelanjaan Seri Kerajinan Bali
	12.00	Makan siang dilanjutkan obyek wisata Nusa Dua
	15.00	Pabrik Kata-Kata "KAOS JOGER " dilanjutkan ke pantai Kuta dengan sunside-nya
	18.00	Kembali ke Hotel, istirahat, makan malam (prasmanan) dan free program
Hari 03	08.00 WITA	Sorelah sarapan pagi (prasmanan), check out hotel
	09.00	Obyek wisata Alas Kedaton "Monkey Forest" dilanjutkan ke Danau Bedugul
	12.00	Makan Siang (Box)
	14.00	Wisata Tanah Lot
	16.00	Perjalanan kembali ke Jember
	18.00	Makan malam (prasmanan) di Restoran Ketapang
	23.00	Tiba di Jember – Acara selesai

Catatan : Perjalanan sewaktu-waktu dapat berubah sesuai dengan situasi dan kondisi perjalanan

FASILITAS TERMASUK :

1. Transportasi Bus Pariwisata/ Bus Patas (AC, Audio Music, Reclining Seat, Formasi 2-2)
2. Hotel - Menginap satu malam di hotel kelas melati di Denpasar
Fasilitas Kamar : Fan & kamar mandi dalam
Kapasitas Kamar : 1 kamar 4 orang
3. Besok kali makan :
Hari 01 : makan pagi : Prasmanan di restaurant
Makan siang : Kotak / Box dalam perjalanan wisata
Makan malam : Prasmanan di Hotel
Hari 02 : makan pagi : Prasmanan di hotel
Makan siang : Kotak/Box dalam perjalanan wisata
Makan malam : Prasmanan di RM. Cawang Ketapang
4. Satu kali snack pada saat keberangkatan
5. Air Mineral
6. Tiket Obyek Wisata
7. Door Price
8. Tour Leader dari Rangga Tour & Travel
9. Guide Lokal Bali
10. Cuci cetak 1 (satu) rol film
11. Kartu bagasi (agar barang tidak tertukar/hilang)
12. Penyeberangan Ferry PP
13. Parkir, retribusi, dll

BIAYA TIDAK TERMASUK :

1. Biaya pengobatan pribadi
2. Pengeluaran yang bersifat pribadi : room service, laundry, telp, dll
3. Optional tours / tour-tour tambahan di luar program
4. Kehilangan uang dan barang berharga peserta tour

CATATAN :

Apabila terjadi hal-hal di luar perkiraan perjanjian dari kedua belah pihak seperti kenaikan tarif BBM atau peraturan pemerintah yang berkaitan dengan tour, dan/atau kedua belah pihak untuk memusyawarahkan kembali

PAKET ZIARAH WALI DELAPAN DAN WALI SEMBILAN + JAKARTA RANGGA TOUR AND TRAVEL

Jl. Gajah Mada 227 Telp. (0331) 488393-335114 Jember 68121

Paket	Hotel	Bus / Seat	Tarif per orang	Kontrak
WALI DELAPAN 3 hari 1 malam	STANDARD (1 Kamar 3-4 orang)	PARIWISATA / 40 (Ac Reclining Seat)	Rp. 275.000,-	Rp. 11.000.000,-
	STANDARD (1 Kamar 3-4 orang)	PARIWISATA / 50 (Ac Reclining Seat)	Rp. 250.000,-	Rp. 12.500.000,-
WALI SONGO <i>Plus</i> JAKARTA 6 Hari 3 Malam	STANDARD (1 Kamar 3-4 orang)	PARIWISATA / 40 (Ac Reclining Seat)	Rp. 495.000,-	Rp. 19.800.000,-

atatan : *Apabila waktu memungkinkan bisa ditambah ziarah ke beberapa makam wali sunar.*

