



**PERANAN TOUR LEADER PADA BIRO PERJALANAN  
WISATA CV. BIMO KRISNO  
TOURS DAN TRAVEL**

**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Ahli Madya (A.Md) Pariwisata Program Studi Diploma 3  
Pariwisata Jurusan Ilmu Administrasi pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember

Disusun Oleh :

**SUNU SAPUTRO**  
**Nim. 020 903 102 137**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III PARIWISATA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER  
2007**

## RINGKASAN

**“Peranan Tour Leader pada Biro Perjalanan Wisata CV. Bimo Krisno Tour & Travel”, Sunu Saputro 020 903 102 137, 33 hal.**

Seorang *Tour Leader* harus paham akan tugas dan tanggung jawabnya, sehingga dapat melaksanakan dan memberikan pelayanan yang *excellent* demi kepuasan konsumen. *Tour Leader* sebagai pemimpin perjalanan dan sebagai penanggung jawab, manager dan pengambil keputusan yang bersangkutan dengan *tour*. Dalam suatu perjalanan wisata *Tour Leader* harus mempunyai kapabilitas dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Seorang *Tour Leader* sebelum mengadakan perjalanan harus mempersiapkan segala sesuatu mulai dari kondisi bus, jalur yang harus ditempuh, karakteristik konsumen, hal-hal yang telah disepakati (makan, minum dan hotel). Adapun pengertian *Tour Leader* atau disebut juga *Tour Escort* menurut Siradjuddin (1994:4) adalah salah satu dari sekian banyak komponen yang merupakan bagian langsung dari struktur suatu Biro Perjalanan Wisata.

Peranan *Tour Leader* dalam usaha jasa Biro Perjalanan Wisata CV. Bimo Krisno Tour & Leader sangatlah penting, khususnya dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar akan pelayanan wisata yang terprogram, sehingga mampu meningkatkan citra positif perusahaan di mata masyarakat.

Tujuan *Tour Leader* dalam usaha jasa Biro Perjalanan Wisata CV. Bimo Krisno Tour & Leader adalah sebagai aktor utama dalam hubungan antara perusahaan Biro Perjalanan Wisata dengan konsumen, yang dilakukan oleh pihak perusahaan Biro Perjalanan Wisata dalam menangani suatu perjalanan wisata yang membantu dan memenuhi kebutuhan serta memberikan pelayanan bagi konsumen yang dilakukan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya dengan berbagai alasan yang berbeda-beda dan mempunyai tujuan hanya untuk sementara.

Analisis SWOT di kategorikan dalam dua analisis, yaitu analisis internal perusahaan mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*), sedangkan analisis eksternal perusahaan mengidentifikasi peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*).

Hasil analisis SWOT didapatkan bahwa kekuatan dan peluang harus dikembangkan secara terus-menerus agar dapat menutupi kelemahan dan dapat menghadapi ancaman baik dari dalam maupun dari luar.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>v</b>
<b>RINGKASAN</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat	3
1.4 Tempat dan Waktu Praktek Kerja Nyata	4
1.5 Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	4
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>5</b>
2.1 Pengertian Pariwisata	5
2.1.1 Pemakaian Istilah Pariwisata	5
2.1.2 Definisi Pariwisata	5
2.1.3 Unit-unit Pariwisata	6
2.1.4 Jenis dan Macam Pariwisata	6
2.2 Pengertian Biro Perjalanan Wisata	7
2.2.1 Ruang Lingkup Biro dan Agen Perjalanan	7
2.2.2 Fungsi Biro Perjalanan atau <i>Tour Operator</i>	8
2.3 Sikap dan Perilaku Seorang <i>Tour Leader</i>	9

2.4 Pariwisata Sebagai Suatu Produk Industri	10
2.4.1 Pengertian Pariwisata Sebagai Suatu Produk Industri	10
2.4.2 Ciri-ciri Produk Pariwisata	11
2.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Proses Produk Pariwisata	11
2.4.4 Proses Produksi Wisata	14
2.5 Paket Perjalanan Wisata	14
2.5.1 Pengertian Paket Perjalanan Wisata	14
2.5.2 Komponen-komponen Paket Perjalanan Wisata	15
<b>BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	<b>19</b>
3.1 Sejarah singkat Biro Perjalanan Wisata <i>Bimo Krisno Tour &amp; Travel</i>	19
3.2 Profil Perusahaan Biro Perjalanan Wisata <i>Bimo Krisno Tour &amp; Travel</i>	20
3.3 Tehnik Operasional Biro Perjalanan Wisata <i>Bimo Krisno Tour &amp; Travel</i>	21
3.4 Struktur Organisasi <i>Bimo Krisno Tour &amp; Travel</i>	22
3.5 Tenaga Kerja CV. <i>Bimo Krisno Tour &amp; Travel</i>	24
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>25</b>
4.1 Kegiatan Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	25
4.2 Analisa Perkembangan Perusahaan	27
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>33</b>
5.1 Kesimpulan	33
5.2 Saran	33
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	