



**PENGENDALIAN PROSES OPERASI
PADA CV. LUNA TOUR AND ORGANIZER DI JEMBER**

Controlling Operation Process CV. Luna Tour And Organizer In Jember

SKRIPSI

Oleh

**Adam Algian
NIM 090910202034**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2015



**PENGENDALIAN PROSES OPERASI
PADA CV. LUNA TOUR AND ORGANIZER DI JEMBER**

Controlling Operation Process CV. Luna Tour And Organizer In Jember

SKRIPSI

Oleh

**Adam Algian
NIM 090910202034**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2015



**PENGENDALIAN PROSES OPERASI
PADA CV. LUNA TOUR AND ORGANIZER DI JEMBER**

Controlling Operation Process CV. Luna Tour And Organizer In Jember

SKRIPSI

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program
Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

Adam Algian
NIM 090910202034

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2015**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Alm. Bapak saya Tamsir dan Ibu saya Soepijati Al Moenipah yang telah mengasuh, mendidik, mendoakan dan memberikan kasih sayang serta dorongan semangat untukku agar terus menjadi anak yang lebih baik;
2. Kakak saya Muhadi Priyanto, Evy Orca Susanti, Muhaimin, Siti Marhamah, Eko Supriyanto, dan Tri Murdiah tercinta terima kasih atas dukungannya selama ini;
3. Guru-guru saya sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
4. Seseorang yang telah memberikan dukungan, semangat dan kasih sayang terima kasih semoga selalu mendapat Rahmat dari Allah SWT;
5. Almamater Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTO

Keberhasilan untuk menangani penyimpangan-peyimpangan yang terjadi pada dasarnya tergantung pada kemampuan untuk mendengarkan dan mengambil tindakan yang tepat.*)

*)Kadarman, AM dan Jusuf Udaya. 2001. Pengantar Ilmu Manajemen. Jakarta: PT. Prenhallindo

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adam Algian

NIM : 090910202034

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “Pengendalian Proses Operasi Pada CV. Luna Tour And Organizer di Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 12 Juni 2015
Yang menyatakan,

Adam Algian
NIM 090910202034

SKRIPSI

**PENGENDALIAN PROSES OPERASI
PADA CV. LUNA TOUR AND ORGANIZER DI JEMBER**

Controlling Operation Process CV. Luna Tour And Organizer In Jember

Oleh

Adam Algian
NIM 090910202034

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. I Ketut Mastika, MM

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. H. Sugeng Iswono, MA

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengendalian Proses Operasi Pada CV. Luna Tour And Organizer di Jember” telah diuji dan disahkan pada :

hari, tanggal : Jumat, 12 Juni 2015

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Dr. Djoko Poernomo, M.Si

NIP. 196002191987021001

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Drs. I Ketut Mastika, MM

NIP 195905071989031002

Drs. H. Sugeng Iswono, MA

NIP 195402021984031004

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Totok Supriyanto, M.Si

NIP. 195010041977021001

Dr. Zarah Puspitaningtyas, M.Si

NIP. 197902202002122001

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP 195207271981031003

RINGKASAN

Pengendalian Proses Operasi Pada CV. Luna Tour And Organizer di Jember; Adam Algian, 090910202034; 2015: 123 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang disenangi oleh masyarakat. Kegiatan pariwisata tidak hanya bisa dinikmati oleh masyarakat di kalangan elit, namun masyarakat dengan berbagai kalangan pun dapat melakukan kegiatan pariwisata. Berkembangnya laju pertumbuhan kunjungan wisatawan terhadap objek-objek wisata menyebabkan bertambahnya pula permintaan atas fasilitas yang ingin diterima oleh pengunjung. Fasilitas-fasilitas tersebut dapat berupa layanan akomodasi, moda transportasi, panorama alam, atraksi budaya, paket wisata, dan lain-lain. Meningkatnya orang-orang melakukan perjalanan wisata tersebut menuntut pula peningkatan pelayanan Biro Perjalanan Wisata dan Agen Perjalanan Wisata. Bukan hanya orang yang ingin berwisata saja, saat ini banyak orang lebih memilih menggunakan jasa travel untuk bepergian keluar kota dalam urusan pekerjaan maupun lainnya karena mereka beranggapan jika menggunakan jasa travel tidak perlu rumit-rumit untuk mengurus tiket dan lain-lainnya. Masyarakat saat ini menginginkan hal yang praktis meskipun mengeluarkan biaya sedikit lebih banyak untuk menggunakan jasa tersebut. Sehingga pelayanan yang baik pada biro perjalanan menjadi pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik tersebut dapat dilaksanakan apabila ada pengendalian pada proses operasi di biro perjalanan wisata.

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui dan mendeskripsikan pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan tipe penelitian kualitatif. Penentuan lokasi penelitian ditentukan dengan beberapa kriteria yang pada akhirnya ditentukan oleh

peneliti yaitu CV. Luna Tour and Organizer. Penentuan informan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan *purposive*. Peneliti memilih informan-informan yang berkompeten, menguasai dan masih berkecimpung atas bidang yang akan diteliti pada perusahaan. Tahap pengumpulan data primer dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, triangulasi, dan pengumpulan data sekunder dengan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu analisis domain dan taksonomi. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan dengan menggunakan metode induktif.

Hasil dari penelitian dengan judul “Pengendalian Proses Operasi Pada CV. Luna Tour And Organizer” dapat ditarik beberapa hal penting yaitu pertama, alur proses produksi meliputi tahap masukan, transformasi, dan keluaran. Proses produksi pada tahap masukan meliputi kegiatan *dealing marketing*. Proses produksi pada tahap transformasi meliputi persiapan tour, pelaksanaan tour, dan *finishing tour*. Proses produksi pada keluaran meliputi evaluasi tour. Kedua, CV. Luna Tour and Organizer yang menjadi obyek penelitian telah melaksanakan pengendalian proses operasi pada tiap tahap yaitu tahap masukan, tahap transformasi, dan tahap keluaran. Ketiga, dengan adanya pengendalian proses operasi pada tahap *dealing marketing*, perusahaan mampu melakukan perencanaan tour secara baik dan mengimplementasikan pada tahap pelaksanaan tour sesuai dengan yang dijanjikan kepada pengguna jasa pada saat *dealing*. Keempat, dengan adanya pengendalian proses operasi pada tahap pelaksanaan tour, CV. Luna Tour and Organizer dapat melayani pengguna jasa secara optimal sesuai dengan moto yaitu *full of joy and fun*. Kelima, evaluasi tour yang dilakukan perusahaan memiliki efek sebagai perbaikan yang kemudian di implementasikan pada kegiatan tour selanjutnya.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengendalian Proses Operasi Pada CV. Luna Tour And Organizer Di Jember” untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos., MM. selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
3. Drs. Suhartono, MP. selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Drs. I Ketut Mastika, MM. selaku dosen pembimbing utama atas keterlibatan dalam penelitian yaitu memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
5. Drs. H. Sugeng Iswono, MA. selaku dosen pembimbing anggota yang juga memberikan pengarahan dalam penelitian dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
6. Drs. Rudy Eko Pramono, M.Si. selaku dosen pembimbing akademik yang memberikan pengarahan dan bimbingan selama menjadi mahasiswa;
7. Semua Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam pendidikan dan urusan administrasi selama masa kuliah;

8. Rekan-rekan serta sahabat-sahabat saya di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
9. Perusahaan yang telah menerima saya untuk melakukan penelitian;
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 12 Juni 2015

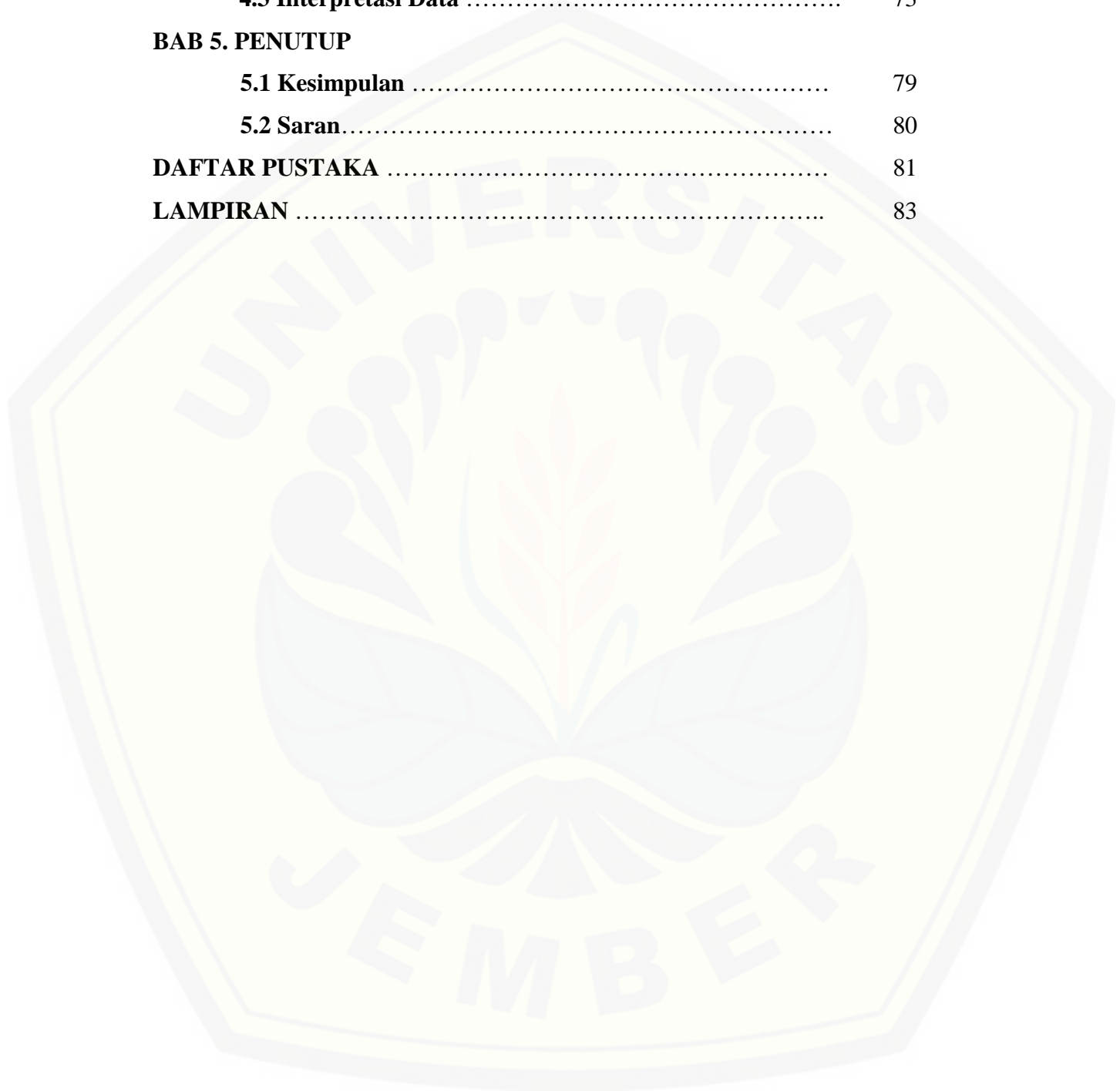
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
DAFTAR FOTO	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Produksi dan Operasi	12
2.2 Proses Produksi dan Operasi	15
2.3 Proses Produksi Wisata	18
2.3.1 Ilustrasi Proses Produksi Wisata	18

2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses	
Produksi Wisata	20
2.3.3 Komponen Wisata	22
2.4 Jasa	24
2.5 Kualitas	26
2.6 Pengendalian Kualitas dalam Proses	
Produksi/ Operasi	30
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu	33
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	35
3.2 Tahap Persiapan	36
3.3 Tahap Pengumpulan Data	37
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	39
3.5 Tahap Analisis Data	40
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	42
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil	43
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.2 Visi dan Misi	45
4.1.3 Logo Perusahaan	45
4.1.4 Struktur Organisasi	46
4.1.5 Data Personalia	51
4.1.6 Hari dan Jam Kerja	51
4.2 Pembahasan	52
4.2.1 <i>Dealing Marketing</i>	54
4.2.2 Persiapan Tour	61
4.2.3 Pelaksanaan Tour	64
4.2.4 <i>Finishing Tour</i>	70

4.2.5 Evaluasi Tour	70
4.3 Interpretasi Data	73
BAB 5. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83



DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Daftar nama dan alamat Biro Perjalanan tahun 2013.....	3
1.2 Daftar nama dan alamat Agen Perjalanan tahun 2013.....	4
1.3 Daftar nama dan alamat Biro Perjalanan tahun 2015.....	5
1.4 Daftar nama dan alamat Agen Perjalanan tahun 2015.....	6
1.5 Data penjualan paket wisata dalam 5 tahun terakhir.....	9
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	34
3.1 Analisis domain pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer di Jember.....	41
3.2 Analisis taksonomi pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer di Jember.....	41
4.1 Data Personalia CV.Luna Tour and Organizer.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Ruang Lingkup Manajemen Produksi.....	14
2.2 Sistem Produksi dan Operasi.....	16
2.3 Keterkaitan antara proses produksi wisata dengan pengelolaan wisata.....	18
4.1 Struktur organisasi pada CV. Luna Tour and Organizer.....	47
4.2 Alur proses produksi/ operasi di CV. Luna Tour and Organizer.....	54
4.3 Alur <i>dealing project</i> CV. Luna Tour and Organizer.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pedoman wawancara.....	83
Lampiran 2 Hasil wawancara.....	84
Lampiran 3 Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember.....	98
Lampiran 4 Surat pernyataan telah melaksanakan penelitian dari perusahaan.....	99
Lampiran 5 Surat ijin usaha.....	100
Lampiran 6 Data personalia perusahaan.....	101
Lampiran 7 Angket kepuasan pelanggan.....	102
Lampiran 8 Contoh paket wisata ke WBL yang ditawarkan oleh CV. Luna Tour and Organizer.....	103
Lampiran 9 Intruksi kerja Tour Leader pada CV. Luna Tour and Organizer	104
Lampiran 10 Sistem marketing di CV. Luna Tour and Organizer.....	106
Lampiran 11 Daftar biro dan agen perjalanan di Jember tahun 2013.....	110
Lampiran 12 Daftar biro dan agen perjalanan di Jember tahun 2015.....	111
Lampiran 13 Data penjualan paket wisata CV. Luna Tour and Organizer.....	112
Lampiran 14 Form budgeting tour.....	113
Lampiran 15 Tabel analisis domain.....	114
Lampiran 16 Tabel analisis taksonomi.....	115

DAFTAR FOTO

	Halaman
Foto 1. Kantor CV. Luna Tour and Organizer.....	119
Foto 2. All Crew CV. Luna Tour and Organizer.....	119
Foto 3. Persiapan armada bus sebelum pelaksanaan tour.....	120
Foto 4. Persiapan fasilitas dalam bus oleh TL sebelum pemberangkatan tour.....	120
Foto 5. Pengarahan dari TL sebelum menuju tempat wisata.....	121
Foto 6. Pendampingan oleh crew saat pelaksanaan tour.....	122
Foto 7. Fasilitas peserta tour berupa makan prasmanan di hotel.....	122
Foto 8. Dokumentasi semua peserta di akhir tour.....	123

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang disenangi oleh masyarakat. Kegiatan pariwisata tidak hanya bisa dinikmati oleh masyarakat di kalangan elit saja namun masyarakat dengan berbagai kalangan pun dapat melakukan kegiatan pariwisata. Menurut Undang Undang No. 10/2009 tentang Kepariwisataan, “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah”. Pariwisata dapat memberikan manfaat bagi masyarakat tuan rumah dan negara, seperti pendapatan yang dihasilkan dari konsumsi barang dan jasa oleh wisatawan, pajak-pajak yang dikenakan pada bisnis dalam industri pariwisata dan kesempatan untuk pekerjaan dan kemajuan ekonomi dengan bekerja di industri. Industri tersebutlah yang dapat menghasilkan produk yang disebut sebagai produk industri pariwisata. Adapun pengertian produk industri pariwisata menurut Muljadi (2009:49) “produk industri pariwisata adalah semua jasa-jasa (*service*) yang dibutuhkan wisatawan semenjak ia berangkat meninggalkan rumah sampai di daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya, sampai ia kembali ke rumah di mana biasanya ia tinggal”.

Indonesia memiliki banyak pilihan tempat untuk dijadikan sebagai objek pariwisata. Diantaranya adalah Bali, Yogyakarta, Lombok, Bandung dan lain-lainnya. Pada masing-masing tempat tersebut memiliki keindahan alam maupun kebudayaan yang berbeda-beda, dengan memunculkan ciri khas masing- dari daerah tersebut. Hal itulah yang dapat menarik minat dari para pelancong untuk melakukan kunjungan ke tempat-tempat tersebut. Seorang wisatawan berkunjung ke tempat wisata karena memiliki motif tersendiri. Motif tersebut bisa karena mereka ingin berlibur, ingin menetap, dan juga ada yang mengadakan kunjungan untuk bisnis.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, sebelas provinsi yang sering dikunjungi oleh turis adalah Bali, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DKI Jakarta, Sumatera utara, Lampung, Sulawesi Selatan, Sumatera Selatan, Banten dan Sumatera Barat. Sekitar 59% turis berkunjung ke Indonesia bertujuan untuk liburan, sementara 38% untuk urusan bisnis. Singapura dan Malaysia adalah dua negara dengan catatan jumlah wisatawan terbanyak yang datang ke Indonesia dari wilayah ASEAN. Sementara dari kawasan Asia (tidak termasuk ASEAN) wisatawan Jepang berada di urutan pertama disusul RRC, Korsel, Taiwan dan India. Jumlah pendatang terbanyak dari kawasan Eropa berasal dari negara Britania Raya disusul oleh Perancis, Belanda dan Jerman. (sumber dari <http://konsultanseojakarta.com/industri-pariwisata-indonesia>, diakses pada tanggal 15 April 2013)

Berkembangnya laju pertumbuhan kunjungan wisatawan terhadap objek-objek wisata menyebabkan bertambahnya pula permintaan atas fasilitas yang ingin diterima oleh pengunjung. Fasilitas-fasilitas tersebut dapat berupa layanan akomodasi, moda transportasi, panorama alam, atraksi budaya, paket wisata, dan lain-lain. Meningkatnya orang-orang melakukan perjalanan wisata tersebut menuntut pula peningkatan pelayanan Biro Perjalanan Wisata dan Agen Perjalanan Wisata. Bukan hanya orang yang ingin berwisata saja, saat ini banyak orang lebih memilih menggunakan jasa travel untuk bepergian keluar kota dalam urusan pekerjaan maupun lainnya karena mereka beranggapan jika menggunakan jasa travel tidak perlu rumit-rumit untuk mengurus tiket dan lain-lainnya. Masyarakat saat ini menginginkan hal yang praktis meskipun mengeluarkan biaya sedikit lebih banyak untuk menggunakan jasa tersebut.

Arti dari Biro Perjalanan Wisata itu sendiri adalah badan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan, dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata. Sedangkan arti dari Agen Perjalanan Wisata itu adalah badan usaha

yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan.

Perkembangan biro perjalanan wisata dan agen perjalanan wisata yang begitu pesat tidak hanya terjadi di kota-kota besar seperti Jakarta, Jogjakarta, Surabaya dan lainnya. Di Jember, persaingan biro perjalanan dan agen perjalanan juga terjadi begitu ketat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya data mengenai biro perjalanan dan agen perjalanan yang telah terdaftar di Dinas Pariwisata Jember sampai dengan Januari 2013.

Berikut adalah biro perjalanan dan agen perjalanan yang telah terdaftar:

Tabel 1.1 Daftar nama dan alamat Biro Perjalanan tahun 2013

No.	Nama Biro Perjalanan	Alamat
1.	PT. Warna Indonesia Wisata	Jl. S. Parman No. 22, Jember
2.	CV. Kurnia Fitroh Wisata	Jl. Kaliurang Blok C6-22, Jember
3.	CV. Luna Tour and Organizer	Jl. Sumatera 82B, Jember
4.	PT. Saweri Gading Asri	Jl. Darmawangsa 67, Jember
5.	CV. Kurnia Duta Wisata	Jl. Gajah Mada 169 C-Jember
6.	PT. Nuansa Wisata Putra Nusantara	Jl. Letjend Suprpto 71, Jember
7.	CV. Luxur Pratama Indo Wisata	Jl. Tawangmangu 17, Jember
8.	PT. Surya Kencana Mulya	Jl. Letjend Panjaitan 38, Jember
9.	PT. Terang Jaya Langgeng	Jl. Pajajaran II-GG. 10, Jember
10.	BPW 'Sekar' (Puslitkoka Indonesia)	Jl. PB. Sudirman No. 90, Jember
11.	CV. Pyramid Tour and Travel	Jl. Sriwijaya 332A, Jember
12.	PT. Musfiratur Tour and Travel	Jl. Sultan Agung 167, Jember
13.	CV. Pandawa Trans	Jl. Hayam Wuruk I/ 211, Jember
14.	CV. Bayu Bangsa Wisata	Jl. Brawijaya No. 22, Jember
15.	CV. Nusajaya	Jl. Doho v Bukit Permai Blok II/ 22, Jember
16.	CV. Bimo Kresno	Jl. Karimata (Depan Unmuh Jember)
17.	CV. LBR Tour and Event Organizer	Perum Griya Mangli Blok G-11, Jember
18.	CV. Safhira Maulana	Jl. Karimata 77A, Jember
19.	CV. Duta Karya	Jl. PB. Sudirman No.211, Jember

Tabel 1.2 Daftar nama dan alamat Agen Perjalanan tahun 2013

No.	Nama Agen Perjalanan	Alamat
1.	CV. Andromeda Utama	Jl. Sumatra No. 41, Jember
2.	PT. Rahmat Sumber Alami	Jl. Merpati 39, Jember
3.	PT. Taruna Wisata Express	Jl. Gatot Subroto 2, Jember
4.	CV. Dwi Tunggal	Jl. Letjend Panjaitan 132, Jember
5.	PT. Sejahtera Abadi Mulya Jaya	Dsn Grobyok RT. 06 RW. II Tanjung Rejo, Wuluhan-Jember
6.	PT. Mutiara Bintang Kharisma	Jl. Maluku 43 Gambirono, Bangsalsari
7.	PT. Tri Sampurno Mulyo	Jl. Raya M.Seruji 19 G, Bangsalsari
8.	CV. Bintang Anugerah	Semboro Kidul RT. 02 RW III

Sumber: Dinas Pariwisata Jember

Banyaknya perusahaan biro perjalanan dan agen perjalanan di industri pariwisata tersebut membuat persaingan usaha kian ketat. Setiap perusahaan memiliki strategi sendiri-sendiri dalam menentukan suatu kebijakan strategis dalam menarik minat konsumen. Pasar yang ditetapkan pun berbeda-beda, ada yang memfokuskan pada anak-anak sekolah, lembaga instansi dan wisatawan mancanegara. Kualitas dari jasa yang ditawarkan menjadikan salah satu acuan yang penting bagi perusahaan di industri pariwisata untuk menarik minat calon konsumennya. Berbagai produk yang ditawarkan pun semakin bermacam-macam seiring dengan bertambahnya permintaan dari konsumen maupun segala sesuatu yang berhubungan dengan kepuasan konsumen. Menurut Wyckof (dalam Nasution 2004: 47), “kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Persaingan biro perjalanan dan agen perjalanan semakin tahun semakin bertambah ketat sehingga menyebabkan beberapa biro perjalanan maupun agen perjalanan tidak mampu bertahan dan usahanya tutup. Biro perjalanan yang tidak dapat bertahan dan tutup yaitu CV. Bimo Kresno, dan CV. Nusajaya. Sedangkan agen perjalanan yang tidak dapat bertahan dan tutup yaitu CV. Andromeda Utama, dan PT. Rahmat Sumber Alami. Hal ini di dukung oleh data yang diambil dari Dinas Pariwisata

Jember. Berikut daftar biro perjalanan wisata dan agen perjalanan wisata yang masih bertahan dan terdaftar di Dinas Pariwisata Jember sampai dengan Juni 2015:

Tabel 1.3 Daftar nama dan alamat Biro Perjalanan tahun 2015

No.	Nama Biro Perjalanan	Alamat
1.	PT. Warna Indonesia Wisata	Jl. S. Parman No. 22, Jember
2.	CV. Kurnia Fitroh Wisata	Jl. Kaliurang Blok C6-22, Jember
3.	CV. Luna Tour and Organizer	Jl. Sumatera 82B, Jember
4.	PT. Saweri Gading Asri	Jl. Darmawangsa 67, Jember
5.	CV. Kurnia Duta Wisata	Jl. Gajah Mada 169 C-Jember
6.	PT. Nuansa Wisata Putra Nusantara	Jl. Letjend Suprpto 71, Jember
7.	CV. Luxur Pratama Indo Wisata	Jl. Tawangmangu 17, Jember
8.	PT. Surya Kencana Mulya	Jl. Letjend Panjaitan 38, Jember
9.	PT. Terang Jaya Langgeng	Jl. Pajajaran II-GG. 10, Jember
10.	BPW 'Sekar' (Puslitkoka Indonesia)	Jl. PB. Sudirman No. 90, Jember
11.	CV. Pyramid Tour and Travel	Jl. Sriwijaya 332A, Jember
12.	PT. Musfiratur Tour and Travel	Jl. Sultan Agung 167, Jember
13.	CV. Pandawa Trans	Jl. Hayam Wuruk I/ 211, Jember
14.	CV. Bayu Bangsa Wisata	Jl. Brawijaya No. 22, Jember
15.	CV. Semesta Raya Tour & Travel	Jl. Jl. Mangga I/24, Jember
16.	Gramindo Tour & Travel	Jl. Syamanhudi No. 52 Jember
17.	CV. LBR Tour and Event Organizer	Perum Griya Mangli Blok G-11, Jember
18.	CV. Safhira Maulana	Jl. Karimata 77A, Jember
19.	CV. Duta Karya	Jl. PB. Sudirman No.211, Jember
20.	Nadita Prima Citra Wisata	Jl. Semeru X/V/R-11, Jember
21.	Mahera Tour & Travel	Perum DIM II/10 Jubung, Jember
22.	PT. Kartika Trans	Jl. Darmawangsa 129 Rambipuji, Jember
23.	PT. Rahayu Citra Mandiri	Jl. Kertabumi IV/16 Jember
24.	PT. Al-Ghazalie Citra Utama	Jl. Yos Sudarso 114 Jember
25.	PT. Semesta Tiga Tujuh	Jl. Wijaya Kusuma 85, Jember
26.	Hobi Wisata Tour & Travel	Jl. Jl. Kalimantan XVIII/6, Jember
27.	CV. Genta Wisata Tour & Travel	Perumahan Sumber Alam Blok C-12, Jember

Tabel 1.4 Daftar nama dan alamat Agen Perjalanan tahun 2015

No.	Nama Agen Perjalanan	Alamat
1.	PT. Taruna Wisata Express	Jl. Gatot Subroto 2, Jember
2.	CV. Dwi Tunggal	Jl. Letjend Panjaitan 132, Jember
3.	PT. Sejahtera Abadi Mulya Jaya	Dsn Grobyok RT. 06 RW. II Tanjung Rejo, Wuluhan-Jember
4.	PT. Mulya Bintang Kharisma	Jl. Maluku 43 Gambirono, Bangsalsari
5.	PT. Tri Sampurno Mulyo	Jl. Raya M.Seruji 19 G, Bangsalsari
6.	CV. Bintang Anugerah	Semboro Kidul RT. 02 RW III

Sumber: Dinas Pariwisata Jember

Perusahaan biro perjalanan dan agen perjalanan dalam menjalankan produksinya memerlukan serangkaian kegiatan operasi yang baik dan tepat. Secara umum, setiap perusahaan menginginkan produk yang berkualitas dan dapat memuaskan pelanggan di dalam aktifitas usahanya. CV. Luna Tour and Organizer merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang biro perjalanan wisata yang mampu bertahan di tengah sengitnya persaingan bisnis biro perjalanan di Jember. CV. Luna Tour and Organizer berdiri dengan Akta Notaris Nomor 2 tanggal 3 Januari 2006 dan disahkan oleh PN Jember dengan nomor 08/CV/2006 tanggal 4 Januari 2006 dan dengan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) No. 02.307-098.0-626.000. CV. Luna Tour and Organizer beralamat di Jalan Sumatra No. 82 B Jember, Telepon 0331 – 321939 dan Fax no 0331 – 321939.