- BIAYA TERMASUK :**
- Bus Pariwisata
 - Akomodasi Hotel
 - Makan 3 kali sehari (prasmanan)
 - Snack + Air Mineral
 - Biaya Retribusi / Infaq di Lokasi Makam
 - Door Prize
 - 1 Rol Film dan Cuci Cetak
 - Tour Leader
 - Asuransi Jasa Raharja
 - Parkir / Polisi / Tips Sopir

- BIAYA TIDAK TERMASUK :**
- Biaya pengobatan pribadi
 - Pengeluaran-pengeluaran yang bersifat pribadi
 - Optional tour / Tour tambahan di luar program
 - Kehilangan uang dan barang berharga peserta tour

AFTARAN DAN PEMBATALAN :

- Pendaftaran termasuk dengan uang muka 50 % dari total biaya tour
- Satu minggu sebelum pemberangkatan, sisa uang pendaftaran harus lunas
- Pembatalan dalam waktu satu minggu sebelum tour dikenakan denda 50% dari total biaya, sedangkan pembatalan pada tanggal/hari keberangkatan dikenakan denda 75 % dari total biaya tour

TAN : Apabila terjadi hal-hal di luar perkiraan perjanjian dari kedua belah pihak seperti kenaikan BBM, kenaikan tarif angkutan atau peraturan yang berkaitan dengan tour dapatnya kedua belah pihak memusyawarahkan kembali.

AFTARAN DAN PEMBATALAN :

- Pendaftaran termasuk dengan uang muka 50 % dari total biaya tour
- Satu minggu sebelum pemberangkatan, sisa uang pendaftaran harus lunas
- Pembatalan dalam waktu satu minggu sebelum tour dikenakan denda 50% dari total biaya, sedangkan pembatalan pada tanggal/hari keberangkatan dikenakan denda 75 % dari total biaya tour

TAN : Apabila terjadi hal-hal di luar perkiraan perjanjian dari kedua belah pihak seperti kenaikan BBM, kenaikan tarif angkutan atau peraturan yang berkaitan dengan tour dapatnya kedua belah pihak memusyawarahkan kembali.

PAKET TOUR BALI 4H - 2M
Jumlah peserta 40 - 49 orang

Biaya Per Orang (Rupiah)			
Hotel ABIAN SRAMA Sanur	Hotel RATNA Kuta	Wisma BIMA Kuta	
40 - 49 Orang	40 - 49 Orang	40 - 49 Orang	
AC	AC	AC	FAN
377.500	387.500	337.500	327.500

Biaya termasuk :

1. Transportasi
 BUS PARIWISATA SEAT 40.
 ♦ Fasilitas : AC, Audio-music, reclining seat, formasi 2 - 2
 BUS PARIWISATA SEAT 55.
 ♦ Fasilitas : AC, Audio-music, reclining seat, formasi 3 - 2
2. Hotel :
 Menginap 2 (dua) malam di Hotel sesuai pilihan diatas.
 ♦ Fasilitas kamar :
 * Hotel ABIAN SRAMA Sanur : AC, TV, bathup, shower., air panas / dingin, Swimming pool.
 * Hotel RATNA Kuta : AC, TV, bathup, shower., air panas / dingin, Swimming pool.
 * Wisma BIMA Kuta : AC
 ♦ Kapasitas kamar : 1 kamar 4 orang
3. 9 (sembilan) kali makan:
 ♦ Hari 02
 Makan pagi : Prasmanan di Hotel / Restaurant lokal Denpasar
 Makan siang : Kotak / Box (dalam perjalanan wisata)
 Makan Malam : Prasmanan di Hotel / Restaurant lokal Denpasar
 ♦ Hari 03
 Makan pagi : Prasmanan di Hotel / Restaurant lokal Denpasar
 Makan siang : Kotak / Box (dalam perjalanan wisata)
 Makan Malam : Prasmanan di Hotel / Restaurant lokal Denpasar
 ♦ Hari 04
 Makan pagi : Prasmanan di Hotel / Restaurant lokal Denpasar
 Makan siang : Kotak / Box (dalam perjalanan wisata)
 Makan Malam : Prasmanan di Restaurant (dalam perjalanan pulang ke Jember)
4. 1 (satu) kali snack pada saat keberangkatan
5. Air mineral
6. Tiket Obyek Wisata
7. 1 (satu) roll film isi 36.
8. Asuransi Wisata
9. Tour Leader dari Rangga T&T
10. Guide lokal Bali
11. Kartu Bagasi (agar barang tidak tertukar / hilang)
12. Parkir, Retribusi, dll.

Biaya tidak termasuk :

1. Biaya pengobatan pribadi
2. Pengeluaran yang bersifat pribadi ; room service, laundry, telpon, dll
3. Optional tours / tour-tour tambahan di luar program
4. Kehilangan uang dan barang berharga peserta tour.

JAKARTA - BANDUNG - YOGYA TOUR

6 Hari 6 malam, 2 malam menginap di Jakarta 2, 1 malam menginap di Bandung.

Objek Wisata : Taman Impian Jaya Ancel, Sea World Indonesia, Mangga Dua, Kebun Raya Bogor, Cihampelas, Cibaduyut, Pasar Baru, Tangkuban Perahu, Carter, Pantar Pangandaran, Candi Borobudur, Sentra Sabuk Puncak, Pasar Klewer.

Fasilitas : Bus AC, TV/Tape, Reclining seat, Hotel (1 kamar 3 - 4 orang), 1x snack, Tiket Objek, Door Prize, Cuci celak 1 roll film 36, Tour Leader, Asuransi Wisata, layanan pengantaran bagasi, Free of Charge 1 orang per bus.

- ◆ KELAS STANDART 1, Bus AC, 53 seat
Hotel Standart / Non AC
Biaya : Rp. 575.000,- /orang
- ◆ KELAS STANDART 2, Bus AC, 43 seat
Hotel Standart / Non AC.
Biaya : Rp. 625.000,- /orang
- ◆ KELAS EXECUTIVE 1, Bus AC, 53 seat
Hotel Standart / AC.
Biaya : Rp. 630.000,- /orang
- ◆ KELAS EXECUTIVE 2, Bus AC, 43 seat
Hotel Standart / AC.
Biaya : Rp. 735.000,- /orang

LOMBOK - BALI TOUR

5 hari 3 malam, 2 malam menginap di Mataram

Objek Wisata : Sukamara, Rambitan, peninjak, pantar Kuta, Tanjung Aan, Lendang Bejur, Pusuk, Bangsal, Gili, Pantar Seranggi, Taman Narmada, Taman Ajiyura, Pasar Sukawati, Pantar Sanyar, Tanah Lot.

Fasilitas : Bus AC, TV/Tape, Reclining Seat, Ferry PFI, Hotel (1 kamar 3 - 4 orang), 12x makan, 1x snack, Tiket Objek, Door Prize, Cuci celak 1 roll film 36, Tour Leader, Guide Lokal, Asuransi Wisata, layanan pengantaran bagasi, Free of Charge 1 orang per bus.

- ◆ KELAS STANDART 1, Bus AC, 53 seat
Hotel Standart / Non AC.
Biaya : Rp. 555.000,- /orang
- ◆ KELAS STANDART 2, Bus AC, 43 seat
Hotel Standart / Non AC.
Biaya : Rp. 565.000,- /orang

- ◆ KELAS EXECUTIVE 1, Bus AC, 53 seat
Hotel Standart / AC.
Biaya : Rp. 595.000,- /orang
- ◆ KELAS EXECUTIVE 2, Bus AC, 43 seat
Hotel Standart / AC.
Biaya : Rp. 655.000,- /orang

ZIARAH WALI DELAPAN

3 hari 3malam, 1 malam menginap di Kudus

Objek Ziarah : Sunan Ampel, Sunan Giri, Syech Maulana Malik Ibrahim, Sunan Drajat, Sunan Bonang, Sunan Kudus, Sunan Muria, Sunan Kalijaga, Masjid Demak