Peneliti mengambil lokasi ini sebagai objek penelitian karena sesuai dengan bahasan yang diteliti yaitu pada CV. Luna Tour and Organizer menjalankan aktivitas produksi atau operasi yang berupa pelayanan jasa dibidangnya secara berkualitas dan juga perusahaan ini telah tercatat di dinas pariwisata sebagai biro perjalanan yang memiliki ijin usaha. Sesuai dengan visi perusahaan yaitu *service is our life style*, sedangkan misinya yaitu menjadi perusahaan biro perjalanan dan event organizer yang profesional di usia muda serta menjadi perusahaan yang handal dalam bidang jasa dengan motto “Full of Joy’N Fun”. Luna Tour and Organizer memiliki beberapa program layanan yaitu:

a. Program layanan tour and travel

Program ini memberikan pelayanan kepada public berupa paket-paket perjalanan wisata ke berbagai tempat di Indonesia. Dalam program layanan Tour and Travel ini, terdapat program khusus yang disesuaikan dengan permintaan dan kebutuhan konsumen.

Yang termasuk dalam program layanan Tour and Travel adalah :

- 1) Paket Jogja
- 2) Paket Bali Dewata
- 3) Paket Lombok Bersinar
- 4) Paket Bandung PExtravaganza
- 5) Paket Jakarta
- 6) Paket Sumatera
- 7) Paket Kalimantan
- 8) Paket Sulawesi
- 9) Paket Inbound/ Luar Negri

b. Program layanan event organizer

Program layanan event organizer ini meliputi program-program pelaksana kegiatan. Beberapa program event organizer ini ada yang bersifat paten dan ada yang bersifat incidental sesuai dengan kebutuhan dan trend yang sedang berlaku dalam masyarakat. Beberapa bentuk program event organizer terbagi dalam beberapa paket yaitu :

- 1) Paket Ulang Tahun
- 2) Paket Launching Produk
- 3) Paket MICE (*Meeting, Intensive, Canvention, Exhibition*)

c. Program layanan petualangan.

Program ini merupakan program khusus yang dikembangkan oleh Luna Tour and Organizer. Program ini merupakan program layanan minat khusus bagi

masyarakat yang menyukai petualangan dan tantangan alam. Beberapa program Layanan Petualangan ini terbagi dalam beberapa paket yaitu :

- 1) Paket Outbond Alam
 - 2) Paket *SOFT GUN*
 - 3) Paket Wargame Outbond
- d. Online E-Ticket all maskapai

Luna Tour and Organizer juga memiliki bidang bisnis berupa pelayanan pemesanan tiket pesawat terbang dengan tujuan keberbagai kota di Indonesia. Cabang usaha ini disusun untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat mobilitasnya. Sehingga dengan pelayanan program ini maka Luna Tour and Organizer juga dapat turut berperan serta dalam meningkatkan kemudahan transformasi dan transportasi daerah.

Program layanan tersebut menjadi produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pelanggan. Produk tersebut dikemas semenarik mungkin sehingga pelanggan pun akan tergiur dengan layanan yang akan diberikan perusahaan. Pada bidang tour saja, perusahaan mampu menjual beberapa paket wisata dalam sebulan. Produk yang dijual oleh perusahaan bermacam-macam tergantung dari permintaan pelanggan. Berikut data penjualan paket wisata perusahaan pada bidang tour dalam lima tahun terakhir.

Tabel 1.5 Data penjualan paket wisata dalam 5 tahun terakhir

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Januari	4	4	3	4	3	4
Februari	3	4	3	4	4	3
Maret	4	5	4	4	3	5
April	4	3	4	4	4	4
Mei	4	3	3	4	4	3
Juni	3	4	4	3	0	0
Juli	3	4	0	0	1	-
Agustus	1	0	1	2	3	-
September	0	1	3	4	4	-
Oktober	2	4	4	3	3	-
November	4	3	3	3	5	-
Desember	3	3	4	4	4	-
Total	35	38	36	39	38	19

Sumber: CV. Luna Tour and Organizer

Pelaksanaan proses operasi yang lancar dan tepat waktu dengan tingkat kualitas yang sesuai dengan permintaan konsumen harus dilaksanakan oleh perusahaan untuk memperoleh pangsa pasar dan loyalitas konsumen. Setiap perusahaan pasti memiliki standar dalam kegiatan produksi dan operasinya. Standar itu adalah sebagai acuan dalam melaksanakan kegiatan produksi dan operasi pada perusahaan. Standar yang ditetapkan pun berbeda-beda di setiap perusahaan, namun pada intinya tetap sama yaitu untuk mempermudah karyawan dalam melaksanakan kegiatan produksi dan operasi, serta menjaga kualitas produk dan layanan demi kepuasan pelanggan.

Karyawan pada CV. Luna Tour and Organizer memiliki pedoman kerja dalam menjalankan proses operasi. Sehingga setiap karyawan memiliki tanggung jawab masing-masing terhadap pekerjaannya untuk memberikan layanan jasa yang memuaskan kepada pelanggan. Pedoman kerja yang diterapkan pada perusahaan disebut dengan intruksi kerja. Intruksi kerja digunakan oleh perusahaan sebagai salah satu bentuk dari pengendalian proses operasi untuk menghasilkan layanan jasa yang optimal. Intruksi kerja merupakan bagian dari peraturan tertulis yang membantu mengontrol perilaku anggota organisasi dalam menjalankan kegiatan operasional.

Intruksi kerja yang baik harus ditulis oleh seseorang yang banyak mengetahui aktifitas dan struktur internal organisasi. Intruksi kerja yang ditetapkan pun berbeda pada setiap perusahaan biro perjalanan. Adanya pegawai yang menyimpang dari intruksi kerja merupakan suatu hal yang dapat menyebabkan layanan jasa dari perusahaan kurang optimal. Hal tersebut bisa saja disebabkan oleh beberapa faktor seperti intruksi kerja yang tidak tertulis atau kurang jelas sehingga belum dapat dipahami dengan oleh pegawai, adanya miskomunikasi saat proses operasi berlangsung, pelatihan yang kurang maksimal untuk pegawai dan kurangnya kesadaran diri sang pegawai. Ketika proses operasi berjalan tidak berdasar intruksi kerja yang berlaku, maka akan menimbulkan suatu permasalahan yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Karena pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, sang karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan untuk menjalankan proses operasinya yaitu berupa pelayanan.

CV. Luna Tour and Organizer yang bergerak di bidang tour tentu menetapkan kebijakan tertentu yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan operasional tour. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengambil judul “pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer di Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Penyelenggaraan tour/ perjalanan wisata perlu mengacu kepada sistem kepariwisataan yang meliputi komponen-komponen wisata yaitu wisatawan, atraksi wisata, transportasi (accessability), dan amenitas (sarana pendukung kepariwisataan). Hal yang penting dalam kajian ini perusahaan harus merumuskan kebijakan yang berhubungan dengan komponen-komponen wisata selanjutnya akan dijadikan dasar/ ukuran dalam kegiatan operasi tour yang secara teknis akan diwujudkan dalam bentuk pengendalian proses operasi.

Untuk mengkaji hal tersebut maka fokus penelitian adalah pada pengendalian proses operasi di bidang tour. Berdasarkan uraian tersebut, maka permasalahan yang

diangkat dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer di Jember?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu jawaban dari rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yaitu:

a. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan wawasan, referensi, dan informasi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, tentunya sesuai dengan bahasan yang di ungkap oleh peneliti.

b. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pikiran atau masukan yang berdampak positif bagi perusahaan khususnya mengenai pengendalian operasi.

c. Bagi Peneliti

Memberikan berbagai wawasan, pengalaman, dan teori-teori baru mengenai biro perjalanan, khususnya tentang pengendalian operasi pada biro perjalanan.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Produksi dan Operasi

Kegiatan-kegiatan manajemen produksi dan operasi-operasi tidak hanya menyangkut pemrosesan (*manufacturing*) berbagai barang. Dalam kenyataannya, akhir-akhir ini berkembang cukup pesat usaha-usaha di sektor jasa. Organisasi-organisasi penyedia jasa seperti bisnis jasa pengiriman barang, hotel, restaurant, dan biro perjalanan wisata memproduksi jasa (pelayanan) sebanding dengan perusahaan manufacturing. Atas dasar perkembangan tersebut manajemen produksi dan manajemen operasi dapat dikatakan memiliki pengertian yang sama.

Adapun beberapa pengertian manajemen produksi dan operasi menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

Menurut Handoko (2000:3), "Manajemen produksi dan operasi merupakan usaha-usaha pengelolaan secara optimal penggunaan sumber daya-sumber daya (atau sering disebut faktor-faktor produksi) – tenaga kerja, mesin-mesin, peralatan, bahan mentah dan sebagainya dalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa."

Kegiatan untuk meningkatkan kegunaan atau daya guna suatu barang atau jasa, sering dikenal sebagai kegiatan pentransformasian masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), tidaklah dapat dilakukan sendiri, tetapi dibutuhkan bantuan dan dilakukan secara bersama-sama dengan orang lain, sehingga diperlukan kegiatan manajemen. Kegiatan manajemen ini dibutuhkan untuk mengatur dan mengkombinasikan faktor-faktor produksi yang berupa sumber daya-sumber daya dan bahan guna dapat meningkatkan kegunaan dari barang atau jasa tersebut secara efektif dan efisien, dengan memanfaatkan keterampilan atau skills yang dimiliki para manajernya.

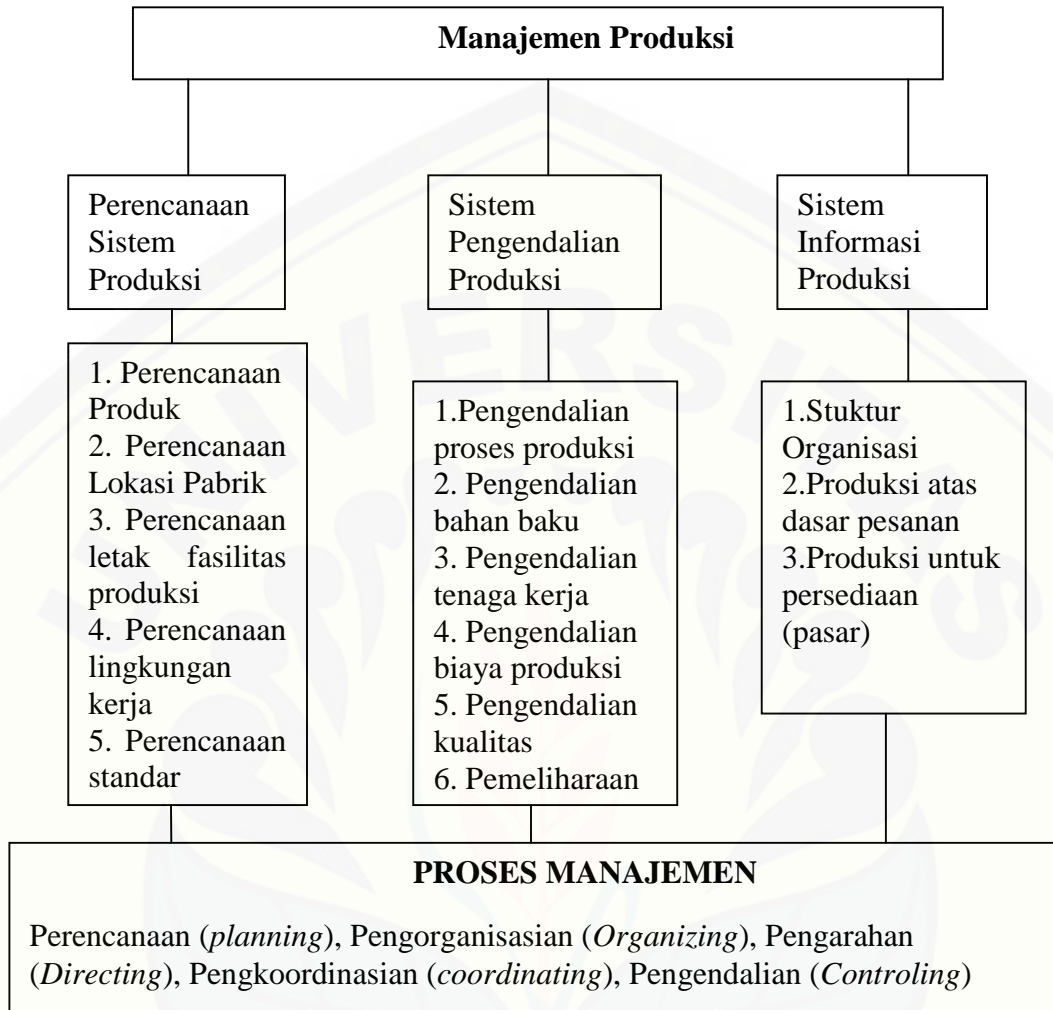
Menurut Assauri (1993:17), manajemen produksi dan operasi adalah sebagai berikut:

“Manajemen produksi dan operasi merupakan kegiatan untuk mengatur dan mengkoordinasikan penggunaan sumber-sumber daya yang berupa sumber daya manusia, sumber daya alat dan sumber daya dana serta bahan secara efektif dan efisien, untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa.”

Assauri (1993:30) juga mengemukakan bahwa ada empat fungsi terpenting dalam fungsi produksi dan operasi yaitu:

- a. Proses pengolahan, merupakan metode atau teknik yang digunakan untuk pengolahan masukan (*inputs*)
- b. Jasa-jasa penunjang, merupakan sarana yang berupa pengorganisasian yang perlu untuk penetapan teknik dan metode yang akan dijalankan, sehingga proses pengolahan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.
- c. Perencanaan, merupakan penetapan keterkaitan dan pengorganisasian dari kegiatan produksi dan operasi yang akan dilakukan dalam suatu dasar waktu atau periode tertentu.
- d. Pengendalian atau pengawasan, merupakan fungsi untuk menjamin terlaksananya kegiatan sesuai dengan yang direncanakan, sehingga maksud dan tujuan untuk penggunaan dan pengolahan masukan (*inputs*) pada kenyataannya dapat dilaksanakan.

Manajemen produksi mencakup kegiatan-kegiatan yang cukup luas yang menyangkut bermacam-macam keputusan, baik keputusan jangka pendek maupun keputusan jangka panjang mengenai rancangan daripada system produksi dan rancangan operasi dan system pengendalian. Menurut Ahyari (2002:63) ruang lingkup manajemen produksi jika digambarkan akan menjadi Gambar 2.1 seperti dibawah ini:



Gambar 2.1 Ruang Lingkup Manajemen Produksi (Sumber: Ahyari, 2002)

Gambar 2.1 menyatakan bahwa manajemen produksi merupakan suatu proses manajemen yang meliputi beberapa keputusan dalam bidang-bidang persiapan produksi, termasuk diantaranya adalah perencanaan sistem produksi. Keputusan-keputusan yang akan diambil ini dapat merupakan keputusan untuk perencanaan jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang. Dengan demikian dapat disebutkan bahwa ruang lingkup dari manajemen produksi ini akan terdiri dari tiga hal tersebut diatas, yaitu perencanaan sistem produksi, sistem pengendalian produksi dan sistem informasi produksi.

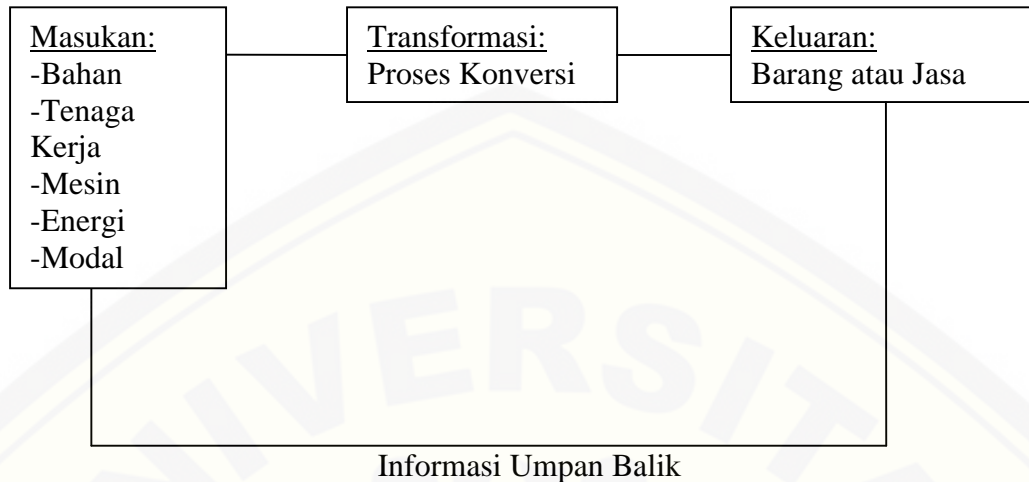
Luasnya ruang lingkup manajemen produksi dan operasi menuntut penanganan yang teliti dan diperlukannya sumber daya manusia menguasai bidang manajemen dan teknik proses produksi perusahaan. Manajemen produksi dan operasi merupakan bagian yang mempunyai peran dominan dalam perusahaan untuk menghasilkan komoditas perusahaan yang memenuhi standar kualitas dan permintaan pasar. Penanganan optimal perusahaan pada manajemen produksi dan operasi merupakan kunci awal keberhasilan untuk mampu menjalankan proses produksi yang menghasilkan produk berkualitas, memenuhi keinginan konsumen dan bersaing di pasar.

2.2 Proses Produksi dan Operasi

Menurut Assauri (1993:34), sistem produksi dan operasi adalah suatu keterkaitan unsur-unsur yang berbeda-beda secara terpadu, menyatu dan menyeluruh dalam pentransformasian masukan menjadi keluaran.

Suatu proses didefinisikan sebagai integrasi sekuensial (berurutan) dari orang, material, metode, dan mesin atau peralatan dalam suatu lingkungan guna menghasilkan nilai tambah output untuk pelanggan. Suatu proses mengkonversi *input* terukur ke dalam *output* terukur melalui sejumlah langkah sekuensial yang terorganisasi.

Sistem proses produksi dan operasi dapat lebih jelas terlihat jika digambarkan seperti dibawah ini:



Gambar 2.2 Sistem Produksi dan Operasi (Sumber : Assauri, 1993)

Dari gambar 2.2 terlihat bahwa masukan-masukan tersebut dikonversikan ke dalam barang atau jasa yang menjadi keluaran dengan menggunakan teknologi proses tertentu yang merupakan metode tertentu yang dipergunakan untuk mentransformasikan berbagai masukan menjadi keluaran. Dalam gambar tersebut juga terlihat bahwa informasi umpan balik dipergunakan untuk mengendalikan teknologi proses atau masukan. Hal ini merupakan hal yang mendasar dalam produksi dan operasi, yang mana umpan balik (*feedback*) dipergunakan untuk mengendalikan masukan dalam menghasilkan keluaran yang diinginkan. Kegiatan ini merupakan tanggung jawab seorang manajer produksi dan operasi untuk menggunakan informasi umpan balik untuk secara kontinyu menyesuaikan bauran masukan dan teknologi yang dibutuhkan untuk memperoleh keluaran yang diinginkan.

Assauri (1993:37) juga berpendapat bahwa dalam pelaksanaan sistem produksi dan operasi terutama dalam kegiatan menghasilkan produk yang berupa barang, terdapat tiga macam proses yaitu:

- a. Proses produksi yang kontinyu (*continuous process*)
Dalam pelaksanaannya, peralatan produksi yang digunakan disusun, dan diatur dengan memperhatikan urutan-urutan kegiatan atau routing dalam menghasilkan produk tersebut, serta arus bahan dalam proses telah distandarisasi.
- b. Proses produksi yang terputus-putus (*intermittent process*)

Kegiatan produksi yang dilakukan tidak standar, tetapi didasarkan pada produk yang dikerjakan, sehingga peralatan produksi yang digunakan disusun dan diatur dapat bersifat lebih luwes (*flexible*) untuk dapat dipergunakan bagi menghasilkan berbagai produk dan berbagai ukuran.

- c. Proses produksi yang bersifat proyek
Kegiatan produksi dilakukan pada tempat dan waktu yang berbeda-beda, sehingga peralatan produksi yang digunakan ditempatkan di tempat atau lokasi dimana proyek tersebut dilaksanakan dan pada saat yang direncanakan.

Selanjutnya Ahyari (2002:287-309) menyebutkan bahwa dalam proses produksi terdapat beberapa tipe, antara lain :

- a. Proses Produksi Tipe A
Proses produksi tipe A merupakan proses produksi dimana pada setiap tahap proses dapat diperiksa secara mudah, artinya didalam proses produksi semacam ini, pemeriksaan dapat dilakukan kapan saja dan pada tahap apa saja saat dikehendaki dilaksanakan pemeriksaan. Pemeriksaan yang dilakukan pada setiap tahap proses ini pada umumnya tidak akan menimbulkan gangguan proses produksi sejauh dilaksanakan dengan wajar.
- b. Proses Produksi Tipe B
Proses produksi tipe B didalam hubungannya dengan pengendalian kualitas proses ini adalah merupakan proses produksi dimana ciri utama dari proses produksi ini adalah bahwa masing-masing tahap proses terdapat ketergantungan yang kuat. Dengan demikian maka pemeriksaan proses produksi untuk mengawasi kualitas proses hanya dapat dilaksanakan pada tahap-tahap tertentu saja.
- c. Proses Produksi Tipe C
Proses produksi yang dikategorikan menjadi proses produksi tipe C didalam pengendalian kualitas proses ini adalah merupakan proses produksi assembling atau sering dikenal dengan nama proses perakitan. Didalam pelaksanaannya proses produksi ini agak berbeda dengan proses produksi yang telah dibicarakan terdahulu, karena proses utama yang dikerjakan adalah melaksanakan perakitan dari komponen-komponen bahan yang telah diproduksi oleh perusahaan-perusahaan yang lain(atau dapat juga perusahaan yang sama dengan bagian proses yang berbeda).
- d. Proses Produksi Tipe D
Perusahaan yang tergabung didalam proses produksi type D ini adalah perusahaan-perusahaan dimana proses produksinya mempergunakan mesin dan peralatan produksi yang bersifat otomatis. Didalam kaitannya dengan proses produksi type D ini, maka perlu kiranya diketahui beberapa perbedaan yang ada antara mekanisasi dan otomatisasi.

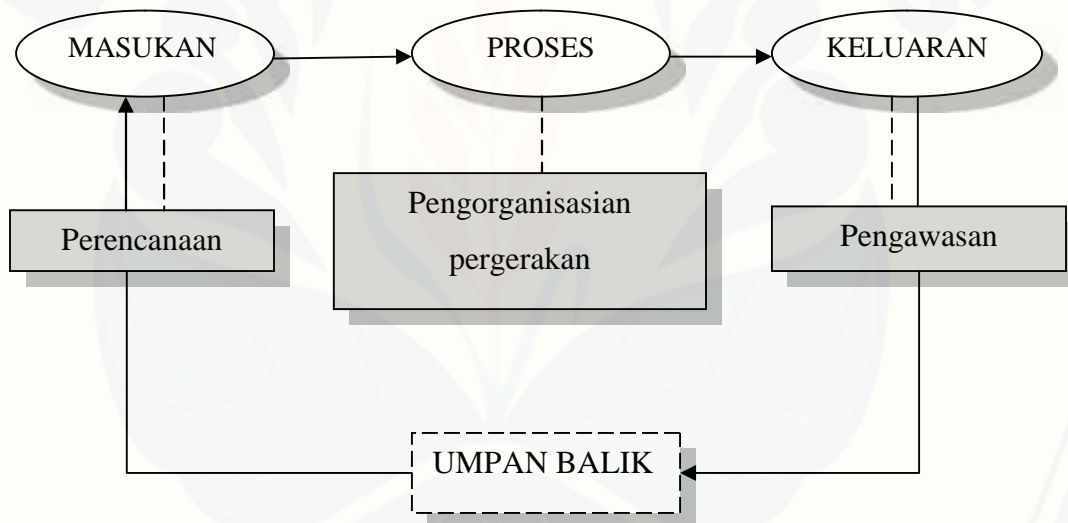
e. Proses Produksi Tipe E

Didalam pelaksanaan pengendalian kualitas proses produksi maka proses produksi type E adalah merupakan proses produksi untuk perusahaan-perusahaan perdagangan dan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan jasa.

2.3 Proses Produksi Wisata

2.3.1 Ilustrasi Proses Produksi Wisata

Proses produksi wisata merupakan rentetan kegiatan menggabungkan beberapa komponen wisata, mengelolah, dann selanjutnya mewujudkannya dalam suatu penyelenggaraan yang berintikan kesan dan pengalaman wisatawan. Suyitno (2001) mengilustrasikan proses tersebut dengan bagan sebagai berikut:



Gambar 2.3 Keterkaitan antara proses produksi wisata dengan pengelolaan wisata (Sumber: Suyitno, 2001)

Dari bagan di atas dapat dijelaskan hal hal berikut:

- Secara keseluruhan proses produksi wisata mencakup komponen masukan (*input*), proses (*process*), dan keluaran (*output*).
- Komponen yang dikandung pada setiap tahapan adalah sebagai berikut:

- 1) Masukan, berintikan kegiatan perencanaan yaitu kegiatan merencanakan produk dan perlakuan terhadap produk tersebut,
 - 2) Proses, berintikan kegiatan pengorganisasian dan penggerakan, yaitu mengkonsolidasikan, membagi tugas, dan tanggung jawab kepada tiap-tiap komponen dan faktor yang direncanakan terlibat dalam wisata. Bentuk kegiatannya dapat berupa pemesanan tempat untuk transportasi, kamar hotel, makanan di restoran, penerbitan *guide order* kepada pramuwisata yang akan melaksanakan tugasnya dan sebagainya. Selanjutnya mewujudkan rencana tersebut dalam kegiatan nyata berupa penyelenggaraan wisata. Dalam penyelenggaraan wisata inilah semua aspek yang terlibat dalam wisata akan difungsikan. Kendaraan yang telah dipesan ddiberangkatkan, pramuwisata yang telah diberi tugas melaksanakan tugasnya, restoran menyiapkan makanan, hiburan dipertunjukkan, dan seterusnya.
 - 3) Keluaran, yang tak lain adalah produk (wisata) itu sendiri, berintikan kegiatan pengawasan atau evaluasi atas penyelenggaraan wisata. Evaluasi dapat bermakna ganda. Pertama, makna tersurat, bahwa wisatawan diperkenankan untuk mengisi tanggapan atas wisata yang telah diikuti dalam sebuah blanko yang berisi daftar pernyataan dan pertanyaan yang biasa disebut *questioner*. Evaluasi secara tersurat juga dapat dilakukan oleh penanggung jawab penyelenggaraan wisata (*guide, tour manager*) yang dilakukan dengan membuat laporan wisata atau biasa disebut *tour report*. Kedua, makna tersirat, yakni kesan dan tingkat pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan yang dapat dibaca melalui ekspresi dan perilakunya pada akhir wisata atau bahkan setelah wisata berlangsung.
- c. Evaluasi yang telah dilakukan dapat dipakai sebagai umpan balik (*feedback*) bagi perencanaan berikutnya. Jika pada penyelenggaraan wisata yang pertama kebanyakan wisatawan mengeluh karena AC bus bocor, makanan yang dihidangkan di restoran kurang enak, hotel tempat menginap kurang nyaman atau

pramuwisata yang memandu kurang sopan, maka untuk perencanaan wisata berikutnya kesan-kesan itu perlu dicermati dan dipertimbangkan guna perbaikan.