- Fasilitas : Bus AC, TV/Tape, Reclining Seat, Hotel (1 kamar 3 - 4 orang),
6x makan, 1x snack, Tiket Objek, Door Prize, Cuci celak 1 roll film 36, Tour Leader, Asuransi wisata, layanan pengantaran bagasi, Free of Charge 1 orang per bus.
- ◆ KELAS STANDART 1, Bus AC, 53 seat
Hotel Standart / Non AC.
Biaya : Rp. 435.500,- /orang
 - ◆ KELAS STANDART 2, Bus AC, 43 seat
Hotel Standart / Non AC.
Biaya : Rp. 475.500,- /orang

ZIARAH WALISONGO

4 hari 2 malam, 1 hari menginap di Kudus & 1 malam menginap di Cirebon

Objek Ziarah : Sunan Ampel, Sunan Giri, Syech Maulana Malik Ibrahim, Sunan Drajat, Sunan Bonang, Sunan Kudus, Sunan Muria, Sunan Kalijaga, Masjid Demak, Sunan Gunung Jati, Kraton Kasepuhan,

Fasilitas : Bus AC, TV/Tape, Reclining Seat, Hotel (1 kamar 3 - 4 orang), 10x makan, 1x snack, Tiket Objek, Door Prize, Cuci celak 1 roll film 36, Tour Leader, Asuransi Wisata, layanan pengantaran bagasi, Free of Charge 1 orang per bus.

- ◆ KELAS STANDART 1, Bus AC, 53 seat
Hotel Standart / Non AC.
Biaya : Rp. 575.000,- /orang
- ◆ KELAS STANDART 2, Bus AC, 43 seat
Hotel Standart / Non AC.
Biaya : Rp. 425.000,- /orang

Berwisata bersama rekan sejawat, handai taulan sahabat - sahabat, merupakan suatu yang sangat menyenangkan dan akan meninggalkan kesan mendalam setelah sepanjang tahun kita disibukkan dengan rutinitas yang cukup membosankan. Kita perlu perubahan suasana dengan menantang panorama yang indah, segar, dan segar.

Suatu kebahagiaan bagi kami apabila dapat membantu memperlancar perjalanan wisata Bapek/sekalian melalui penyajian paket - paket wisata dengan fasilitas - fasilitas perjalanan yang memadai dan dengan tenaga yang berpengalaman.

Mengingat kesibukan Bapak/Ibu, kami mencoba mengemas paket - paket tersebut sedemikian rupa dengan mempertimbangkan efisiensi waktu dan biaya serta kenyamanan peserta wisata. Namun kami dengan senang hati akan menyesuaikan paket - paket tersebut dengan permintaan Bapek/Ibu dalam hal program, anggaran dan fasilitas paket wisata.

Segera hubungi kami untuk mendapat layanan yang terbaik :

Rangga Tour & Travel
Pertokoan Wijaya Kusuma Blok A-17
Telp. (0331) 488383 Fax. 484610
Jember

UNIVERSITAS JEMBER

BALI TOUR

3 hari 1 malam, 1 malam menginap di Denpasar

Objek Wisata : Pantai Sanur, Marine Sport Tanjung Benoa, Garuda Wisnu Kencana, Pantai Kuta, Joger, Danau Bedugul, Tanah Lot, Sukawati, Gajah & Celicik, Ajar Kedaton

Facilities : Bus AC, TV/Tape, Reclining Seat, Ferry PP, Hotel (1 Kamar 3 - 4 orang), 6x makan, 1 x Snack, Tiket Objek, Door Prize, Cuci celak Cuci estak 1 roll film 36, Tour Leader, Guide Lokal, Asuransi wisata, layanan pengalunan bagasi, Free of Charge 1 Orang per bus.

◆ KELAS STANDART 1, Bus AC, 53 seat

Hotel Standard / Non AC.

Biaya : Rp. 245.000,- /orang

◆ KELAS STANDART 2, Bus AC, 43 seat

Hotel Standard / Non AC.

Biaya : Rp. 245.000,- /orang

◆ KELAS EXECUTIVE 1, Bus AC, 53 Seat

Hotel Standard / AC

Biaya : Rp. 280.000,- /orang

◆ KELAS EXECUTIVE 2, Bus AC, 43 Seat

Hotel Standard / AC

Biaya : Rp. 315.000,- /orang

BALI TOUR

4 hari 2 malam, 2 malam menginap di Denpasar

Objek wisata : Pantai Sanur, Marine Sport Tanjung Benoa, Garuda Wisnu Kencana, Pantai Kuta, Joger, Danau Bedugul, Tanah Lot, Sukawati, Gajah & Celicik, Ajar Kedaton.

Facilities : Bus AC, TV/Tape, Reclining Seat, Ferry PP, Hotel (1 Kamar 3 - 4 orang), 9 x makan, 1 x Snack, Tiket Objek, Door Prize, Cuci celak Cuci roll film 36, Tour Leader, Guide Lokal, Asuransi Wisata, layanan pengalunan bagasi, Free of Charge 1 orang per bus.

◆ KLAS STANDART 1, Bus AC, 53 seat

Standard / Non AC.

Biaya : Rp. 325.000,- /orang

◆ KLAS STANDART 2, Bus AC, 43 seat

Hotel Standard / Non AC.

Biaya : Rp. 365.000,- /Orang

◆ KLAS EXECUTIVE 1, Bus AC, 53 seat

Hotel Standard / AC.

Biaya : Rp. 405.000,- / Orang

◆ KLAS EXECUTIVE 2, Bus AC, 43 seat

Hotel Standard / AC.

Biaya : Rp. 455.000,- /Orang

YOGYA TOUR

3 hari 1 malam, 1 malam menginap di Yogya

Objek wisata : Borobudur, Monumen Yogya Kembali, Parangtritis, Kraton Yogya, Sentra Solik Pandah, Prambanan, Maliabara, Pasar Brangharjo / Kleraw.

Facilities : Bus AC, TV/Tape, Reclining Seat, Hotel (1 Kamar 3 - 4 orang), 6x makan, 1x snack, Tiket Objek, Door prize, Cuci celak roll film 36, Tour Leader, Asuransi wisata, layanan pengalunan bagasi, Free of Charge 1 orang per bus.

◆ KELAS STANDART 1, Bus non AC, 53 seat

Hotel Standart / Non AC.

Biaya : Rp. 240.000,- / Orang

◆ KELAS STANDART 2, Bus AC, 43 seat

Hotel standart / Non AC

Biaya : Rp. 270.000,- / orang

◆ KELAS EXECUTIVE 1, Bus AC, 53 seat

Hotel standart / AC

Biaya : Rp. 295.000,- / orang

◆ KELAS EXECUTIVE 2, Bus AC, 43 seat

Hotel standart / AC

Biaya : Rp. 310.000,- / orang

YOGYA TOUR

4 hari 2 malam, 2 malam menginap di Yogya

Objek Wisata : Borobudur, Monumen Yogya Kembali, Parangtritis, Kraton Yogya, Sentra Solik Pandah, Prambanan, Maliabara, Pasar Brangharjo / Kleraw.

Facilities : Bus AC, TV/Tape, Reclining seat, Hotel (1 Kamar 3 - 4 orang), 9x makan, 1 snack, Tiket Objek, Door Prize, Cuci celak 1 roll film 36, Tour Leader, Asuransi Wisata, layanan pengalunan bagasi, Free of charge 1 orang per bus.

◆ KELAS STANDART 1, Bus AC, 53 seat

Hotel standart / Non AC.

Biaya : Rp. 320.000,- / orang

◆ KELAS STANDART 2, Bus AC, 43 seat

Hotel standart / Non AC.

Biaya : Rp. 360.000,- / orang

◆ KELAS EXECUTIVE 1, Bus AC, 53 seat

Hotel Standart / Non AC.