2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses Produksi Wisata

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi proses produksi wisata. Pada intinya faktor-faktor tersebut digolongkan menjadi dua faktor yaitu faktor makro dan faktor mikro. Faktor makro diartikan sebagai komponen yang bersifat global, yang tidak secara khusus diperuntukkan bagi kegiatan wisata. Sedangkan faktor mikro dapat diartikan sebagai komponen yang secara khusus dan langsung terlibat dalam mewujudkan wisata. Suyitno (2001:14) menjabarkan masing-masing faktor tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Faktor-faktor Makro

Faktor-faktor makro yang mempengaruhi proses produksi wisata antara lain sebagai berikut:

- 1) Faktor ekonomi, mencakup seluruh aspek dalam sektor ekonomi seperti kondisi moneter, tingkat pendapatan rata-rata penduduk, tingkat daya beli masyarakat, fasilitas perbankan, dan lain-lain.
- 2) Faktor sosial budaya, adalah aspek-aspek yang menyangkut kondisi sosial masyarakat serta pola dan pandangan hidupnya.
- 3) Faktor geografi, adalah faktor yang berhubungan dengan kondisi alam suatu daerah atau negara.
- 4) Faktor teknologi, tak dapat dipungkiri bahwa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat berpengaruh terhadap proses produksi wisata.
- 5) Prasarana dan sarana wisata, prasarana seperti jalan raya, terminal, bandar udara, pelabuhan laut, tempat parkir dan lain-lain. Adapun sarana merupakan komponen yang membentuk wisata itu sendiri.
- 6) Sumber daya manusia, mencakup semua personal yang terlibat dalam perencanaan, penyelenggaraan hingga akhir dan tindak lanjut dari suatu wisata.
- 7) Pemerintah, sebagai pengendali suatu daerah, negara atau kawasan wilayah.

b. Faktor-faktor mikro

Disamping faktor-faktor makro sebagaimana telah dipaparkan di atas, proses produksi wisata juga dipengaruhi oleh faktor-faktor mikro. Faktor-faktor mikro tersebut antara lain adalah:

- 1) Wisatawan, sebagai pelaku wisata memiliki peran ganda, yakni sebagai konsumen dan sebagai komponen produksi. Tingkat pengaruh wisatawan dalam proses produksi wisata dapat kita identifikasi melalui dua hal, yaitu profil wisatawan dan motivasi.
 - a) Profil wisatawan yaitu hal-hal yang merupakan siri-ciri khusus wisatawan yang membedakannya antara yang satu dengan yang lain. Karakteristik ini muncul karena dua latar belakang, yaitu:
 - (1) Latar belakang lingkungan, dapat berupa kondisi alam, latar belakang sejarah, kebudayaan, politik, ekonomi, serta faktor sosial.
 - (2) Latar belakang pribadi, antara lain tingkat umur wisatawan, jenis kelamin, pendidikan serta profesi atau mata pencaharian.
 - b) Motivasi yaitu hal-hal apa saja yang mendorong seseorang melakukan wisata. Motivasi ini dapat beragam. Mcintosh membagi motivasi ini ke dalam empat kelompok sebagai berikut:
 - (1) Motivasi fisik (*physical motivations*), yakni motivasi yang berhubungan dengan kebutuhan fisik, seperti olahraga, santai, kesehatan, istirahat, dan lain-lain.
 - (2) Motivasi budaya (*cultural motivations*), yakni motivasi yang berhubungan dengan keinginan untuk mengetahui daerah atau negara lain, penduduknya, tata cara hidupnya, bangunannya, musik dan tariannya, dan lain-lain.
 - (3) Motivasi interpersonal (*interpersonal motivations*), yakni motivasi yang berhubungan dengan keinginan untuk bertemu dengan sanak saudara, teman tetangga atau berkenalan, berjumpa dengan orang-orang tertentu atau sekedar melihat tokoh-tokoh terkenal, penyanyi, bintang film, dan lain-lain.
 - (4) Motivasi status dan prestise (*status and prestige motivations*), yakni motivasi yang berhubungan dengan keinginan untuk meningkatkan gengsi, derajat hidup di mata orang lain dengan melakukan suatu perjalanan yang tidak semua orang dapat melakukannya.
- 2) Waktu, memberikan pengaruh yang besar terhadap berlangsungnya sebuah wisata, karena waktulah yang memungkinkan sebuah wisata itu dapat diselenggarakan. Dalam wisata, waktu dapat diasumsikan sebagai:
 - a) Saat penyelenggaraan, yakni kapan wisata tersebut diselenggarakan.
 - b) Lama penyelenggaraan atau durasi (*duration*), yakni berapa lama sebuah wisata diselenggarakan.
- 3) Harga, berhubungan erat dengan kelas wisata, apakah *deluxe*, *standard*, *economy* atau bahkan *budget class*. Harga yang mahal dengan menggunakan fasilitas serba kelas utama akan berbeda dengan

wisata yang disusun dengan harga yang murah dengan fasilitas kelas ekonomi. Besarnya harga dan jenis kelas ini pada akhirnya berpengaruh terhadap proses penyelenggaraan wisata dan secara otomatis berpengaruh pula terhadap wujud wisata yang diselenggarakan.

Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang telah diuraikan diatas memiliki pengaruh yang besar terhadap proses produksi wisata. Proses produksi wisata yang mencakup masukan (*input*), proses (*process*), dan keluaran (*output*) menjadi kegiatan utama dari perusahaan jasa yang bergerak di bidang pariwisata. Hal ini dikarenakan wisatawan langsung terlibat dalam proses produksi yang memiliki peran ganda yaitu sebagai konsumen dan sebagai komponen produksi. Dikatakan sebagai konsumen karena wisatawanlah yang membeli dan menikmati wisata itu atau dengan kata lain ia menjadi objek dari sebuah wisata. Sedangkan wisatawan dikatakan sebagai komponen dari suatu proses produksi wisata, karena ia terlibat langsung dalam pembentukan wisata itu.

2.3.3 Komponen Wisata

Wisata terjadi karena adanya keterpaduan antara berbagai fasilitas yang saling mendukung dan berkesinambungan. Setiap fasilitas memiliki peranan yang sama pentingnya dalam mewujudkan wisata tersebut. Fasilitas-fasilitas yang dilibatkan dalam penyelenggaraan wisata tersebut. Fasilitas-fasilitas yang dilibatkan dalam penyelenggaraan wisata itu lazim disebut sebagai komponen wisata, yang antara lain menurut Suyitno (2001) meliputi hal-hal berikut:

- a. Sarana Transportasi
Sarana transportasi berkaitan erat dengan mobilisasi wisatawan. dalam perkembangan pariwisata dewasa ini alat transportasi tidak hanya dipakai sebagai sarana untuk membawa wisatawan dari satu tempat ke tempat lain saja, namun juga digunakan sebagai atraksi wisata yang menarik. Sebagai komponen wisata, maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan sehubungan dengan sarana transportasi ini, antara lain: jenis, fasilitas, biaya, lokasi, dan lain-lain.
- b. Saran Akomodasi
Sarana akomodasi dibutuhkan apabila wisata diselenggarakan dalam waktu lebih dari 24 jam dan direncanakan untuk menggunakan sarana

akomodasi tertentu sebagai tempat menginap. Sepintas lalu sarana akomodasi berfungsi sebagai tempat istirahat sementara selama menunggu kegiatan wisata yang utama, namun ada juga wisatawan tertentu yang menghabiskan waktu wisatanya hanya berdiam diri di hotel untuk sekedar santai, membaca, berenang atau kegiatan lain. Akomodasi sebagai komponen wisata memiliki berbagai jenis, mulai dari *home stay*, losmen, motel, *youth hostel*, hotel melati hingga hotel berbintang. Untuk menempatkannya sebagai bagian dari suatu wisata, maka perlu diperhatikan beberapa hal, antara lain: jenis, fasilitas, harga, lokasi, dan lain-lain.

c. Sarana Makan dan Minum (restoran)

Dilihat dari lokasinya, ada restoran yang berada di hotel dan menjadi bagian atau fasilitas otel yang bersangkutan. Ada pula restoran yang berdiri sendiri secara independent. Di mana pun restoran itu berada, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain: jenis atau kelas, menu, fasilitas, harga, lokasi, dan lain-lain.

d. Objek dan Atraksi Wisata

Objek dan atraksi wisata dapat dibedakan atas dasar asal-usulnya yang menjadi karakteristik objek atau atraksi tersebut, yaitu: objek atau atraksi wisata yang bersifat alami, buatan manusia serta perpaduan antara buatan manusia dan keadaan alami. Selain itu objek dan atraksi wisata dapat pula dibedakan menurut bentuknya, sehingga mengenal: objek wisata alam, budaya, agama, dan lain-lain. Karena kebanyakan tujuan berwisata adalah untuk bersenang-senang, maka objek dan atraksi wisata ini paling dominan mewarnai kualitas wisata yang diselenggarakan. Untuk itu perlu diperhatikan beberapa hal, antara lain: daya tarik, lokasi, fasilitas, biaya, dan kemudahan-kemudahan lainnya.

e. Sarana Hiburan (*Entertainment and Amusement*)

Hiburan pada hakikatnya merupakan salah satu bentuk atraksi wisata. Hiburan tersebut dapat bersifat massal, digelar unntuk masyarakat umum, dan bahkan melibatkan masyarakat secara langsung serta tidak adanya pungutan biaya bagi yang menikmatinya. Hiburan semacam ini disebut *amusement*. Akan tetapi ada pula hiburan yang digelar secara khusus dan ada pungutan biaya bagi yang ingin menikmatinya. Hiburan seperti ini disebut *entertainment*. *Entertainment* dapat terjadi di hotel, restoran atau tempat-tempat yang secara khusus dipersiapkan untuk penyelenggaraan hiburan tersebut. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam memasukkan hiburan sebagai komponen wisata antara lain: daya tarik, kapasitas, fasilitas, lokasi, dan biaya.

f. Toko Cenderamata

Komponen wisata ini erat kaitannya dengan oleh-oleh, atau kenang-kenangan dalam bentuk barang tertentu. Barang-barang yang dijual biasanya memiliki ciri khusus sesuai dengan kondisi daerah tempat toko

cinderamata tersebut berada. Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk komponen ini antara lain: jenis barang, kapasitas, lokasi, harga, dan kualitas.

g. **Pramuwisata dan Pengatur Wisata (*Guide and Tour Manager*)**

Pramuwisata dan pengatur wisata, kedua-duanya merupakan petugas purna jual yang bertindak sebagai wakil perusahaan yang mengelola wisata untuk membawa, memimpin, memberi informasi, dan layanan lain kepada wisatawan sesuai dengan acara yang telah disepakati. Dalam kaitannya dengan penyelenggaraan wisata, maka pramuwisata dapat dibedakan menjadi dua:

- 1) *Tour guide*, yaitu pramuwisata yang bertugas memandu wisatawan dari awal keberangkatan hingga kembali ke tempat semula.
- 2) *Local guide*, yaitu pramuwisata yang bertugas memandu wisatawan hanya di objek-objek tertentu saja.

Pada jenis wisata tertentu, selain melibatkan pramuwisata diperlukan juga pengatur wisata. Secara organisatoris, pengatur wisata memiliki kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pramuwisata. Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk kedua komponen tersebut antara lain: keahlian, jenis, dan biaya.

Ketujuh komponen tersebut tidak selamanya selalu dilibatkan dalam penyelenggaraan wisata, tergantung atas kondisi wisata yang diselenggarakan, baik menyangkut jenis maupun kondisi harganya.

2.4 Jasa

Jasa (*service*) adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya mungkin terikat atau tidak pada produk fisik (Kotler dalam Nasution, 2005:75). Tawaran perusahaan ke pasar biasanya mencakup beberapa jasa. Komponen jasa dapat merupakan bagian kecil atau bagian utama dari total penawaran. Kotler (dalam Nasution, 2005:76) membedakan penawaran menjadi lima kategori, yaitu:

- a. **Barang berwujud murni**
Penawaran hanya terdiri dari barang berwujud, seperti sabun, pasta gigi atau garam. Tidak ada jasa yang menyertai produk itu.
- b. **Barang berwujud yang disertai jasa**
Penawaran terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik konsumennya. Contohnya,

produsen mobil tidak hanya menjual sebuah mobil. Levitt mengamati bahwa “semakin canggih teknologi produk generik (seperti mobil dan komputer), penjualnya semakin tergantung pada kualitas dan tersedianya pelayanan jasa kepada pelanggan yang menyertainya”. Misalnya ruang pameran, pengiriman, perbaikan dan pemeliharaan, bantuan aplikasi, pelatihan operator, nasihat, instalasi, dan pemenuhan garansi. Dalam hal ini, General Motors mungkin lebih intensif pada jasa daripada manufaktur. Tanpa jasa, penjualannya menyusut. Kenyataannya, banyak produsen sekarang menemukan peluang untuk menjual jasa mereka sebagai pusat laba tersendiri.

- c. Campuran
Penawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama, misalnya orang mengunjungi restoran untuk makanannya dan pelayanannya.
- d. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan
Penawaran terdiri dari satu jasa utama disertai jasa tambahan dan atau barang pendukung, contohnya penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi. Mereka sampai ke tempat tujuan tanpa sesuatu yang berwujud untuk membuktikan pengeluaran mereka. Namun, perjalanan itu meliputi juga beberapa barang yang berwujud, seperti makanan dan minuman, potongan tiket, dan majalah penerbangan. Jasa tersebut memerlukan barang padat modal, yaitu pesawat udara.
- e. Jasa murni
Penawaran hanya terdiri dari jasa. contohnya jasa menjaga bayi, psikoterapi, dan jasa memijat.

Menurut Berry (dalam Nasution, 2004:8-9), jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu:

- a. Tidak berwujud (*intangible*)
Artinya jasa tidak dapat dilihat, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli. Misalnya, orang yang akan menjalani bedah plastik tidak dapat melihat hasilnya sebelum membeli, penumpang pesawat terbang tidak mempunyai apapun kecuali tiket dan jam diterbangkan dengan selamat ke tujuan mereka.
- b. Tidak terpisahkan (*insparibility*)
Berarti bahwa jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, entah penyediannya itu manusia atau mesin. Bila karyawan jasa menyediakan jasa karyawan, maka karyawan adalah bagian dari jasa. karena pelanggan juga hadir yang juga merupakan sifat khusus dari jasa. baik penyedia jasa maupun pelanggan mempengaruhi hasil jasa tadi.
- c. Keanekaragaman (*variability*)

Jasa bersifat sangatberaneka ragam karena merupakan nonstandardized output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

d. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

2.5 Kualitas

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksi/operasinya pasti menghasilkan produk/jasa yang memiliki kualitas atau mutu tertentu. Kualitas memiliki peranan penting bagi perusahaan dalam menempatkan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan di pasaran. “kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/ tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen”, (Garvin dan Davis dalam Nasution, 2005: 3). Menurut Tampubolon (2004: 82), “mutu adalah kemampuan suatu produk, baik itu barang maupun jasa/ layanan untuk memenuhi keinginan pelanggannya. Sehingga setiap barang atau jasa selalu diacu untuk memenuhi mutu yang diminta pelanggan melalui pasar”. Sedangkan menurut Prawirosentono (2007: 6), “mutu suatu produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan”. Prawirosentono (2007: 5) juga mengemukakan bahwa:

Pengertian mutu dipandang dari sisi produsen harus dikaitkan dengan berbagai segi yang melingkupi manajemen mutu atau *management of quality*. Jadi secara sistematis manajemen mutu terpadu meliputi:

- a. Merancang produk (*produk designing*)
- b. Memproduksi secara baik sesuai dengan rencana
- c. Mengirimkan produk ke konsumen dalam kondisi baik (*to deliver*)
- d. Pelayanan yang baik kepada konsumen (*good consumer service*)

Ada delapan dimensi kualitas yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas barang menurut Garvin (dalam Nasution, 2005: 4) yaitu:

- a. Performa (*performance*)

Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk.

- b. Keistimewaan (*features*)
Merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
- c. Keandalan (*reliability*)
Berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi tertentu. Dengan demikian keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan tingkat keberhasilan dalam penggunaan suatu produk, misalnya keandalan mobil adalah kecepatan.
- d. Konformasi (*conformance*)
Berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- e. Daya tahan (*durability*)
Merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan dari produk itu.
- f. Kemampuan pelayanan (*serviceability*)
Merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan/ kesopanan, kompetensi, kemudahan, serta akurasi dalam perbaikan.
- g. Estetika (*aesthetics*)
Merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi atau pilihan individual.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)
Bersifat subjektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk, seperti meningkatkan harga diri.

Bila dimensi-dimensi di atas lebih banyak diterapkan pada perusahaan manufaktur, maka berdasarkan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, Berry dan Parasuraman (dalam Nasution, 2005) berhasil mengidentifikasi lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa, yaitu seperti berikut:

- a. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

- d. Jaminan (assurance), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
- e. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Adapun beberapa manfaat yang dapat diambil oleh perusahaan menurut Tampubolon (2004: 84) yaitu:

- a. Reputasi Perusahaan (*Company Reputation*)
Apabila posisi perusahaan dapat sebagai pemimpin pasar (*market leader*), keadaan ini menunjukkan bahwa mutu perusahaan lebih baik dibandingkan pesaing lainnya. Sebaliknya, apabila perusahaan hanya pengikut pasar (*market follower*), maka perusahaan harus berusaha mengendalikan mutu produknya untuk lebih baik lagi (*market position*). Dengan demikian, mutu sangat bermanfaat di dalam membentuk reputasi perusahaan, melalui mutu hasil produksinya.
- b. Pertanggungjawaban Produk (*Product Liability*)
Merupakan suatu tantangan bagi perusahaan di dalam memasarkan suatu produk, apabila produk menimbulkan permasalahan bagi pelanggan atau pasar, adalah merupakan tanggung jawab dari perusahaan secara material maupun secara moral.
- c. Aspek Global (*Global Implication*)
Dalam era globalisasi yang diartikan bahwa setiap barang atau jasa yang dipasarkan secara internasional harus mampu bersaing di dalam mutu dan dari segi harga yang lebih murah, serta desain yang sesuai dengan permintaan pasar internasional, akibatnya adalah bahwa aspek global akan berpengaruh secara langsung terhadap mutu suatu hasil dari proses operasional.

Menurut Wyckof (dalam Nasution 2004: 47) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama yaitu:

- a. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* (keluaran) jasa yang diterima pelanggan.
- b. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
- c. *Corporate image*, yaitu profit, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Berdasarkan komponen-komponen di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa output jasa dan cara penyampaiannya merupakan faktor-faktor yang dipergunakan dalam menilai kualitas jasa. Oleh karena pelanggan terlibat dalam suatu proses jasa, maka sering kali penentuan kualitas jasa menjadi sangat kompleks.

Menurut Parasuraman (dalam Nasution 2004: 56) ada sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa yaitu:

- a. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu, berarti perusahaan tersebut memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal.
- b. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau persiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- c. *Competence*, artinya setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
- d. *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain.
- e. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahyangan dimiliki *contact person*, seperti resepsionis, operator telepon, dan lain-lain.
- f. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- g. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama dan reputasi perusahaan, karakteristik *pribadi contact person*, dan interaksi dengan pelanggan.
- h. *Security*, yaitu aman dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan finansial, dan kerahasiaan.
- i. *Understanding/ knowing the customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
- j. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa, misalnya kartu kredit plastik.

2.6 Pengendalian Proses Produksi /Operasi

Menurut Ahyari (2002: 44), “Pengendalian diartikan sebagai pengawasan yang sekaligus dapat mengambil beberapa tindakan untuk perbaikan yang diperlukan”. Pengawasan serta pengendalian atas semua aktivitas merupakan ciri-ciri dasar dari industri modern. Pengawasan dan pengendalian efektif atas pegawai, material, mesin-mesin, dan uang, membantu mendapatkan laba, yang begitu penting untuk sistem usaha.

Menurut Robbins (1999:526), “pengendalian dapat dirumuskan sebagai proses memantau kegiatan-kegiatan untuk memastikan bahwa kegiatan-kegiatan itu diselesaikan sebagaimana telah direncanakan dan proses mengoreksi setiap penyimpangan yang berarti”. Kegiatan pengendalian membantu memonitor kegiatan agar sesuai dengan perencanaan dan apabila terjadi penyimpangan maka dapat segera diketahuinya.

Tanpa memandang unsur-unsur manakah dari produksi yang direncanakan untuk diawasi dan dikendalikan, unsur tunggal maupun kombinasi, harus terdapat empat tahap dasar dalam sistem pengawasan/ pengendalian. Empat tahap pengendalian serta pengawasan dasar menurut Sitorus (1995: 1) adalah:

- a. Harus ada sebuah rencana.
- b. Laporan dari pekerjaan aktual harus dibuat dan dipelihara.
- c. Pekerjaan aktual harus secara kontinu dibandingkan dan dievaluasi dengan rencananya.
- d. Harus diambil tindakan koreksi dalam operasi produksi, apabila hasil evaluasi menunjukkan perlunya tindakan demikian.

Sitorus (1995: 5) juga mengungkapkan beberapa ciri-ciri dari prosedur pengawasan dan pengendalian yang baik yaitu:

- a. Kesederhanaan. Sistem pengawasan/ pengendalian harus dibuat se-sederhana mungkin. Makin sedikit formulir atau laporan yang harus disimpan, semakin mudah sistem beroperasi, dan lebih sedikit kemungkinan untuk kesalahan.
- b. Biaya rendah. Sebagaimana akan kita lihat dalam diskusi tentang banyak cara pengawasan dan pengendalian produksi, penghematan yang

- dihasilkannya sering tidak tampak nyata. Ini membuat sistem dengan biaya tinggi sulit dapat diterima baik.
- c. Informasi cukup dan tepat waktunya. Ini merupakan ciri-ciri utama dari tahap kedua dalam sistem pengawasan dan pengendalian: laporan/ catatan tentang pekerjaan aktual.
 - d. Fleksibilitas. Sistem pengawasan dan pengendalian yang baik memungkinkan dilakukannya perubahan-perubahan tanpa mengganggu jadwal utama, dan dengan biaya serta gangguan minimum.
 - e. Mengizinkan manajemen berdasarkan pengecualian. Sistem membuat laporan tentang pekerjaan aktual dan membandingkan serta mengevaluasinya dengan rencana pengawasan dan pengendalian, harus demikian hingga hanya situasi yang memerlukan tindakan koreksi, dilaporkan langsung pada manajemen atau personil pengawas.
 - f. Perencanaan memaksa dan tindakan koreksi. Perencanaan pengawasan serta pengendalian yang baik, harus memupuk perencanaan lebih baik untuk operasi di waktu mendatang. Lagi pula, perencanaan pengawasan dan pengendalian yang baik, memaksakan tindakan korektif, dengan melaporkan kegagalan pada tingkat manajemen berikutnya yang lebih tinggi.

Di dalam pelaksanaan proses produksi dari perusahaan-perusahaan pada umumnya, maka kelancaran pelaksanaan proses produksi merupakan suatu hal yang sangat diharapkan di dalam setiap perusahaan. Kelancaran dalam pelaksanaan proses produksi dari suatu perusahaan ini disamping dipengaruhi oleh sistem produksi yang ada di dalam perusahaan tersebut, maka pengendalian proses produksi di dalam perusahaan yang bersangkutan akan menentukan pula. Sistem produksi pada umumnya sudah dipersiapkan sebelum perusahaan tersebut melaksanakan proses produksinya. Untuk dapat melaksanakan proses produksi dengan baik maka disamping diperlukan adanya sistem produksi yang baik, sangat diperlukan pula terdapatnya pengendalian proses produksi yang tepat pula. Dengan terdapatnya sistem produksi yang baik serta diikuti dengan pengendalian proses yang tepat maka akan dapat diharapkan terdapatnya kelancaran pelaksanaan proses produksi dalam perusahaan yang bersangkutan tersebut.

Pengendalian proses produksi menurut Ahyari (2002:259) adalah “merupakan pengendalian kualitas produk (dan jasa) perusahaan dengan melalui pengendalian

kualitas proses yang dilaksanakan dalam perusahaan yang bersangkutan”. Ahyari (2002:52) menyebutkan bahwa pengendalian proses produksi terdapat beberapa unsur antara lain:

- a. Pengendalian proses produksi
Pengendalian proses produksi ini menyangkut tentang perencanaan dan pengawasan dari proses produksi dalam suatu perusahaan. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah perencanaan proses produksi, penentuan urutan dalam proses produksi, penentuan jadwal produksi, pemberian perintah kerja dalam melaksanakan proses produksi, evaluasi dan tindak lanjut dari pelaksanaan proses produksi dalam perusahaan yang bersangkutan.
- b. Pengendalian bahan baku
Bahan baku dalam suatu perusahaan merupakan unsur yang sangat penting dalam perusahaan. Pengendalian bahan baku sangat diperlukan untuk menjaga ketersediaan bahan baku dalam proses produksi. Ketiadaan bahan baku dalam suatu perusahaan akan berarti terhentinya proses produksi dari dalam perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, di dalam sebuah perusahaan tersedianya persediaan bahan baku untuk keperluan proses produksi merupakan suatu hal yang mutlak diperlukan.
- c. Pengendalian tenaga kerja
Pengendalian tenaga kerja pada perusahaan dilakukan agar proses produksi dapat berjalan lancar, produk yang dihasilkan sesuai dengan rencana baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Alokasi tenaga kerja langsung dan training yang tepat dalam perusahaan yang bersangkutan, pengukuran kerja yang akurat serta penggunaan metode kerja yang sesuai dengan pekerjaan yang diselesaikan serta penggunaan model yang cocok untuk pemecahan masalah pengendalian tenaga kerja akan menunjang pelaksanaan pengendalian tenaga kerja dalam perusahaan.
- d. Pengendalian biaya produksi
Biaya produksi yang dikeluarkan perusahaan dalam melaksanakan proses produksi perlu diperhatikan, untuk itu perlu direncanakan dan dikendalikan dengan sebaik-baiknya. Untuk dapat melakukan pengendalian biaya produksi dengan baik, perusahaan dapat mempergunakan model dan metode pengendalian biaya produksi antara lain penggunaan anggaran produksi, analisis selisih dalam biaya produksi dan penerapan konsep biaya relevan.
- e. Pengendalian kualitas
Kualitas produk mempunyai peranan yang cukup penting dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup dari suatu perusahaan. Berproduksi tanpa memperhatikan kualitas produk dapat berakibat terancamnya kehidupan perusahaan tersebut di masa mendatang.
- f. Pemeliharaan

Pemeliharaan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan pelaksanaan produksi. Penggunaan sarana dan fasilitas produksi yang terus menerus tanpa didukung pemeliharaan yang memadai akan menimbulkan kerusakan pada peralatan produksi yang digunakan dalam waktu singkat. Penggunaan sarana dan fasilitas produksi yang terus menerus tanpa didukung pemeliharaan yang memadai akan menimbulkan kerusakan pada peralatan produksi yang digunakan dalam waktu singkat.

Pengendalian tersebut berfungsi untuk menjaga produk yang dihasilkan oleh perusahaan agar tetap berkualitas dan terstandar seperti yang telah direncanakan. Pengendalian tersebut sangat berhubungan dengan produk akhir atau produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Pengendalian proses produksi memerlukan adanya suatu langkah atau tindakan yang dapat mendukung pelaksanaan pengendalian proses produksi.

2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan memakai tinjauan penelitian terdahulu sebagai bahan tambahan yang diperlukan sebagai salah satu bahan pemikiran dalam penelitian ini. Berikut ini adalah gambaran singkat yang menunjukkan perbedaan dan persamaan penelitian yang dilakukan oleh M. Faizin, Robet Casidi, dengan penelitian yang dilakukan oleh Adam Algian.

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

Keterangan	Penelitian Terdahulu		Penelitian Sekarang
	M. Faizin	Robet Casidi	Adam Algian
Nama	M. Faizin	Robet Casidi	Adam Algian
Tahun	2010	2011	2013
Judul Penelitian	Implementasi pengawasan proses produksi untuk mempertahankan kualitas produk	Pengendalian proses operasi dalam menjaga kualitas pelayanan	Pengendalian proses operasi
Objek Penelitian	CV. Semesta Prima Karya Jember	CV. Andhini Balung Kulon Jember	CV. Luna Tour and Organizer di Jember
Bidang Industri	Bergerak di bidang barang	Bergerak di bidang jasa	Bergerak di bidang jasa
Jenis Penelitian	Deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Deskriptif dengan pendekatan kualitatif
Analisis yang digunakan	Domain dan Taksonomi	Domain dan Taksonomi	Domain dan Taksonomi
Hasil Penelitian	Perusahaan melakukan pengawasan dalam kegiatan produksinya yaitu dengan metode order kontrol yaitu berdasarkan pesanan yang ada	Pengendalian dilakukan direktur dan ahli tehnik terhadap tenaga kerja operasi sehingga jasa yang dihasilkan berkualitas dan tepat waktu	Perusahaan melaksanakan intruksi kerja yang telah ditetapkan sebagai acuan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Sesuai dengan permasalahan dan tujuan dari penelitian ini, maka tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, yang menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong 2004:4), “metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati”. Sejalan dengan definisi tersebut, terdapat pendapat lain menurut Kirk dan Miller (dalam Moleong, 2004:4), “penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya”. Moleong (2004:6), menyimpulkan dari beberapa definisi mengenai penelitian kualitatif dapat disintesisakan bahwa:

“Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik, dan dengan suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah”.

Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau human instrumen, yaitu peneliti itu sendiri. Untuk dapat menjadi instrumen, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas, sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkonstruksi situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna. Analisis data yang dilakukan bersifat induktif berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori.

3.2 Tahap Persiapan

Tahap persiapan ini merupakan tahap awal yang dilakukan peneliti untuk melakukan mengawali proses penelitian. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh peneliti sebagai tahap persiapan adalah sebagai berikut:

a. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan adalah kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk menambah wawasannya sehingga dapat memperluas pengetahuannya, kegiatan ini dilakukan dengan membaca buku-buku literatur dan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitiannya.

b. Penentuan lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di CV. Luna Tour and Organizer di jalan Sumatra 82B Kabupaten Jember. Alasan peneliti mengambil lokasi ini adalah karena pada CV. Luna Tour and Organizer memiliki pengendalian proses operasi dalam menjalankan aktivitas produksi atau operasinya yang berupa pelayanan jasa dibidangnya. CV. Luna Tour and Organizer juga merupakan salah satu biro perjalanan wisata ternama di Kabupaten Jember.

c. Observasi pendahuluan

Peneliti melakukan observasi awal guna mendapatkan informasi awal tentang CV. Luna Tour and Organizer Jember. Observasi awal berguna bagi peneliti untuk mempermudah dan membantu peneliti untuk mengetahui permasalahan lebih lanjut dalam penelitian yaitu tentang pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer Jember.

d. Penentuan informan

Informan merupakan bagian penting dalam pengambilan data penelitian. Dalam penelitian kualitatif informan sangat dibutuhkan, sehingga peneliti harus menggunakan informan yang benar-benar kompeten dibidangnya dan dapat membantu memperoleh data yang akurat.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Purposive sampling* untuk menentukan orang yang menjadi informan. Menurut Sugiyono (2009:218-219) menyebutkan, *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan penentuan berdasarkan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, yaitu orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti. Peneliti memilih informan-informan yang berkompoten, menguasai dan masih berkecimpung atas bidang yang akan diteliti pada perusahaan. Hal tersebut dilakukan agar data yang diperoleh peneliti lebih akurat dan sesuai dengan bahasan yang ingin diteliti.

Adapun key informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Nama : Lucy A. Sembiring
Jabatan : Direktris
Topik wawancara : Gambaran umum perusahaan, struktur organisasi sumber daya manusia,
- 2) Nama : Hasi Mega Yulianingsih
Jabatan : Manager Operational
Topik wawancara : Alur proses operasi, pengendalian proses operasi

3.3 Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data diperlukan guna memperoleh data yang akurat untuk mendukung keberhasilan penelitian. Adapun tahap-tahap pengumpulan data yang dilakukan adalah:

- a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan kegiatan tambahan untuk memperoleh sumber data guna melengkapi data dalam penelitian. Menurut Moleong (2004:159) Studi kepustakaan merupakan bahan tambahan dari sumber tertulis yang dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen

resmi. Studi kepustakaan merupakan kegiatan untuk menghimpun informasi yang sesuai dengan topik penelitian.

b. Pengumpulan data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung tidak melalui media perantara. Teknik-teknik yang digunakan dalam pengumpulan data primer sebagai berikut:

1) Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja dan sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Menurut Sugiyono (2008:166) terdapat 2 teknik observasi, yaitu:

a) Observasi Partisipatif

Observer (pengamat) ikut ambil bagian dalam kegiatan objeknya sebagaimana yang lain tidak nampak perbedaan dalam bersikap.

b) Observasi Non-Partisipatif

Jenis observasi ini, *observer* tidak melibatkan diri ke dalam *observe*, hanya pengamatan dilakukan secara sepintas pada saat tertentu kegiatan *observe*-nya.

Penelitian ini menggunakan teknik observasi non-partisipatif, dikarenakan peneliti hanya mengamati dan tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang dilakukan perusahaan.

2) Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data primer dengan melakukan tanya jawab. Menurut Moleong (2004:186), “wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak yaitu, pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut”. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh data tentang gambaran umum perusahaan, tentang pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer Jember.

b) Pengumpulan data sekunder

Data sekunder merupakan teknik pengumpulan data yang berasal dari pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan yang ada (diperoleh melalui perantara). Teknik pengumpulan data sekunder ini berupa dokumentasi, yaitu foto, agenda kegiatan, serta arsip perusahaan yang berkaitan dengan permasalahan.

3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data sangat diperlukan dalam penelitian, hal ini dilakukan untuk memperoleh data yang akurat sebagai data penelitian. Data yang diperoleh harus akurat agar hasil dari penelitian ini menjadi akurat dan dapat dipertanggungjawabkan karena memiliki derajat kepercayaan (kredibilitas). Data disebut akurat apabila data yang diperoleh tidak berbeda dengan laporan penelitian dan fakta yang benar-benar terjadi pada objek penelitian.. Peneliti menggunakan kriteria kredibilitas dengan teknik perpanjangan keikutsertaan, pemeriksaan ketekunan pengamatan, triangulasi dan pengecekan sejawat. Pengertian perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi dan pengecekan sejawat menurut Moleong (2004:329) adalah:

- a. Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal di lapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai.
- b. Ketekunan pengamatan yaitu dengan memperpanjang waktu penelitian diantaranya dengan melakukan wawancara ulang secara lebih mendalam maupun melakukan penelitian ulang.
- c. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sumber lain. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan dari suatu informasi yang diperoleh.
- d. Pengecekan sejawat adalah teknik yang dilakukan dengan mendiskusikan hasil sementara dari penelitian dengan sejawat atau orang-orang yang kompeten dibidangnya.

3.5 Tahap Analisis Data

Menurut Moleong (2004:280), “analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data”. Berdasarkan pengertian tersebut analisis data merupakan bentuk mengatur, mengurutkan, mengkodekan informasi sehingga menghasilkan gambaran atas permasalahan yang sedang diteliti. Melalui analisis data, data kualitatif yang belum tersusun dengan baik dapat menghasilkan atau menjawab permasalahan penelitian, sehingga dapat lebih mudah dipahami. Uraian tersebut menyatakan bahwa betapa pentingnya penganalisisan data dalam penelitian. Kegiatan analisis data ini mencakup pengerjaan, pengaturan, pengorganisasian, pemecahan, penentuan pola, pengungkapan dan penentuan hal apa yang harus dilaporkan. Analisis data dapat dilakukan dengan beberapa teknik, di antaranya pengamatan deskriptif, analisis domain, pengamatan terfokus, analisis taksonomi, pengamatan terpilih, analisis komponensial dan analisis tema. Dalam analisis model ini memanfaatkan adanya apa yang dinamakan hubungan semantik. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis domain dan analisis taksonomi. Menurut Moleong (2004:305) analisis domain dan taksonomi diuraikan sebagai berikut:

- a. Analisis domain dilakukan terhadap data yang diperoleh dari pengamatan berpartisipatif atau wawancara atau pengamatan deskriptif yang terdapat dalam catatan lapangan.
- b. Analisis taksonomi adalah pengamatan dan wawancara terfokus berdasarkan fokus yang sebelumnya telah dipilih oleh peneliti.

Analisis data dimulai dengan mengumpulkan data, mendiskripsikannya sehingga menjadi gambaran yang jelas tentang objek penelitian. Berdasarkan hal tersebut, pada akhirnya keseluruhan proses analisis data yang diperoleh adalah penggambaran mengenai pengendalian proses operasional pada CV. Luna Tour and Organizer Jember. Berikut model analisis data domain dan taksonomi dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Analisis domain pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer di Jember

Domain	Hubungan Semantik	Pertanyaan Struktural
Alur proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer	Alur proses operasi yang dilakukan untuk pengendalian proses operasi pada perusahaan	Bagaimana alur proses operasi yang dilakukan perusahaan?

Tabel 3.2 Analisis taksonomi pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer di Jember

Bidang	Kegiatan	Deskripsi
(a)	(b)	(c)
Pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer	a. Dealing marketing	Kegiatan dari bagian marketing untuk mencapai sebuah kesepakatan berupa kontrak kerja sama dengan klien
	b. Persiapan tour	Kegiatan berupa persiapan-persiapan sebelum pelaksanaan tour berlangsung
	c. Pelaksanaan tour	Merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada saat tour berlangsung
	d. Finishing tour	Kegiatan-kegiatan yang merupakan sebuah penyelesaian dari tour yang telah dilaksanakan

(a)	(b)	(c)
	e. Evaluasi tour	Merupakan kegiatan yang bertujuan untuk melihat hasil dari pelaksanaan tour yang telah dilakukan, dan menganalisa dari sisi positif dan negatif sebagai pandangan untuk tour yang akan datang

Proses analisis data ini berdasarkan pada data mentah yang berasal dari hasil observasi lapang, wawancara, diskusi dengan orang-orang yang kompeten dibidangnya, dan studi kepustakaan yang berkaitan dengan obyek penelitian tentang pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer Jember.

3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir yang dilakukan dalam penelitian. Dalam tahap pengambilan kesimpulan, peneliti menulis secara ringkas hasil penelitian berdasarkan tujuan dan kegunaan dari penelitian tersebut. Penarikan kesimpulan merupakan tahap lanjutan dari analisis data untuk mendiskripsikan hasil analisis data kemudian ditarik kesimpulan dengan metode induktif. Penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan menggunakan metode induktif yaitu penarikan kesimpulan yang berangkat dari hal-hal yang bersifat khusus kedalam hal-hal yang bersifat umum.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Luna Tour and Organizer merupakan sebuah perusahaan jasa pelayanan publik yang bergerak dalam bidang layanan jasa perjalanan pariwisata (*tour and travel*) dan penyelenggara kegiatan (*event organizer*). Luna Tour and Organizer berdiri dengan Akta Notaris Nomor 2 tanggal 3 Januari 2006 dan disahkan oleh PN Jember dengan nomor 08/CV/2006 tanggal 4 Januari 2006 dan dengan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) No. 02.307-098.0-626.000. CV. Luna Tour and Organizer beralamat di Jalan Sumatra No. 82 B, Jember, Telepon 0331 – 321939 dan Fax no. 0331 – 321939.

Luna Tour and Organizer sudah mulai beroperasi sejak akhir tahun 2005. Pada awal berdirinya Luna hanya melayani tamu-tamu yang berasal dari luar negeri atau mancanegara. Sehingga untuk tamu-tamu domestik, selama kurang lebih dua tahun sejak berdirinya Luna tidak melayani tamu-tamu domestik atau dalam negeri. Luna juga bergerak di bidang-bidang outbond seperti hiking. Hingga pertengahan tahun 2008 Luna mulai berkembang untuk melayani tamu-tamu domestik dan memiliki berbagai jenis pelayanan jasa perjalanan wisata baik domestik maupun luar negeri. Basis kegiatan layanan perjalanan wisata yang dilaksanakan oleh Luna Tour and Organizer adalah dengan memberikan pelayanan perjalanan wisata ke berbagai tempat wisata dan kota di Indonesia yang terbagi dalam beberapa paket program yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Berikut adalah program-program layanan yang ditawarkan oleh CV. Luna Tour and Organizer:

a. Program layanan tour and travel

Program ini memberikan pelayanan kepada public berupa paket-paket perjalanan wisata ke berbagai tempat di Indonesia. Dalam program layanan Tour and Travel

ini, terdapat program khusus yang disesuaikan dengan permintaan dan kebutuhan konsumen.

Yang termasuk dalam program layanan Tour and Travel adalah :

- 1) Paket Jogja
 - 2) Paket Bali Dewata
 - 3) Paket Lombok Bersinar
 - 4) Paket Bandung PExtravaganza
 - 5) Paket Jakarta
 - 6) Paket Sumatera
 - 7) Paket Kalimantan
 - 8) Paket Sulawesi
 - 9) Paket Inbound/ Luar Negri
- b. Program layanan event organizer
- Program layanan event organizer ini meliputi program-program pelaksana kegiatan. Beberapa program event organizer ini ada yang bersifat paten dan ada yang bersifat incidental sesuai dengan kebutuhan dan trend yang sedang berlaku dalam masyarakat. Beberapa bentuk program event organizer terbagi dalam beberapa paket yaitu :
- 1) Paket Ulang Tahun
 - 2) Paket Launching Produk
 - 3) Paket MICE (*Meeting, Intensive, Canvention, Exhibition*)
- c. Program layanan petualangan.
- Program ini merupakan program khusus yang dikembangkan oleh Luna Tour and Organizer. Program ini merupakan program layanan minat khusus bagi masyarakat yang menyukai petualangan dan tantangan alam. Beberapa program Layanan Petualangan ini terbagi dalam beberapa paket yaitu :
- 1) Paket Outbond Alam
 - 2) Paket *SOFT GUN*
 - 3) Paket Wargame Outbond

d. Online E-Ticket all maskapai

Luna Tour and Organizer juga memiliki bidang bisnis berupa pelayanan pemesanan tiket pesawat terbang dengan tujuan keberbagai kota di Indonesia. Cabang usaha ini disusun untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat mobilitasnya. Sehingga dengan pelayanan program ini maka Luna Tour and Organizer juga dapat turut berperan serta dalam meningkatkan kemudahan transformasi dan transportasi daerah.

4.1.2 Visi dan Misi

Visi dari CV. Luna Tour and Organizer adalah “*Service Is Our Life Style*”. Visi tersebut mengungkapkan bahwa pelayanan yang baik merupakan gaya hidup dari perusahaan ini. Sehingga dapat dijadikan sebagai motivasi dari para karyawan bahwa menampilkan pelayanan yang prima dan profesionalitas itu sebagai kegiatan yang wajib dilakukan.

CV. Luna Tour and Organizer juga memiliki misi yaitu:

- a. Menjadi Perusahaan Biro perjalanan dan Event Organizer yang profesional di usia muda.
- b. Menjadi Perusahaan yang handal dalam bidang Jasa dengan motto “*Full Of Joy’N Fun*”

4.1.3 Logo Perusahaan

Lambang Luna Tour and Organizer berbentuk persegi dengan warna dasar biru langit. Warna dasar ini melambangkan kreativitas dan jiwa *fun and joy* yang dikembangkan dalam setiap program layanan Luna Tour and Organizer. Didalam kotak terdapat Bulan sabit berwarna putih yang melambangkan kedamaian yang selanjutnya diartikan bahwa dalam setiap program layanan, Luna Tour and Organizer selalu ingin mewujudkan impian yang penuh dengan kenyamanan. Disisi sebelah kiri bulan sabit terdapat bintang yang bersinar putih terang yang melambangkan Luna

Tour and Organizer selalu membawa ide-ide baru yang diharapkan mewarnai setiap program layanan yang dilaksanakan.

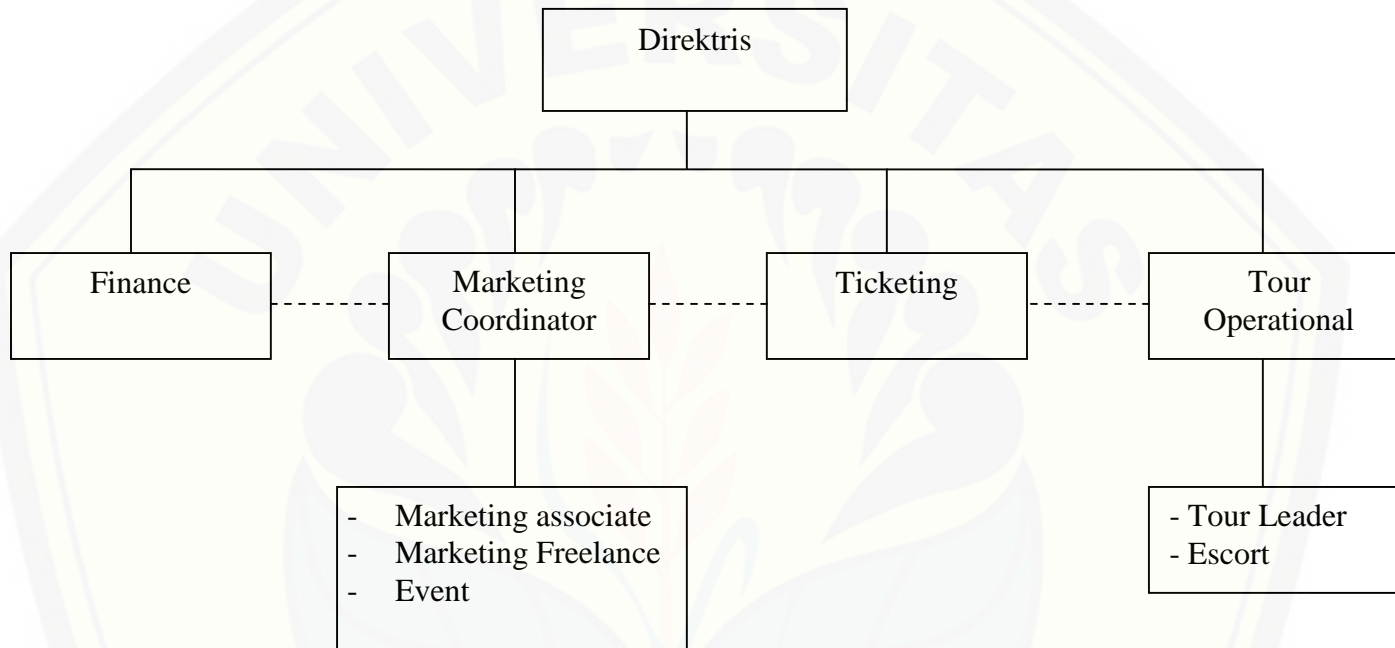
Sinar yang terang melambangkan harapan bahwa setiap program layanan Luna Tour and Organizer akan membawa pencerahan dan kebaikan bagi Luna sendiri dan klien.

Tulisan LUNA berwarna kuning yang melambangkan keceriaan yang menjadi ciri khas pelayanan Luna serta tulisan TOUR AND ORGANIZER berwarna hijau yang melambangkan kesetiaan dan kecintaan terhadap alam dan budaya bangsa. Motto yang dibawa Luna Tour and Organizer adalah *Full of Joy and Fun*.

4.1.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang dimiliki oleh CV. Luna Tour and Organizer adalah organisasi yang berbentuk garis lurus, dimana aliran perintah dan informasi dari atasan ke bawahan serta tanggung jawab dari bawahan ke atasan didasarkan pada garis lurus. Sedangkan garis putus-putus merupakan koordinasi antar bagian divisi. Struktur tersebut dibuat sebagai sistem formal hubungan kerja untuk mengkoordinasikan tugas-tugas dari masing-masing divisi dalam mencapai tujuan dari perusahaan, sehingga proses produksi atau pelayanan yang dilakukan perusahaan berjalan dengan efektif dan efisien. Struktur organisasi pada CV. Luna Tour and Organizer dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.1 Struktur organisasi pada CV. Luna Tour and Organizer



(Sumber: CV. Luna Tour and Organizer)

Keterangan:

————— : Garis komando

----- : Garis koordinasi

Dari struktur yang tergambar seperti di atas, CV. Luna Tour and Organizer terdiri dari beberapa orang yang memiliki tugas dan fungsi yang berbeda beda. Dibawah ini penulis menguraikan tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan yang terdapat di CV. Luna Tour and Organizer yaitu sebagai berikut:

a. Direktris

- 1) Bertanggung jawab secara penuh terhadap segala kegiatan administrasi dan operasional perusahaan.
- 2) Menjalin koordinasi yang baik dengan para Manajer dalam menjalankan roda perusahaan.
- 3) Berhak membubarkan mendirikan kantor/cabang baru dan/atau membubarkan perusahaan yang menjadi tanggung jawabnya.
- 4) Menjalankan fungsi pengawasan terhadap jalannya perusahaan dengan mengevaluasi kinerja manajer internal dan manajer operasional.
- 5) Membuat kebijakan-kebijakan baru dengan berkoordinasi dengan Manajer Operasional, Manajer keuangan dan *Marketing Coordinator* sesuai dengan bidangnya masing-masing demi majunya perusahaan.
- 6) Menetapkan target pendapatan perusahaan tiap bulannya dalam kurun waktu tertentu.
- 7) Memutuskan suatu kebijakan-kebijakan atas saran dari para manajer.

b. *Tour Operational* / Manajer operasional

- 1) Bertanggung jawab atas segala kegiatan operasional *tour and organizer*.
- 2) Membantu tugas direktur didalam membuat keputusan serta kebijakan-kebijakan operasional *tour and organizer*.
- 3) Bertanggung jawab kepada direktur dalam menjalankan dan melaksanakan tugas-tugas operasional *tour and organizer*.
- 4) Menjalin koordinasi yang baik dengan marketing, dan *marketing associates* dalam menjalankan kebijakan-kebijakan operasional *tour and organizer*.

- 5) Memberikan saran kepada direktur tentang kebijakan-kebijakan operasional *tour and organizer* dalam hal promo, fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada klien, profit, dan budget *tour and organizer*.
- 6) Menetapkan dan menjalankan kebijakan-kebijakan operasional *tour and organizer* dalam hal kontrak/ perjanjian, promo, fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada klien, menetapkan profit, menetapkan budget, *tour leader/ crew*, dan sebagainya.
- 7) Berkoordinasi dengan *accounting/* manajer keuangan untuk mengeluarkan pembiayaan *tour and organizer*.
- 8) Membuat laporan keuangan atas kegiatan *tour and organizer* yang telah dijalankan untuk kemudian dicatatkan dalam laporan pembukuan perusahaan.
- 9) Berkoordinasi dengan *accounting/* manajer keuangan dalam membuat strategi dan kebijakan didalam memenuhi target pendapatan perusahaan tiap bulannya.

c. *Accounting/* Manajer Keuangan

- 1) Bertanggung jawab dalam menjalankan dan melaksanakan tugas-tugas pencatatan keuangan perusahaan.
- 2) Mencatat semua transaksi keuangan dan mengumpulkan semua bukti transaksi keuangan perusahaan.
- 3) Melaporkan pembukuan perusahaan setiap tanggal 15/bulan dan laporan akhir tahun/tutup buku pertanggal 31/tahun.
- 4) Menjalin koordinasi yang baik dengan manajer operasional, *ticketing* dan manajer marketing.
- 5) Berkoordinasi dan memberi saran kepada direktoris didalam membuat strategi dan kebijakan didalam mengelola pendapatan perusahaan tiap bulannya.

d. *Marketing Coordinator/* Manajer Marketing

- 1) Bertanggung jawab atas segala kegiatan marketing/penjualan.
- 2) Bertanggung jawab kepada dalam menjalankan dan melaksanakan tugas-tugas penjualan jasa Tour and Organizer perusahaan.

- 3) Menjual dan/atau promo jasa perusahaan kepada klien baik secara langsung ataupun tidak langsung, memberi informasi paket-paket *tour and organizer*.
 - 4) Menjalin koordinasi yang baik dengan *Marketing Associates*.
 - 5) Berkoordinasi dan memberi saran kepada direktoris didalam membuat strategi dan kebijakan didalam mencari pasar dan paket *tour and organizer* tiap bulannya.
 - 6) Dari penjabaran tersebut diatas, yang berwenang untuk membuat perjanjian adalah *Tour Operational/* Manajer Operasional.
- e. *Ticketing*
- 1) Bertanggung jawab atas terselenggaranya operasional jasa pelayanan tiket yang menyangkut kegiatan reservasi, konfirmasi, serta pemesanan.
 - 2) Mengadakan dan melakukan system dan prosedur ticketing yang telah ditetapkan baik dari segi operasionalnya dan administrasinya serta melaporkan dalam bentuk tertulis secara periodik kepada pimpinan diatasnya.
 - 3) Berkoordinasi dan memberi saran kepada manajer operasional didalam membuat strategi dan kebijakan didalam promo, budget ticketing tiap bulannya.
 - 4) Mempromosikan dan menjual jasa perusahaan kepada klien baik secara langsung atauun tidak langsung, memberi informasi tentang penjualan E-ticket.
- f. *Tour Leader*
- 1) Mengantar wisatawan yang mengadakan perjalanan dengan transportasi yang tersedia.
 - 2) Memberikan penjelasan tentang rencana perjalanan dan obyek wisata serta mengenai dokumen perjalanan, akomodasi, transportasi dan fasilitas wisata lainnya.
 - 3) Memberikan petunjuk dan informasi tentang obyek wisata.
 - 4) Memberi bantuan mengurus barang bawaan wisatawan.

- 5) Memberikan pertolongan kepada wisatawan yang sakit, mendapatkan kecelakaan, kehilangan atau musibah lainnya.

4.1.5 Data Personalia

Tenaga kerja dalam CV. Luna Tour and Organizer semuanya berjumlah 12 orang. Mereka terbagi dalam bidang yang sesuai dengan keahlian mereka masing-masing. Rata-rata dari tenaga kerja di CV. Luna Tour and Organizer berpendidikan sarjana dan diploma. Berikut data personalia dari CV. Luna Tour and Organizer dirinci dalam bentuk tabel:

Tabel 4.1 Data Personalia CV.Luna Tour and Organizer

No.	Nama	Pendidikan	Jabatan	Pengalaman Kerja
1	Lusi A Sembiring, S,Sos	Sarjana	Direktris	5 tahun
2	Denik Sisiliana	Diploma	Chief Ticketing	2 tahun
3	Hasi Mega Y	Diploma	Man Operational	2 tahun
4	Siska Ambarwati	Diploma	Accounting	2 tahun
5	Teguh Setiawan	Diploma	Marketing	3 tahun
6	Arthur	Diploma	Marketing	3 tahun
7	Vety	SMK	RSVN Ticketing	5 bulan
8	Ferry	SMK	RSVN Ticketing	5 bulan
9	Riski	Diploma	Marketing	7 bulan
10	Wiyata Budi	Study S-1	Marketing	1 bulan
11	Ferian	Sarjana	Marketing	1 bulan
12	Bestharia	Studi S-1	Marketing	1 bulan

Sumber: CV. Luna Tour and Organizer

4.1.6 Hari dan Jam Kerja di CV. Luna Tour and Organizer

Luna Tour and Organizer membagi jam kerja karyawan sebagai berikut:

- a. Untuk manajer operasional, manajer keuangan, manajer marketing, manajer administrasi dan direktris memberlakukan hari dan jam kerja:
 - 1) Hari : Senin – Jumat
Jam : 08.15 – 17.00 WIB
 - 2) Hari : Sabtu
Jam : 08.15 – 14.00 WIB
 - 3) Hari : Minggu
Jam : Libur
- b. Sedangkan khusus untuk bagian ticket, jam kerja yang berlaku yaitu jam 08.15 WIB sampai dengan jam 16.00 WIB.

4.2 Pembahasan

Komponen-komponen yang terdapat dalam kegiatan kepariwisataan merupakan hal yang penting untuk melakukan suatu perjalanan wisata. CV. Luna Tour and Organizer memiliki kebijakan tersendiri terkait dengan komponen-komponen wisata tersebut. Kebijakan tersebut adalah terkait dengan segmen konsumen, atraksi wisata, *accessibility*, dan *amenity*.

Perusahaan memiliki kebijakan terkait dengan segmen konsumen, bahwa perusahaan menetapkan harga dan paket wisata yang ditawarkan berdasarkan pasar yang dituju. Pasar mempengaruhi fasilitas-fasilitas yang akan digunakan selama kegiatan perjalanan wisata. Seperti contoh bahwa perusahaan memiliki kebijakan yang berbeda terhadap pasar mahasiswa/ pelajar dengan pasar instansi.

Perusahaan memiliki kebijakan terkait dengan atraksi wisata, bahwa perusahaan memperhatikan daya tarik, fasilitas, lokasi, waktu, dan biaya. Perusahaan menetapkan lokasi wisata yang akan dikunjungi/ masuk dalam paket wisata dengan pertimbangan seberapa besar daya tarik dari lokasi wisata yang menjadi tujuan, fasilitas-fasilitas/ pertunjukan apa saja yang disediakan di lokasi wisata, jarak yang ditempuh ke lokasi atraksi wisata karena berhubungan dengan waktu, dan

penghitungan biaya yang akan dikeluarkan untuk menuju ke lokasi atraksi wisata tersebut.

Perusahaan memiliki kebijakan terkait dengan *accessibility*, bahwa perusahaan dalam menetapkan kebijakan harus memperhatikan fasilitas, jenis, lokasi, dan biaya. Fasilitas-fasilitas dan jenis sarana transportasi yang akan digunakan harus memenuhi kriteria yang ditetapkan perusahaan sebagai pertimbangan dalam merencanakan suatu paket wisata. Dalam sarana transportasi darat yaitu bus, perusahaan menetapkan bus yang digunakan harus memiliki fasilitas-fasilitas untuk kenyamanan pelanggan. Fasilitas tersebut berupa AC, TV, karaoke, Toilet, seat sesuai dengan kesepakatan, dan fasilitas lainnya. Perusahaan bekerja sama dengan perusahaan yang menyediakan jasa transportasi seperti AKAS di Jember. Hal ini dikarenakan perusahaan sendiri belum mempunyai secara pribadi sarana *accessability* yang dibutuhkan selama kegiatan perjalanan wisata.

Perusahaan memiliki kebijakan terkait dengan *amenity* (sarana pendukung kepariwisataan), sarana pendukung tersebut berupa akomodasi, restoran, hiburan, dan lainnya. Perusahaan memperhatikan fasilitas, jenis/ kelas, lokasi dan biaya dalam menentukan kebijakan terkait dengan sarana pendukung. Perusahaan akan memilih sarana akomodasi yang lokasinya berada dekat dengan objek wisata yang dituju. Perusahaan bekerja sama dengan pemilik sarana akomodasi, restoran, dan hiburan yang menjadi tujuan. Jenis/ kelas, fasilitas dan harga yang ditawarkan oleh pemilik akomodasi, restoran, dan hiburan dijadikan pertimbangan perusahaan dalam merencanakan suatu paket wisata.