Biaya : 395.000,- / orang

◆ KELAS EXECUTIVE 2, Bus AC, 43 seat

Hotel Standart / AC.

Biaya : 415.000,- / orang

MALANG - PRIGEN Fullday Tour

1 hari waktu : 1 hari

Objek Wisata: Kuruma Argo Wisata (wisata perikanan) / Selecha, Sengkaling, Taman Safari Prigen

Facilities : Bus AC, TV/Tape, Reclining seat, 3x makan, 1x snack, Tiket objek, Door Prize, Cuci celak 1 roll film 36, Tour Leader, Asuransi Wisata, layanan pengalunan bagasi, Free of Charge 1 orang per bus.

◆ KELAS STANDART 1, Bus AC, 53 seat

Biaya : Rp. 135.000,- /orang

◆ KELAS STANDART 1, Bus AC, 43 seat

Biaya : Rp. 145.000,- /orang

JAKARTA - BANDUNG - YOGYA TOUR

5 hari 5 malam, 1 malam menginap di Jakarta & 1 malam menginap di Bandung

Objek Wisata : Taman Impian Jaya Ancol, Sea World Indonesia Mangga Dua, Kebun Raya Bogor, Cibayupat, Cibacuyut, Pasar Baru, Tongkuban Perahu, Ganteng, Pantai Pangandaran, Candi Borobudur, Sentra Solik Pandah, Pasar Kleraw.

Facilities : Bus AC, TV/Tape, Reclining seat, Hotel (1 Kamar 3-4 orang), 12x makan, 1x snack, Tiket Objek, Door Prize, Cuci celak 1 roll film 36, Tour Leader, Asuransi Wisata, layanan pengalunan bagasi, Free of Charge 1 orang per bus.

◆ KELAS STANDART 1, Bus AC, 53 seat

Hotel Standart / Non AC.

Biaya : Rp. 525.000,- /orang

◆ KELAS STANDART 2, Bus AC, 43 seat

Hotel Standart / Non AC.

Biaya : 585.000,- /orang

◆ KELAS EXECUTIVE 1, Bus AC, 53 seat

Hotel Slangart / AC.

Biaya : 595.000,- /orang

◆ KELAS EXECUTIVE 2, Bus AC, 43 seat

Hotel Slangart / AC.

Biaya : 645.000,- /orang

**PERJANJIAN KONTRAK TOUR YOGYAKARTA
RANGGA TOUR & TRAVEL JEMBER
KKKS DAN GURU KECAMATAN JELBUK**

Pada hari ini Jum'at tanggal lima belas bulan Februari tahun Dua ribu dua kami yang bertanda tangan di bawah ini :

1. ABD. MADIN, selaku penanggung jawab pelaksanaan Tour Yogyakarta untuk selanjutnya disebut pihak PERTAMA
2. Drs. HADJAR WIBOWO, selaku pemakai jasa Tour Yogyakarta yang berkedudukan di KKS DAN GURU KECAMATAN JELBUK untuk selanjutnya disebut pihak KEDUA

Kedua belah pihak sepakat untuk untuk mengadakan kerja sama dalam hal Tour Yogyakarta dengan syarat dan ketentuan yang tertera dalam pasal-pasal sebagai berikut

PASAL 1

KEDUDUKAN PELAKU KERJA SAMA

1. Pihak PERTAMA dalam kedudukan seperti di atas merupakan Biro Perjalanan Wisata yang menawarkan paket wisata kepada pihak kedua
2. Pihak KEDUA dalam kedudukan seperti di atas merupakan penanggung jawab dalam pengguna jasa

PASAL 2

SISTEM KERJA SAMA

1. Pihak KEDUA menunjuk pihak PERTAMA sebagai pelaksana Tour Yogyakarta
2. Pihak PERTAMA bertanggungjawab dalam pelaksanaan Tour Yogyakarta

**PERJANJIAN KONTRAK TOUR YOGYAKARTA
RANGGA TOUR & TRAVEL JEMBER
KKKS DAN GURU KECAMATAN JELBUK**

Pada hari ini Jum'at tanggal lima belas bulan Februari tahun Dua ribu dua kami yang bertanda tangan di bawah ini :

1. ABD. MADIN, selaku penanggung jawab pelaksanaan Tour Yogyakarta untuk selanjutnya disebut pihak PERTAMA
2. Drs. HADJAR WIBOWO, selaku pemakai jasa Tour Yogyakarta yang berkedudukan di KKS DAN GURU KECAMATAN JELBUK untuk selanjutnya disebut pihak KEDUA

Kedua belah pihak sepakat untuk untuk mengadakan kerja sama dalam hal Tour Yogyakarta dengan syarat dan ketentuan yang tertera dalam pasal-pasal sebagai berikut

PASAL 1

KEDUDUKAN PELAKU KERJA SAMA

1. Pihak PERTAMA dalam kedudukan seperti di atas merupakan Biro Perjalanan Wisata yang menawarkan paket wisata kepada pihak kedua
2. Pihak KEDUA dalam kedudukan seperti di atas merupakan penanggung jawab dalam pengguna jasa

PASAL 2

SISTEM KERJA SAMA

1. Pihak KEDUA menunjuk pihak PERTAMA sebagai pelaksana Tour Yogyakarta
2. Pihak PERTAMA bertanggungjawab dalam pelaksanaan Tour Yogyakarta

PASAL 3

KEWAJIBAN PIHAK PERTAMA

Kewajiban pihak PERTAMA dalam perjalanan Tour Yogyakarta menyediakan fasilitas sebagai berikut :

3. 1 (satu) bus pariwisata Akas Astri seat 54, formasi seat 3-2
4. Akomodasi Hotel standart melati dengan fasilitas fan, satu kamar 3-4 orang
11. Satu kali snack pada saat keberangkatan
12. Air mineral pada saat keberangkatan
13. Tiket obyek wisata
14. Door Prize (diundi)
15. Tour leader dari Rangka Tour & Travel
16. Asuransi wisata
17. 1 (satu) rol film plus cuci cetak
18. Kartu bagasi
19. Parkir, retribusi, dll

PASAL 4

KEWAJIBAN PIHAK KEDUA

1. Memenuhi pembayaran Paket Tour sesuai dengan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak
2. Membayar 50% dari harga tour sesuai dengan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak, setelah surat perjanjian in ditanda tangani
3. 1 (satu) minggu sebelum keberangkatan tour seluruh kekurangan pembayaran sudah terlunasi

PASAL 5

KESEPAKATAN HARGA

1. Kedua belah pihak sepakat harga tour sebesar Rp. 235.000,- (Dua ratus tiga puluh lima ribu rupiah) per orang
2. Free of charge 3 orang
3. Total kontrak sebesar Rp. 235.000 x 49 = Rp. 11.515.000,-
(sebelas juta lima ratus lima belas ribu rupiah)

PASAL 6

PEMBATALAN/PENUNDAAN

1. Pembatalan dalam satu minggu sebelum pemberangkatan tour dikenakan sanksi pembatalan sebesar 50% dari biaya tour yang disepakati
2. Pembatalan pada hari/tanggal pemberangkatan dikenakan sanksi pembatalan sebesar 75 % dari biaya tour yang telah disepakati

3. Apabila terjadi penundaan pemberangkatan dari pihak PERTAMA dari jadwal yang telah ditentukan maka pihak KEDUA berkewajiban membayar ganti rugi booking hotel dan bus yang telah dipesan oleh pihak PERTAMA.

PASAL 7

WAKTU PELAKSANAAN

Kedua belah pihak sepakat untuk pemberangkatan tour pada hari RABU jam 20.00 WIB tanggal DUA PULUH bulan MARET tahun DUA RIBU DUA, kepulangan dari Yogyakarta hari JUM'AT tanggal DUA PULUH DUA bulan MARET tahun DUA RIBU DUA setelah pelaksanaan tour dengan estimasi waktu TIGA HARI SATU MALAM perjalanan tour sampai di Jember.