Kebijakan-kebijakan yang telah dijelaskan di atas dilaksanakan dalam kegiatan operasi perusahaan. Ada beberapa tahapan dalam proses produksi/ operasi yang dilaksanakan oleh CV. Luna Tour and Organizer. Tahapan tersebut terdiri atas *dealing marketing*, persiapan tour, pelaksanaan tour, *finishing tour*, dan evaluasi tour. Dari kelima tahapan tersebut, perusahaan melaksanakan pengendalian proses operasi dari tiap tahap melalui intruksi kerja. Kebijakan tersebut dilakukan oleh perusahaan supaya dalam kegiatan produksi/operasi perusahaan berjalan dengan lancar dan

sesuai dengan visi misi dari perusahaan. Secara keseluruhan proses produksi wisata mencakup komponen masukan (*input*), proses (*process*), dan keluaran (*output*). Yang merupakan *input* dari perusahaan adalah pada tahap *dealing marketing*, sedangkan prosesnya adalah pada tahap persiapan tour, pelaksanaan tour, dan *finishing tour*. *Output* dari perusahaan yaitu pada tahap evaluasi tour.

Alur proses produksi/ operasi dari CV. Luna Tour and Organizer dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4.2 Alur Proses produksi/ operasi di CV. Luna Tour and Organizer

Penulis mencoba menguraikan pengendalian pada tiap tahapan proses produksi/operasi yang dilaksanakan oleh CV. Luna Tour and Organizer sebagai berikut.

4.2.1 *Dealing Marketing*

Dealing marketing artinya dimana proses dari marketing itu sendiri klien memutuskan untuk memakai jasa luna tour sebagai sarana untuk melakukan perjalanan wisata. Pada awalnya, proses *dealing marketing* bermula dari kegiatan marketing perusahaan dalam menjual paket wisata. Kegiatan pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksi/ operasinya. Hal tersebut dikarenakan input yang diperoleh perusahaan berasal dari hasil kegiatan

pemasaran. Dari hasil pemasaran yang baik, perusahaan akan memperoleh target penjualan yang akan dicapai. Sehingga profit yang diperoleh perusahaan sesuai dengan target yang telah ditentukan.

Perusahaan juga memiliki cara dalam menganalisis para pesaingnya, seperti yang diungkapkan oleh direktoris Luna, Lusi (22 Juni 2015, jam 11.00 WIB):

“Kan kita kalo di pasar sering ketemu ya, itungannya kita jualan, kita tu seller kan ya. Otomatis kan sesame seller kita pasti sering ketemu ya, kalo buyer kita adalah buyer-buyer yang artinya mereka nggak mau murah, atau sebenarnya bukan pointnya bukan murah dan mahal, tapi untuk mereka mau pelayanan yang excellent contohnya gitu, biasanya buyer- buyer itu nggak akan banyak. Kita ketemunya cuma beberapa buyer aja, dari beberapa buyer itu baru kita tahu. Sering kita ketemuan di sini- di sini, berarti ini competitor buyer kita yang harus diwaspadai.”

Berikut adalah beberapa cara yang dilakukan CV. Luna Tour and Organizer dalam kegiatan pemasarannya yaitu *mail selling*, *tele selling* dan *personal selling*. *Mail selling*, yaitu bentuk pemasaran jasa dengan mengirimkan brosur atau selebaran kepada suatu instansi atau perusahaan. cara ini biasanya dilakukan dengan cara mengirim melalui pos, email, dan faximile. *Tele selling*, yaitu bentuk pemasaran jasa dengan melakukan pembicaraan melalui telepon antara pihak perusahaan dengan pelanggan ataupun konsumen. Pada umumnya hal ini ditujukan pada pelanggan maupun konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap. *Personal selling*, yaitu bentuk pemasaran jasa dengan mengirimkan karyawan bagian pemasaran atau marketing untuk mengadakan tatap muka dengan calon pembeli jasa, baik di perusahaan tersebut maupun di tempat calon pembeli berada.

Berdasarkan kegiatan-kegiatan pemasaran yang telah dilakukan oleh bagian marketing tersebut, perusahaan akan menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa dari CV. Luna Tour and Organizer. Ketika pelanggan sudah berminat untuk memakai jasa dari Luna, maka pelanggan akan mencari informasi mengenai berbagai jasa yang ditawarkan yaitu berupa produk perjalanan wisata. Pada saat inilah bagian marketing berperan penting dalam menjalankan kegiatan pemasarannya. Bagian

marketing mengajukan penawaran kepada pelanggan sesuai dengan intruksi kerja yang ditetapkan perusahaan. Hal tersebut dilakukan untuk mencapai sebuah kesepakatan/ *dealing* dengan pelanggan. Dalam intruksi kerja dijelaskan ada berbagai kegiatan yang harus dilaksanakan oleh bagian marketing pada saat pembuatan penawaran terhadap pelanggan. Kegiatan penawaran terbagi menjadi dua bagian yaitu penawaran awal dan penawaran lanjutan. Kegiatan-kegiatan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Pembuatan penawaran awal

- 1) Tulis nomor surat penawaran di dalam Buku Surat Keluar.
- 2) Cetak format surat penawaran awal dengan Kepala Surat (Nama CP/ nama instansi).
- 3) Setiap surat penawaran harus disimpan dalam *hard disc* dengan nama : nomor surat-nama grup-tujuan-tgl pembuatan.
- 4) Surat penawaran awal dilampiri dengan brosur/ liflet paket produk.

Surat Penawaran harus selesai dan dikirimkan paling lambat 7 jam setelah ada permintaan dari calon prospek. File atau dokumentasi surat penawaran disimpan dalam hard disc dan ditulis dalam Buku Surat Keluar.

b. Pembuatan penawaran lanjutan

- 1) Sebelum memulai membuat penawaran tour (*Tour Qoutation*), staff marketing/ tour disarankan untuk menghimpun/ mengumpulkan data-data dari prospek seperti :
 - a) Nama group dan nama *contact person* atau *decision maker* dari group tersebut.
 - b) Tujuan dan lama perjalanan
 - c) Program perjalanan dan obyek yang dikehendaki/ diinginkan.
 - d) Faslitas wisata/ perjalanan yang dibutuhkan atau dikehendaki seperti jenis hotel, bus dan lain sebagainya.
 - e) Perkiraan jumlah peserta.

- 2) Membuat surat penawaran yang akan ditawarkan kepada prospek dengan format Word.
 - a) Setiap surat harus diberi nomor dengan format sebagai berikut : Nomor surat. Nomor referensi department/ Mkt/bulan/tahun
 - b) Surat penawaran dibuat dengan kaidah tata bahasa Indonesia yang baik dan benar dengan susunan outline sebagai berikut :
 - (1) Pembukaan
 - (2) Isi (program perjalanan, harga, kondisi)
 - (3) Penutup
- 3) Jika data seperti yang disyaratkan pada point 1 tidak lengkap, maka surat penawaran dapat dibuat dengan menggunakan program perjalanan standar dan harga standar.
- 4) Surat Penawaran (*Tour Quotation*) yang dibuat harus disimpan dalam folder di hard disc dengan formula nama sebagai berikut : Nomor surat - nama group – tujuan perjalanan – tgl pembuatan (ex : 101 – T.Extravaganza – Bali – 1 April)
- 5) Setiap penetapan harga dalam surat penawaran harus dibuatkan perhitungan biaya dan harga dan harus dicatat/ didokumentasikan baik secara manual yaitu dengan mencatat di Buku Perhitungan Harga atau dengan menggunakan format Exel dan ditulis keterangan atau di simpan dalam folder hard disc dengan nama yang sama dengan nama file surat penawaran
- 6) Sebelum surat penawaran ditandatangani oleh pejabat yang berhak harus dicek dan diketahui oleh Manajer Operasional.

Hal-hal yang disebutkan di atas merupakan intruksi kerja CV. Luna Tour and Organizer dalam melakukan penawaran tour kepada klien/ pelanggan. Kegiatan-kegiatan tersebut dilaksanakan oleh staff marketing untuk menjaga efektifitas kerja dan sistem pembukuan pada perusahaan tertata dengan rapi.

Setelah mengajukan penawaran kepada klien, bagian marketing melakukan presentasi mengenai kegiatan tour yang akan dilaksanakan. Informasi-informasi

mengenai fasilitas transportasi, akomodasi, restoran, makan dan minum, objek wisata yang menjadi kunjungan, dan biaya tour yang dibebankan kepada pelanggan disajikan pada kegiatan presentasi tersebut. Dalam kegiatan presentasi tersebut staff marketing harus berpenampilan menarik dan mampu berkomunikasi atau menyajikan bahan presentasi dengan baik. Hal ini berpengaruh terhadap persepsi pelanggan terhadap tim presentasi dari CV. Luna Tour and Organizer. Ketika staff marketing/ tim presentasi mampu menyajikan bahan presentasi dengan baik, maka akan menjadi dampak positif dan memiliki nilai plus dalam langkah awal menuju *dealing*. Dampak positif yang diterima perusahaan yaitu membuat pelanggan semakin tertarik dengan penawaran yang diajukan.

Apabila terjadi negosiasi mengenai harga tour yang dikenakan, maka staff marketing harus berkoordinasi dengan manajer operasional. Karena biasanya ada pelanggan yang meminta untuk menurunkan harga tour, maka perusahaan juga harus menyesuaikan harga yang diminta dengan fasilitas yang akan diterima oleh pelanggan. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari pembengkakan biaya pada saat tour. Negosiasi terjadi sampai klien/ pelanggan sepakat dengan harga yang ditawarkan karena jika harga tidak mencapai standar minimal profit perusahaan, pihak CV. Luna Tour and Organizer tidak berani untuk menerima kontrak. CV. Luna Tour and Organizer memiliki standar dalam penetapan profit perusahaan. Profit minimal dari satu project adalah 1 juta, dibawah itu project dianggap tidak layak, kecuali ada pertimbangan tertentu seperti multiplier effect atau lainnya. Berikut adalah standar penetapan profit minimal perusahaan:

Kontrak senilai: 1 – 10 juta profit ditetapkan nett 1 Juta

10,1 – 20 juta → 10%

20,1 – 50 juta → (20 jt x 10%) + (Selebihnya x 7%).= 2jt + 0.07X

50,1 – 75 jt → 4,1 juta + 0,06X

75,1 – 100 jt → 5,6 juta + 0,05X

100,1 – 150 jt → 6,75 juta + 0,04X

>150 juta → 8,75 juta + 0,03X

Saat pelanggan/ klien menyetujui harga dan fasilitas yang telah disepakati bersama, maka terjadi dealing dan CV. Luna Tour and Organizer mengajukan kontrak kerja kepada klien. Kontrak kerja merupakan surat perjanjian antara kedua belah pihak yaitu perusahaan dengan klien/ pelanggan sebagai tanda bukti bahwa klien/ pelanggan menyetujui untuk memakai jasa perusahaan dengan harga dan fasilitas yang telah disepakati bersama. Setelah pelanggan menandatangani kontrak yang diajukan, pelanggan diwajibkan membayar *down payment* (DP) sebesar 30% dari harga kontrak. Sisanya 70% dibayar H-7 sebelum pelaksanaan tour. DP yang dibayar oleh klien/ pelanggan tersebut digunakan untuk proses booking reservasi transportasi, akomodasi dan yang lainnya. CV. Luna Tour and Organizer juga menerapkan sistem lunsum yaitu mengadakan perjanjian dengan suatu instansi tertentu dengan sistem pembayaran setelah tour berakhir atau setelah dana dari instansi tersebut cair. Jadi pihak CV. Luna Tour and Organizer menalangi biaya yang dikeluarkan pada saat tour terlebih dahulu, lalu pembayaran baru dilakukan oleh pihak pengguna jasa setelah tour berakhir dengan batasan waktu yang telah ditentukan pada saat terjadi kontrak kerja.

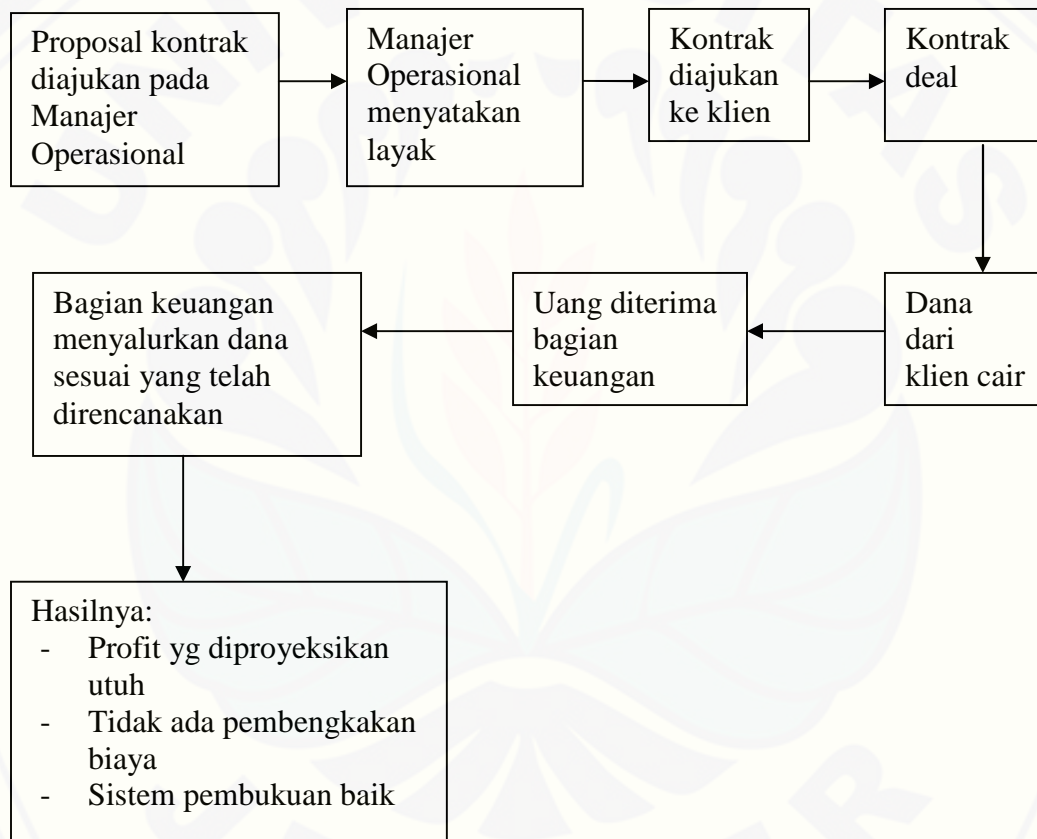
Hal tersebut dikemukakan oleh Hasi Mega (5 Oktober 2013, jam 11.00 WIB) selaku Manajer Operasional:

“Kalau marketing misalnya dari proses awal baru aku buka ngadain proses booking itu nunggu mereka bayar DP, SOP nya kayak gitu. Jadi, ‘ya mbak saya setuju’, tanda tangan kontrak, baru DP, baru bisa untuk booking. Kalau mereka gak DP gak mau aku, kurang kuat gitu. DP biasanya 30% dari harga kontrak. Sisanya 70% dibayar H-7 sebelum pelaksanaan, kalau tournya reguler. Kalau ada kan kadang kayak pemkab, kantor-kantor itu istilahnya lunsum, jadi berhutang mereka. Berhutang bayarnya setelah ada kontrak-kontrak yang harus ditandatangani, ya paling gak 3 bulan baru pencairan. Jadi jalan dulu gak pakai duit, bayarnya belakangan, ada yang seperti itu sih sebenarnya. Jadi dari marketing itu mereka jual paket, dealing, tanda tangan kontrak, DP, lalu aku proses persiapan tour.”

Pelaksanaan intruksi kerja tersebut merupakan upaya pengendalian yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga konsistensi kerja dan kualitas pelayanan terhadap klien/ pelanggan pada tahap *dealing marketing*.

Dari penjelasan di atas maka alur dari *dealing marketing* dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.3 Alur *dealing marketing* CV. Luna Tour and Organizer



Berdasarkan tugas dan fungsi dari manajer operasional yaitu menetapkan dan menjalankan kebijakan-kebijakan operasional Tour and Organizer dalam hal kontrak/perjanjian, promo, fasilitas-fasilitas yang diberikan kepada klien, menetapkan profit, menetapkan *budget*, *Tour Leader/Crew*, dsb. Manajer operasional mempunyai kewenangan penuh dalam membuat, merubah, dan/atau menetapkan kebijakan-

kebijakan yang berkaitan dengan perjanjian. Apabila terjadi pembatalan atas pemakaian jasa oleh pihak klien beberapa hari setelah terjadinya perjanjian, maka pihak klien dibebani biaya *cancelation fee*. *Cancelation fee* adalah biaya pembatalan yang dibebankan kepada pihak klien biro perjalanan, khususnya biro perjalanan CV Luna Tour and Organizer. Biaya tersebut digunakan untuk biaya reservasi atas persiapan perjalanan tersebut. *Cancelation fee* tersebut merupakan aturan tidak tertulis yang terdapat pada semua biro perjalanan atas pembatalan yang terjadi sebelum terjadi penanda tangan kontrak. Sehingga besarnya biaya yang dibebankan oleh biro perjalanan, khususnya CV. Luna Tour and Organizer kepada pihak klien biro perjalanan adalah variatif, tergantung kebijakan masing-masing biro perjalanan dan besarnya biaya reservasi yang dikeluarkan oleh biro perjalanan.

4.2.2 Persiapan Tour

Sesuai dengan kontrak yang telah disepakati, manajer operasional melakukan reservasi terhadap sarana yang akan digunakan dalam tour, menyiapkan segala perlengkapan dan fasilitas yang akan digunakan sesuai dengan program yang dibuat pada saat *dealing*. Manajer operasional melakukan reservasi terhadap sarana yang akan digunakan melalui telepon, email dan faksimile. Selanjutnya, pihak pemilik sarana akan mengirim konfirmasi balik kepada CV. Luna Tour and Organizer mengenai fasilitas, kapasitas dan harga yang tersedia pada sarana. Manajer operasional memperhatikan beberapa hal dalam melakukan reservasi terhadap sarana, yaitu:

- a. Reservasi terhadap sarana akomodasi harus memperhatikan jenis, fasilitas, harga, lokasi dan lain-lain. Reservasi dilakukan apabila perjalanan wisata diselenggarakan lebih dari 24 jam.
- b. Reservasi terhadap sarana transportasi harus memperhatikan fasilitas, jenis, biaya, lokasi dan lain-lain.
- c. Reservasi terhadap makanan dan minuman/ restoran harus memperhatikan jenis atau kelas, menu, fasilitas, harga, lokasi, dan lain-lain.

Sesuai dengan informasi yang telah diterima CV. Luna Tour and Organizer mengenai fasilitas, kapasitas dan harga dari pihak pemilik sarana, maka CV. Luna Tour and Organizer melakukan proses booking sesuai dengan kesepakatan yang ditentukan pada saat dealing mengenai fasilitas yang akan dipergunakan klien dalam kegiatan wisata. Proses booking ini merupakan tanda jadi untuk memakai jasa dari pihak pemilik sarana. Untuk proses booking, CV. Luna Tour and Organizer memberikan *down payment* kepada pihak pemilik sarana. Lalu pihak pemilik sarana akan mengirimkan invoice kepada perusahaan melalui faksimile. Invoice merupakan bukti tanda jadi atas pemakaian sarana. Pelunasan akan dibayar setelah pemakaian sarana yang digunakan tersebut dianggap selesai.

Setelah semua sarana yang akan digunakan siap, langkah berikutnya ialah manajer operasional mempersiapkan segala fasilitas sesuai program yang telah disepakati pada saat *dealing*. Fasilitas-fasilitas tersebut seperti:

- a. *Bag tag*, pengaturan dan pemberian nama pada bagasi. *Bag tag* dibuat untuk menghindari barang-barang bawaan dari klien/ pelanggan yang tertukar.
- b. Asuransi pariwisata, sebagai jaminan kesehatan atau klaim kecelakaan dan perawatan.
- c. Spanduk acara, digunakan untuk foto bersama pada saat di tempat tujuan wisata.
- d. Snack dan air mineral, diberikan sesuai dengan program.
- e. Obat-obatan P3K,
- f. Doorprize, sebagai bingkisan kenang-kenangan yang diberikan secara undian oleh perusahaan kepada klien.
- g. *Tour leader*, pemimpin perjalanan dari CV. Luna Tour and Organizer.
- h. *Local guide*, pemandu wisata selama di objek wisata. *Local guide* dipakai pada lokasi wisata tertentu saja, dimana peraturan pada lokasi wisata tersebut yang mengharuskan memakai *local guide*.
- i. Tiket objek wisata, disesuaikan dengan program.
- j. Buku panduan, sebagai buku pedoman bagi klien selama kegiatan wisata berlangsung. Buku panduan tersebut berisi:

- 1) Nomor penting, nomor-nomor penting yang harus dihubungi apabila klien mengalami gangguan pada saat perjalanan wisata.
- 2) Sekilas profil perusahaan, merupakan pengenalan secara singkat tentang CV. Luna Tour and Organizer.
- 3) Sekilas informasi mengenai tempat wisata yang akan dikunjungi.
- 4) *Itinerary*, yaitu jadwal acara yang telah disusun. Sebagai informasi waktu dan kegiatan apa saja yang akan dilaksanakan oleh klien selama kegiatan wisata berlangsung.
- 5) Hal-hal yang perlu diperhatikan oleh klien selama kegiatan wisata berlangsung.
- 6) Roomlist hotel, pembagian kamar yang dipakai oleh klien pada saat di hotel.

Pada tahap persiapan tour ini, manajer operasional menunjuk *tour leader* dan *crew* yang akan bertugas di lapangan. Manajer operasional memberi tanggung jawab penuh kepada *tour leader* sebagai pemimpin rombongan selama kegiatan perjalanan wisata berlangsung. *Tour leader* harus mempersiapkan segala kebutuhannya untuk kegiatan perjalanan wisata yang akan diadakan. Tugas yang penting untuk diketahui oleh *tour leader* yaitu terkait dengan tugas-tugas administratif. Tugas-tugas administratif itu adalah:

- a. Mencatat nama-nama wisatawan yang akan ikut dalam perjalanan yang akan diselenggarakan.
- b. Membuat daftar nama-nama yang termasuk dalam rombongan per bus
- c. Mencatat nama dan alamat telpon mitra dari fasilitas wisata yang digunakan (telpon penting)
- d. Mempersiapkan label yang merupakan identitas anggota rombongan.
- e. Mencatat, membukukan semua dokumen / surat/ fax dan lain-lain yang terkait dengan acara perjalanan.
- f. Melakukan pengecekan route/ program yang akan dilaksanakan, baik obyek maupun atraksi wisata yang dikunjungi.

Beberapa hari sebelum berangkat tour, *tour leader* berkoordinasi dengan panitia penyelenggara dari pihak pengguna jasa/ klien yang disebut dengan *decision maker*. *Decision maker* adalah seseorang yang mewakili dari pihak pengguna jasa/ klien untuk mencapai kesepakatan perjanjian/ kontrak kerja dengan perusahaan. Koordinasi biasanya dilakukan 2 atau 3 hari sebelum pemberangkatan tour. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari miskomunikasi dengan pihak pengguna jasa dan juga dengan adanya koordinasi tersebut *tour leader* dapat memastikan mengenai lokasi dan waktu penjemputan peserta tour. Seperti yang diungkapkan oleh Hasi Mega (5 Oktober 2013, jam 11.00 WIB) yaitu:

“Persiapan tour awalnya adalah booking, booking makan, boking hotel, boking bis, sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati. Lalu dekat-dekat dengan persiapan tour, mestinya kan ada DP, down payment untuk tanda jadi, lalu biasanya H-7 harus ada pelunasan dari biaya yang sudah disepakati di awal. Koordinasi sih biasanya kalau sudah mau berangkat, misalnya 2 hari atau 3 hari sebelum berangkat kita sudah koordinasi dengan istilahnya mereka kadang ada kayak panitia gitu. Jadi ada panitia, contact personnya dengan instansi yang memakai jasa kita, biasanya begitu, jam berapa penjemputannya, jemput dimana, seperti itu.”

4.2.3 Pelaksanaan Tour

Proses pelaksanaan ini dikerjakan oleh *tour leader* dan crew. Tugas yang penting dari *tour leader* dan crew adalah melayani dan menemani klien/ pengguna jasa saat tour berlangsung. Secara umum kerja *tour leader* dan crew CV. Luna Tour and Organizer pada pelaksanaan tour dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Salam perkenalan dan pengenalan produk perusahaan
Tour leader memperkenalkan nama-nama crew termasuk *tour leader*, escort, supir dan kernet. Menjelaskan produk-produk perusahaan, buku panduan dan menjelaskan secara detail fasilitas di bus yang bisa digunakan oleh peserta (seperti toilet, medis dan lainnya)
- b. Menjelaskan objek-objek yang akan dikunjungi
- c. Mengajak peserta untuk berinteraksi selama perjalanan wisata

- d. Aktifitas yang harus dilakukan pada saat di objek adalah selalu menemani peserta dan ambil shoot bagi kameramen
- e. Pada saat di bus, jangan lupa menawarkan aqua dan candy.
- f. Memberi tawaran kepada peserta untuk memakai fasilitas seperti karaoke atau nonton film.

Selain memberikan pelayanan kepada peserta, tour leader juga mempersiapkan akomodasi yang digunakan. Sebelum menuju ke hotel, tour leader melakukan konfirmasi kepada pihak hotel untuk mempersiapkan kamar hotel dan memberitahukan jam kedatangan peserta tour. Sehingga pada saat peserta datang, kondisi kamar hotel sudah siap untuk digunakan. Saat menuju restoran, tour leader juga melakukan konfirmasi tentang kedatangan peserta sehingga pada saat tiba di restoran, peserta bisa langsung menikmati hidangan yang tersaji. Saat di objek wisata tour leader menyiapkan untuk proses *payment* tiket masuk. Tugas *tour leader* untuk menemani peserta saat di objek wisata diserahkan kepada *local guide*. *Local guide* tersebut yang akan memimpin rombongan dan yang memberikan penjelasan-penjelasan tentang objek wisata selama berada di objek wisata. Jika ada *local guide* maka tour leader hanya bertugas untuk menemani peserta saja. Hasi Mega (5 Oktober 2013, jam 11.00 WIB) selaku Manajer Operasional juga menjelaskan:

“Tugas TL setelah ada guide lokal ya hanya persiapan akomodasi yang digunakan oleh pesertanya. Jadi misalnya kalau waktunya makan, tugasnya TL apa sih? Ya calling tempat makan sudah raedy atau belum. Kalau mau check in, calling hotel sudah ready atau belum hotelnya. Jadi kalau di objek sih TL hanya proses payment untuk tiketnya aja. Selebihnya kan bagi tugas kalau dokumentasi, satu bawa handycam satunya bawa camera.”

Motto “*Full of Joy ‘N Fun*” itu berarti CV. Luna Tour and Organizer menampilkan pelayanan yang prima, ramah, penuh perhatian dan selalu berusaha membuat klien nyaman. Untuk menampilkan pelayanan tersebut, perusahaan menerapkan intruksi kerja yang berlaku sebagai pedoman *tour leader* dan *crew* selama bertugas di lapangan. Intruksi kerja tersebut juga merupakan standar kualitas

dalam hal pelayanan dari perusahaan pada saat pelaksanaan tour. Intruksi kerja tersebut berisi hal-hal yang harus dilakukan oleh *tour leader* dan *crew* dari awal keberangkatan hingga kembali. Uraian secara rinci mengenai hal-hal yang dilakukan oleh *tour leader* dan *crew* dapat dilihat sebagai berikut:

a. Persiapan keberangkatan.

- 1) Satu hari sebelum berangkat *Tour Leader* harus mempersiapkan kelengkapan Tournya (*Tour Leader Kit*).
- 2) Saat Hari keberangkatan *Tour Leader* harus memeriksa kembali kelengkapannya.

b. Penjemputan peserta.

- 1) Periksa kondisi bus sebelum berangkat (AC, Tape, VCD, dan fasilitas lainnya).
- 2) Briefing program dan fee ke sopir.
- 3) Memasukkan fasilitas tour ke dalam bus sesuai dengan program.
- 4) Bus harus tiba di alamat penjemputan maksimal satu jam sebelum keberangkatan.
- 5) Saat peserta menaiki bus, beri *baggage tag* pada setiap bagasi atau barang bawaan dan bantu untuk menata dan menempatkannya di dalam bagasi atau bus.
- 6) AC bus harus dalam keadaan hidup saat peserta mulai menaiki bus.

c. Saat keberangkatan.

- 1) Periksa daftar hadir peserta.
- 2) Berdoa secara bersama sebelum bus berangkat.
- 3) Saat bus berangkat, perkenalkan kru yang ada di dalam bus, termasuk *tour leader*, *escort*, sopir dan kernet bus.
- 4) Jelaskan produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan.
- 5) Bagikan dan jelaskan buku panduan yang telah disiapkan.
- 6) Jelaskan secara detil fasilitas di bus yang bisa dipergunakan oleh peserta.

- 7) Peserta disarankan menjaga kebersihan ruangan dalam bus dengan membuang sampah ke tempat yang sudah tersedia.
 - 8) Diinformasikan agar lubang AC tidak ditutup secara rapat karena akan mengganggu saluradn AC atau AC bisa tersumbat.
 - 9) Pembagian snack atau makanan ringan sesuai program.
- d. Saat perjalanan.
- 1) Selalu mengajak peserta untuk berinteraksi.
 - 2) Jelaskan objek-objek wisata yang akan dikunjungi.
 - 3) Selalu mengingatkan peserta jika ada yang membutuhkan toilet.
 - 4) Tawarkan obat-obatan dan kantung plastic.
 - 5) Berikan selalu air mineral gelas jika peserta membutuhkan atau sesuai dengan program.
 - 6) Pemutaran Tape atau VCD harus selalu bergantian dan tidak bisa dipakai secara terus-menerus.
 - 7) *Tour Leader* harus memiliki kepekaan yang tinggi terhadap selera peserta dan adil dalam memutar selera musik atau film.
 - 8) Selalu ingatkan untuk tidak merokok dalam bus.
 - 9) *Tour Leader* harus selalu memeriksa bagasi yang ada di dalam bus bagian atas agar tidak jatuh saat bus sedang berjalan.
- e. Penyajian makan dan minum dalam bus.
- 1) Periksa jadwal makan siang dengan baik (kurang lebih jam 12.00 – 13.00).
 - 2) Makan siang kotak dan air mineral gelas harus dibagikan dengan nampan yang telah disiapkan.
 - 3) Penyajian makanan atau minuman dimulai dari bangku paling depan kemudian belakang.
 - 4) Dilarang menempatkan di lantai bus.
- f. Saat *check-in* hotel.
- 1) Konfirmasi hotel dengan handphone untuk persiapan check-in dan kondisi lainnya.

- 2) Sebelum bus tiba di hotel, bangunkan peserta yang sedang beristirahat dengan cara yang baik untuk bersiap-siap.
 - 3) Sampaikan juga pada saat peserta turun dari bus untuk berkumpul di lobby hotel menunggu pembagian kunci kamar dan konfirmasi jam untuk bersiap-siap melaksanakan program berikutnya.
 - 4) Kunci hotel dibagikan sesuai dengan daftar peserta kamar atau *rooming list*.
 - 5) Siapkan juga kamar untuk kru bus dan anggota *Tour Leader* yang lain.
- g. Saat di objek wisata.
- 1) Sebelum tiba di objek wisata, ingatkan peserta mengenai waktu kunjungan dan minta peserta untuk tidak berpisah dari rombongan untuk memudahkan kembali ke parkir bus.
 - 2) Ingatkan peserta untuk berhati-hati dengan barang bawaannya.
 - 3) Siapkan tiket sebelum masuk.
 - 4) Selalu mendampingi peserta saat masuk dan pada saat berada di objek wisata.
 - 5) Ambil foto dan *shoot* bagi cameramen.
 - 6) Pada saat kembali ke bus, pakai fasilitas informasi untuk memanggil peserta yang datang terlambat.
 - 7) Cegah pengamen dan pedagang asongan ke dalam bus.
- h. Saat makan di restoran.
- 1) Konfirmasi ulang menu dan jam kedatangan di restoran.
 - 2) Informasikan fasilitas restoran pada peserta.
 - 3) Setiba di restoran, segera periksa jumlah piring dan menu.
 - 4) Jika menu belum siap, minta peserta untuk menunggu di tempat duduk yang telah disiapkan.
- i. Saat usai belanja.
- 1) Beri *baggage tag* pada setiap barang bawaan peserta tanpa terkecuali.
 - 2) Bantu untuk menempatkan barang belanjaan dengan baik.

- 3) Informasikan bahwa barang bawaan rusak atau pecah adalah di luar tanggung jawab perusahaan.
- j. Saat *check-out* hotel.
- 1) Satu malam sebelum *check-out*, sarankan kepada peserta agar pada malam itu untuk mengemas barang bawaannya untuk persiapan *check-out* keesokan harinya.
 - 2) Saat *check-out* minta agar kunci kamar diserahkan ke resepsionis hotel.
 - 3) Mini bar dan telepon serta fasilitas lainnya diluar tanggung jawab perusahaan.
 - 4) Tempatkan kembali barang bawaan ke dalam bagasi dan minta bantuan kernet bus.
 - 5) Setelah itu himbaukan barang bawaan peserta dalam bus agar tidak ada yang tertinggal karena barang hilang atau rusak bukan tanggung jawab perusahaan.
- k. Saat Perjalanan Pulang.
- 1) Bagikan *questioner* kepada peserta.
 - 2) Berikan ucapan terima kasih dan salam penutup kepada peserta sebagai *closing*/ berakhirnya tour.

Dengan adanya intruksi kerja tersebut maka perusahaan telah melakukan pengendalian pada tahap pelaksanaan tour sehingga pada saat pelaksanaan tour pelanggan merasakan kepuasan pelayanan sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan.

Tour leader wajib berkoordinasi langsung dengan manajer operasional apabila dalam pelaksanaan tour terjadi kendala-kendala maupun ada request dari pelanggan yang menyebabkan pembengkakan pada biaya tour yang telah di anggarkan. Selanjutnya, manajer operasional yang memutuskan untuk adanya penambahan biaya ataupun tidaknya. Kendala tersebut dapat berupa bus yang tiba-tiba mogok, sehingga harus ganti bus. Maka pihak kantor akan langsung menghubungi pihak pengelola

sarana bus yang berada dekat lokasi untuk permintaan bus pengganti. Seperti yang diungkapkan oleh Lusi (22 Juni 2015, jam 11.00 wib) selaku direktris:

“Jadi kan kalo kekurangan berarti kan bendol, kalo bendol itu biasanya pada hari H langsung kordinasi dengan kantor kenapa harus bendol, ada kondisi begini begini begini, karena tidak ada budget untuk ini kita harus bagaimana. Jadi itu nanti keputusan dari kantor. Jadi misal kantor bilang oke gak apa-apa deh kita transfer lagi.”

4.2.4 *Finishing Tour*

Finishing tour merupakan kegiatan penyelesaian atas fasilitas yang dijanjikan kepada klien setelah tour berakhir. Kegiatan ini dilakukan pasca tour oleh staff marketing. Kegiatan ini merupakan tanggung jawab perusahaan atas fasilitas yang telah dijanjikan pada saat *dealing*. Fasilitas tersebut berupa dokumentasi atas tour yang telah terselenggara. Dokumentasi yang diberikan sesuai dengan keinginan/ permintaan klien pada saat *dealing*. Dokumentasi tersebut berupa foto-foto kegiatan tour dan dvd tour. Penyerahan dokumentasi tersebut dilakukan paling lambat satu minggu setelah tour jika pesertanya hanya satu bis. Saat menyerahkan dokumentasi tersebut, staff marketing juga harus memberikan ucapan terima kasih kepada klien atas penggunaan jasa dari CV. Luna Tour and Organizer. Hasi Mega (5 Oktober 2013, jam 11.00 WIB) selaku Manajer Operasional di CV. Luna Tour and Organizer mengungkapkan “Untuk finishing tour ini ya sambil nyerahin dokumentasi sama ngucapin terima kasih, next time jalan lagi dengan Luna”.

4.2.5 *Evaluasi Tour*

Evaluasi tour diadakan setiap sebulan sekali bersamaan dengan evaluasi mengenai kegiatan-kegiatan perusahaan selain pada bidang tour. Namun, jika ada hal-hal yang bersifat *urgent* maka evaluasi diadakan beberapa hari setelah kegiatan tour berakhir. Evaluasi tour merupakan kegiatan untuk mengontrol hasil tour yang telah dilaksanakan. Pada tahap ini semua karyawan yang menjadi bagian atas terselenggaranya tour berkumpul/ *breefing* untuk membahas hasil dari kegiatan tour

yang telah diselenggarakan. Evaluasi membahas dari sisi positif dan negatif tour. Hal yang positif dijadikan nilai plus dari perusahaan, sedangkan hal yang negatif akan dijadikan pelajaran supaya di kegiatan tour berikutnya tidak terjadi hal-hal tersebut.

Hal-hal yang dijadikan bahan evaluasi juga bisa dilihat selama pelaksanaan tour. Secara tersirat dapat dilihat melalui ekspresi peserta tour dan komplain yang langsung diungkapkan peserta tour kepada *tour leader* dan *crew* pada saat pelaksanaan tour. Seperti diungkapkan oleh Hasi Mega (5 Oktober 2013, jam 11.00 WIB) selaku Manajer Operasional:

“Kalau evaluasi tour kita kan pada waktu pelaksanaan mereka kadang sudah terlihat ada yang puas atau tidak, ada yang komplain atau tidak. Jadi kalau pas di jalan kadang ‘mbak makannya kok gini ya’, itu yang dijadikan point evaluasi adalah ternyata pilihan menu kita yang kemarin kurang menarik buat mereka, jadi bikin peserta boring dengan pilihan makan. Ada hotel juga ‘hotelnya kurang gini mbak, kurang gini’, jadi untuk next time kita bilang pada hotelnya ‘mas hotelnya kurang gini-gini’. Tapi kalau sudah buruk sekali ya nggak pernah kita pakai lagi sih hotelnya”.

Dari makna tersirat tersebut *Tour Leader* berkoordinasi dengan Manajer Operasional sehingga dapat menentukan tindakan yang tepat atas kekurangan-kekurangan yang terjadi selama pelaksanaan tour untuk perbaikan di kegiatan tour berikutnya.

Selain itu, *Questioner* yang di isi oleh peserta tour pada saat pelaksanaan tour juga digunakan sebagai bahan evaluasi. *Questioner* tersebut berisi tentang penilaian baik, cukup, atau kurangnya pelayanan yang diberikan oleh CV. Luna Tour and Organizer kepada peserta atau biasa disebut dengan angket kepuasan pelanggan. Aspek-aspek yang menjadi penilaian adalah:

- a. Transportasi, mengenai bus, pesawat, dan kereta api.
- b. *Meals*, mengenai paket makan, catering, dan rumah makan.
- c. *Tour Leader* Luna Tour, mengenai pelayanan dan komunikasi.
- d. *Local Guide*, mengenai penyampaian destinasi dan komunikasi.
- e. Hotel, mengenai pelayanan, kebersihan, dan makan di hotel.

f. Acara, mengenai tempat wisata, pengaturan waktu, kelancaran acara.

Perusahaan menganalisis angket kepuasan tersebut secara sederhana dan manual. Penilaian dihitung berdasarkan jumlah peserta yang mengisi angket kepuasan dan berapa centang penilaian baik, cukup, ataupun buruk di masing-masing kolom. Apabila pelanggan menilai baik pada angket kepuasan yang telah di isi maka perusahaan menilai sudah cukup baik untuk tour yang telah dilaksanakan. Namun, apabila ada pelanggan yang menilai di kolom cukup pada salah satu aspek yang ada di angket kepuasan, maka perusahaan langsung mengevaluasi penyebab yang terjadi sehingga pelanggan bisa menilai seperti itu. Karena, penilaian cukup dari pelanggan itu oleh perusahaan sudah dianggap kurang memuaskan. Apabila penilaian cukup itu terjadi pada aspek *meals*, maka perusahaan langsung menghubungi pihak catering atau rumah makan untuk mengkonfirmasi kekurangan-kekurangan yang terjadi selama penyediaan makanan supaya di kemudian hari tidak terulang kembali hal-hal yang membuat pelanggan merasa kurang puas tersebut.

Pelaporan dari tour leader juga akan dijadikan sebagai bahan evaluasi. Pelaporan tersebut mencakup dokumentasi semua kegiatan tour dan pelaporan keuangan. Pelaporan dokumentasi tersebut berupa foto-foto dari awal perjalanan sampai akhir, event dan momennya pada saat di lapangan, rekaman pada saat di objek semua pelanggan harus masuk dalam rekaman. Sedangkan untuk pelaporan keuangan, tour leader harus mencatat semua pembiayaan apa saja yang dikeluarkan selama tour berlangsung dan itu juga harus sesuai dengan budget yang telah dianggarkan dalam perjalanan tersebut. Pelaporan tersebut diisi dalam form budgeting yang telah dibuat oleh perusahaan dan harus disertai dengan bukti-buktinya yaitu berupa tiket masuk tempat wisata, kwitansi hotel, kwitansi catering, dan sebagainya. Tour leader bertanggung jawab atas biaya yang telah dia pegang dan digunakan untuk apa saja pada saat pelaksanaan tour.

Seperti yang diungkapkan oleh Lusi (22 Juni 2015, jam 11.00) selaku direktis:

“Ada Laporan keuangan dong. Kan kalo tour leader sih nggak ada laporan ya, kalo tour leader itu dia tugasnya apa, cameramen atau foto ya berarti laporannya tinggal dilihat gimana hasil-hasil fotonya, kita cetak. Hasil shootingannya baru kita panggil kawan kita yang biasa ngedit. Kalo misalkan tour leader itu bias juga dia merangkap sebagai tour account. Kalo dia merangkap sebagai tour account itu biasanya kita sudah bawain dia budget tour. Baru nanti dia bikin laporan, laporannya darimana? dari duit yang dia pegang lalu apa yang harus dihabiskan, dan berapa sisanya, sederhananya begitu. Itu bentuk pelaporannya. Disertain apa? Kalo tiket masuk berarti ada bukti tiket masuknya, kalo misalkan kita catering, berarti itu catering biasanya rekanan catering itu ngasi kwitansi. Hotel pun begitu, juga ngasi kwitansi hotel.”

Hasil evaluasi tour akan dijadikan pelajaran berharga dan menjadi pertimbangan yang penting bagi perusahaan dalam merencanakan kegiatan tour selanjutnya. Hal-hal yang menjadi kekurangan dari suatu tour dianalisa dan dicermati sebab-sebab hal tersebut bisa terjadi agar pada kegiatan tour selanjutnya tidak terjadi hal-hal yang berakibat negatif lagi terhadap perusahaan. Rencana-rencana yang didapat setelah evaluasi tour akan di implementasikan untuk kegiatan tour selanjutnya.

4.3 Interpretasi Data

Proses produksi/ operasi yang dilaksanakan oleh CV. Luna Tour and Organizer merupakan proses produksi yang terputus-putus (*intermittent process*). Perusahaan hanya berproduksi/ beroperasi ketika ada klien/ pelanggan yang memakai jasa dari perusahaan. Proses produksi perusahaan bergantung pada permintaan dari pelanggan sehingga lebih bersifat luwes atau fleksibel. Perusahaan akan menyesuaikan sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam kegiatan produksi yaitu berupa perjalanan wisata dengan permintaan dari pelanggan. Penyesuaian sarana dan prasarana tersebut juga berkaitan erat dengan permintaan harga yang diajukan oleh pelanggan. Karena, harga yang diajukan tersebut berpengaruh terhadap sarana akomodasi, transportasi, makan dan minum, dan yang lainnya. Sehingga,

fasilitas yang diperoleh pelanggan atas sarana tersebut berbeda-beda pada setiap kegiatan produksi.

Perusahaan menetapkan intruksi kerja berdasarkan kebijakan-kebijakan yang dibuat terkait dengan komponen-komponen kepariwisataan. Komponen-komponen tersebut terdiri dari segmen konsumen, atraksi wisata, *accessibility* (sarana transportasi), dan *amenity* (sarana pendukung kepariwisataan). Kebijakan yang dibuat oleh perusahaan tersebut berhubungan erat dengan kegiatan operasi pada perusahaan, sehingga proses operasi perusahaan dapat berjalan dengan baik. Upaya pengendalian pada tiap tahapan proses operasi selalu ditujukan untuk kepuasan para pelanggan, karena perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini langsung berhadapan dengan pelanggan ketika proses operasi berlangsung. Kepuasan pelanggan menjadi sasaran utama dari pengendalian proses operasi yang dilaksanakan perusahaan. Perusahaan juga menjalankan proses operasi berdasarkan intruksi kerja yang telah dibuat sehingga para karyawan yang bekerja pada CV. Luna Tour and Organizer memiliki kinerja yang baik dan mampu melayani pelanggan dengan optimal sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan.

CV. Luna Tour and Organizer memiliki beberapa tahapan dalam proses operasi. Tahapan tersebut terbagi dalam *input*, transformasi, dan *output*. Pada tahap input yaitu kegiatan *dealing marketing*. Pada tahap transformasi yaitu persiapan tour, pelaksanaan tour, dan *finishing tour*. Pada tahap *output* yaitu evaluasi tour.

Pada tahap *dealing marketing*, staff marketing telah melaksanakan intruksi kerja dengan baik sehingga proses dari *dealing marketing* itu sendiri juga berjalan dengan baik dan proses *dealing marketing* dapat berjalan secara runtun sampai terjadinya tandatangan kontrak kerja/ perjanjian. Dengan adanya intruksi kerja tersebut maka perusahaan telah mampu melakukan pengendalian terhadap tenaga kerjanya sehingga karyawan mengikuti aturan yang dibuat perusahaan dalam kegiatan marketing. Perusahaan juga menerapkan sistem pembayaran yang dinamakan lunsum. Sistem lunsum ini bisa terjadi setelah ada penandatanganan-penandatanganan yang

harus dilakukan oleh klien. Hal tersebut dikemukakan oleh Hasi Mega (5 Oktober 2013, jam 11.00 WIB) selaku Manajer Operasional:

“Kalau ada kan kadang kayak pemkab, kantor-kantor itu istilahnya lunsum, jadi berhutang mereka. Berhutang bayarnya setelah ada kontrak-kontrak yang harus ditandatangani, ya paling gak 3 bulan baru pencairan. Jadi jalan dulu gak pakai duit, bayarnya belakangan, ada yang seperti itu sih sebenarnya. Jadi dari marketing itu mereka jual paket, dealing, tanda tangan kontrak, DP, lalu aku proses persiapan tour.”

Layanan seperti ini juga merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki oleh CV. Luna Tour and Organizer. Instansi-instansi tertentu memilih menggunakan jasa dari CV. Luna Tour and Organizer dibanding biro perjalanan wisata yang lainnya juga dikarenakan adanya sistem pembayaran lunsum tersebut.

Persiapan tour merupakan kegiatan- kegiatan sebelum tour berlangsung. Kegiatan yang dilakukan yaitu berupa segala persiapan sarana dan prasarana yang dibutuhkan selama kegiatan tour berlangsung. Persiapan tersebut berupa reservasi terhadap hotel, transportasi, dan restoran yang akan digunakan selama tour. Manajer operasional bertanggung jawab atas segala persiapan tour tersebut, sehingga manajer operasional harus teliti dalam pemilihan sarana dan prasarana yang akan digunakan tersebut agar sesuai dengan biaya yang telah ditentukan pada kontrak. Karena jika terjadi pembengkakan biaya akibat salah perhitungan terhadap biaya yang dikeluarkan untuk persiapan sarana, maka perusahaan akan mengalami kerugian terhadap tour yang dilaksanakan. Dan juga apabila sarana yang digunakan tidak sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan, misal pada kesepakatan klien menggunakan kamar hotel kelas A, namun ada kesalahan pada saat reservasi yaitu booking kamar hotel dengan kelas B yang fasilitasnya lebih rendah daripada kamar hotel kelas A. Dari kejadian tersebut klien/ pelanggan akan komplain karena fasilitas yang dijanjikan tidak sesuai dengan kenyataan. Dampak yang timbul akibat hal tersebut adalah klien/ pelanggan merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan. Pada persiapan tour ini manajer operasional melakukan pengawasan secara langsung

kepada tour leader dan staff marketing yang mempersiapkan tour. Berikut paparan dari Hasi Mega (5 Oktober 2013, jam 11.00 WIB) selaku Manajer Operasional:

“Pengawasan langsungnya sih semua sama ya, dari owner. Jadi, apa-apa kalau aku emang dikasih tanggung jawab untuk memutuskan tetep aku komunikasikan dengan owner. Jadi satu pintu pengawasannya dari dia. Kalau aku sih Cuma kebawahnya aja ke tour leadernya sama yang bantu-bantu ketika persiapan tour itu aja, kan koordinasinya dengan TL yang berangkat.”

Pada tahap persiapan tour yang baik akan menimbulkan kepuasan pelanggan terhadap layanan pada saat tour berlangsung. Dari jadwal hingga hal-hal yang telah dijanjikan pada saat terjadi kontrak kerja menjadi perhatian yang penting pada saat persiapan tour, sehingga dapat menimbulkan kesan yang baik bagi pelanggan.

Pada tahap pelaksanaan tour, CV. Luna Tour and Organizer melakukan pengendalian dengan menerapkan intruksi kerja yang harus dilaksanakan oleh *tour leader* dan crew saat kegiatan tour berlangsung. Dengan adanya intruksi kerja, diharapkan selama kegiatan tour berlangsung memiliki pelayanan berkualitas yang sesuai dengan motto perusahaan yaitu “*Full Of Joy’N Fun*”. Untuk mewujudkan motto tersebut, seorang *tour leader* di CV. Luna Tour and Organizer harus memiliki kriteria fisik dan psikis yang baik. Kriteria fisik tersebut adalah *tour leader* memiliki penampilan yang baik sehingga kesan yang ditimbulkan oleh klien/ pengguna jasa juga positif. Sedangkan kriteria psikis ialah berkepribadian yang baik dan mudah menjalin komunikasi dengan klien/ pengguna jasa. *Tour leader* merupakan pimpinan dari sebuah rombongan yang melakukan perjalanan wisata. *Tour leader* memiliki peran yang penting karena memegang kendali dan tanggung jawab atas perjalanan wisata yang telah direncanakan. Hal-hal seperti jadwal acara dan pengalokasian biaya harus sesuai dengan program yang telah direncanakan.

Dengan adanya intruksi kerja tersebut, pelanggan merasakan layanan yang baik dan memiliki kesan yang baik terhadap perusahaan sehingga pelaksanaan pengendalian proses operasi dapat dinilai sebagai suatu hal yang sangat penting. Selain itu, daya tanggap dari seorang *tour leader* pada saat pelaksanaan tour juga

menjadi sangat penting. Daya tanggap yang dimaksud adalah mengerti apa yang harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan peserta tour selama kegiatan tour berlangsung. Hasi Mega (5 Oktober 2013, jam 11.00 WIB) juga mengemukakan:

“Kalau menurut aku sendiri sih ya itu biar tahu tugas masing-masing. Misalnya TL harus announcement, TL harus begini. Akhirnya mempunyai tanggung jawab, gak cuma duduk aja seperti peserta kan. Yang kedua tujuannya sebagai kontrol, kamu beneran mau kerja enggak?” sebagai kontrol untuk mereka.”

Daya tanggap terhadap peserta tour tersebut dilakukan sesuai dengan kepekaan tour leader. Cara yang dilakukan sesuai dengan kreatifitas dari masing-masing tour leader. Daya tanggap tersebut terjadi ketika saling adanya komunikasi yang baik dengan peserta tour, sehingga tour leader juga mamahami apa yang dibutuhkan peserta tour pada saat itu.

Selanjutnya pada tahap finishing tour, staff marketing bertanggung jawab untuk memenuhi fasilitas yang telah dijanjikan pada kontrak kerja. Kegiatan ini dilakukan beberapa hari setelah tour selesai. Fasilitas-fasilitas yang dijanjikan setelah tour selesai ini diberikan oleh perusahaan sebagai wujud penyelesaian atas tour yang telah dilaksanakan. Staff marketing yang bertugas untuk memberikan fasilitas tersebut juga harus menyampaikan ucapan terima kasih kepada klien atas penggunaan jasa di CV. Luna Tour and Organizer. Dengan begitu, kesan yang ditimbulkan oleh klien menjadi positif, menimbulkan bahwa pelayanan dari perusahaan terkesan ramah.

Pada tahap evaluasi tour, perusahaan melakukan pengendalian dengan mengevaluasi seluruh kegiatan tour yang telah dilaksanakan dari segi positif dan negatif. Hal yang positif dijadikan nilai plus dan tetap akan dipertahankan oleh perusahaan. Sedangkan hal yang negatif akan dijadikan pelajaran oleh perusahaan untuk kegiatan tour selanjutnya agar tidak terulang kembali. Questioner yang diisi oleh klien dijadikan pandangan perusahaan mengenai pelayanan yang telah diberikan, menjadi salah satu ukuran dari perusahaan dalam mengevaluasi suatu tour. Pelaporan berupa dokumentasi dan budgeting dari tour yang telah terlaksana harus disampaikan

oleh tour leader dengan benar dan sesuai dengan form yang berlaku di perusahaan. Budget yang sudah dianggarkan harus sesuai dengan pembiayaan pada saat pelaksanaan tour. Dari kegiatan evaluasi tour ini perusahaan akan memiliki *feedback* untuk kegiatan tour selanjutnya. Rencana-rencana yang didapat setelah evaluasi tour akan di implementasikan untuk kegiatan tour selanjutnya.





BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang Pengendalian Proses Operasi Pada CV. Luna Tour And Organizer di Jember, maka peneliti dapat menarik beberapa hal penting yaitu pertama, pengendalian proses produksi meliputi tahap masukan, transformasi, dan keluaran. Pengendalian proses produksi tahap masukan meliputi kegiatan *dealing marketing*. Pengendalian pada tahap transformasi meliputi persiapan tour, pelaksanaan tour, dan *finishing tour*. Pengendalian proses produksi pada keluaran meliputi evaluasi tour. Kedua, CV. Luna Tour and Organizer yang menjadi obyek penelitian telah melaksanakan pengendalian proses operasi dengan baik pada tiap tahap karena menurut beberapa informan berpendapat bahwa pelayanan yang dilaksanakan oleh CV. Luna Tour and Organizer memuaskan. Ketiga, dengan adanya pengendalian pada tahap *dealing marketing* yaitu pelaksanaan intruksi kerja dengan baik, perusahaan mampu melakukan perencanaan tour secara optimal dan mengimplementasikan pada tahap pelaksanaan tour sesuai dengan yang dijanjikan kepada pengguna jasa. Keempat, dengan adanya pengendalian pada tahap pelaksanaan tour yaitu pelaksanaan intruksi kerja oleh karyawan dengan baik, CV. Luna Tour and Organizer dapat melayani pengguna jasa secara optimal sesuai dengan moto yaitu *full of joy and fun*. Kelima, evaluasi tour yang dilakukan perusahaan memiliki efek sebagai perbaikan yang kemudian di implementasikan pada kegiatan tour selanjutnya.

5.2 Saran

Saran dari peneliti yang mungkin bisa digunakan oleh perusahaan adalah dalam proses operasi pada tahap *finishing tour* atau ada saat penyerahan dokumentasi staff marketing juga harus mencatat masukan-masukan yang mungkin diberikan oleh klien dan menyerahkan pelaporan bahwa dokumentasi tersebut sudah diberikan

kepada klien, sehingga terdapat pengendalian proses operasi pada tahap finishing tour. Perusahaan juga harus menjaga hubungan baik dengan relasi sehingga dapat menjalin hubungan kerja yang baik untuk bekerja sama.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahyari, A. 2002. *Manajemen Produksi (Perencanaan Sistem Produksi buku 1)*. Yogyakarta: BPFE.
- Ahyari, A. 2002. *Manajemen Produksi (Pengendalian Produksi buku 2)*. Yogyakarta: BPFE.
- Assauri, S. 1993. *Manajemen Produksi dan Operasi Edisi empat*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Casidi, Robet. 2011. *Pengendalian Proses Operasi dalam Upaya Menjaga Kualitas Pelayanan pada PT. Andhini Jember*. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Jember.
- Faizin, M. 2010. *Implementasi pengawasan proses produksi untuk mempertahankan kualitas produk CV. Semesta Prima Karya Jember*. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Jember.
- Handoko, T. H. 2000. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Muljadi, A. J. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu Edisi Kedua*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Prawirosentono, Suyadi. 2007. *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Abad 21*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Robbins, Stephen P. 1999. *Manajemen Jilid 2*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Setiawan, T. W. *Industri Pariwisata Indonesia*.
<http://konsultanseojakarta.com/industri-pariwisata-indonesia>. diakses pada tanggal 15 april 2013

- Sitorus, T. 1995. *Manajemen Pengawasan dan Pengendalian Produksi*. Bandung: Tarsito
- Sugiyono 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Suyitno. 2001. *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius
- Tampubolon, M. P. 2004. *Manajemen Operasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yoeti, O. A. 2001. *Tours and Travel Management*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita

Lampiran1

PEDOMAN WAWANCARA**1. Deskripsi Perusahaan**

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

- 1.1.1 Profil perusahaan
- 1.1.2 Sejarah berdirinya perusahaan
- 1.1.3 Tahun pendirian perusahaan
- 1.1.4 Lokasi perusahaan
- 1.1.5 Pengembangan perusahaan

1.2 Organisasi dan Manajemen

- 1.2.1 Struktur Organisasi perusahaan
- 1.2.2 Tugas dan tanggung jawab

1.3 Sumber Daya Perusahaan

- 1.3.1 Jumlah Karyawan
- 1.3.2 Tingkat Pendidikan tenaga kerja
- 1.3.3 Masa kerja

1.4 Hari dan Jam Kerja

1.5 Produk yang dihasilkan

2. Deskripsi Permasalahan

2.1 Pengendalian proses operasi pada aspek input

- 2.1.1 Pelaksanaan intruksi kerja pada tahap *dealing marketing*

2.2 Pengendalian proses operasi pada aspek transformasi

- 2.2.1 Pengendalian pada tahap persiapan tour
- 2.2.2 Pelaksanaan intruksi kerja pada tahap pelaksanaan tour
- 2.2.3 Pengendalian pada tahap finishing tour

2.3 Pengendalian proses operasi pada aspek *output*

- 2.3.1 Evaluasi tour

Lampiran 2

HASIL WAWANCARA

Nama : Lusi A. Sembiring

Jabatan : Direktris

Sabtu, 5 Oktober 2013, jam 10.00 WIB

1. Peneliti:

Bagaimana sejarah berdirinya perusahaan?

Informan:

Secara legal, Luna itu berdiri pada tanggal 16 Januari 2006. Itu secara legal ya, artinya semua surat-surat kita semua selesainya dibuat di tanggal itu. Sehingga sampai sekarang pun kita menganggap kalau tanggal 16 Januari itu adalah ulang tahunnya Luna. Jadi kita sudah mulai operating, sudah punya order itu di akhir tahun 2005. Awal mula perusahaan ini pendirinya itu kita ada empat orang, sorry lima sebenarnya sama ownernya itu ada lima orang. Di awal berdiri perusahaan ini kita memang khusus bergerak di bidang tamu-tamu inbound artinya tamu-tamu asing. Dan untuk pekerjaan kita selama tahunan itu selama kurang lebih jalan dua tahunan itu kita bergerak di bidang hiking, terus handle tamu-tamu inbound, jadi begitu kalau untuk tamu-tamu domestik kurang lebih selama dua tahun itu kita tidak handle. Baru kemudian jalan di pertengahan tahun 2008 baru kita handle tamu-tamu domestik. Akhirnya sekarang ya selain tamu-tamu domestik kita juga ya handle tamu-tamu inbound. Itu awal mula berdirinya begitu.

2. Peneliti:

Apa visi dan misi perusahaan?

Informan:

Ada di company profile Luna

3. Peneliti:

Bagaimana struktur organisasi dari perusahaan serta tugas dan tanggung jawab masing2 dari tiap jabatan?

Informan:

Ada di company profile juga. Pada prinsipnya kita sederhana, perusahaan ini berbentuk CV. Di perusahaan ini ada tiga manajer, jadi yang pertama ada manajer marketing, manajer operasional sama chief tiket, accounting satu, direktrisnya satu. Kita punya karyawan dua belas yang official, diluar yang freelance. Jadi prinsip kerjanya ya sesuai dengan masing-masing pekerjaan itu. Prinsip kerjanya tidak terlalu berlebihan, bentuk struktur organisasinya juga tidak terlalu berlebihan. Artinya yang sangat standar sekali karena memang prinsip kerja kita secara global itu kita lebih bekerja pada prosedural. Yang membedakan hanya tanggung jawab pada prinsip masing-masing aturan.

4. Peneliti:

Berapa jumlah karyawan beserta tingkat pendidikan dan masa kerja?

Informan:

Secara umum tadi sudah dijelaskan di awal. Untuk lebih rincinya nanti saya kasih print-nya.

5. Peneliti:

Hari apa sajakah dan bagaimana jam kerja yang efektif diterapkan pada perusahaan?

Informan:

08.15 WIB sampai jam 17.00 WIB untuk marketing, untuk tiket sampai jam 16.00 WIB atau jam 16.30 WIB.

6. Peneliti:

Apakah ini berlaku setiap hari?

Informan:

Ya, kecuali hari sabtu kita setengah hari. Untuk hari minggu kita libur.

7. Peneliti:

Produk apa sajakah yang dihasilkan oleh perusahaan?

Informan:

Kita ini ada tour pastinya untuk domestik dan internasional. Kami punya outbond, kami punya tiket untuk internasional dan domestik. Itu produk-produk yang ada di kami.

8. Peneliti:

Dari produk-produk tersebut manakah yang paling sering dipakai?

Informan:

Yang paling sering dipakai ya tour dan outbond, untuk umroh dan haji memang dalam tiga tahun ini kita memang tidak ada umroh. Ya lumayan lah, dalam setiap tahunnya ada walaupun tidak banyak. Kalau dibilang mana yang paling banyak ya tour dan tiket, outbond. Tour itu meliputi domestik dan internasional.

9. Peneliti:

Bagaimanakah dengan pasar yang dituju oleh Luna?

Informan:

Pasar itu kita tergantung claster ya. Kita punya pasar sekolah, kita punya pasar instansi, umum. Umum itu artinya instansi bukan, sekolah bukan. Jadi begitu, contohnya kelompok-kelompok pengajian itu umum artinya begitu. Ya itu tadi, ada pasar instansi kita punya, ada pasar sekolah kita punya dan ada pasar umum kita punya. Instansi disitu termasuk perusahaan-perusahaan pemerintah, termasuk pemda-pemda, DPRD, itulah ya. Kalau untuk paket, kalau untuk pasar, paket itu kita sesuaikan dengan pasar jadi ya kita mau kasih penawaran apa ya kita juga lihat pasarnya. Untuk beberapa tahun ini kita cenderung ke instansi.

Nama : Lusi A. Sembiring

Jabatan : Direktris

Senin, 22 Juni 2015, jam 11.00 WIB

1. Peneliti:

Bagaimana cara Luna menganalisis para pesaingnya?

Informan:

Kan kita kalo di pasar sering ketemu ya, itungannya kita jualan, kita tu seller kan ya. Otomatis kan sesame seller kita pasti sering ketemu ya, kalo buyer kita adalah buyer-buyer yang artinya mereka nggak mau murah, atau sebenarnya bukan pointnya bukan murah dan mahal, tapi untuk mereka mau pelayanan yang excellent contohnya gitu, biasanya buyer- buyer itu nggak akan banyak. Kita ketemunya cuma beberapa buyer aja, dari beberapa buyer itu baru kita tahu. Sering kita ketemuan di sini- di sini, berarti ini competitor buyer kita yang harus diwaspadai.

2. Peneliti:

Menurut Luna selama ini kompetitor yang paling bagus apa?

Informan:

Pada dasarnya kawan- kawan di biro itu rata-rata bagus semua, pada dasarnya begitu. Hanya kan mereka juga punya pasar. Artinya gini, contoh kalo misalkan pasar sekolah kita ketemunya dengan a b c d e, kalo kita masuk pasar instansi kita bisa ketemu k l m n o p. Kita masuk pasar yang lunsum ya kan, instansi itu kan ada yang dia bayar cash ada juga yang bayar lunsum. Lunsum itu bayar di akhir, kontrak selesai baru dia bayar. Nah kalo yang itu biasanya kita ketemunya hanya satu dua aja. Misalkan kita ketemunya sama x, y. jadi gitu, kalo pada dasarnya semua temen-temen biro itu baik, dengan satu catatan mereka tidak pernah melakukan one prestasi. Jadi kalo misalkan

ditanya competitor pada intinya kan semua kawan semua competitor kan ya. Kayak orang jualan nasi goreng sepanjang jalan jawa. Kan yo dulur, tonggo. Tapi pada saat mereka jualan nasi goreng, kan ya saingan antara pedagang satu, pedagang dua, pedagang tiga. Jadi kalo misalkan dibilang siapa yang paling ini. Kita y ndak bias juga sebut biro A, biro B. Tergantung di saat bermain di pasar yang mana.

3. Peneliti:

Bagaimana pelaporan tour leader setelah pelaksanaan tour?

Informan:

Ada Laporan keuangan dong. Kan kalo tour leader sih nggak ada laporan ya, kalo tour leader itu dia tugasnya apa, cameramen atau foto ya berarti laporannya tinggal dilihat gimana hasil-hasil fotonya, kita cetak. Hasil shootingannya baru kita panggil kawan kita yang biasa ngedit. Kalo misalkan tour leader itu bias juga dia merangkap sebagai tour account. Kalo dia merangkap sebagai tour account itu biasanya kita sudah bawain dia budget tour. Baru nanti dia bikin laporan, laporannya darimana? dari duit yang dia pegang lalu apa yang harus dihabiskan, dan berapa sisanya, sederhananya begitu. Itu bentuk pelaporannya. Disertain apa? Kalo tiket masuk berarti ada bukti tiket masuknya, kalo misalkan kita catering, berarti itu catering biasanya rekanan catering itu ngasi kwitansi. Hotel pun begitu, juga ngasi kwitansi hotel.

4. Peneliti:

Bagaimana untuk pelaporan kegiatannya?

Informan:

Kalo kegiatannya itu kan dalam bentuk dokumentasi. Kalo seperti tiket masuk kan sudah itu tadi dalam pembayaran. Kalo bentuk kegiatan kita outbond, ya dokumentasi.

5. Peneliti:

Bagaimana bila terjadi kendala tertentu pada saat pelaksanaan?

Informan:

Selama tidak ada budget pembiayaan anggaran kan nggak ada masalah. Jadi misalkan tadi kita terlambat masuk dikarenakan kondisi macet, tadi kita terlambat masuk makan karena bis masuk angin, laporan seperti itu ta yang dimaksud? Kita nggak ada laporan seperti itu. Operasional kita tuh selalu kontak setiap hari. Yang ndampingin itu dia tidak membuat laporan tertulis. Yang dia kasi adalah laporan dari job disk masing-masing. Kalo tugasnya cameramen ya berarti kita lihat hasil dokumentasinya dia, tercakup nggak semua objek yang dia kunjungi sama yang direkam, orang-orangnya masuk semua nggak. Kalo dia foto, foto dari awal perjalanan sampai akhir, dia fotoin nggak semuanya. Event-eventnya itu moment-momentnya dia fotoin nggak. Kalo dia tour account tinggal kita lihat dari start berangkat sampai pulang pembiayaan apa saja yang sesuai di budget. Trus kemudian beberapa yang dia keluarkan dan beberapa sisanya atau mungkin ada kekurangan, kenapa kok kita harus bendol. Jadi kan kalo kekurangan berarti kan bendol, kalo bendol itu biasanya pada hari H langsung kordinasi dengan kantor kenapa harus bendol, ada kondisi begini begini begini, karena tidak ada budget untuk ini kita harus bagaimana. Jadi itu nanti keputusan dari kantor. Jadi misal kantor bilang oke gak apa-apa deh kita transfer lagi. Contoh biasanya kita maintenance klien, ini gak ada budget karaoke nih tapi klien minta karaoke, gimana? Ini ternyata ada klien tiba-tiba masuk rumah sakit, gimana pembiayaan rumah sakitnya nih. Ini tiba-tiba klien gak mau makan disini, mintanya change makan disini udah kita ngomongnya gini-gini dia nambahnya nanti. Sepulang ini dia mau nambah tapi sementara ini kan kita gak ada tambahan budget nih, baru nanti dari kantor kita telpon misalkan di rumah makan oke nanti tinggal kita telpon pelunasan dari kantor. Jadi dia kan gak usah bayar tohh, oke pelunasan dari kantor nanti semuanya.

Nama : Hasi Mega

Jabatan : Tour Operational

Sabtu, 5 Oktober 2013, jam 11.00 WIB

1. Peneliti:

Bagaimanakah proses operasi yang dijalankan oleh perusahaan?

Informan:

Awalnya adalah dealing marketing, mereka jualan paket lalu dealing. Dealing artinya dimana proses dari marketing itu sendiri klien memutuskan untuk memakai jasa luna tour sebagai sarana untuk melakukan perjalanan wisata. Dealing marketing disampaikan ke bagian operasional, lalu operasional persiapan untuk tour sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati dengan klien, jadi modelnya itu ada request-request khusus yang harus diperhatikan oleh operasional. Jadi misalnya mereka request makan di jimbaran kalau tour di bali atau hotelnya bintang berapa, lalu bisnya, seatnya berapa yang mereka inginkan. Jadi itu tugasnya operasional untuk melakukan proses persiapan tour. Persiapan tour awalnya adalah booking, booking makan, booking hotel, booking bis, sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati. Lalu dekat-dekat dengan persiapan tour, mestinya kan ada DP, down payment untuk tanda jadi, lalu biasanya H-7 harus ada pelunasan dari biaya yang sudah disepakati di awal. Koordinasi sih biasanya kalau sudah mau berangkat, misalnya 2 hari atau 3 hari sebelum berangkat kita sudah koordinasi dengan istilahnya mereka kadang ada kayak panitia gitu. Jadi ada panitia, contact personnya dengan instansi yang memakai jasa kita, biasanya begitu, jam berapa penjemputannya, jemput dimana, seperti itu. Lalu pelaksanaan tour seperti biasa, kalau tour di Bali, di Jogja, ada guide lokalnya, tapi kalau tour sehari ke Malang, ke WBL, hanya sebatas tour leader aja. Kenapa harus pakai guide lokal? Kalau di Bali, di Jogja, karena memang peraturannya seperti itu di tempat yang kita kunjungi. Pelaksanaan tour ya seperti

biasa, tugas TL setelah ada guide lokal ya hanya persiapan akomodasi yang digunakan oleh pesertanya. Jadi misalnya kalau waktunya makan, tugasnya TL apa sih? Ya calling tempat makan sudah raedy atau belum. Kalau mau check in, calling hotel sudah ready atau belum hotelnya. Jadi kalau di objek sih TL hanya proses payment untuk tiketnya aja. Selebihnya kan bagi tugas kalau dokumentasi, satu bawa handycam satunya bawa camera. Jadi hanya sebatas itu sih tugas TL selama pelaksanaan, kan sudah ada guide lokalnya ya, jadi kita nggak banyak cuap-cuap, jadi kita bantuin peserta aja. Lalu finishing tour adalah disini pas waktu pulang kan otomatis tanggung jawab kembali kepada TL sampai mereka kembali ke kota asal. Sama prosesnya, ada ngurusin makan juga, ngurusin transport juga, kalau ke Bali naik feri, jadi sama lah, bayarin tiket ferinya. Kalau ke jogja ya hanya bis aja, bis kan sudah dibayar lunas di awal. Kalau evaluasi tour kita adalah kan pada waktu pelaksanaan mereka kadang sudah terlihat ada yang puas atau tidak, ada yang komplain atau tidak. Jadi kalau pas di jalan kadang “mbak makannya kok gini ya”, itu yang dijadikan point evaluasi adalah ternyata pilihan menu kita yang kemarin kurang menarik buat mereka, jadi bikin peserta boring dengan pilihan makan. Ada hotel juga “hotelnya kurang gini mbak, kurang gini”, jadi untuk next time kita bilang pada hotelnya “mas hotelnya kurang gini-gini”. Tapi kalau sudah buruk sekali ya nggak pernah kita pakai lagi sih hotelnya. Objek wisata juga, kadang ada decision maker yang gak kasih tau sama yang membawa gitu kalau kunjungannya kesini-kesini. Mereka kadang taunya waktu di lapangan “kok kesini mbak?”, miss understandingnya disitu sih rata-rata. Jadi kita dealingnya sama decision maker mereka nggak tau mau kemana-kemana gitu. Kalau rumah makan sih selama di objek wisata itu menunya standar sih rata-rata semuanya menunya kayak gitu. Ada juga kita kan pakai katering, variasi menunya harus lebih variatif dan rasanya dapet. Jadi nggak Cuma banyak tapi rasanya gak dapet gitu. Untuk finishing tour ini ya sambil nyerahin dokumentasi sama ngucapin terima kasih, next time jalan lagi

dengan Luna. Kalau pesertanya satu bis sih paling lama satu minggu setelah tour penyerahannya.

2. Peneliti:

Bagaimanakah pengendalian/ pengawasan yang diterapkan perusahaan dalam kegiatan operasi?

Informan:

Pengawasan langsungnya sih semua sama ya, dari owner. Jadi, apa-apa kalau aku emang dikasih tanggung jawab untuk memutuskan tetep aku komunikasikan dengan owner. Jadi satu pintu pengawasannya dari dia. Kalau aku sih Cuma kebawahnya aja ke tour leadernya. Misalnya, kerjanya kurang aktif atau apa. Dateng kesini cm nyiapin habis itu tour habis itu gak dateng kesini lagi, hanya itu pengawasanku. Kurang aktif aja, maunya kalau ada job aja kesini kalau gak ada job gak kesini gitu, ya tambah gak ingat aku. Pengawasan kebawahnya aja sama yang bantu-bantu ketika persiapan tour itu aja, kan koordinasinya dengan TL yang berangkat itu aja. Kita juga mengevaluasi complain klien yang muncul ketika pelaksanaan tour, lalu menentukan tindakan yang tepat untuk menanggapi complain klien yang muncul ketika pelaksanaan tour, setelah itu ya menyelesaikan dalam waktu yang telah ditentukan dan tindakan apa yang digunakan untuk menindaklanjuti complain klien agar menjadi perhatian manajemen.

3. Peneliti:

Apakah perusahaan memiliki standar dalam administrasi, akomodasi, transportasi, waktu operasional, harga jual?

Informan:

Punya. Standar akomodasi, transportasi, waktu operasional dan harga jual itu jadi satu dan itu semua sesuai kesepakatan marketing dengan klien. Jadi itu semua tergantung pada permintaan klien, harga yang ada di paket akan mengalami perubahan sesuai dengan request mereka. “mbak harganya bisa diturunin?”. Bisa,

otomatis akan menyesuaikan dengan harga kan. Misalnya dari harga Rp 400.000 ke Rp 300.000 , hotel harus turun great, dan bis cari yang paling murah dari hargaawal, jadi harga yang mempengaruhi, harga paket yang sudah deal. Untuk waktu operasional itu request mereka semuanya, jadi gak ada standar.

4. Peneliti:

Apakah perusahaan mempunyai standar operasional prosedur dalam menjalankan kegiatan operasi?

Informan:

Ya punya sih standarnya. Kalau marketing misalnya dari proses awal baru aku buka ngadain proses booking itu nunggu mereka bayar DP, SOP nya kayak gitu. Jadi, “ya mbak saya setuju” , tanda tangan kontrak, baru DP, baru bisa untuk booking. Kalau mereka gak DP gak mau aku, kurang kuat gitu. DP biasanya 30% dari harga kontrak. Sisanya 70% dibayar H-7 sebelum pelaksanaan, kalau tournya reguler. Kalau ada kan kadang kayak pemkab, kantor-kantor itu istilahnya lunsum, jadi berhutang mereka. Berhutang bayarnya setelah ada kontrak-kontrak yang harus ditandatangani, ya paling gak 3 bulan baru pencairan. Jadi jalan dulu gak pakai duit, bayarnya belakangan, ada yang seperti itu sih sebenarnya. Jadi dari marketing itu mereka jual paket, dealing, tanda tangan kontrak, DP, lalu aku proses persiapan tour.

5. Peneliti:

Siapakah pembuat kebijakan tersebut?

Informan:

Owner pastinya.

6. Peneliti:

Apa tujuan dibuat standar operasi prosedur tersebut?

Informan:

Kalau secara tehnik sih yang pertama, dapat menjaga konsistensi dalam menjalankan suatu prosedur kerja. Kedua, lebih jelas mengetahui peran dan

posisi masing-masing di internal. Ketiga, memberikan kejelasan mengenai prosedur kerja, dan tanggung jawab dalam proses terkait. Keempat, memberikan keterangan mengenai keterkaitan dengan satu proses kerja dengan proses kerja yang lain. Kelima, meminimalisir kesalahan dalam melakukan pekerjaan. Yang keenam, membantu dalam melakukan evaluasi terhadap setiap proses operasional perusahaan. Itu sih, tapi kalau menurut aku sendiri sih ya itu biar tahu tugas masing-masing. Misalnya TL harus announcement, TL harus begini. Akhirnya mempunyai tanggung jawab, gak cuma duduk aja seperti peserta kan. Yang kedua tujuannya sebagai kontrol, kamu beneran mau kerja enggak?” sebagai kontrol untuk mereka.

Informan

Andik, bekerja di Dinas Pariwisata Jember

(18 November 2013, jam 10.30 WIB)

1. Peneliti:

Bagaimana pelayanannya Luna?

Informan:

Bagus.

2. Peneliti:

Bagaimana dengan pelayanan pada saat pelaksanaannya?

Informan:

Pertama, dari segi jadwal mereka tepat waktu. Kemudian dari segi pelayanan seperti makan itu juga tepat waktu. Artinya memenuhi schedule, kemudian juga memenuhi apa yang sudah mereka janjikan sebelumnya. Jadi ketika mereka menjanjikan makanan khas Jogja, maka ketika makan memang benar menu makanan khas Jogja.

3. Peneliti:

Bagaimana pelayanan tour leadernya?

Informan:

Untuk interaksinya sebenarnya bagus, Cuma kan kalau tour leader tidak banyak ini ya karena kan ketika di sana, ketika di tempat tujuan kan ada lokal guide-nya. Cuma memang dalam skala pengetahuan mungkin tour leadernya perlu menambah pengetahuan. Jadi walaupun gak harus paham 100% tapi paling tidak bisa lebih banyak tahu.

4. Peneliti:

Apa itu berarti pelayanan mereka baik?

Informan:

Pelayanannya baik, malahan waktu ini pengalaman pribadi waktu di Jogja saya kan ngelundry-kan baju di laundry depan hotel. Nah itu ketika kami

sudah mau pulang ke Jember, itu tempat laundry-nya belum buka sehingga baju saya itu masih belum bisa di ambil. Nah itu kemudian 2 minggu kemudian kebetulan Luna ke Jogja lagi, ada perjalanan lagi. Mereka mau ngambilkan baju saya, jadi sangat bagus sekali untuk pelayanannya.

5. Peneliti:

Bagaimana dengan finishing tour/ penyerahan dokumentasinya?

Informan:

Dokumentasinya itu bagus, Cuma yang terakhir ini agak lambat ya, agak lama. Jadi sampai satu bulan lebih mungkin.

Informan

Naning, bekerja di Dinas Pariwisata Jember

(18 November 2013, jam 11.00 WIB)

1. Peneliti:

Pada saat tour apakah diberikan fasilitas seperti buku panduan dan lainnya?

Informan:

Iya dikasih buku panduan, dikasi bag tag juga, dikasih pertanyaan terus dikasih hadiah. Dikasih dorprize itu waktu di perjalanan itu kan dikasih pertanyaan, yang bisa jawab dikasih hadiah.

2. Peneliti:

Sudah berapa kali pake Luna?

Informan:

Saya kebetulan ikut semua pas di Bali, Jogja dua kali, Semarang. Jadi semuanya 4 kali.

3. Peneliti:

Kenapa kok nggak pakai jasa biro yang lain?

Informan:

Kalau bedanya Warna sama Luna ini, kalau Warna bayarnya harus lunas di depan, kalau kantor gini kan biasanya nunggu dana cair dulu, jadi di Luna bisa bayar setelah tour. Kalau warna nggak mau kayak gitu. Kita kalau gak ada uang, uang belum cair, kita kan gak bisa bayar lunas. Di Luna juga hubungan secara personal juga baik. Kalau di Luna gak baik, gak mungkin kita ambil lagi, intinya ya itu. Kalau sudah satu kali makainya nggak enak kita ya nggak mungkin pakai lagi.

Lampiran 3

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS JEMBER LEMBAGA PENELITIAN Alamat : Jl. Kalimantan No. 37 Jember Telp. 0331-337818, 339385 Fax. 0331-337818 e-Mail : penelitian.lerlit@unej.ac.id
-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Nomor	: 1541/UN25.3.1/LT.5/2013	27 September 2013
Perihal	: Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian	

Yth, Pimpinan
CV. Luna Tour and Organizer
di -
JEMBER

Memperhatikan surat pengantar dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember Nomor :5981/UN25.1.2/LT/2013 tanggal 24 September 2013, perihal ijin penelitian mahasiswa :

Nama / NIM	: Adam Algian / 090910202034
Fakultas / Jurusan	: FISIP / Ilmu Administrasi Bisnis
Alamat	: Jl. Delima Putih Blok A-6 Jember / No Hp. 085749901008
Judul Penelitian	: Implementasi Standard Operating Procedure Sebagai Upaya Pengendalian Proses Operasi pada CV. Luna Tour and Organizer Jember
Lokasi	: CV. Luna Tour and Organizer Jember
Lama Penelitian	: Dua bulan (27 September – 27 Nopember 2013)

Sehingga kami mohon dengan hormat bantuan Saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul di atas.
Demikian atas kerjasama dan bantuan Saudara disampaikan terima kasih.


 Ketua
Sekretaris
 Dr. Zainuri, M.Si
 NIP 196403251989021001

Tembusan Kepada Yth. :

1. Dekan FISIP Universitas Jember
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip


 CERTIFICATE NO : GMS/173

Lampiran 4



Lampiran 5



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
KANTOR PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN

SURAT TANDA IJIN USAHA

USAHA : AGEN PERJALANAN WISATA
NOMOR : 556.1 / 11 / SK / 35.09.511 / 2011

BERDASARKAN SURAT KEPUTUSAN KEPALA KANTOR PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KABUPATEN JEMBER NOMOR : 556.1 / 11 / SK / 35.09.511 / 2011, TELAH DIBERIKAN IJIN USAHA KEPADA:

NAMA : LUSI ANGGRAENI SEMBIRING. S.Sos
ALAMAT : JL. KASUWARI 40 RT 4 RW 3 KECAMATAN PATRANG JEMBER
NAMA USAHA : CV. LUNA TOUR AND ORGANIZER
LOKASI USAHA : JL. SUMATERA 82 B JEMBER

DENGAN KETENTUAN PEMEGANG IJIN USAHA DIWAJIBKAN:

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

DITETAPKAN DI : JEMBER
PADA TANGGAL : 3 NOVEMBER 2011

KEPALA KANTOR PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN
KABUPATEN JEMBER


KRISFITIAHYONO, SE
Pembina Tk. I
WP. 19861015 199602 1 001



DATA PERSONALIA

No.	Nama	Tanggal Lahir	Pendidikan	Jabatan dalam Perusahaan	Pengalaman Kerja	Profei Keahlian	Sertifikasi Ijasah
1	Lusi A Sembiring, S,Sos	12-03-1981	Sarjana	Direktris	5 th	Tour Planner	
2	Denik Sisiliana	26-03-1981	Diploma	Chief Ticketing	2 th	Ticketing	
3	Hasi Mega Y	14-07-1981	Diploma	Man Opetaional	2 thn	Tour Operasional	
4	Siska Ambarwati	10-09-1992	Diploma	Accounting	2 thn	Accounting	
5	Teguh Setiawan	5-02-1976	Diploma	Marketing	34thn	Marketing	
6	Arthur	25.10-1987	Diploma	Marketing	3thn	Marketing	
7	Vety		SMK	RSVN Ticketing	5 bulan	Ticketing	
8	Ferry		SMK	RSVN Ticketing	5 bulan	Ticketing	
9	Riski		Diploma	Marketing	7bulan	Operational tour	
10	Wiyata Budi		Study S-1	Marketing	1 bln	Marketing	
11	Ferian		Sarjana	Marketing	1 bln	Marketing	
12	Bestharia		Studi S-1	Marketing	1 bln	Marketing	

CV. LUNA TOUR & ORGANIZER

Lusi A. Sembiring, S.Sos
Direktris

Lampiran 7

ANGKET KEPUASAN PELANGGAN

Group : Dharmawanita Pemkab Jember

Transportasi	B	C	K
- Bus			
- Pesawat			
- KA			

Meals	B	C	K
- Paket Makan			
- Catering			
- RM			

Tour Leader Luna Tour	B	C	K
- Pelayanan			
- Komunikasi			

Lokal Guide	B	C	K
- Penyampaian Destinasi			
- Komunikasi			


Hotel	B	C	K
- Pelayanan			
- Kebersihan			
- Makan di hotel			

Acara	B	C	K
- Tempat Wisata			
- Pengaturan Waktu			
- Kelancaran Acara			

Nama & TTD

*)Beri tanda x atau v

Lampiran 8



SPARKLING WBL RESORT 1D WITH LUNA TOUR

1Day Jember – WBL RESORT (Snack B,L,D)

Jam 02.00 Persiapan Keberangkatan
Peserta dijemput di alamat. Pengaturan Bagasi dan Tempat duduk. Kru LUNA akan membantu pengaturan bagasi dan seat penumpang). Perjalanan diperkirakan sekitar 7 jam. Snack disajikan saat perjalanan. Makan pagi disajikan di RM. Jawa Timur

Jam 10.00 Diperkirakan peserta tiba di **WBL + GUA MAHARANI.** Makan siang disajikan dengan meal coupon.

Jam 15.00 Meninggalkan objek wisata **WBL**, selanjutnya peserta diajak untuk singgah di Jembatan Siramadu.

Jam 19.00 Makan malam disajikan di RM. Tongas Asri.

Jam 22.00 Selanjutnya peserta diperkirakan perjalanan kembali ke kota Jember. Sampai jumpa di tour mendatang bersama LUNA Tour & organizer
" Full of Joy 'n Fun"

Harga Pengelolaan per orang :

1. 59 peserta	Rp. 365.000
2. 50 peserta	Rp. 385.000
3. 40 peserta	Rp. 422.000
4. 30 peserta	Rp. 485.000

Note: Penjemputan diluar kota Jember ada charge solar Rp. 30.000/org
: Jika ada perubahan obyek maka harga menyesuaikan

Fasilitas yang disediakan :

1. Transportasi Bus Pariwisata (**Type dan model terbaru 2011 JET BUS / EVO BUS**) AC seat 59 / 42dengan fasilitas AC, rec. seat, audio visual, dan seat 2-2 untuk bus 42
2. Makan disajikan sebanyak 3x (Prasmanan)
3. Tour Leader **LUNA TOUR & ORGANIZER**
4. Tiket Masuk Obyek Wisata : **WBL + GUA MAHARANI**
5. Air mineral
6. Asuransi Wisatawan
7. Tips Kru bus
8. Donasi (parkir, retribusi dll)
9. Doorprize diundi (T-shirt, jam, payung, mug)
10. Dokumentasi Foto + cuci cetak uk 4R
11. **DVD Tour per orang / family**

Lampiran 9

Intruksi Kerja Tour Leader

Kegiatan
Persiapan Keberangkatan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Satu hari sebelum berangkat Tour Leader harus mempersiapkan kelengkapan Tournya (Tour Leader Kit) 2. Saat Hari keberangkatan Tour Leader harus memeriksa kembali kelengkapannya
Penjemputan Peserta
<ol style="list-style-type: none"> 1. Periksa kondisi bus sebelum berangkat (AC, Tape, VCD, dan fasilitas lainnya) 2. Briefing program dan fee ke sopir 3. Memasukkan fasilitas tour ke dalam bus sesuai dengan program 4. Bus harus tiba di alamat penjemputan maksimal satu jam sebelum keberangkatan 5. Saat peserta menaiki bus, beri baggage tag pada setiap bagasi atau barang bawaan dan bantu untuk menata dan menempatkannya di dalam bagasi atau bus 6. AC bus harus dalam keadaan hidup saat peserta mulai menaiki bus
Saat Keberangkatan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Periksa daftar hadir peserta 2. Berdoa secara bersama sebelum bus berangkat 3. Saat bus berangkat, perkenalkan kru yang ada di dalam bus, termasuk TL, escort, supir dan kernet bus 4. Jelaskan produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan 5. Bagikan dan jelaskan buku panduan yang telah disiapkan 6. Jelaskan secara detil fasilitas di bus yang bisa dipergunakan oleh peserta 7. Peserta disarankan menjaga kebersihan ruangan dalam bus dengan membuang sampah ke tempat yang sudah tersedia 8. Diinformasikan agar lubang AC tidak ditutup secara rapat karena akan mengganggu saluradn AC atau AC bisa tersumbat 9. Pembagian snack atau makanan ringan sesuai program
Saat Perjalanan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu mengajak peserta untuk berinteraksi 2. Jelaskan objek-objek wisata yang akan dikunjungi 3. Selalu mengingatkan peserta jika ada yang membutuhkan toilet 4. Tawarkan obat-obatan dan kantung plastik 5. Berikan selalu air mineral gelas jika peserta membutuhkan atau sesuai dengan program 6. Pemutaran Tape atau VCD harus selalu bergantian dan tidak bisa dipakai secara terus-menerus 7. Tour Leader harus memiliki kepekaan yang tinggi terhadap selera peserta dan adil dalam memutar selera musik atau film 8. Selalu ingatkan untuk tidak merokok dalam bus 9. Tour Leader harus selalu memeriksa bagasi yang ada di dalam bus bagian atas agar tidak jatuh saat bus sedang berjalan
Penyajian Makan dan Minum dalam Bus
<ol style="list-style-type: none"> 1. Periksa jadwal makan siang dengan baik (kurang lebih jam 12.00 – 13.00)

<ol style="list-style-type: none"> 2. Makan siang kotak dan air mineral gelas harus dibagikan dengan nampan yang telah disiapkan 3. Penyajian makanan atau minuman dimulai dari bangku paling depan kemudian belakang 4. Dilarang menempatkan di lantai bus
Saat Check-in Hotel
<ol style="list-style-type: none"> 1. Konfirmasi hotel dengan handphone untuk persiapan check-in dan kondisi lainnya 2. Sebelum bus tiba di hotel, bangunkan peserta yang sedang beristirahat dengan cara yang baik untuk bersiap-siap 3. Sampaikan juga pada saat peserta turun dari bus untuk berkumpul di lobby hotel menunggu pembagian kunci kamar dan konfirmasi jam untuk bersiap-siap melaksanakan program berikutnya 4. Kunci hotel dibagikan sesuai dengan daftar peserta kamar atau rooming list 5. Siapkan juga kamar untuk kru bus dan anggota Tour Leader yang lain
Saat di Objek Wisata
<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebelum tiba di objek wisata, ingatkan peserta mengenai waktu kunjungan dan minta peserta untuk tidak berpisah dari rombongan untuk memudahkan kembali ke parkir bus 2. Ingatkan peserta untuk berhati-hati dengan barang bawaannya 3. Siapkan tiket sebelum masuk 4. Selalu mendampingi peserta saat masuk dan pada saat berada di objek wisata 5. Ambil foto dan shoot bagi kameramen 6. Pada saat kembali ke bus, pakai fasilitas informasi untuk memanggil peserta yang datang terlambat 7. Cegah pengamen dan pedagang asongan ke dalam bus
Saat Makan di Restoran
<ol style="list-style-type: none"> 1. Konfirmasi ulang menu dan jam kedatangan di restoran 2. Informasikan fasilitas restoran pada peserta 3. Setiba di restoran, segera periksa jumlah piring dan menu 4. Jika menu belum siap, minta peserta untuk menunggu di tempat duduk yang telah disiapkan
Saat Usai Belanja
<ol style="list-style-type: none"> 1. Beri baggage tag pada setiap barang bawaan peserta tanpa terkecuali 2. Bantu untuk menempatkan barang belanjaan dengan baik 3. Informasikan bahwa barang bawaan rusak atau pecah adalah di luar tanggung jawab perusahaan
Saat check-out Hotel
<ol style="list-style-type: none"> 1. Satu malam sebelum check-out, sarankan kepada peserta agar pada malam itu untuk mengemas barang bawaannya untuk persiapan check-out keesokan harinya 2. Saat check-out minta agar kunci kamar diserahkan ke resepsionis hotel 3. Mini bar dan telepon serta fasilitas lainnya diluar tanggung jawab perusahaan 4. Tempatkan kembali barang bawaan ke dalam bagas dan minta bantuan kernet bus 5. Setelah itu himbaukan barang bawaan peserta dalam bus agar tidak ada yang tertinggal karena barang hilang atau rusak bukan tanggung jawab perusahaan
Saat Perjalanan Pulang
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagikan questioner kepada peserta 2. Berikan ucapan terima kasih dan salam penutup kepada peserta sebagai <i>closing</i>/berakhirnya tour

Lampiran 10

SYSTEM MARKETING DI CV. LUNA TOUR & EVENT ORGANIZER**PROSES PERSONAL SELLING**

- Mencari & menyeleksi pelanggan baru → mengidentifikasi prospek
- Pendekatan pendahuluan/ penjajakan
- Pendekatan ke prospek
- Presentasi (penyajian & peragaan)
- Mengatasi keberatan & Negosiasi
- Menutup penjualan
- Pasca penjualan
- Tour / Outbound
- Pasca Tour menyerahkan CD event, Foto + pigura + beberapa hal yang dijanjikan selama marketing dan sudah menjadi kesepakatan kedua belah pihak.
- Selepas tour selesai maka Marketing memiliki hak untuk mendapatkan Fee marketing, dan memo dari MO bisa dicairkan di Accounting.
- Tidak lupa hasil angket Tour dikonfirmasi oleh MO kepada marketing sebagai hasil Pasca Tour dan segala sesuatu yang menyangkut kegiatan Tour diketahui oleh Marketing. (hal yang positif maupun kritik dan saran kepada perusahaan)

SELAMAT BERGABUNG DI TEAM DAHSYAT LUNA TOUR

“FULL OF JOY AND FUN”

	Kegiatan	Target Hasil	
I	Pembuatan Penawaran Awal		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tulis nomor surat penawaran di dalam Buku Surat Keluar. 2. Cetak format surat penawaran awal dengan Kepala Surat (Nama CP/ nama instansi). 3. Setiap surat penawaran harus disimpan dalam hard disc dengan nama : nomor surat-nama group-tujuan-tgl pembuatan. 4. Surat penawaran awal dilampiri dengan brosur/ liflet paket produk. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Surat Penawaran harus selesai dan dikirimkan paling lambat 7 jam setelah ada permintaan. dari calon prospek 2. File atau dokumentasi surat penawaran disimpan dalam hard disc dan ditulis dalam Buku Surat Keluar. 	
II	Pembuatan Penawaran Lanjutan		
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebelum memulai membuat penawaran tour (Tour Qoutation), staff marketing/ tour disarankan untuk menghimpun/ mengumpulkan data-data dari prospek seperti : <ol style="list-style-type: none"> a. Nama group dan nama contact person atau decision maker dari group tersebut. b. Tujuan dan lama perjalanan c. Program perjalanan dan obyek yang dikehendaki/ diinginkan. d. Faslitas wisata/ perjalanan yang dibutuhkan atau dikehendaki seperti jenis hotel, bus dan lain sebagainya. e. Perkiraan jumlah peserta. 		
	<ol style="list-style-type: none"> 2. Membuat surat penawaran yang akan ditawarkan kepada prospek dengan format Word. <ol style="list-style-type: none"> a. Setiap surat harus diberi nomor dengan format sbb : Nomor surat. Nomor refrensi department/ Mkt/bulan/tahun 	<p>- setiap surat penawaran harus bernomor dan disimpan dengan format baku</p>	

	<p>b. Surat penawaran dibuat dengan kaidah tata bahasa Indonesia yang baik dan benar dengan susunan outline sbb :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pembukaan - Isi (Program perjalanan, harga, kondisi) - Penutup 	-	
	<p>3. Jika data seperti yang disyaratkan pada point 1 tidak lengkap, maka surat penawaran dapat dibuat dengan menggunakan program perjalanan standart dan harga standart.</p>	- Surat penawaran dengan format dan lampiran surat standart	
	<p>4. Surat Penawaran (Tour Qoutation) yang dibuat harus disimpan dalam folder di hard disc dengan formula nama sbb :</p> <p>Nomor surat - nama group – tujuan perjalanan – tgl pembuatan (ex : 101 – T.Extravaganza – Bali – 1 April)</p>		
	<p>5. Setiap penetapan harga dalam surat penawaran harus dibuatkan perhitungan biaya dan harga dan harus dicatat/ didokumentasikan baik secara manual yaitu dengan mencatat di Buku Perhitungan Harga atau dengan menggunakan format Exel dan ditulis keterangan atau di simpan dalam folder hard disc dengan nama yang sama dengan nama file surat penawaran</p> <p>6. Sebelum surat penawaran ditandatangani oleh pejabat yang berhak harus dicek dan diketahui oleh Manager Operasional.</p>	- Perhitungan biaya/ harga yang disimpan dengan format baku.	

	Menghitung Biaya dan Menetapkan Harga Tour untuk Tour Qoutation		
	<p>1. Pengitungan biaya dan penetapan harga tour harus berdasarkan program yang dibuat sesuai dengan surat penawaran yang dimaksud.</p>	- Pengitungan biaya/ harga dengan format standart	
	<p>2. Setiap penghitungan biaya dan penetapan harga baik secara</p>	- Penghitungan biaya/ harga dicatat di buku	

	manual maupun dengan menggunakan format excel harus diberi nama dan dicatat atau disimpan dengan nama sama dengan nama surat penawaran.	perhitungan atau disimpan ke dlm hard disc dengan format standart	
	3. Pengitungan biaya dibuat dengan berdasarkan standart baku penghitungan perusahaan.		
	4. Penetapan harga sesuai dengan standart mark up minimal 10 % atau berdasarkan petunjuk Manager Operasional.	- Penetapan harga dengan standart perusahaan.	
	5. Jika pada kondisi tertentu seperti ada persaingan atau hal lain sehingga penetapan harga kurang dari 10 % harus melalui koordinasi dengan Manager Operasional.	- Koordinasi dengan manager untuk hal-hal khusus.	

- Profit minimal dari satu project adalah 1 juta, dibawah itu project dianggap tidak layak, kecuali ada pertimbangan tertentu seperti multiplier effect atau lainnya.
- Standar penetapan profit minimal perusahaan
Kontrak senilai 1 – 10 juta profit ditetapkan nett 1 Juta
 - 10,1 – 20 juta → 10%
 - 20,1 – 50 juta → (20 jt x 10%) + (Selebihnya x 7%).= 2jt + 0.07X
 - 50,1 – 75 jt → 4,1 juta + 0,06X
 - 75,1 – 100 jt → 5,6 juta + 0,05X
 - 100,1 – 150 jt → 6,75 juta + 0,04X
 - >150 juta → 8,75 juta + 0,03X

Lampiran 11

Daftar Biro dan Agen perjalanan di Jember tahun 2013

No.	Nama Biro Perjalanan	Alamat
1.	PT. Warna Indonesia Wisata	Jl. S. Parman No. 22, Jember
2.	CV. Kurnia Fitroh Wisata	Jl. Kaliurang Blok C6-22, Jember
3.	CV. Luna Tour and Organizer	Jl. Sumatera 82B, Jember
4.	PT. Saweri Gading Asri	Jl. Darmawangsa 67, Jember
5.	CV. Kurnia Duta Wisata	Jl. Gajah Mada 169 C-Jember
6.	PT. Nuansa Wisata Putra Nusantara	Jl. Letjend Suprpto 71, Jember
7.	CV. Luxur Pratama Indo Wisata	Jl. Tawangmangu 17, Jember
8.	PT. Surya Kencana Mulya	Jl. Letjend Panjaitan 38, Jember
9.	PT. Terang Jaya Langgeng	Jl. Pajajaran II-GG. 10, Jember
10.	BPW 'Sekar' (Puslitkoka Indonesia)	Jl. PB. Sudirman No. 90, Jember
11.	CV. Pyramid Tour and Travel	Jl. Sriwijaya 332A, Jember
12.	PT. Musfiratur Tour and Travel	Jl. Sultan Agung 167, Jember
13.	CV. Pandawa Trans	Jl. Hayam Wuruk I/ 211, Jember
14.	CV. Bayu Bangsa Wisata	Jl. Brawijaya No. 22, Jember
15.	CV. Nusajaya	Jl. Doho v Bukit Permai Blok II/ 22, Jember
16.	CV. Bimo Kresno	Jl. Karimata (Depan Unmuh Jember)
17.	CV. LBR Tour and Event Organizer	Perum Griya Mangli Blok G-11, Jember
18.	CV. Safhira Maulana	Jl. Karimata 77A, Jember
19.	CV. Duta Karya	Jl. PB. Sudirman No.211, Jember

No.	Nama Agen Perjalanan	Alamat
1.	CV. Andromeda Utama	Jl. Sumatra No. 41, Jember
2.	PT. Rahmat Sumber Alami	Jl. Merpati 39, Jember
3.	PT. Taruna Wisata Express	Jl. Gatot Subroto 2, Jember
4.	CV. Dwi Tunggal	Jl. Letjend Panjaitan 132, Jember
5.	PT. Sejahtera Abadi Mulya Jaya	Dsn Grobyok RT. 06 RW. II Tanjung Rejo, Wuluhan-Jember
6.	PT. Mutiara Bintang Kharisma	Jl. Maluku 43 Gambirono, Bangsalsari
7.	PT. Tri Sampurno Mulyo	Jl. Raya M.Seruji 19 G, Bangsalsari
8.	CV. Bintang Anugerah	Semboro Kidul RT. 02 RW III

Lampiran 12

Daftar Biro dan Agen perjalanan di Jember tahun 2015

No.	Nama Biro Perjalanan	Alamat
1.	PT. Warna Indonesia Wisata	Jl. S. Parman No. 22, Jember
2.	CV. Kurnia Fitroh Wisata	Jl. Kaliurang Blok C6-22, Jember
3.	CV. Luna Tour and Organizer	Jl. Sumatera 82B, Jember
4.	PT. Saweri Gading Asri	Jl. Darmawangsa 67, Jember
5.	CV. Kurnia Duta Wisata	Jl. Gajah Mada 169 C-Jember
6.	PT. Nuansa Wisata Putra Nusantara	Jl. Letjend Suprpto 71, Jember
7.	CV. Luxur Pratama Indo Wisata	Jl. Tawangmangu 17, Jember
8.	PT. Surya Kencana Mulya	Jl. Letjend Panjaitan 38, Jember
9.	PT. Terang Jaya Langgeng	Jl. Pajajaran II-GG. 10, Jember
10.	BPW 'Sekar' (Puslitkoka Indonesia)	Jl. PB. Sudirman No. 90, Jember
11.	CV. Pyramid Tour and Travel	Jl. Sriwijaya 332A, Jember
12.	PT. Musfiratur Tour and Travel	Jl. Sultan Agung 167, Jember
13.	CV. Pandawa Trans	Jl. Hayam Wuruk I/ 211, Jember
14.	CV. Bayu Bangga Wisata	Jl. Brawijaya No. 22, Jember
15.	CV. Semesta Raya Tour & Travel	Jl. Jl. Mangga I/24, Jember
16.	Gramindo Tour & Travel	Jl. Syamanhudi No. 52 Jember
17.	CV. LBR Tour and Event Organizer	Perum Griya Mangli Blok G-11, Jember
18.	CV. Safhira Maulana	Jl. Karimata 77A, Jember
19.	CV. Duta Karya	Jl. PB. Sudirman No.211, Jember
20.	Nadita Prima Citra Wisata	Jl. Semeru X/V/R-11, Jember
21.	Mahera Tour & Travel	Perum DIM II/10 Jubung, Jember
22.	PT. Kartika Trans	Jl. Darmawangsa 129 Rambipuji, Jember
23.	PT. Rahayu Citra Mandiri	Jl. Kertabumi IV/16 Jember
24.	PT. Al-Ghazalie Citra Utama	Jl. Yos Sudarso 114 Jember
25.	PT. Semesta Tiga Tujuh	Jl. Wijaya Kusuma 85, Jember
26.	Hobi Wisata Tour & Travel	Jl. Jl. Kalimantan XVIII/6, Jember
27.	CV. Genta Wisata Tour & Travel	Perumahan Sumber Alam Blok C-12, Jember

No.	Nama Agen Perjalanan	Alamat
1.	PT. Taruna Wisata Express	Jl. Gatot Subroto 2, Jember
2.	CV. Dwi Tunggal	Jl. Letjend Panjaitan 132, Jember
3.	PT. Sejahtera Abadi Mulya Jaya	Dsn Grobyok RT. 06 RW. II Tanjung Rejo, Wuluhan-Jember
4.	PT. Mulya Bintang Kharisma	Jl. Maluku 43 Gambirono, Bangsalsari
5.	PT. Tri Sampurno Mulyo	Jl. Raya M.Seruji 19 G, Bangsalsari
6.	CV. Bintang Anugerah	Semboro Kidul RT. 02 RW III

Lampiran 13

Data penjualan paket wisata CV. Luna Tour and Organizer

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Januari	4	4	3	4	3	4
Februari	3	4	3	4	4	3
Maret	4	5	4	4	3	5
April	4	3	4	4	4	4
Mei	4	3	3	4	4	3
Juni	3	4	4	3	0	0
Juli	3	4	0	0	1	-
Agustus	1	0	1	2	3	-
September	0	1	3	4	4	-
Oktober	2	4	4	3	3	-
November	4	3	3	3	5	-
Desember	3	3	4	4	4	-
Total	35	38	36	39	38	19

Lampiran 14

Form Budgeting Tour

BUDGET TOUR UMUM						
Nama Grup :						
Tujuan						
Jumlah peserta						
Bus jumbo						
Mata normal						
Mata mata kontak						
RESEPT						
1	BUS					
2	FEE TL					
3	FEE ESCORT					
4	TIPS KRU BUS					
5	PTD					
6	SPANDUK					
7	FILM+CLIC CETAK					
8	RESERVASI					
9	DOORPRIZE					
10	# SHOOTING + EDITING					
11	# MOBIL SEWA INNOVA					
12	# GUIDE					
13	# BOWTLAK					
14	# FERRY BUS					
15	# FERRY MOBIL					
16	BAYA VARIABEL					
17	# HOTEL					
18	# MEAL					
19	(MEAL HARI I)					
20	BREAKFAST					
21	LUNCH					
22	DINNER					
23	(MEAL HARI II)					
24	BREAKFAST					
25	LUNCH					
26	DINNER					
27	(MEAL HARI III)					
28	BREAKFAST					
29	LUNCH					
30	DINNER					
31	# ORYEK WSATA					
32	# ASURANSI					
33	# SNACK					
34	# AGUA					
35	# ID CARD					
36	# CD TOUR					
37	# FEE MKKT					
38	TOTAL BUDGET					

Tabel Analisis Domain

Domain	Hubungan Semantik	Pertanyaan Struktural	Hasil
(a)	(b)	(c)	(d)
Alur proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer	Alur proses operasi yang dilakukan untuk pengendalian proses operasi pada perusahaan	Bagaimana alur proses operasi yang dilakukan perusahaan?	Proses operasi pada perusahaan meliputi beberapa tahap kegiatan yaitu dimulai dari input berupa dealing marketing. Bagian marketing bertanggung jawab dalam kegiatan marketing untuk mencapai kontrak kerja dengan pelanggan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan. Yang kedua yaitu persiapan tour, pelaksanaan tour dan finishing tour. Tour operator memegang kendali atas segala persiapan dan pelaksanaan yang berkaitan dengan kegiatan tour di CV. Luna Tour and Organizer. Yang ketiga yaitu evaluasi tour. Evaluasi tour merupakan output dari proses operasi yang dilaksanakan oleh CV. Luna Tour and Organizer sehingga perusahaan mengetahui positif dan negatif dari tour yang telah terselenggara.

Tabel Analisis Taksonomi

Bidang	Kegiatan	Deskripsi	Pelaksana	Penanggung Jawab	Hasil
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
Pengendalian proses operasi pada CV. Luna Tour and Organizer	a. Dealing marketing	Kegiatan dari bagian marketing untuk mencapai sebuah kesepakatan berupa kontrak kerja sama dengan klien	Staff Marketing	Manajer Marketing dan Manajer Operasional	Staff marketing melaksanakan intruksi kerja yang di dalamnya berisi standar-standar dalam pelaksanaan marketing. Intruksi kerja tersebut yaitu menyampaikan surat penawaran awal kepada klien yang disertai dengan brosur/liflet paket produk. Setelah itu penawaran lanjutan diajukan untuk mencapai sebuah kesepakatan dengan <i>decision maker</i> berupa penandatanganan kontrak kerja. Staff marketing selalu melakukan komunikasi dengan manajer operasional terkait dengan penentuan budgeting tour dengan klien. Sehingga apabila terjadi persaingan harga dengan biro lainnya atau terjadi permintaan-permintaan dari klien yang menyebabkan budget tour berbeda maka manajer operasional dapat menentukan keputusan yang tepat untuk mencapai deal dengan klien.

(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
b. Persiapan tour	Kegiatan berupa persiapan-persiapan sebelum pelaksanaan tour berlangsung	Staff Marketing dan Tour Leader	Manajer Operasional	Persiapan reservasi kepada pihak hotel, restoran, transportasi dan objek wisata, serta persiapan perlengkapan-perengkapan tour yang digunakan dalam kegiatan wisata untuk mengetahui kualitas, fasilitas, dan kapabilitas sarana yang akan digunakan. Persiapan dilakukan setelah terjadi dealing dan persiapan harus sesuai dengan permintaan dari klien pada saat deal. Persiapan harus selesai sebelum pelaksanaan tour terjadi. Manajer operasional juga mengkoordinir staff yang bertugas untuk segala persiapan yang dilakukan sebelum pelaksanaan tour dengan ceklist daftar kegiatan di dalam persiapan tour.	
c. Pelaksanaan tour	Merupakan kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada saat tour berlangsung	Tour Leader	Manajer Operasional/ Tour Operator dan Tour Leader	Saat pelaksanaan tour, TL melaksanakan intruksi kerja yang telah ditetapkan perusahaan. Intruksi kerja tersebut mencakup kegiatan-kegiatan tour leader selama persiapan keberangkatan, Penjemputan keberangkatan, dalam perjalanan, penyajian makan dan minum di dalam bus, saat check in hotel, siap di objek wisata, saat rencana makan di restoran, saat usai belanja, saat check out hotel,	

(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
					<p>dan saat perjalanan pulang. Tour Leader mengontrol agenda semua item runtutan aktifitas tour dengan cara menceklist agenda tour. Tour leader melakukan koordinasi by phone dengan manajer operasional setiap hari untuk mendapatkan solusi terhadap dinamika yang terjadi, sehingga apabila terjadi hal yang menyebabkan terjadinya pembengkakan pada budgeting tour maka tour leader bisa mengambil tindakan berdasarkan keputusan dari kantor. Tour leader juga harus menyimpan bukti-bukti transaksi atau pengeluaran misalkan kwitansi tiket masuk objek wisata, kwitansi catering, kwitansi hotel, dan sebagainya. Hal tersebut digunakan oleh tour leader sebagai bukti untuk form pelaporan kepada manajer operasional.</p>
d. Finishing tour	Kegiatan penyerahan dokumentasi kepada klien	penyerahan tour	Tour Leader dan Marketing	Manajer Operasional/ Operator dan Marketing	Tour Staff Marketing menyerahkan fasilitas pasca tour yang dijanjikan saat dealing marketing. Fasilitas tersebut berupa dokumentasi tour. Dokumentasi tour tersebut dapat berupa foto-foto maupun rekaman video pada saat

(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)
					<p>pelaksanaan tour. Staff marketing wajib mengucapkan terima kasih kepada klien saat penyerahan dokumentasi tour tersebut agar kesan yang ditimbulkan oleh klien diterima dengan baik dan klien tertarik untuk memakai jasa perusahaan lagi.</p>
<p>e. Evaluasi tour</p>		<p>Merupakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk melihat hasil dari pelaksanaan tour yang telah dilakukan, dan menganalisa dari sisi positif dan negatif sebagai pandangan untuk tour yang akan datang</p>	<p>Manajer Operasional</p>	<p>Direktris</p>	<p>Questioner yang dibagikan kepada peserta pada saat pelaksanaan tour dijadikan bahan evaluasi yang nantinya apabila ada kekurangan pada tour yang telah dilaksanakan, kekurangan tersebut dianalisa sebab-sebabnya dan dilakukan perbaikan untuk kegiatan tour selanjutnya. Tour leader juga menyerahkan pelaporan dalam bentuk dokumentasi dan pelaporan budgeting tour, sehingga dari pelaporan tersebut dapat dilihat hasil dari dokumentasi tour dan biaya-biaya yang digunakan pada saat tour.</p>



DAFTAR FOTO



Foto 1. Kantor CV. Luna Tour and Organizer



Foto2. All Crew CV. Luna Tour and Organizer



Foto 3. Persiapan armada bus sebelum pelaksanaan tour



Foto 4. Persiapan fasilitas dalam bus oleh TL sebelum pemberangkatan tour



Foto 5. Pengarahan dari TL sebelum menuju tempat wisata



Foto 6. Pendampingan oleh crew saat pelaksanaan tour



Foto 7. Fasilitas peserta tour berupa makan prasmanan di hotel



Foto 8. Dokumentasi semua peserta di akhir tour