PASAL 8

PESERTA TOUR

Peserta tour Yogyakarta KKKS dan Guru Kecamatan Jelbuk adalah sebanyak 52 orang

PASAL 9

TUJUAN TOUR

1. Candi Borobudur
2. Sentra Salak Pondoh
3. Pantai Parangtritis
4. Keraton Yogyakarta
5. Pasar Braugharjo
6. Monumen Yogya Kembali
7. Candi Prambanan

PASAL 10

TANGGUNGAN DI LUAR PIHAK PERTAMA

5. Biaya pengobatan pribadi
6. Pengeluaran yang bersifat pribadi : room service, laundry, telp, dll.
7. Optional tours / tour-tour tambahan di luar program
8. Kehilangan uang dan barang berharga peserta tour

PASAL 11

PENUTUP

1. Surat perjanjian ini berlaku mengikat bagi kedua belah pihak dan menjamin kepentingan dari kedua belah pihak

2. Apabila terjadi hal-hal di luar perkiraan perjanjian dari kedua belah pihak seperti kenaikan tarif BBM atau peraturan pemerintah yang berkaitan dengan tour, dampaknya kedua belah pihak untuk memusyawarahkan kembali.
3. Pihak PERTAMA tidak bertanggung jawab atas seluruh kerugian yang disebabkan oleh keadaan *force majeure* (keadaan memaksa) seperti bencana alam, wabah penyakit, pemberontakan, huru-hara, perang, kebakaran, sabotase, pemogokan umum, dll. di luar kemampuan para pihak untuk mengatasinya.
4. Hal-hal yang belum dijelaskan dalam pasal-pasal tersebut di atas akan dimusyawarahkan lebih lanjut oleh kedua belah pihak.
5. Surat perjanjian ini dibuat rangkap 2 (dua) bermaterai cukup serta masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama setelah ditandatangani oleh kedua belah pihak.

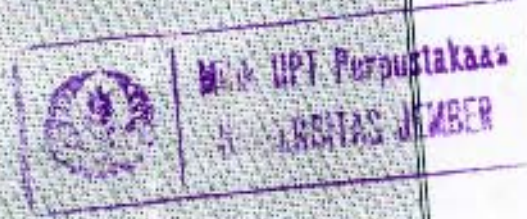
Demikian perjanjian ini kami buat atas kesepakatan kedua belah pihak, dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

PIHAK I

(ABDUL MADDIN)

PIHAK II

(Drs. HADJAR WIBOWO)



2. Apabila terjadi hal-hal di luar perkiraan perjanjian dari kedua belah pihak seperti kenaikan tarif DBM atau peraturan pemerintah yang berkaitan dengan tour, dapatnya kedua belah pihak untuk memusyawarahkan kembali.
3. Pihak PERTAMA tidak bertanggung jawab atas seluruh kerugian yang disebabkan oleh keadaan *force majeure* (keadaan memaksa) seperti bencana alam, wabah penyakit, pemberontakan, huru-hara, perang, kebakaran, sabotase, pemogokan umum, dll. di luar kemampuan para pihak untuk mengatasinya.
4. Hal-hal yang belum dijelaskan dalam pasal-pasal tersebut di atas akan dimusyawarahkan lebih lanjut oleh kedua belah pihak.
5. Surat perjanjian ini dibuat rangkap 2 (dua) bermaterai cukup serta masing-masing mempunyai kekuatan hukum yang sama setelah ditandatangani oleh kedua belah pihak.

Demikian perjanjian ini kami buat atas kesepakatan kedua belah pihak, dan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

PIHAK I

PIHAK II

(ABDUL MADIN)

(Drs. HADJAR WIBOWO)



MILIKI Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER