



**PROSES RESERVASI HOTEL DALAM KEGIATAN MICE DI PT
HARYONO TOUR AND TRAVEL MALANG**

*The Hotel Reservation Process of MICE events in PT. Haryono Tour and Travel
Malang*

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Oleh

**Riezcha Shofiana
NIM 120903102014**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2015**



**PROSES RESERVASI HOTEL DALAM KEGIATAN MICE DI PT
HARYONO TOUR AND TRAVEL MALANG**

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya
Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

**Riezcha Shofiana
NIM 120903102014**

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

2015

PERSEMBAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata ini saya persembahkan kepada:

1. Ayahanda Moh. Afandi dan Ibunda Mardiah yang tercinta;
2. Keluarga besar, adik kandung, paman, bibi, saudara sepupu yang telah menyemangati selama proses pengerjaan tugas akhir ini;
3. Guru-guru mulai dari Taman Kanak-kanak Aisyah Bustanul Athfal Kalisat, SDS Nasional, SMP Negeri 1 Kalisat, dan SMA Negeri Kalisat, dan segenap dosen D III Usaha Perjalanan Wisata yang telah membimbing selama ini;
4. Seseorang yang selalu menyemangati setiap waktu dalam pengerjaan tugas akhir, Ach. Zaenurizal Habibi;
5. Sahabatku, Indra Dwi Sumikah yang selalu jadi tempat curhat serta mengantarkanku ketika bimbingan jika tidak ada motor untuk pergi ke kampus;
6. Sahabat-sahabat D III Usaha Perjalanan Wisata FISIP UNEJ angkatan 2012 yang telah mengukir persahabatan indah dan kenangan yang tak akan terlupakan selama 3 tahun ini;
7. Dosen pembimbing, Panca Oktawirani, S.Si, S.Pd, M.Si yang telah sabar membimbing dan sangat teliti dalam proses mengerjakan tugas akhir ini;
8. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTO

“Keramahtamahan dalam perkataan menciptakan keyakinan, keramahtamahan dalam pemikiran menciptakan kedamaian, keramahtamahan dalam memberi menciptakan kasih”

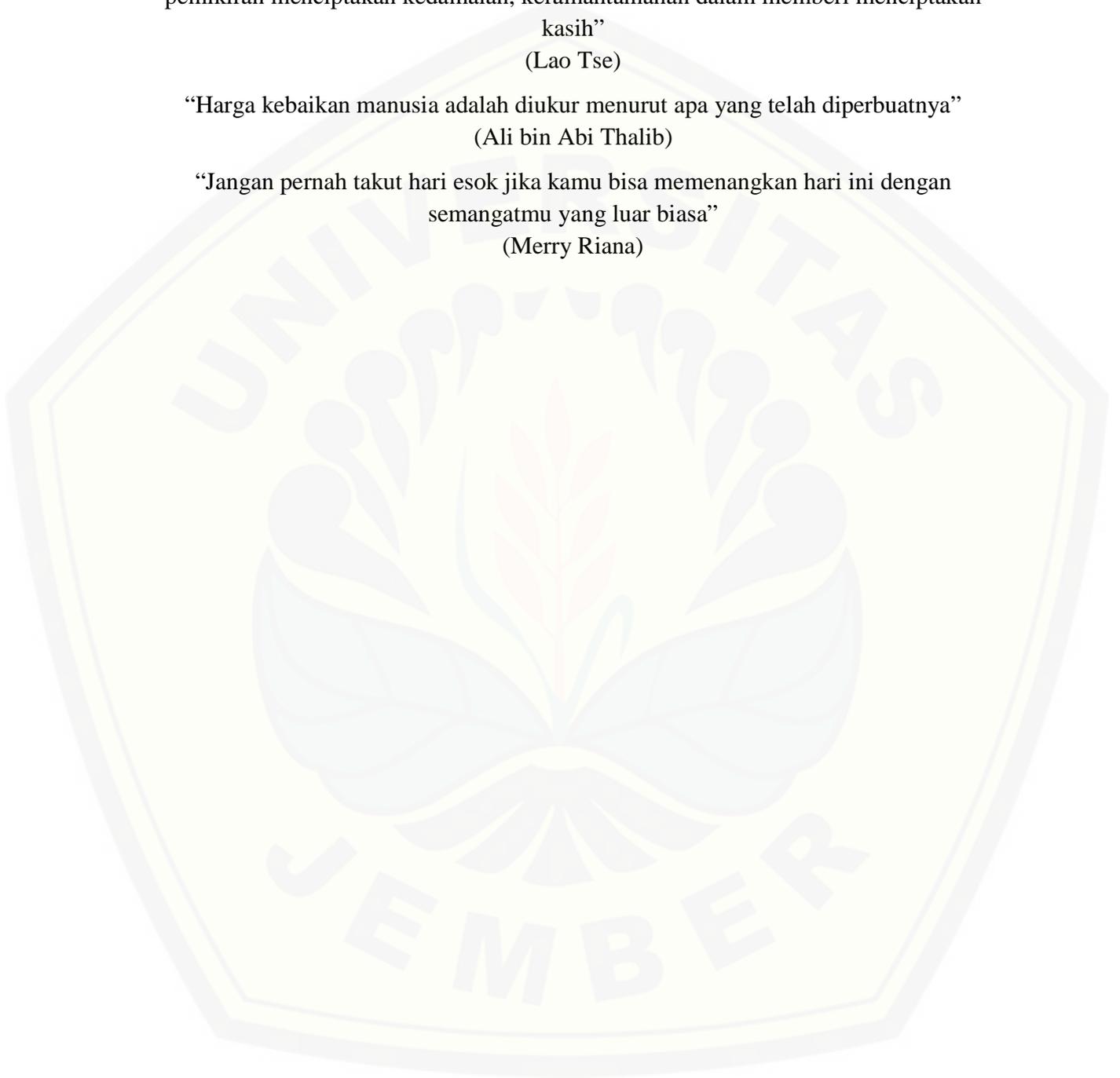
(Lao Tse)

“Harga kebaikan manusia adalah diukur menurut apa yang telah diperbuatnya”

(Ali bin Abi Thalib)

“Jangan pernah takut hari esok jika kamu bisa memenangkan hari ini dengan semangatmu yang luar biasa”

(Merry Riana)



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

nama : Riezcha Shofiana

NIM : 120903102014

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa laporan praktek kerja nyata yang berjudul “Proses Reservasi Hotel Dalam Kegiatan MICE di PT. Haryono Tour and Travel Malang” adalah benar-benar 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 ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 24 Juni 2015

Yang Menyatakan,

Riezcha Shofiana

120903102014

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

**PROSES RESERVASI HOTEL DALAM KEGIATAN MICE DI PT
HARYONO TOUR AND TRAVEL MALANG**

Oleh:

Riezcha Shofiana

120903102014

Pembimbing

Dosen Pembimbing : Panca Oktawirani, S.Si, S.Pd, M.Si

PENGESAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata berjudul “Proses Reservasi Hotel Dalam Kegiatan MICE di PT Haryono Tour and Travel Malang” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Senin, 24 Agustus 2015

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos., M.M

NIP 19750825 200212 1 002

Sekretaris,

Anggota,

Panca Oktawirani, S.Si., S.Pd, M.Si

NIP 19861005 201404 2 002

Lusi Anggraeni Sembiring, S.Sos

NIP

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A

NIP 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

Proses Reservasi Hotel Dalam Kegiatan MICE di PT. Haryono Tour and Travel Malang; Riezcha Shofiana, 12090312014 ; 2015: 73 halaman; Program Studi D III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MICE merupakan industri baru yang sedang berkembang dengan angka pertumbuhan yang cepat. Industri ini berasal dari Eropa dan Amerika Utara, dan sekarang menjadi industri internasional yang ditandai dengan adanya investasi lintas benua (Noor, 2007:1). Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin cepat, kegiatan MICE sangat diperlukan oleh banyak perusahaan untuk mengembangkan usahanya dengan cara mengadakan pertemuan-pertemuan yang dilakukan di suatu tempat yang dapat dijangkau dengan mudah terutama di Indonesia.

Setiap event MICE memerlukan akomodasi salah satunya berupa hotel yang dimana hotel tersebut menjadi lokasi event tersebut selama beberapa hari. Umumnya event MICE dilakukan di sebuah hotel karena hotel menyediakan fasilitas ruang meeting, *hall* untuk konferensi, kamar untuk tempat istirahat peserta, dan fasilitas penunjang lainnya. MICE umumnya terselenggara di kota-kota yang pertumbuhan pariwisatanya sangat pesat contohnya Malang. Malang merupakan tempat yang cocok dijadikan tempat penyelenggaraan event MICE dikarenakan disana banyak berdiri hotel-hotel berbintang yang cukup untuk kegiatan *meeting* maupun konferensi besar lainnya. Selain itu berdirinya hotel juga didasari oleh banyaknya wisatawan yang datang ke Malang untuk berpleisir di tempat-tempat wisata yang menyenangkan. Jadi selain berkunjung untuk menghadiri event MICE, peserta juga akan membawa keluarganya untuk berpleisir.

PT Haryono Tour and Travel Malang adalah satu biro perjalanan wisata di Malang yang bergerak di bidang jasa yaitu menangani kegiatan MICE, salah satunya dalam

acara Pengembangan Profesi Bedah Berkelanjutan (P2B2 PABI XII). Acara ini adalah acara terbesar untuk kalangan dokter bedah se-Indonesia. PT Haryono Tour and Travel sebagai *Professional Conference Organizer* hanya menangani pengurusan akomodasi kamar untuk penginapan peserta selama acara berlangsung. Selain itu PT Haryono Tour and Travel melayani acara *meeting, gathering*, pelayanan transportasi untuk MICE, dan *exhibition planning*.

Tahap pengurusan proses reservasi hotel untuk acara P2B2 PABI XII adalah, pertama pihak PCO melakukan kerja sama dengan pihak hotel, terutama yang telah memiliki kontrak dengan PCO, kedua peserta akan melakukan registrasi lewat email, telepon, fax, maupun datang secara langsung terkait dengan akomodasi peserta serta menanyakan tentang proses pembayaran. Ketiga, pihak PCO bertanggung jawab atas hal-hal yang terkait dengan akomodasi peserta pada saat acara berlangsung. Keempat, pihak PCO melaporkan dan menyelesaikan administrasi pembayaran dengan hotel sesuai dengan kontrak yang telah ditandatangani.

Usai acara MICE tersebut, pihak PCO bertanggung jawab atas semua yang telah terjadi ketika acara tersebut terkait akomodasi. Evaluasi terhadap kekurangan dan kelebihannya dilakukan usai kegiatan berlangsung.

PRAKATA

Puji Syukur kehadirat Allah S.W.T atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan yang berjudul “Proses Reservasi Hotel dalam Kegiatan MICE di PT Haryono Tour and Travel Malang”. Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Diploma III Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Dr. Edy Wahyudi, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi.
3. Dra. Sri Wahjuni, M.Si., selaku Ketua Program Studi D III Usaha Perjalanan Wisata.
4. Panca Oktawirani, S.Si, S.Pd, M.Si sebagai Dosen Pembimbing penulis yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan laporan ini.
5. Ayahanda Moh. Afandi dan Ibu Mardiah yang telah mendoakan sehingga laporan ini dapat terselesaikan;
6. *Branch Manager*, seluruh staf PT Haryono Tour and Travel Malang, dan teman-teman seperjuangan ketika magang Yasinta, Triya, dan Yuna yang telah membantu menyelesaikan laporan ini;
7. Teman-teman D III Usaha Perjalanan Wisata angkatan 2012;

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih terdapat banyak kekurangan, maka penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan ini dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua.

Jember, 24 Juni 2015

Penulis

DAFTAR ISI

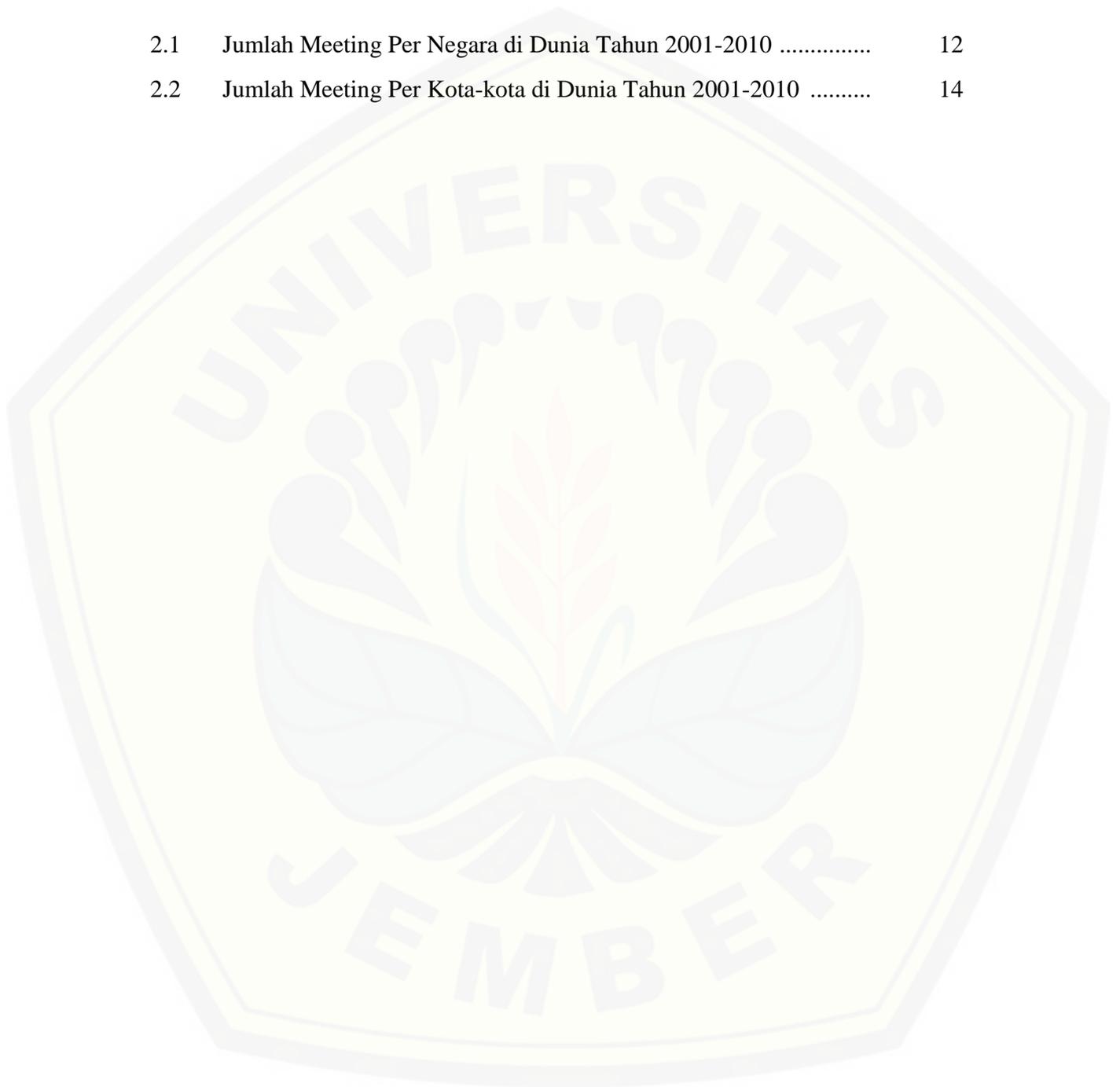
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Praktek Kerja Nyata	4
1.4 Manfaat Praktek Kerja Nyata	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Reservasi Hotel	5
2.2 Pengertian MICE	5
2.2.1 MICE dan Pariwisata	7
2.3 Sejarah dan Perkembangan MICE	9
2.4 Sektor-sektor yang Terkait Dalam Kegiatan MICE ..	14
2.5 Pengertian Event	15
2.5.1 Jenis-Jenis Event	16
2.6 Pengertian Meeting dan Convention	18

2.7 Pengertian Incentive Tour	22
2.7.1 Jenis-Jenis Perjalanan Insentif	22
2.7.2 Unsur-Unsur Perjalanan Insentif	22
2.8 Pengertian Exhibition	25
2.8.1 Manfaat Pameran	26
2.8.2 Tujuan Pameran	27
2.8.3 Jenis-Jenis Pameran	28
2.8.3.1 Berdasarkan Target Pengunjung	28
2.8.3.2 Berdasarkan Jenisnya	29
2.8.3.3 Berdasarkan Sifatnya	30
2.8.3.4 Berdasarkan Lingkup Geografis	31
2.9 Perusahaan/Organisasi Dalam Industri MICE	31
2.9.1 Biro Konvensi	31
2.9.1.1 Tugas-Tugas Biro Konvensi	32
2.9.2 Meeting Planner	32
2.9.3 Professional Conference Organizer	32
2.9.3.1 Tugas PCO Dalam Kegiatan MICE	33
2.9.3.2 Sistem Registrasi	40
BAB 3. GAMBARAN UMUM	42
3.1 Profil Perusahaan	42
3.1.1 Sejarah PT Haryono Tour and Travel dan Cabang Malang	43
3.1.2 Visi dan Misi PT Haryono Tour and Travel	44
3.1.3 Lokasi PT Haryono Tour and Travel	44
3.2 Jasa yang Diberikan PT Haryono Tour and Travel ..	45
3.3 Daftar Keanggotaan	49
3.4 Struktur Organisasi PT Haryono Tour and Travel Malang	50

3.5 Job Description PT Haryono Tour and Travel	
Malang	51
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Praktek Kerja Nyata	54
4.2 Tempat Praktek Kerja Nyata	54
4.3 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	54
4.4 Kegiatan Praktek Kerja Nyata	55
4.4.1 Daily Activity Selama di PT Haryono Tour and Travel	
Malang	55
4.4.2 Deskripsi Kegiatan Harian Selama di PT Haryono Tour	
and Travel Malang	59
4.5 Proses Reservasi Hotel	59
4.6 Kegiatan PCO Sebelum Membuka Pendaftaran Reservasi	
Hotel	64
4.7 Kegiatan Selama Pelaksanaan Acara	67
4.8 Kelebihan dan Kekurangan PT Haryono Tour and Travel	
Malang Dalam Menangani Acara P2B2 PABI XII ...	71
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

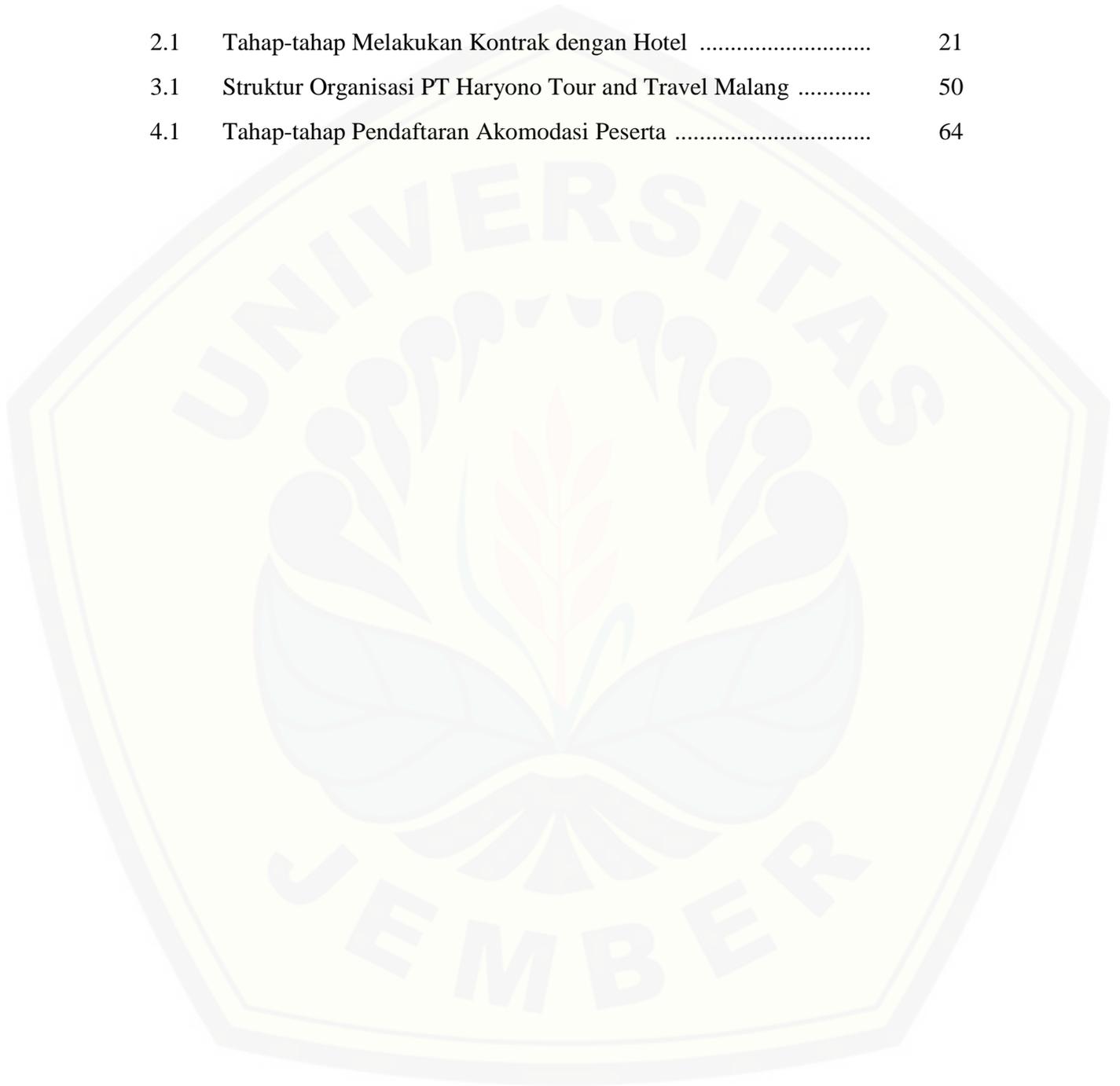
DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Jumlah Meeting Per Negara di Dunia Tahun 2001-2010	12
2.2 Jumlah Meeting Per Kota-kota di Dunia Tahun 2001-2010	14



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Tahap-tahap Melakukan Kontrak dengan Hotel	21
3.1 Struktur Organisasi PT Haryono Tour and Travel Malang	50
4.1 Tahap-tahap Pendaftaran Akomodasi Peserta	64



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

MICE merupakan industri baru yang sedang berkembang dengan angka pertumbuhan yang cepat. Industri ini berasal dari Eropa dan Amerika Utara, dan sekarang menjadi industri internasional yang ditandai dengan adanya investasi lintas benua (Noor, 2007:1). Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin cepat, kegiatan *Meeting*, *Incentive tour*, *Conference* dan *Exhibiton* sangat diperlukan oleh banyak perusahaan untuk mengembangkan usahanya dengan cara mengadakan pertemuan-pertemuan yang dilakukan di suatu tempat yang dapat dijangkau dengan mudah.

Menurut Kesrul (2004:1) tercatat industri konvensi dan pameran sebagai bagian terbanyak dalam perolehan nilai tersebut, karena telah melibatkan banyak sumber daya manusia, mulai dari yang memiliki keterampilan standar sampai yang profesional di bidangnya masing-masing, pengaruh di bidang ekonomi dan *multiple effect* yang kental serta porsi keuntungan yang sangat besar. Hal ini perlu dicermati karena industri konvensi dan pameran atau industri MICE mempunyai prospek yang sangat menjanjikan.

Industri MICE di Indonesia tergolong masih baru namun memiliki peluang dan potensi yang sangat menguntungkan di masa yang akan datang. Kegiatan MICE diselenggarakan selain untuk tujuan bisnis juga sebagai ajang pertemuan untuk mencari jalan keluar dalam memecahkan berbagai permasalahan. Karena dalam pelaksanaannya diselingi dengan berbagai acara hiburan dan wisata, dengan demikian MICE merupakan perpaduan dari kegiatan *leisure* dan *business*, oleh karena itu MICE dimasukkan ke dalam kegiatan pariwisata.

Menurut Noor (2007:1), Sejak tahun 1980-an kegiatan MICE di Indonesia menunjukkan peningkatan jumlah peserta yang tinggi dengan jumlah pengeluaran

rata-rata per hari sebesar US \$ 210 untuk setiap peserta konvensi. Dibandingkan dengan wisatawan yang sengaja datang ke Indonesia untuk berwisata, pengeluaran mereka hanya sebesar US \$ 400 untuk 7-12 hari. Dengan demikian pengeluaran peserta wisata konvensi juga membawa *spouse* (istrinya), anak bahkan temannya yang berdampak pada pengeluaran peserta selama mengikuti kegiatan konvensi menjadi lebih besar (Pendit, 1999). Saat ini, Indonesia sudah berkembang menjadi salah satu negara tujuan bisnis dan wisata. Hal itu dibuktikan dengan perolehan data dari *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia 2008–2010*, yang menyebutkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara untuk *meeting, incentive, conference, exhibition* (MICE) mencapai 40.09% sementara untuk wisatawan liburan 53,15% dan lainnya 6,76%.

Salah satu yang menunjang suksesnya acara MICE adalah PCO (Professional Conference Organizer) yang merupakan konsultan, administrator, kreator, yang memberikan perhatian penuh untuk mendukung suksesnya kegiatan pertemuan yang diselenggarakan dengan baik pemerintah, swasta, organisasi, maupun asosiasi nasional, regional maupun internasional. Contoh dari PCO adalah biro perjalanan wisata.

Menurut peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No.PM.85/HK.501/MKP/2010 Bab 1 Pasal 1 dalam Rachman et al (2013:13) diberikan pengertian dengan batasannya. Dalam peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan:

- a. Usaha Jasa Perjalanan Wisata, yang selanjutnya disebut usaha perjalanan pariwisata adalah penyelenggaraan biro perjalanan wisata dan agen perjalanan wisata.
- b. Biro Perjalanan Wisata, adalah usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan atau usaha perjalanan dan penyelenggaraan pariwisata, termasuk penyelenggaraan perjalanan ibadah.

- c. Agen Perjalanan Wisata, adalah usaha jasa pemesanan sarana, seperti pemesanan tiket dan pemesanan akomodasi serta pengurusan dokumen perjalanan.

Jika dilihat batasan tersebut diatas diperoleh dua pengertian, bahwa disamping agen perjalanan (*travel agent*) dijumpai istilah biro perjalanan (*travel bureau*) yang mempunyai kegiatan yang berbeda satu dengan yang lainnya. Menurut ketentuan ini, kegiatan dari biro perjalanan antara lain adalah:

1. Menyusun dan menjual paket wisata (*package tour*) dalam negeri dan luar negeri kepada umum atau atas permintaan.
2. Menyelenggarakan dan menjual pelayanan wisata.
3. Menyusun dan menjual paket wisata dalam negeri kepada umum atau atas permintaan.
4. Penanganan acara MICE.
5. Penyelenggaraan pemanduan wisata (*guiding*) dan *tour conducting*.
6. Penyediaan fasilitas sewa mobil untuk wisatawan.
7. Menjual tiket, sarana angkutan dan lain-lain.
8. Mengadakan pemesanan dari sarana wisata.
9. Mengurus dokumen perjalanan sesuai peraturan yang berlaku.

Salah satu biro perjalanan wisata yang menangani acara MICE adalah PT Haryono Tour and Travel Malang. Penulis memilih PT Haryono Tour and Travel Malang sebagai tempat magang dikarenakan *brand* PT Haryono yang telah terkenal karena telah sukses menangani banyak acara MICE dan *tour*. PT Haryono Tour and Travel Malang juga menangani pelayanan *ticketing* domestik dan internasional, voucher hotel, pengurusan dokumen perjalanan, dan penyewaan mobil. Berdasarkan uraian di atas penulis bermaksud menulis laporan yang membahas mengenai “**Proses Reservasi Hotel Dalam Kegiatan MICE di PT Haryono Tour and Travel Malang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dalam laporan ini penulis ingin membahas bagaimana proses reservasi hotel dalam kegiatan MICE di PT Haryono Tour and Travel Malang ?

1.3 Tujuan Praktek Kerja Nyata

Adapun tujuan laporan praktek kerja nyata adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan tentang proses reservasi hotel dalam kegiatan MICE di PT Haryono Tour and Travel Malang.

1.4 Manfaat Praktek Kerja Nyata

- a. Mendapatkan pengalaman kerja yang belum pernah diperoleh sebelumnya di bangku perkuliahan.
- b. Mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan dari bangku perkuliahan dalam dunia kerja.
- c. Memperoleh informasi tentang teknik pengurusan reservasi hotel dalam kegiatan MICE.
- d. Mampu menangani tamu yang akan memesan tiket dan voucher hotel domestik.
- e. Memperoleh informasi tentang pengisian data untuk *form* visa berbagai negara dan *ticketing* internasional.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Reservasi Hotel

Menurut Oxford Learner's Pocket Dictionary (2009:375) *Reservation is arrangement to keep something for somebody, for example a seat in the train, a room in a hotel and etc.* Reservasi adalah sebuah pengaturan untuk mengatur keperluan untuk seseorang misalnya pemesanan tempat duduk di kereta api, pemesanan kamar di hotel dan sebagainya.

Menurut Monaghan dalam Muchollad, AMW (2013) Reservasi adalah sebuah proses klerikal atau elektronik dimana produk perjalanan seperti tiket pesawat, kamar hotel, kamar pada kapal pesiar tersedia untuk dipakai dan pada akhirnya dibeli oleh individu secara spesifik. Reservasi hotel adalah suatu permintaan untuk memperoleh sejumlah kamar yang dilakukan beberapa waktu sebelumnya melalui berbagai sumber dengan menggunakan berbagai cara pemesanan untuk memastikan bahwa tamu akan memperoleh kamar tersebut pada waktu kedatangannya atau *check-in*.

Dari beberapa definisi tentang reservasi yang telah dikemukakan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa reservasi adalah pemesanan tempat terlebih dahulu sebelum tamu datang ke hotel. Proses ini sangat penting agar tamu mendapat jaminan akan memperoleh kamar yang diinginkan ketika tiba di hotel. Permintaan reservasi kamar hotel dapat melalui biro perjalanan atau *travel agent*.

2.2 Pengertian MICE

Kebanyakan masyarakat belum mengetahui tentang istilah MICE, bahkan ada yang mengartikan MICE itu tikus kecil, hal ini wajar karena usaha jasa MICE masih asing, mereka lebih mengenal EO (*Event Organizer*). Berikut ini akan dipaparkan penjabaran akronim-akronim kata MICE :

M adalah *Meeting* merupakan istilah dalam bahasa Inggris yang berarti rapat atau pertemuan. Sebenarnya unsur ini sudah lama ada, sejak masyarakat atau komunitas besar terbentuk dimanapun berada. Contoh *meeting* yang paling sederhana, yaitu rapat RT atau rukun tetangga dan musyawarah desa. Sesuai dengan perkembangan pengertian *meeting* saat ini adalah, sebuah pertemuan antara berbagai pihak dengan segmen pasar internasional, nasional, atau daerah dengan peserta lebih besar, dengan satu atau lebih tujuan bersama, direncanakan dan diorganisir oleh pengatur acara.

I adalah *Incentive Tour* merupakan pemberian penghargaan berupa perjalanan wisata ke suatu tujuan wisata sebagai bagian dari upaya meningkatkan sumber daya manusia perusahaan. Dalam MICE, penggunaan *incentive* muncul karena adanya kecenderungan bahwa seseorang yang mendapatkannya merupakan orang-orang yang mendapat penghargaan khusus atau merupakan salah satu bentuk pemberian insentif dari perusahaan maupun asosiasi. Adapun definisi IAPCO adalah “*meeting event as part of a programme which is offered to its participant to reward a previous performance*”. Sedangkan definisi lain dari *Society of Incentive Travel Executive* (SITE) adalah “*a global management tool that uses an exceptional travel experience to motivate and/or recognize participants for increased levels of performance in support of the organizational goals*”.

Perjalanan insentif merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka. Perjalanan wisata ini dimasukkan ke dalam MICE karena biasanya dikaitkan dengan penyelenggaraan seminar atau rapat-rapat seluruh cabang atau divisi perusahaan.

C adalah *Conference* dalam MICE dapat diartikan sebagai “*Conference, Congress, ataupun Convention*”. Ketiganya sama-sama merujuk kepada suatu pertemuan namun dengan peserta lebih banyak dibandingkan “*meeting*”. Dalam kaitannya dengan MICE, Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi nomor : KM.108/HM.703/MPPT-91 menyebutkan bahwa konferensi, kongres atau konvensi merupakan suatu kegiatan berupa pertemuan sekelompok

orang (negarawan, usahawan, dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

E adalah *Exhibition* dalam MICE berarti pameran atau pertunjukan. Dalam MICE ditekankan bahwa sebuah pertemuan atau konferensi biasanya dilengkapi dengan adanya pameran dan biasanya diadakan demi mendapatkan pemasukan lebih dari peserta atau sponsor. Dalam Surat Keputusan Menparpostel RI Nomor KM.108/M.703/MPPT-91, Bab I, pasal 1c, disebutkan Pameran merupakan suatu kegiatan untuk menyebarluaskan informasi dan promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan konvensi atau yang ada kaitannya dengan pariwisata.

2.2.1 MICE dan Pariwisata

Menurut Kesrul (2004:3) MICE adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktivitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama. Rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings, incentive travels, conventions, and exhibitons*.

Dalam peristilahan Indonesia, MICE diartikan sebagai wisata konvensi seperti yang terdapat pada penjelasan atas pasal 14, Undang-undang kepariwisataan, undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2009, halaman 48, dengan batasan : Usaha penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, dan pameran adalah usaha yang memberikan jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, menyelenggarakan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya, serta menyelenggarakan pameran dalam rangka menyebarluaskan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional dan internasional.

Dari beberapa pengertian di atas dinyatakan bahwa dalam satu event *meeting, incentive, conference, dan exhibition* keempatnya seringkali diselenggarakan secara bersamaan dan merupakan kombinasi kegiatan. Karena aktivitas MICE dalam skala besar, melibatkan banyak orang dan dilangsungkan lebih dari satu hari, maka perlu perencanaan yang baik. Kegiatan MICE merupakan kegiatan bisnis dan wisata yang dilakukan secara bersama. Hal ini terlihat dari penyelenggaraan MICE tetap memiliki

unsur perjalanan wisata, peserta atau delegasi yang menghadiri kegiatan MICE memerlukan jasa lain untuk memenuhi kebutuhannya di luar kegiatan MICE seperti jasa penginapan, restoran, jasa, transportasi, hiburan, dan perjalanan wisata atau *tour*.

Beberapa alasan mengapa MICE sejalan dengan Pariwisata adalah :

1. Banyak penyelenggaraan *event* perusahaan disesuaikan dengan waktu penyelenggaraan kegiatan penting lainnya, misalnya event keolahragaan, pameran kesenian atau kebudayaan, sehingga event lain merupakan daya tarik yang lebih kuat pada terselenggaranya suatu kegiatan.
2. Banyak *event* diselenggarakan di tempat tujuan wisata, sehingga *event* akan mampu menarik banyak pengunjung atau peserta. Beberapa kota di dunia menjadikan tempat penyelenggaraan *event* besar seperti *world travel market* dan *confex* yang diadakan setiap tahun di London mampu menyedot banyak peserta dan pengunjung karena tempat penyelenggaraannya yang merupakan salah satu kota tujuan wisata. Pengaruh tempat bagi peserta atau pengunjung adalah mereka akan mendapatkan komplimen tempat wisata tanpa harus mengeluarkan uang ekstra.
3. Di sela-sela jadwal kegiatan *meeting* diadakan *business trip* atau *field trip*.
4. Penggunaan fasilitas pariwisata sebagai bagian besar dalam bisnis *event*, misalnya banyak *event* diselenggarakan di tempat-tempat wisata atau di hotel. Penggunaan fasilitas lainnya adalah penggunaan alat transportasi dan jasa pelayanan lainnya. Meskipun penyelenggaraan tidak selalu di hotel. Tetapi penggunaan hotel untuk mendukung terselenggaranya *event* sangat besar. Terutama sebagai tempat tinggal untuk pengunjung dan peserta. Seperti penyelenggaraan olimpiade yang membutuhkan banyak akomodasi dan ketersediaan fasilitas pariwisata lainnya. Salah satu contohnya Olimpiade Athena 2014 bekerja sama dengan ATHOC sebagai penyedia kamar hotel. Selama periode Juli sampai September 2014. ATHOC menyediakan total 23.000 kamar terdiri dari 17.200 kamar hotel dan 11 kapal pesiar dengan jumlah tempat tidur sebanyak 6.000. Di luar jumlah tersebut, digunakan juga asrama mahasiswa dan apartemen untuk jurnalis sebanyak 11.000

orang, sementara jumlah total 16.000 atlet pada Olympic Village. Athens dalam Herawati (2008).

2.3 Sejarah dan Perkembangan MICE

Menurut Spiller dalam Nice, Brandi (2004:12) Industri pertemuan dan konvensi telah mengalami pertumbuhan positif yang konsisten sejak tahun 1950-an. Faktor-faktor yang melatar belakangi adalah peningkatan pendapatan, kecenderungan yang lebih besar untuk melakukan perjalanan, meningkatkan waktu luang dan perbaikan dalam transportasi dan teknologi yang memiliki kontribusi untuk pertumbuhan ini. Wisata MICE adalah istilah yang mencakup empat komponen yang berbeda dari pertemuan pasar, insentif, konvensi pertemuan perusahaan pameran yang semua kegiatannya terpisah. MICE merupakan sektor yang merupakan kontributor besar untuk keuntungan ekonomi secara keseluruhan yang dihasilkan oleh industri pariwisata.

Banyak kegiatan seperti *Exhibition* dan *Trade Shows* merupakan kegiatan yang pada awalnya dilaksanakan secara tradisional. Sejak dimulainya revolusi industri di Inggris, kegiatan seperti pameran produk hasil industri sering diselenggarakan di London, Inggris antara tahun 1760 dan 1791. Eksibisi yang diselenggarakan pada saat itu merupakan eksibisi yang besar dan jumlah pengunjung mencapai 6 juta orang atau sekitar 25 % dari total populasi Inggris saat itu. Kegiatan eksibisi itu juga merupakan eksibisi internasional pertama. Keuntungan yang diperoleh dari eksibisi itu mencapai £ 180.000 (Exhibition Liaison Committee, 1995 dalam Herawati 2008).

Menurut Rogers dalam Noor (2007) lahirnya industri konferensi di Inggris dimulai dengan munculnya kongres politik dan keagamaan, sementara di Amerika Serikat ditandai dengan adanya konvensi perdagangan dan asosiasi profesional pada akhir abad ke sembilan belas. Lebih jauh, Shone (1998) mengungkapkan bahwa meskipun perkembangan yang besar di industri konferensi terjadi pada era tahun 1960an, meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa *event* telah mengakar sejak lama dan

perkembangannya dimulai dari kegiatan yang diselenggarakan ribuan tahun yang lalu.

Perkembangan MICE menurut data ICCA Mei tahun 2005 dalam Herawati (2008:12), Eropa masih merupakan pasar global terbesar dengan *market share* 60 % sementara pasar Asia meningkat dari 16 % pada 2003 menjadi 18 % pada 2004. Posisi Eropa pada urutan pertama tidak mengherankan mengingat hampir seluruh kantor perusahaan dunia ada di Eropa, sedangkan Amerika Serikat menjadi tempat penyelenggaraan *Internasional Association Meeting* terbesar dengan jumlah 288 *meeting*, disusul tempat kedua yaitu Jerman dan Prancis serta Spanyol di tempat ketiga.

Dewasa ini Indonesia telah mulai diperhitungkan oleh pasar wisata MICE sebagai salah satu tempat diselenggarakannya *event* MICE. Hal ini dapat dilihat dari sejumlah kegiatan besar bertaraf internasional yang mulai diselenggarakan di Indonesia sebagai bentuk kepercayaan masyarakat dunia terhadap Indonesia. Wisata MICE di Indonesia semakin berkembang karena keadaan pertumbuhan ekonomi, stabilitas politik dan keamanan yang kian membaik. Keadaan ini menyebabkan meningkatnya ketertarikan investor asing maupun lokal untuk berinvestasi dalam menyelenggarakan *event* maupun hanya sekedar berpartisipasi sebagai peserta dalam suatu *event* MICE (DitjenPen, 2011).

Industri MICE merupakan salah satu indikator perkembangan ekonomi suatu negara di mana pada tiap penyelenggaraan sebuah *event* baik yang bertaraf nasional maupun bertaraf internasional memerlukan dukungan perangkat keras berupa infrastruktur fisik, dan perangkat lunak yang meliputi dukungan sumber daya manusia yang ahli yang memiliki mentalitas pelayanan kelas utama. Agar Indonesia dapat lebih diperhitungkan oleh pasar wisata MICE maka dukungan infrastruktur seperti akses udara, jalan atau rel kereta api, *convention center* serta sarana akomodasi yang berkualitas sangatlah penting. Selain dukungan infrastruktur yang memadai faktor-faktor lain yang perlu diperhatikan karena dapat meningkatkan nilai tambah suatu destinasi adalah keatraktifan destinasi itu sendiri, adanya jaringan

pemasaran yang baik serta terdapat *Professional Conference Organizer* (PCO) nasional yang ahli dan berkualitas (DitjenPen, 2011).

Pemerintah Indonesia juga merumuskan kebijakan untuk mendukung perkembangan wisata MICE di Indonesia. Dalam kebijakan tersebut pemerintah telah menetapkan 10 kota utama dan 3 kota yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai tujuan MICE di Indonesia. Sepuluh kota utama tujuan wisata MICE di Indonesia, yaitu: Medan, Padang/Bukit Tinggi, Batam, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Makasar dan Manado. Sedangkan 3 daerah yang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai tujuan wisata MICE adalah Palembang, Lombok dan Balikpapan. Selain kota-kota yang telah disebutkan tersebut, tidak menutup kemungkinan bagi kota-kota lain di Indonesia untuk dapat menjadi daerah tujuan wisata MICE dimana Pemerintah Daerah memiliki peran yang sangat penting dalam upaya untuk mengembangkan wisata MICE di daerah masing-masing. Perkembangan wisata MICE di Indonesia juga didukung oleh perkembangan agresif industri perhotelan yang memungkinkan adanya hotel disetiap ibukota provinsi sehingga kegiatan MICE berskala nasional bahkan internasional dapat diselenggarakan di ibukota-ibukota provinsi (DitjenPen, 2011).

Trend perkembangan wisata MICE di Indonesia ke depannya akan semakin membaik mengingat *trend meeting* internasional yang cenderung terus meningkat, dimana kegiatan *meeting* masih didominasi oleh bidang medis (ICCA, 2012). Peningkatan *trend* MICE di Indonesia juga dipengaruhi oleh kegiatan MICE nasional yang telah menunjukkan perkembangan yang cukup baik. Keadaan ini dikarenakan tidak hanya pelaku bisnis, asosiasi dan dunia pendidikan yang meramaikan kegiatan MICE nasional akan tetapi juga pemerintah serta partai politik (DitjenPen, 2011).

Berdasarkan data *ICCA Statistics Report* bahwa terlihat ada peningkatan *trend* MICE yang terjadi diberbagai negara dari tahun 2001 sampai dengan 2010 (lihat Tabel 2.1).

Tabel 2.1 Jumlah *Meeting* per Negara di Dunia Tahun 2001 - 2010

Jumlah Pertemuan Pernegara

Peringkat	Negara	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Trend
1	USA	478	584	594	650	680	284	704	714	727	623	2,58%
2	Germany	301	322	347	423	430	473	549	495	524	542	7,12%
3	Spain	223	299	305	396	360	334	386	424	385	451	5,99%
4	United Kingdom	237	316	324	322	406	417	386	424	378	399	4,88%
5	France	279	291	290	385	360	393	376	450	384	371	4,16%
6	Italy	277	298	320	351	328	349	376	399	408	341	3,35%
7	Japan	217	214	204	218	236	263	289	309	278	305	4,92%
8	China	84	136	85	235	231	274	279	294	284	282	14,92%
9	Brazil	113	110	133	174	187	231	224	256	297	275	12,34%
10	Switzerland	117	158	170	170	200	200	206	217	227	244	6,86%
...												
36	SouthAfrica	64	64	68	86	80	90	75	100	102	86	4,69%
37	Ireland	43	50	77	78	84	68	100	102	80	83	6,99%
38	HongKong	59	46	37	94	92	76	84	74	76	82	5,87%
39	Indonesia	24	30	22	27	41	49	51	51	37	64	10,57%
40	Croatia	23	30	29	36	37	38	57	58	42	50	9,00%
41	Rusia	29	43	43	43	52	57	60	58	58	48	5,75%
42	UAE	0	3	12	18	22	24	33	39	42	48	32,31%
	Total	5262	6090	6294	7524	7825	8549	9036	9160	9255	9120	6,50%

(Sumber: DitjenPen, 2011)

Dalam kurun waktu 2001 – 2010 tersebut Indonesia telah mengalami pertumbuhan jumlah pertemuan (*meeting*) sebesar 10,57%, yaitu dari 24 *meeting* pada tahun 2001 menjadi 64 *meeting* pada tahun 2010. Dari tabel tersebut juga terlihat bawah *trend* pertumbuhan *meeting* di negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan jika dibandingkan dengan negara-negara yang sudah berkembang seperti Amerika Serikat (DitjenPen, 2011).

Untuk mendukung perkembangan wisata MICE Indonesia, berbagai langkah strategis telah dilakukan, antara lain: melakukan pendekatan *Co-Marketing* dengan para pelaku industri, dan pendekatan komunitas yaitu dengan mendukung kegiatan yang dilakukan oleh komunitas tersebut serta memanfaatkan *public figures* sebagai *ambassador* untuk mempromosikan MICE dan pariwisata Indonesia (DitjenPen, 2011). Pada Rencana Pemasaran Pariwisata (*Tourism Marketing Plan*) 2011 yang diluncurkan oleh Menteri Pariwisata pada akhir tahun 2010, wisata MICE diharapkan dapat menyumbang setengah dari penerimaan pariwisata yang diharapkan tahun 2011 yaitu sekitar 8,3 miliar dolar. Setengah dari penerimaan pariwisata ini dapat dicapai karena berdasarkan informasi di Jakarta Post, bahwa sekitar 600 *event* MICE

diselenggarakan di Indonesia pada tahun 2011 yang menunjukkan perkembangan dan kontribusi penting wisata MICE terhadap pendapatan pariwisata di Indonesia (Business Monitor International, 2012).

Akan tetapi *trend* pertumbuhan wisata MICE di Indonesia bukanlah tanpa halangan karena terdapat beberapa kendala yang dapat menghambat laju pertumbuhan Industri MICE di Indonesia, seperti: (DitjenPen, 2011)

1. Masih rendahnya kesadaran suatu destinasi wisata akan pentingnya kegiatan MICE dan kurangnya promosi MICE.
2. Belum adanya *database* MICE yang dirangkum secara online dan komprehensif.
3. Aksesibilitas seperti penerbangan langsung yang masih terbatas ke daerah yang menjadi tujuan kegiatan MICE serta kurangnya kemudahan dan insentif bagi penyelenggara kegiatan MICE seperti mengkategorikan barang pameran dan souvenir bagi para peserta insentif *tour* ke dalam kategori impor sehingga mengurangi keinginan untuk berkunjung ke Indonesia.

Kendala-kendala di atas perlu segera ditangani dengan baik guna memastikan kelanjutan pertumbuhan wisata MICE di Indonesia.

Dari segi kota penyelenggaraan event MICE, Indonesia memiliki tiga kota utama yang meliputi Bali, Jakarta dan Bandung. Akan tetapi berdasarkan tabel data yang dikeluarkan oleh ICCA (dalam DitjenPen, 2011), kota-kota di Indonesia masih tertinggal dari kota-kota lain yang berada di dalam satu kawasan Asia Tenggara yaitu kota Singapura, Kuala Lumpur dan Bangkok yang berada pada posisi 5, 23 dan 39 secara berurutan, sedangkan tiga destinasi MICE utama di Indonesia seperti Bali, Jakarta dan Bandung hanya berada pada posisi 67, 113 dan 311.

Tabel 2.2 Jumlah *Meeting* per Kota-kota di Dunia Tahun 2001 - 2010**Jumlah Pertemuan di Kota-Kota di Dunia**

Peringkat	Kota	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	Vienna	64	76	101	113	144	163	179	150	159	154
2	Barcelona	70	102	89	135	135	104	122	151	144	148
3	Paris	94	91	96	138	132	173	151	167	141	147
4	Berlin	49	66	76	99	114	130	135	131	123	136
5	Singapore	49	66	76	99	114	130	135	131	123	136
6	Madrid	53	52	63	70	69	75	98	81	92	114
...											
23	Kuala Lumpur	34	46	37	55	50	73	82	78	80	79
39	Bangkok	36	50	62	76	69	76	91	82	81	55
67	Bali	15	13	9	9	20	17	20	22	19	27
110	Hanoi	9	7	11	15	21	21	17	25	20	17
113	Jakarta	3	3	6	8	11	20	17	25	20	17
133	Manila	26	15	26	15	25	28	24	26	22	14
311	Bandung	2	4	1	0	0	4	1	2	3	5

(Sumber: DitjenPen, 2011)

Walaupun ketiga kota utama di Indonesia masih terpaut jauh dari beberapa kota lain di kawasan Asia Tenggara, akan tetapi hal ini tidak menutup kemungkinan bagi ketiga kota tersebut dan kota-kota lainnya di Indonesia untuk mengembangkan wisata MICE karena Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan industri MICE.

2.4 Sektor-sektor terkait dalam kegiatan MICE

Dalam pengoperasian industri MICE mencakup konvensi, perjalanan insentif dan pameran akan melibatkan banyak sektor sebagai mitra kerja yang saling berhubungan erat dan saling menguntungkan satu dengan yang lainnya. Sektor-sektor tersebut antara lain :

- a. Akomodasi (hotel, wisma, dan lain sebagainya);
- b. Transportasi (bus, taksi, kereta api, penerbangan);
- c. Komunikasi dan profesi (perusahaan PR, perusahaan komunikasi, kontraktor pameran);
- d. Konsumsi (restoran, perusahaan jasa boga/*catering*);
- e. Souvenir (pusat perbelanjaan, toko souvenir, industri kerajinan);

- f. Bank (kartu kredit, penukaran, giro);
- g. Hiburan (band, sendratari, lawak);
- h. Lokasi atau venue (pusat konvensi, hotel);
- i. *Tour (travel agent, tour operator, guide, obyek wisata);*
- j. *Exhibitors, sponsor;*
- k. Biro konvensi;
- l. *Event Organizer.*

2.5 Pengertian Event

Event didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Menurut Shone dan Parry (2002) *Special events are that phenomenon arising from those non-routine occasion which have leisure, cultural, personal or organizational objectives set apart from the normal activity of daily life, whose purpose is to enlighten, celebrate, entertain or challenge the experience of a group of people.*

Selain itu Getz (2007) dan Goldblatt (2008) menggarisbawahi aspek dari *events* adalah “ *Events are temporary and purposive gatherings of people. Event* adalah suatu acara pertemuan yang bertujuan untuk mengumpulkan orang-orang dengan tema khusus yang diselenggarakan oleh suatu panitia.

2.5.1 Jenis-jenis *Event*

Menurut Noor (2009:15) *Event* dikategorikan berdasarkan ukuran dan besarnya, dibagi menjadi : *Mega Events, Hallmark Events* dan *Major Events*. *Events* juga dikategorikan berdasarkan tujuan dan kegunaannya, atau berdasarkan penyelenggaraannya, misalnya *event* publik, *event* seni, festival, *event* pariwisata, dan *event* bisnis atau *corporate event*.

a. *Mega Events*

Adalah *event* yang sangat besar, memberikan dampak ekonomi yang besar pada masyarakat sekitar atau bahkan pada negara penyelenggara dan diinformasikan serta diliput oleh tayangan berbagai media. Biasanya *event* ini terselenggara setelah dilakukan *bidding*. Event yang masuk dalam kategori sangat besar ini seperti olimpiade, piala dunia FIFA.

b. *Hallmark Events*

Hallmark events identik dengan karakter atau etos dari suatu wilayah, kota atau daerah di suatu tempat. Menurut Richie dalam Boudin (1999), definisi *Hallmark events* adalah *Major one time or recurring events of limited duration, developed primarily to enhance awareness, appeal, profitability of tourism destination in a short term or long term. Such events rely for their success of uniqueness, status, or timely significance to create interest and attract attention.* *Hallmark event* adalah sebuah *event* yang mampu memberikan profit pencitraan yang tinggi bagi destinasi, antara event dan masyarakat pendukung saling menguntungkan dan memiliki nilai atraktif.

Beberapa contoh dari *Hallmark event* yang terkenal diseluruh dunia adalah Rio Karnaval yang dikenal sebagai ekspresi dari Amerika Latin, yang memberikan energi pada kota Rio de Janeiro, Tour de France di Prancis, Oktoberfest di Munich Jerman, dan Edinburgh Festival di Skotlandia. Di Indonesia yang termasuk *Hallmark event* adalah Jember Fashion Carnival yang setiap tahun diadakan di Jember, Jawa Timur. Contoh lainnya adalah pawai ogoh-ogoh sebelum hari raya Nyepi.

c. *Major Events*

Major events merupakan *events* yang secara ukuran mampu menarik media untuk meliput, menarik jumlah pengunjung yang besar untuk menghadiri *event* tersebut dan memberikan dampak peningkatan ekonomi secara signifikan. Kegiatan ini biasanya merupakan kegiatan yang berlangsung rutin secara tahunan, seperti kejuaraan tenis Grand Slam yang diselenggarakan sepanjang tahun di kota-kota besar dunia karena memanfaatkan kota atau daerah tujuan wisata tersebut sebagai objek promosi untuk terselenggaranya *major events* ini. Misalnya pertandingan tenis Grand Slam US Open

yang diselenggarakan di New York, Wimbledon yang diselenggarakan di London, Australia Open di Sydney, dan French Open di Paris.

Tiga elemen penting mengapa *event* tersebut dapat dikategorikan sebagai *major events* adalah :

1. *Event* yang ditampilkan meliputi kompetisi antar tim atau perorangan yang diikuti oleh peserta dari berbagai negara.
2. *Event* tersebut harus dapat menarik banyak pengunjung untuk mengahadirinya, baik secara nasional maupun internasional.
3. Adanya media yang meliput *event* tersebut dan dapat dinikmati oleh masyarakat dari berbagai tempat di belahan dunia.
4. Merupakan *event* keolahragaan internasional yang telah terjadwal sepanjang tahun.

Kategori *event* berdasarkan ukuran dan besarnya cakupan memberikan dampak yang luas pada persiapan *event* itu sendiri. Semakin luas lingkup penyelenggaraan *event*, maka semakin kompleks persiapan yang harus dilakukan.

d. *Cultural Events*

Tidak hanya *event* olahraga saja yang dapat dikategorikan sebagai *major events*, tetapi jenis *event* lain, seperti *event* kebudayaan atau *cultural event* dapat juga dikategorikan sebagai *major event*. Misalnya pagelaran musik seperti Phantom of The Opera, Miss Saigon yang ternyata mampu menyerap banyak turis untuk datang melihat *events* tersebut ke London's West End. *Cultural events* lain yang diselenggarakan secara rutin setiap tahun, seperti pasar Tong-Tong di Belanda yang menampilkan aneka kebudayaan Indonesia dan mampu menyerap banyak pengunjung. Banyak *event* budaya yang berasal dari tempat lain diselenggarakan di luar tempat asalnya. Hal ini mampu menjadi magnet untuk menarik jumlah pengunjung yang besar. Terlebih lagi jika diselenggarakan dengan *event* lainnya yang berhubungan dengan budaya tersebut, misalnya penjualan produk dan makanan khas.

2.6 Pengertian Meeting dan Convention

Dalam Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM. 108/HM.703/MPPT-91 Kongres, Konferensi atau Konvensi yaitu “Suatu kegiatan berupa pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama”.

2.6.1 Tujuan Meeting dan Konvensi

- a. Sebagai sarana pertemuan dengan orang-orang di luar kantor;
- b. Sarana pertemuan untuk tukar menukar ide;
- c. Sarana untuk mencari dan menemukan pemecahan suatu masalah;
- d. Sebagai wadah untuk memberi informasi tentang produk perusahaan dan presentasi produk baru;
- e. Sarana pelatihan;
- f. Apresiasi karyawan;
- g. Apresiasi klien;
- h. Menaikkan *image* perusahaan;
- i. Mendukung pengumpulan dana untuk suatu tujuan.

Sedangkan Tujuan Konvensi :

- a. Menggiring pemikiran masyarakat akan informasi perubahan dan ide-ide;
- b. Presentasi produk baru;
- c. Kesempatan membawa staf, supplier, klien dan penjual bersama-sama;
- d. Sarana untuk mencari dan menemukan pemecahan suatu masalah.

2.6.2 Jenis Kegiatan Meeting dan Convention

- a. Debat (*Debate*)

Suatu pertemuan tentang suatu hal dengan saling memberi alasan untuk mempertahankan pendapat atau pendirian.

b. Forum

Suatu pertemuan atau bagian dari pertemuan yang menampilkan diskusi terbuka untuk masalah yang sedang menjadi pembicaraan umum dan menarik untuk dikaji bagi peserta pertemuan.

c. Jumpa Pers (*Pers Conference*)

Suatu pertemuan khusus yang dihadiri oleh insan media (wartawan surat kabar, majalah, radio, televisi) dengan sosok *public figure* (tokoh, artis, dan lain-lain) atau wakil organisasi/asosiasi/lembaga dalam memberikan informasi atau berita yang berkembang dalam masyarakat atau menyangkut pribadi seseorang.

d. Konferensi (*Conference*)

Suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk-bentuk tata krama, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum, dua perjanjian antara negara-negara, para penguasa pemerintahan atau perjanjian internasional mengenai topik tawanan perang, dan sebagainya.

e. Kongres (*Congress*)

Pertemuan besar atau muktamar yang sering dilakukan secara rutin dan dihadiri oleh ratusan atau ribuan anggota dari suatu lembaga profesi/partai untuk mencapai suatu mufakat dalam agenda yang telah ditentukan, baik yang bersifat keagamaan, atau lainnya.

f. Konvensi (*Convention*)

Suatu pertemuan dari sekelompok orang (negarawan, usahawan, dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

g. Lokakarya (*Workshop*)

Sejenis seminar dengan presentasi dari para pakar dan dilengkapi dengan demo atau peragaan seperti yang diuraikan dalam presentasi makalah terkait yang dilanjutkan dengan diskusi kelompok.

h. Seminar (*Seminar*)

Suatu pertemuan untuk membahas atau berdiskusi tentang suatu materi pelajaran atau ilmiah di bawah bimbingan profesor atau guru. Hasil dari pertemuan tersebut dibukukan dan diinformasikan kepada anggota yang lain.

i. Simposium (*Symposium*)

Suatu pertemuan yang dihadiri oleh para ahli, panelis, dan moderator sebagai pimpinan sidang, mengangkat topik-topik yang hangat dibicarakan dalam masyarakat. Kemudian keputusan dirangkum dalam pokok pikiran yang dibahas secara ilmiah.

j. Pertemuan (*Meeting*)

Suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan, atau perserikatan dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan SDM, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, menyebarkan informasi atau isu-isu terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan dan sebagainya.

k. Rapat Meja Bundar (*Round Table*)

Suatu pertemuan atau rapat untuk membahas permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam suatu instansi/perusahaan/negara. Dari keputusan yang telah dihasilkan diajukan kepada penyelenggara usaha atau manajemen.

Dalam menangani suatu *event*, diperlukan *planning*, *organizing*, *actuating* dan *controlling*. Begitu juga dengan PCO yang menangani akomodasi sebelum acara tersebut berlangsung. Sebelum dibuat pendaftaran untuk akomodasi, diperlukan pembuatan kontrak dengan pihak hotel yang biasanya terdiri dari lima langkah utama, yaitu *intention*, *negotiation*, *initial acceptance*, *agreement on term* dan *signing* (Bowdin et al, 2003). Kelima langkah tersebut terlihat pada gambar di bawah ini



Gambar 2.1 Tahap-tahap melakukan kontrak dengan hotel

Sumber: Noor (2007:111)

Proses pembuatan kontrak ini juga berlaku bagi *event management* yang memiliki kontrak standar, perubahannya terdapat pada nama dari *supplier* atau pihak yang akan melaksanakan kontrak serta kondisi khusus yang akan digunakan dalam kontrak tersebut. Proses ini juga akan membantu perusahaan untuk mengerti kontrak yang dikirim oleh *supplier* atau sponsor serta pihak lain yang terlibat dalam kegiatan MICE. Proses pembuatan kontrak ini biasanya memerlukan waktu lama.

Untuk *event* berskala besar dan kontrak yang lebih kompleks biasanya ada perjanjian utama yang dikirim setelah negosiasi berlangsung. Isi dari perjanjian ini berupa poin penting dan sangat spesifik dari pelayanan atau produk yang tercantum. Kontrak dapat diperbaiki, atau diberhentikan sesuai kesepakatan pihak-pihak yang terlibat. Bagian akhir kontrak harus berisi pasal yang memperbolehkan ke semua pihak menyelesaikan masalah pada pihak berwenang apabila terjadi ketidaksesuaian.

2.7 Pengertian Incentive Tour

Dalam surat keputusan Menparpostel nomor KM.108/HM.703/MPPT-91, Bab I Pasal 1 ayat b, merumuskan perjalanan insentif merupakan kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka dalam kaitan penyelenggaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan. Penyelenggaraannya diatur dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 67 tahun 1996 tentang penyelenggaraan kepariwisataan, perencanaan, pelaksanaan serta penyelenggaraan konvensi, perjalanan insentif dan pameran diharuskan menempuh prosedur yang sama, dalam suatu kelompok komponen MICE.

Pendapat lainnya menurut Kesrul (2004:18), perjalanan insentif adalah kegiatan perjalanan wisata yang unik dan khusus dalam rangka strategis untuk memotivasi karyawan atau manajemen perusahaan. Insentif adalah paket wisata yang ditawarkan sebagai alat manajemen modern untuk memotivasi atau pihak-pihak yang terlibat dalam keseluruhan proses dari suatu perusahaan untuk tujuan meningkatkan gairah kerja, meningkatkan produksi dan penjualan serta meningkatkan daya beli konsumen.

2.7.1 Jenis-jenis Perjalanan Insentif

a. Berdasarkan banyaknya peserta :

1. Perjalanan insentif perseorangan (*Individual Incentive Trip*) adalah perjalanan insentif yang dilakukan perseorangan atau keluarga-keluarga dari karyawan suatu perusahaan;
2. Perjalanan insentif group (*Incentive Winners are Special*) adalah perjalanan insentif yang dilakukan oleh sekelompok orang dari karyawan atau bagian suatu perusahaan.

b. Berdasarkan Destinasi :

1. Perjalanan insentif domestik, adalah perjalanan insentif yang tujuan perjalanannya masih dalam suatu negara atau kawasan;

2. Perjalanan insentif luar negeri, adalah perjalanan insentif yang tujuan perjalanannya di luar suatu negara atau kawasan.

2.7.2 Unsur-unsur perjalanan insentif

Untuk menunjang pelaksanaan perjalanan insentif, berbagai hal perlu diperhatikan oleh pemerintah dan masyarakat. Hal ini diperlukan demi kemajuan perekonomian bangsa yang salah satunya sangat dipengaruhi oleh devisa yang dihasilkan dari jumlah kedatangan wisatawan seiring adanya perjalanan insentif maupun perjalanan-perjalanan wisata lainnya.

a. Akomodasi

Akomodasi adalah tempat bagi seseorang untuk tinggal sementara. Akomodasi ini dapat berupa hotel, losmen, *guest house*, *cottage*, *inn*, *youth hostel*, dan sebagainya.

b. Transportasi dan Jasa Angkutan

Transportasi adalah bidang usaha jasa yang bergerak dalam bidang angkutan. Jasa transportasi dapat dilakukan melalui darat, laut, dan udara. Pengelolaannya dapat dilakukan oleh swasta maupun BUMN (Badan Usaha Milik Negara).

c. Restoran atau Jasa Boga

Jasa boga adalah industri jasa yang bergerak di bidang penyediaan makan dan minum, yang dikelola secara komersial.

d. Atraksi Wisata

Atraksi wisata ini dapat berupa pertunjukan tari, musik, dan upacara adat yang sesuai dengan budaya setempat. Pertunjukan ini dapat dilakukan secara tradisional maupun modern.

e. Tempat Penukaran Uang (*Money Changer*)

Tempat penukaran uang yang tersebar dimana-mana sangat disenangi wisatawan asing, karena mereka tidak perlu kesulitan ketika ingin melakukan transaksi keuangan di tempat tujuan wisatanya.

f. Cenderamata

Cenderamata atau oleh-oleh khas yang mencerminkan budaya asli setempat akan sangat laris dibeli wisatawan, terlebih bila cenderamata tersebut hanya ada di tempat wisata dan tidak ada di tempat lainnya.

g. Pelayanan Informasi Wisata

Pelayanan informasi wisata yang baik mencakup informasi obyek wisata dan destinasi lainnya sangat diperlukan untuk memberikan kemudahan pelayanan kepada wisatawan. Hal ini dapat dilakukan baik oleh pemerintah maupun pihak swasta.

h. Pelayanan Pertemuan dan Konvensi

Pelayanan pertemuan ini lebih memfokuskan kegiatan pada penyediaan fasilitas pertemuan, seminar, konferensi, dan lain-lain baik dari penyelenggaraannya maupun penyediaan tempat beserta perlengkapannya.

i. Destinasi

Ada tiga macam dan jenis lokasi serta destinasi program perjalanan insentif antara lain :

1. Syarat lokasi dan destinasi yang menunjang

Perjalanan insentif merupakan sebuah paket perjalanan istimewa yang disponsori oleh perusahaan atau korporasi dengan fasilitas-fasilitas berupa akomodasi dengan pelayanan kelas utama, lokasi beriklim baik, fasilitas hiburan terbaik, makanan bercita rasa dan berselera tinggi, rekreasi di alam bebas yang unik, jadwal rencana wisata atau *itinerary*, orisinal, aman, tempat belanja, dan cenderamata yang bermutu tinggi.

2. Destinasi harus memperhatikan

Kreativitas yang dapat merangsang keinginan dan menciptakan tampilan tingkat tinggi, berdaya pikat dengan penghargaan yang mewah terhadap pengunjung, destinasi favorit, daya tarik pertukaran budaya yang terkendali, harus memiliki dan memperhatikan hal penting berupa aksesibilitas yang baik, akomodasi, cuaca, keamanan, kebudayaan, pantai dan pemandangan. Di samping itu juga harus memiliki sarana dan prasarana yang baik, struktur

harga yang jelas, tempat perbelanjaan atau pertunjukan, pelayanan darurat, reputasi sukses dari mulut ke mulut.

3. Syarat Destinasi yang Ideal

Tidak semua destinasi dapat cocok dengan suatu grup insentif. Destinasi yang ideal harus memiliki persyaratan sebagai berikut : popularitas (*popularity*), fasilitas yang memadai (*adequate facilities*), daya tarik menyeluruh (*wide appeal*), jarak yang jauh (*far away*), iklim (*climate*), dan rekomendasi agen (*agent recommendation*).

2.8 Pengertian Exhibition

Pameran merupakan *event* yang sering diadakan dalam skala kecil maupun besar dan memerlukan *event organizer*. Kegiatan ini sudah memiliki sejarah pada waktu pasar malam di masa pemerintahan presiden Soekarno. Namun pada Februari 1990, para penyelenggaraan pameran kemudian membentuk wadah berkumpul yang diberi nama Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia (ASPERAPI).

Pameran merupakan bentuk kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, mempromosikan dan menyebarluaskan informasi dan hasil produksi barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu di tempat tertentu. Dalam pameran dapat diselenggarakan seminar, atau sebaliknya pameran ini menunjang seminarnya. Contoh di Singapura pernah diselenggarakan seminar perpustakaan digital, lalu di ruangan yang berdampingan diadakan pameran perbandingan antara perpustakaan digital dan konvensional. Pameran dalam istilah bahasa Inggris disebut *exhibition, exposition (expo), show, fair, festival* atau *bazaar*.

2.8.1 Manfaat Pameran

Pameran secara umum dapat dimanfaatkan untuk mendemonstrasikan dan menjelaskan sejarah atau kebijakan perusahaan, bidang-bidang yang digeluti, dan tata cara pelaksanaannya. Melalui pameran dapat pula diceritakan secara lugas proses

manufaktur, skala, operasional perusahaan, atau kampanye periklanan yang hendak dilancarkan dalam waktu dekat.

a. Manfaat Pameran bagi perusahaan atau organisasi

1. Agar orang mendapatkan informasi yang benar mengenai produk dan jasa yang baru saja diluncurkan, yang sifatnya memperkenalkan kepada konsumen secara langsung.
2. Menunjukkan eksistensi, keberadaan dari produk atau jasa terus ada dan terjaga kontinuitasnya. Di samping itu, untuk memperlihatkan kekuatan perusahaan di mata perusahaan pesaingnya.
3. Menjaga *image* produk atau jasa. Dengan seringnya mengadakan pameran, masyarakat semakin paham *positioning* produk maupun jasa kita. Dengan *image* yang tertanam terus ditanamkan dalam bentuk masyarakat, produk atau jasa tersebut tidak mudah terlupakan, yang akhirnya tidak tergeser oleh para pesaingnya.

b. Manfaat Pameran ditinjau dari segi produsen atau penjual

1. Sebagai tempat alternatif yang baik untuk menjual.
2. Memperbaiki atau mempertahankan citra produk dan jasa perusahaan.
3. Memperkenalkan produk dan jasa yang baru.
4. Memberi contoh dan dialog langsung dengan calon pembeli.
5. Sebagai *marketing intelligent system*.
6. Informasi bagi pembeli.
7. Saling mengetahui aktivitas pesaing.
8. Saling mengetahui antara produsen-penyialur-calon pembeli.
9. Mempelajari metode penjualan dan promosi dari perusahaan lain.
10. Mencari partner usaha, menggandeng investor, lembaga keuangan, pemasok, para distributor, dan mitra kerja lainnya.

- c. Manfaat Pameran ditinjau dari segi pengunjung
1. Dari promosi yang dilakukan penyelenggaraan pameran, dapat diketahui bahwa siapa saja dapat menjadi peserta pameran sehingga kita dapat mengetahui dan mendapatkan informasi dan kebutuhan yang diinginkan.
 2. Di tempat pameran kita akan mendapatkan hiburan atau menjadi sarana rekreasi.
 3. Untuk pameran yang bersifat tematik, yang merupakan pameran bersama dari produk atau jasa yang berada dalam ruang lingkup yang sama, pengunjung mendapatkan kemudahan karena dapat membandingkan harga, mutu, tanpa perlu mengunjungi berbagai toko atau perusahaan yang lokasinya berjauhan sehingga dapat menghemat waktu.
 4. Biasanya di pameran, para peserta memberikan penawaran istimewa berupa potongan harga, hadiah, dan voucher yang merupakan kesempatan berharga bagi pengunjung.
 5. Mendapat informasi produk dan jasa se jelas-jelasnya, langsung dengan orang yang berkompeten terhadap hal tersebut.

2.8.2 Tujuan Pameran

- a. Adapun tujuan pameran adalah untuk memperkenalkan produk-produk dan jasa-jasa penjualan meningkat karena melalui kegiatan pameran akan mendapatkan pembeli dalam jumlah besar dan pembeli biasanya melakukan pemesanan dalam jumlah besar, hal ini terjadi dalam pameran. Selain itu, di dalam pameran, pembeli dan penjual dapat langsung bertemu sehingga perusahaan, peserta pameran dan pembeli dapat menghemat waktu dan tenaganya dibandingkan dengan *event-event* lain. Dengan kata lain, tujuan pameran adalah untuk mendapatkan konsumen potensial, terbuka kesempatan cukup besar bagi perusahaan untuk membujuk pengunjung yang datang ke acara pameran agar melihat atau membeli sesuatu yang ditawarkan pada pameran tersebut.

- b. Pameran juga akan melahirkan banyak kontrak yang berharga dan juga membangun kontrak baru dalam pasar sasaran dari perusahaan atau organisasi. Dengan kata lain, pameran menjadi langkah awal untuk memasuki pasar baru. Dengan memperoleh keuntungan yang layak, juga dapat memantapkan perusahaan atau merk menjadi “pemain” utama pasar.

2.8.3 Jenis-jenis Pameran

a. *State-owned Organization*

1. Pemerintah daerah (contoh : Pekan Raya Jakarta).
2. Asosiasi dagang (contoh : Kadin, Tokyo Trade Center, Korean Trade Center).

b. *Private Organization – Public Corporations*

Dimiliki oleh Pemerintah (contoh : China External Trade Development Council).

c. *Trade Association – Asosiasi Dagang*

Contoh : Gaikido Motor Show – Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia.

d. *Professional Association – Asosiasi Profesional*

Contoh : Hospitals Expo – Ikatan Rumah Sakit Jakarta Metropolitan.

e. *Independent Private Organizers*

1. Perusahaan swasta yang berbadan hukum contohnya : Pamerindo, Debindo, Dyandra Promosindo, dan lain-lain.
2. Persusahaan swasta perorangan.

2.8.3.1 Berdasarkan Target Pengunjung

a. *Business to Business*

Pameran ini diperuntukkan terutama untuk kalangan bisnis, contoh untuk pameran B to B ini adalah pameran JIPPS (*Jakarta Internasional Plastics & Packaging Show*), yaitu pameran industri plastik dan kemasan yang pernah diselenggarakan di Semanggi *Expo*. Pengunjung yang diharapkan datang adalah para pengusaha di bidang plastik dan kemasannya. Memang tidak terlalu mudah untuk mengatur

pameran seperti ini. Menurut pengalaman para penyelenggaraan pameran seperti ini. Menurut penyelenggaraan pameran seperti *Event Organizer* Napindo Media Pratama, mereka mendapatkan peserta untuk pameran melalui keikutsertaan pada pameran luar negeri.

b. *Business to Customer*

Pameran ini adalah pameran yang diperuntukkan untuk konsumen dan paling banyak dijumpai. Pameran ini diperuntukkan umum. Contoh: pameran komputer, pameran *furniture*, pameran *automotive*, dan sebagainya.

c. *Government to Government*

Pameran semacam ini memang terbilang jarang diadakan menggunakan tempat yang khusus dan terbatas. Contoh: Pameran peralatan perang. Para pengunjung yang datang terdiri dari utusan negara-negara.

2.8.3.2 Berdasarkan Jenisnya

a. Pameran Barang

Pameran jenis ini mempertunjukkan produk dalam bentuk aslinya, misalnya pameran *automotive*, pameran lukisan, pameran hasil kerajinan, dan sebagainya. Maksud diadakannya pameran barang adalah untuk memperkenalkan dan menanamkan *brand image* tentang keunggulan berbagai macam produk sehingga pengunjung pameran menjadi mengerti dan termotivafasi untuk membeli produk tersebut.

b. Pameran Jasa

Pada pameran jasa yang terutama dipamerkan adalah proses, maupun pelayanan yang ditawarkan publik. Contoh pameran jasa ini adalah pameran perbankan, pameran jasa wisata, termasuk di dalam pameran tentang *wedding* yang memamerkan jasa pernikahan.

2.8.3.3 Berdasarkan Sifatnya

a. Pameran Umum

Pameran umum dapat diikuti oleh siapa saja dan dengan jenis ataupun barang apa saja. Biasanya pameran ini dikenal dengan pameran multi produk. Pameran yang bertujuan memamerkan berbagai produk. Tujuan dari pameran ini untuk memperkenalkan suatu organisasi, perusahaan atau produk produk atau suatu hal khusus kepada khalayak umum. Salah satu contoh pameran yang selama ini diselenggarakan di Jakarta Convention Hall atau di Arena Pekan Raya Jakarta.

b. Pameran Khusus (Tematik)

Yaitu pameran yang berdasarkan tema tertentu, seperti pameran khusus komputer, pameran khusus persenjataan, pameran khusus bahan bangunan, pameran khusus *property* dan pameran-pameran khusus lainnya yang mulai dilirik oleh *Event Organizer*. Sehubungan dengan hal ini ada *Event Organizer* yang mengkhususkan diri menangani pameran tertentu, misalnya pameran buku islami.

c. Pameran Bersama

Untuk menghemat biaya, beberapa perusahaan yang bernaung dalam suatu grup atau organisasi pada bidang yang sama mengadakan pameran bersama, misalnya yang diadakan oleh beberapa *automotive* dari Grup Honda. Pameran bersama para konsultan arsitek yang tergabung dalam Ikatan Arsitektur Indonesia (IAI).

d. Pameran Patungan

Pameran ini biasanya gabungan dari perusahaan-perusahaan yang ada dalam satu negara dan sejenis. Umumnya perusahaan ini akan membuka perwakilan atau sudah memiliki perwakilan di negara tersebut. Pameran semacam ini dibiayai atau disubsidi oleh pihak ketiga, misalnya pameran yang diselenggarakan oleh Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN).

2.8.3.4 Berdasarkan Lingkup Geografis

a. Pameran Lokal

Pameran lokal biasanya diadakan di sebuah kota untuk menginformasikan organisasi atau hasil produksi daerah setempat. Misalnya, pameran untuk konsultan Ikatan Arsitektur atau Himpunan Ahli Konstruksi Cabang DKI Jakarta, Pameran Pembangunan Daerah Banten.

b. Pameran Nasional

Pameran nasional menyajikan kegiatan-kegiatan lembaga bertaraf nasional atau hasil produksi dalam negeri yang lingkup pemasarannya seluas wilayah negara. Contohnya Pameran Produksi Indonesia yang diikuti oleh hampir seluruh daerah di Indonesia.

c. Pameran Internasional

Pameran internasional ini diikuti oleh berbagai negara di seluruh dunia yang memamerkan hasil produksi maupun kegiatan dari masing-masing negara. Contohnya *Internasional Trade Exhibition*.

2.9 Perusahaan/Organisasi dalam Industri MICE

Untuk memudahkan penyelenggaraan kegiatan MICE, perlu diklarifikasi tenaga fungsional yang bertanggung jawab langsung dalam pelaksanaan kegiatan MICE

2.9.1 Biro Konvensi (*Convention Bureau*)

Biro Konvensi adalah organisasi pemerintah yang berperan sebagai perantara antara PCO/PEO dengan Internasional Asosiasi serta sebagai perantara antara calon peserta konvensi dengan para *suppliers* (akomodasi, biro perjalanan, restoran, dan lain-lain).

2.9.1.1 Tugas Pokok Biro Konvensi

- a. Memberi petunjuk dan arahan profesional serta bertindak sebagai sumber informasi yang tidak memihak kepada organisasi-organisasi penyelenggara konvensi di daerah tertentu.
- b. Melaksanakan kegiatan profesional untuk menarik penyelenggaraan konvensi di daerah tersebut.
- c. Melaksanakan kegiatan penelitian dan pengembangan pasar wisata konvensi.
- d. Melaksanakan kegiatan-kegiatan promosi.
- e. Bersama-sama dengan instansi terkait menyelenggarakan pembinaan terhadap organisasi penyelenggaraan konvensi.

2.9.2 *Meeting Planner*

Profesi dalam *event organization* yang terpenting adalah *meeting planner*, yaitu orang yang berperan, merencanakan, mengelola, menyelenggarakan dan mengevaluasi kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan MICE. Jadi pada dasarnya secara keilmuan ruang lingkup dan fungsi tugas *meeting planner*, PCO/PEO, DMC hampir sama, hanya saja penyebutannya berbeda di beberapa negara.

2.9.3 PCO (*Professional Conference Organizer*)

PCO (*Professional Conference Organizer*) adalah perusahaan khusus untuk melaksanakan pertemuan (*meeting*) atau kegiatan dengan basis profesional. PCO adalah konsultan, administrator, kreator, yang memberikan perhatian penuh bagi mendukung suksesnya kegiatan pertemuan yang diselenggarakan baik pemerintah, swasta, organisasi maupun asosiasi nasional, regional maupun internasional. Dalam pelaksanaannya suatu perusahaan PCO selaku konsultan maupun kontraktor akan bertanggung jawab langsung kepada panitia penyelenggara di dalam menentukan segala kebutuhan yang diinginkan. Dalam arti panitia penyelenggara yang menentukan kebijakan, perusahaan PCO membantu berdasarkan keprofesionalan yang dimilikinya.

2.9.3.1 Tugas PCO dalam kegiatan MICE

Untuk mengatur suatu konferensi secara profesional, berdasarkan pengetahuan dari kebutuhan konferensi saat ini, PCO bertanggung jawab kepada panitia dalam hal-hal berikut :

a. Perencanaan/*Planning*

1. Membantu dalam pengaturan struktur organisasi panitia penyelenggaraan.
2. Membuat keterangan mengenai tugas dan kewajiban setiap panitia secara detail.
3. Mempersiapkan jadwal administrasi secara detail mengenai tanggung jawab dan batas dalam tugas tersebut.

b. Rincian Jadwal/*Schedule*

PCO membuat rincian secara jelas dan tertulis tugas dan tanggung jawab untuk keperluan konferensi agar dapat terjalin kerja sama yang baik, yaitu :

1. Jadwal administrasi.
2. Pembuatan *breakdown timetable*.
3. Perencanaan lokasi/tempat.
4. Peralatan *audio visual chart*.
5. Pengaturan kebutuhan makanan dan minuman.
6. Pembuatan tanda untuk pembicara.
7. Penempatan staf, yaitu : di meja registrasi dan keperluan lainnya di tempat atau meja pembicara (*speaker*), di sekretariat.
8. *Management Conference Hall*.
9. Kebutuhan kebersihan (*house-keeping*), keamanan dan keperluan darurat.
10. Di dalam pemberian isyarat/tanda kepada moderator dan pembicara pada saat acara.
11. Mengatur dasar-dasar yang diperlukan untuk keperluan konferensi.

c. Keuangan/*Finance*

1. Menyiapkan anggaran keuangan yang berisi keterangan pengeluaran dan biaya secara detail serta rencana pemasukan untuk disesuaikan yang selanjutnya disetujui oleh pihak panitia.
2. Menyiapkan laporan keuangan secara lengkap sesudah terlaksananya konferensi.
3. Memberikan segala kebutuhan penting mengenai informasi dan kerja sama untuk semua kebutuhan panitia.

d. Korespondensi/*Corespondence*

Membantu panitia dalam semua kebutuhan komunikasi dengan peserta, termasuk:

1. Mendistribusikan pengumuman konferensi kepada peserta di Indonesia.
2. Menerima pendaftaran dan informasi mengenai keikutsertaan peserta.
3. Melaksanakan korespondensi, pembetulan, pembatalan dan permintaan-permintaan lain sebelum konferensi dimulai.
4. Menyusun rencana *alphabetical* daftar peserta konferensi.
5. Mengkoordinasi keperluan registrasi seperti acara, daftar peserta, jurnal atau brosur sesuai permintaan.
6. Pemberian petunjuk-petunjuk yang diperlukan para delegasi di tempat.

e. Tempat Penyelenggaraan/*Venue Liaison*

PCO dapat membantu panitia di dalam pencarian tempat penyelenggaraan atau *venue* itu, kemudian PCO akan menindak lanjuti memesan tempat penyelenggaraan setelah surat penunjukan diberikan. Pengaturan ruangan sesuai dengan kebutuhan panitia sebagai berikut:

1. Negosiasi dan pengaturan kontrak untuk penyelenggaraan.
2. Membuat dan merinci mengenai fasilitas-fasilitas dan pengaturan ruangan.
3. Mengatur lokasi atas fasilitas yang tersedia untuk kegiatan rapat panitia. Penerimaan tamu, pendaftaran, sekretariat, gudang dan kebutuhan ruangan lainnya.

4. Mengkoordinasikan semua kebutuhan dan peralatan alat bantu audio visual yang dibutuhkan.
 5. Peralatan panggung, teknis dan elektronik
 6. Tenaga pengangkut barang, tenaga kebersihan, tempat pembuangan sampah, dan sebagainya.
 7. Makanan dan minuman untuk para delegasi.
 8. Kebutuhan sekretaris, peralatan kantor, ketik-mengetik, *fotocopy*, dan sebagainya.
- f. Promosi Marketing
- PCO akan mengkoordinasikan semua kebutuhan surat menyurat di dalam proses marketing atau promosi acara. Mengkoordinasikan kegiatan akan kebutuhan promosi sebelum konferensi dimulai.
- g. Penghubung Delegasi/*Delegate Liaison*
- Membantu panitia dalam mengatur dan mencari alat penterjemah yang simultan beserta penterjemah (alat bantu menterjemahkan dan penterjemahan/*Simultaneous Interpreters System and Interpreters*) apabila diperlukan.
- h. Pendaftaran dan Permintaan Staff Pendukung/*Registration and Enquiry Supporting Personel*
1. PCO memakai *software* komputer yang terbaik dalam membantu panitia dalam mendapatkan semua kebutuhan data mengenai pendaftaran, akomodasi, pengaturan perjalanan dan acara nasional lainnya. Mengenai sistem pendaftaran, panitia akan mudah mendapatkan akses untuk mengetahui data demografik para peserta, matrik dan pencetakan tanda pengenal dan sebagainya.
 2. Mengatur dan menempatkan tenaga-tenaga ahli yang berpengalaman dalam *management conference* berdasarkan kebutuhan dari panitia.
- i. *On Site Management*
1. Mengkoordinasikan semua kebutuhan operasional dan perinciannya.

2. Mengatur kebutuhan transportasi atas bahan-bahan seminar dan peralatan dari/dan keluar tempat penyelenggaraan.
3. Melakukan *site management* dan pengawasan selama konferensi.

j. Transportasi

1. Penjemputan dan pengantaran delegasi ke bandara.
2. Mengadakan *shuttle bus* untuk delegasi dari hotel ke tempat penyelenggaraan.
3. Kebutuhan transportasi di luar kebutuhan konferensi.
4. Mengadakan mobil limosin untuk peserta VIP selama mereka tinggal.

k. Penerbangan dan Akomodasi Hotel/*Airlines and Hotel Accomodation*

Membantu panitia dalam mengatur jadwal penerbangan dan pemesanan hotel untuk para peserta. PCO akan membuat suatu tempat bagi mereka yang membutuhkan informasi di atas pada tempat penyelenggaraan konferensi. Langkah-langkah yang akan ditempuh untuk pengaturan hotel, yaitu :

1. Menentukan hotel yang akan dipakai atas persetujuan panitia dan mengatur pemesanan hotel untuk semua peserta termasuk VIP.
2. Negoisasi dalam *block booking* dengan pihak hotel yang bersangkutan.
3. Pengaturan pemesanan hotel dan semua kebutuhan yang termasuk dalam pemesanan.
4. Pembuatan tiga lampiran (satu lampiran untuk peserta, satu lampiran untuk pihak hotel dan satu lampiran untuk kantor), voucher hotel yang menginformasikan tanggal kedatangan, lamanya tinggal di hotel, dan keperluan deposit.
5. Deposit diberikan kepada pihak hotel sebagai jaminan selama mereka tinggal di hotel bersangkutan.

l. Fotografi

PCO akan mengatur dan mencari *photographer* yang berpengalaman untuk merekam dan mendokumentasikan semua kegiatan konferensi tersebut.

m. *Design*

Membantu panitia di dalam pembuatan desain untuk dipergunakan sebagai tema konferensi dan akan dipakai di panggung, tanda pengenal, perlengkapan dan tas konferensi.

n. *Printing*

1. Mengambil alih tanggung jawab mengenai perkembangan semua barang cetakan (jika diminta).
2. Membuat draf/konsep isi konferensi yang bersifat non-teknis untuk pengumuman yang pertama, kedua, dan yang terakhir.
3. Memberikan saran di dalam pembuatan design dan draft untuk undangan, kartu menu, tanda pengenal, daftar transportasi, daftar peserta, dan lain-lain.

o. *Stage Set and Signposting*

1. Membahas dengan panitia mengenai pembuatan panggung dan menyarankan siapa designernya apabila diminta.
2. Mengawasi pembuatan panggung dan keperluan-keperluan lainnya termasuk penempatan aksesoris.
3. Menyarankan dan melakukan penempatan poster serta tanda-tanda lainnya yang diperlukan.

p. *Penanganan VIP/VVIP Treatment*

Penanganan khusus akan diberikan kepada tamu VIP yang akan datang ke konferensi. Penanganan tersebut dimulaisejak kedatangan mereka di *airport* sampai keberangkatan mereka. PCO akan bekerja sama dengan protokol dari Departemen Luar Negeri, Administrator Bandara, Imigrasi dan Polisi, termasuk juga pengawalan dan keamanan bagi mereka (jika diminta).

1. Membuka ruangan VIP di *airport*.
2. Mengatur dalam penyediaan mobil limosin.
3. Mengatur pemasangan bendera masing-masing mobil peserta VIP.
4. Mengatur polisi pengiring dan keamanan selama mereka tinggal.

5. Mengatur kamar *suite* di hotel untuk masing-masing menteri atau pejabat atau orang penting lainnya.
- q. Upacara Pembukaan dan Penutupan dari Konferensi
- Pengaturan yang mendetail untuk acara pembukaan dan penutupan tetap dipelukan diskusi dengan panitia. PCO akan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:
1. Keinginan atau kebutuhan panitia dalam upacara pembukaan dan penutupan.
 2. Mencocokkan kebutuhan panitia tersebut dengan tempat penyelenggaraan.
 3. Menjamin agar semua protokol relevan dengan kebutuhan konferensi.
 4. Menyiapkan apabila acara tersebut dibuka oleh pejabat pemerintahan.
 5. Memberikan saran dalam kegiatan protokol dan keamanan.
- r. Pelayanan tamu VIP
- Jika konferensi dihadiri oleh para pejabat tinggi di luar negeri, perlakuan khusus untuk VIP akan dilakukan. Di dalam penanganan ini, PCO akan menghubungi departemen yang terkait, antara lain:
1. Administator udara.
 2. Imigrasi dan Bea Cukai, untuk kegiatan sebagai berikut:
 - a. Membantu panitia dalam mengirim surat konfirmasi kepada kantor imigrasi untuk acara konferensi dalam keberangkatan dan kedatangan peserta.
 - b. Mempermudah prosedur untuk delegasi pada waktu kedatangan.
 - c. Menempatkan staff imigrasi di ruangan VIP.
 - d. Menyediakan *visa on arrival*.
 - e. Menempatkan petugas pelaksana di *airport* sebelum mencapai *imigration desk*.
 - f. Mempermudah dalam pengurusan pemeriksaan barang.
- s. Kepolisian Republik Indonesia
- Berkoordinasi dengan pihak kepolisian untuk kegiatan sebagai berikut:
1. Perizinan untuk konferensi dari pihak kepolisian.

2. Keamanan untuk konferensi.
 3. Keamanan untuk menteri, pejabat, dan orang penting lainnya.
 4. Polisi pengiring untuk Menteri dan untuk kegiatan lainnya, seperti kegiatan peserta, makan malam di luar tempat penyelenggaraan dan sebagainya.
- t. Pers dan Publikasi
- Mengkoordinasi untuk kegiatan sebagai berikut:
1. Akreditasi pers untuk pers luar negeri yang akan hadir pada konferensi tersebut.
 2. Pengaturan visa untuk pers.
 3. Berkoordinasi dengan media-media cetak dan elektronik selama konferensi.
 4. Mempublikasikan konferensi tersebut.
 5. Pengaturan *press conference*.
- u. Kementerian Luar Negeri
- Apabila konferensi dihadiri oleh delegasi-delegasi setingkat menteri, PCO akan berkoordinasi dengan protokol dari departemen luar negeri untuk aktivitas sebagai berikut:
1. Pengaturan pada acara pembukaan, bekerja sama dengan protokol dari istana presiden.
 2. Pengaturan permintaan *visa on arrival* dengan kantor imigrasi.
 3. Pengaturan kedatangan untuk menteri dan tamu VIP.
 4. Pengaturan tata letak duduk selama konferensi dan acara pada malam hari lainnya.
 5. Pengaturan apabila pasangan menteri/VIP ikut serta dalam acara.
 6. Pengaturan antar menteri melalui protokol.
- v. Pilihan Program dengan biaya sendiri
- Jika peserta konvensi menginginkan program tambahan maka PCO dapat memberikan beberapa program lain atas biaya sendiri, yaitu:
1. Menyusun kegiatan-kegiatan untuk acara sosial.

2. Menyusun acara untuk *shopping*, melihat pertunjukan teater, pergi ke gedung seni, dan lain-lain.
3. Mengatur penyediaan hadiah untuk pasangan peserta.
4. Program ini dapat ditawarkan dengan melampirkan ke *form* pendaftaran.
5. Menyusun dan menginformasikan mengenai biaya-biaya dan jadwal acara tour setengah hari atau satu hari.
6. Mengatur semua kegiatan yang meliputi transportasi, *tour guide*, *guide books*, pendaftaran untuk acara tersebut serta kateringnya.

2.9.3.2 Sistem Registrasi

Registrasi atau pendaftaran merupakan langkah awal yang sangat penting bagi suksesnya suatu *event*. Melalui cara pelayanan registrasi ini dapat dilihat keprofesionalan sebuah PCO yang menangani *event* tersebut. Hal tersebut merupakan kepuasan seorang peserta, apabila peserta sudah dihadapkan pada suatu kendala pada saat pendaftaran, maka kesan negatif tersebut akan terus mempengaruhi peserta dalam acara-acara selanjutnya.

Registrasi dibagi menjadi dua tahap:

a. Tahap Pendataan

Dalam tahap pendataan ini, peserta harus mendapatkan apa yang didapatkannya dalam pertemuan tersebut sesuai dengan biaya yang telah dibayarkan, baik berupa fasilitas, kegiatan, maupun berupa materi atau bahan-bahan yang akan diterima.

Kepada calon peserta yang sudah terdaftar akan dikirim surat konfirmasi atau “*Letter of Acceptance*” (LOA), disamping informasi-informasi lain tentang hal-hal yang harus mereka lakukan sehubungan dengan keikutsertaan mereka dalam konvensi tersebut. Kelengkapan data dan informasi tersebut sangat berpengaruh terhadap kelancaran proses pendaftaran ulang saat *event* berlangsung.

b. Tahap Pelaksanaan

Pada saat pelaksanaan konvensi, semua peserta harus melakukan pendaftaran, baik bagi yang sudah terdaftar sebelumnya maupun yang belum. Maka pada saat pelaksanaan konvensi ada 2 macam registrasi yang harus disiapkan.

1. Pendaftaran Ulang (*Re-registration*)

Yaitu pendaftaran yang dilakukan oleh calon peserta yang sudah terdaftar sebelumnya dengan cara menunjukkan LOA kepada petugas registrasi, dan kemudian mencocokkannya dengan data partisipan yang telah dipersiapkan oleh sekretariat. Bila semuanya beres, maka yang bersangkutan berhak untuk mendapatkan kelengkapan konvensi atau konvensi kit, dan resmi menjadi peserta konvensi.

2. Pendaftaran di tempat (*On-site Registration*)

Yaitu apabila calon peserta belum mendaftarkan diri sebelumnya, berarti calon peserta tersebut harus melaksanakan pendaftaran baru (*on-site registration*), setelah menyelesaikan hal-hal tersebut sesuai prosedur, maka peserta tersebut baru resmi menjadi peserta konvensi.

BAB 3. GAMBARAN UMUM

3.1 Profil Perusahaan

PT Haryono Tour and Travel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pariwisata, ruang lingkupnya meliputi *ticketing* domestik dan internasional, pelayanan reservasi hotel, *package tour*, *inbound* dan *outbound tour*, MICE, dan pengurusan dokumen perjalanan. Perusahaan ini memiliki beberapa kantor cabang diantaranya Jakarta, Surabaya, Malang, Semarang. Kantor pusatnya berada di Surabaya yang terletak di Jalan Sulawesi, dikarenakan jaringan pemasaran yang luas maka dibutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional agar dapat memberikan pelayanan semaksimal mungkin.

PT Haryono Tour and Travel termasuk salah satu biro perjalanan wisata yang dalam menjalankan usahanya bekerja sama dengan berbagai pihak yang dapat menunjang kinerja perusahaan ini antara lain perusahaan transportasi baik itu domestik maupun internasional, jasa penginapan atau hotel di berbagai kota dan daerah wisata, keimigrasian, dan lain-lain. Dengan kerja sama tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sebagai biro perjalanan, PT Haryono Tour and Travel telah membangun reputasi yang solid untuk layanan dan efisiensi di industri perjalanan dan telah dihargai sebagai Cakra 3 yang berarti kategori tinggi untuk biro perjalanan di Indonesia. Untuk memberikan pelayanan yang terbaik, PT Haryono Tour and Travel memiliki beberapa departemen yaitu, *domestic and international departement*, *tour departement*, *inbound and outbound*, *convention organizer* dan reservasi hotel.

Dengan adanya kerja sama atas jaringan usaha yang luas diperlukan sebuah sistem manajemen yang modern dan berkualitas, untuk menjalankannya diperlukan pula sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, berwawasan luas dan memiliki motivasi dan dedikasi yang tinggi dalam menjalankan perannya demi perusahaan. Dalam bidang usaha jasa para sumber daya manusianya bukan hanya profesional dan

berkualitas dalam menjalankan tugas tetapi juga didukung dengan sikap yang ramah dan dapat melayani konsumen dengan baik.

3.1.1 Sejarah PT Haryono Tour and Travel dan Cabang Malang

PT Haryono Tour and Travel adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa kepariwisataan. Perusahaan ini pertama kali berdiri pada tanggal 25 April 1988 atas prakarsa mantan General Manager Pasopati Tour and Travel, Bapak Haryono Gondo Soewito, Bapak Leonardus Gondo Suwito dan Ibu Eka Ratnawati. Sedangkan izin usaha baru didapat satu tahun setelah perusahaan ini berdiri pada tanggal 2 Januari 1989.

Meski PT Haryono Tour and Travel masih baru, tetapi perkembangannya cukup pesat. Bermula sebagai Surabaya agen dari agen perusahaan penerbangan dalam dan luar negeri sampai menjadi agen dari IATA (*International Air Transport Association*) pada tanggal 15 April 1992. PT Haryono Tour and Travel ini diterima secara resmi dengan keanggotaan ASITA (*Association of Indonesia Travel Agencies*) pada tanggal 1 April 1992.

Pertama kali PT Haryono Tour and Travel tetap di Jalan Panglima Sudirman no. 93-11 Surabaya, pada tanggal 19 Januari 1995 didirikan kembali kantor yang lebih besar di Jalan Sulawesi 27-29 Surabaya yang selanjutnya menjadi kantor pusat PT Haryono Tour and Travel. Perusahaan ini mempunyai kantor cabang di Surabaya, Malang, Jakarta, dan Semarang.

PT Haryono Tour and Travel Malang berdiri sejak tahun 1993 tepatnya di Jalan Semeru dan kemudian pindah ke Jalan Kahuripan pada tahun 1997 dengan jumlah karyawan untuk saat ini 19 orang dengan rincian, 1 orang *branch manager*, 3 orang *accounting* termasuk kasir, 1 orang operator telepon, 5 orang *ticketing* dan voucher hotel domestik, 2 orang *ticketing*, voucher hotel, dan pengurusan visa internasional, 1 orang bagian MICE dan tour, 3 orang dinas luar, 1 orang supir, 1 orang *office boy*, dan 1 orang satpam.

3.1.2 Visi dan Misi PT Haryono Tour and Travel

Visi PT Haryono Tour and Travel “Menjadi Biro Perjalanan Wisata yang berkompeten dan melayani konsumen secara profesional dan keramahan”.

Misi PT Haryono Tour and Travel adalah :

- a. Melayani konsumen dengan sepenuh hati.
- b. Menjaga etika dan keprofesionalan kerja selama jam kerja dan melayani konsumen.
- c. Menjadi perusahaan yang memiliki komitmen sosial yang bermanfaat bagi masyarakat.

3.1.3 Lokasi PT Haryono Tour and Travel

Saat ini PT Haryono Tour and Travel telah mempunyai 1 kantor pusat dan 5 kantor cabang di berbagai wilayah:

- a. Kantor Pusat (*Head Office*)

Alamat : Jalan Sulawesi No. 27-29 Surabaya 60281 Jawa Timur

Telepon : (031) 5354000, (031) 5314300

Faks : (031) 5353917, (031) 5353918

Email : info@haryonotours.com

Website : www.haryonotours.com

- b. Kantor Cabang Malang

Alamat : Jalan Kahuripan No. 22 Malang 6511 Malang Jawa Timur

Telepon : (0341) 367500

Faks : (0341) 362385

Email : malang@haryonotours.com

Jam Kerja :

Senin-Jum'at : 08.00-17.30 WIB

Sabtu : 08.00-13.00 WIB

c. Kantor cabang Surabaya

Alamat : Jalan Panglima Sudirman No. 93 – II Surabaya 60271 Jawa Timur

Telepon : (031) 5325800, (031) 5327300

Faks : (031) 5326000

Email : pangsud@haryonotours.com

d. Kantor cabang Semarang

Alamat : Jalan Thamrin No. 89 Semarang 50133 Jawa Tengah

Telepon : (024) 8444000

Faks : (024) 8448833

Email : semarang@haryonoyours.com

e. Kantor cabang Jakarta Pusat

Alamat : Jalan Kebon Sirih No. 9K Jakarta Pusat 10340

Telepon : (021) 3921111, (021) 3920508

Faks : (021) 3141937, (021) 3140891

Email : jakarta@haryonotours.com

f. Kantor cabang Jakarta Utara

Alamat : Jalan Boulevard Raya Blok PA 19 No. 8 Pegangsaan Dua-Jakarta Utara

Telepon : (021) 458456000

Faks : (021) 45857007

Email : kelapagading@haryonotours.com

3.2 Jasa yang diberikan PT Haryono Tour and Travel

a. Pelayanan pemesanan tiket pesawat domestik (*Domestic Ticketing*)

PT Haryono Tour and Travel Malang melayani pemesanan tiket pesawat domestik berbagai *airlines*, meliputi Garuda Indonesia, Lion Air, Sriwijaya Air, dan Citilink. Biasanya pada saat pelanggan ingin melakukan memesan tiket domestik mereka terlebih dahulu akan menanyakan seputar harga tiket berbagai *airlines* dan membandingkannya. Berikut langkah-langkah menangani pelanggan yang akan memesan tiket :

1. Menanyakan kepada pelanggan *airlines* mana yang akan dipilih untuk perjalanan yang akan dilakukan.
 2. Memberikan daftar harga sesuai rute dan *airline* yang dipilih.
 3. Setelah ada kesepakatan tentang *airline* yang dipilih, kemudian petugas mencatat data calon penumpang yaitu, nama, orang yang memesan (jika melalui telepon), alamat, umur, jenis kelamin, nomor telepon yang dapat dihubungi, alamat email (jika ada), jam penerbangan yang diinginkan beserta hari, tanggal, bulan, dan tahun.
 4. Setelah itu baru memesan tiket ke *airline* yang bersangkutan sesuai dengan data-data diatas.
 5. Setelah mendapatkan kode booking tersebut, petugas memberitahukan kepada pelanggan dan menanyakan apakah tiket akan diambil atau diantar jika kode booking tersebut OK.
 6. Jika OK, kita menanyakan pembayaran apakah akan dilakukan secara langsung atau via transfer, jika via transfer pelanggan akan diberi nomor rekening PT Haryono Tour and Travel dan akan dibuatkan *invoice*.
- b. Pelayanan pemesanan tiket pesawat internasional (*International Ticketing*)
- Secara teknis cara penanganan *ticketing* internasional sama dengan *ticketing* domestik, yang membedakan hanyalah sistem yang dipakai dan perhitungan harga yang memakai US dollar yang nanti akan dikurskan sesuai dengan kurs pada saat pemesanan. Sistem yang dipakai untuk *ticketing internasional* di PT Haryono Tour and Travel adalah sistem Galileo Dekstop Internasional dimana penggunanya harus menguasai setiap kode-kode negara dan cara memesan serta mencetak tiket juga menggunakan kode-kode.
- c. Reservasi Hotel
- Pada bagian ini melayani bagian pemesanan kamar hotel yang dilakukan via travel, biasanya hotel-hotel yang dapat dipesan via Haryono Tour and Travel adalah hotel yang telah mempunyai kontrak dan kesepakatan tertentu dengan

perusahaan. Sistem yang dipakai untuk pemesanan kamar hotel adalah B2B (*Business to Business*) Haryono Tour and Travel. Cara penanganan pemesanan kamar hotel adalah sebagai berikut:

1. Menanyakan kepada customer hotel mana yang akan dipilih dari daftar hotel yang dimiliki.
 2. Setelah ditentukan hotelnya, diberitahukan tarifnya berdasarkan kelas kamar dan lama menginap.
 3. Setelah ada kesepakatan, maka dilakukan pencatatan nama, tanggal *check in* dan *check out*, berapa kamar yang diminta dan kelasnya, nama tamu yang akan menginap, nomor telepon yang dapat dihubungi serta alamat.
 4. Memesan lewat sistem B2B, setelah ada balasan dari hotel atau masih ada *allotment* (jatah) untuk Haryono Tour and Travel maka kamar yang dipesan langsung *confirm*. Jika tidak ada *allotment*, maka harus konfirmasi terlebih dahulu kepada pihak hotel dengan cara menelepon. Jika *confirm*, maka akan diberitahukan kepada pelanggan terlebih dahulu apakah *voucher* hotel dicetak atau dikirim lewat email pelanggan.
 5. Mengkonfirmasi kembali identitas pelanggan, tanggal *check in* dan *check out*.
 6. Jika telah OK, maka akan dicetak *voucher* hotel dan *invoice*. Pembayaran dapat langsung melalui kasir atau via transfer.
 7. Mengirim email berupa *voucher* hotel kepada hotel yang bersangkutan agar kamar dapat langsung di *block*.
- d. Pelayanan Pengurusan Dokumen Perjalanan
1. Paspor
Syarat-syarat membuat Paspor untuk WNI:
 - a. KTP asli pembuat paspor.
 - b. Kartu Keluarga asli pembuat paspor.
 - c. Akta Kelahiran/ Ijazah asli pembuat paspor.
 - d. Akta nikah asli apabila pembuat paspor telah menikah.

- e. Surat keterangan kerja apabila pekerjaan selain swasta, wiraswasta, dan pelajar.
- f. Surat berkelakuan baik dari kepolisian.
- g. Mengisi dan tanda tangan formulir yang disediakan oleh biro perjalanan dan sidik jari yang disertai tanda tangan sewaktu mengambil paspor.

Syarat-syarat membuat Paspor untuk WNA:

- a. Surat keterangan kewarganegaraan.
- b. Akte kelahiran.
- c. Surat keterangan ganti nama.

Harga pembuatan paspor di PT Haryono Tour and Travel Malang dengan 10 hari kerja adalah Rp. 650.000, 3 hari kerja adalah Rp. 1.100.000, dan 1 hari kerja adalah Rp. 2.000.000.

2. Visa

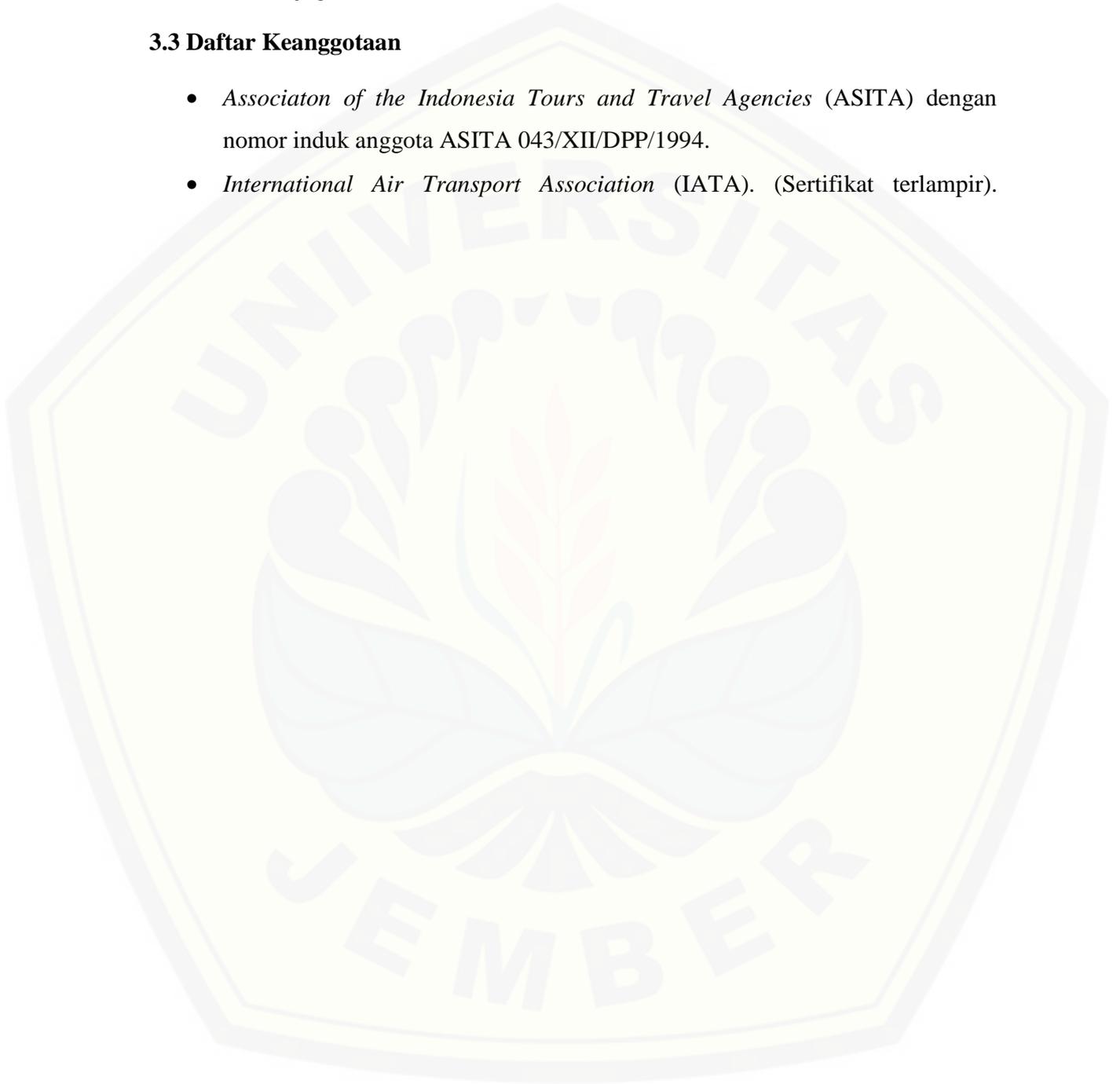
Syarat-syarat membuat visa:

- a. Menunjukkan paspor yang masih berlaku.
 - b. Foto copy KTP.
 - c. Foto copy Kartu Keluarga.
 - d. Foto copy akta kelahiran.
 - e. Foto copy akta nikah (bagi yang telah menikah).
 - f. Foto copy buku tabungan 3 bulan terakhir.
 - g. Foto copy surat tempat bekerja atau surat pensiun.
 - h. Telah memiliki tiket pulang pergi (*round trip ticket*) ke negara yang akan diunjungi.
 - i. Menyerahkan pas foto sesuai dengan ketentuan masing-masing negara.
 - j. Undangan dari negara yang akan dikunjungi (jika tujuan kedatangannya karena diundang).
 - k. Foto copy paspor dan visa pengundang.
1. Mengisi *application form* visa

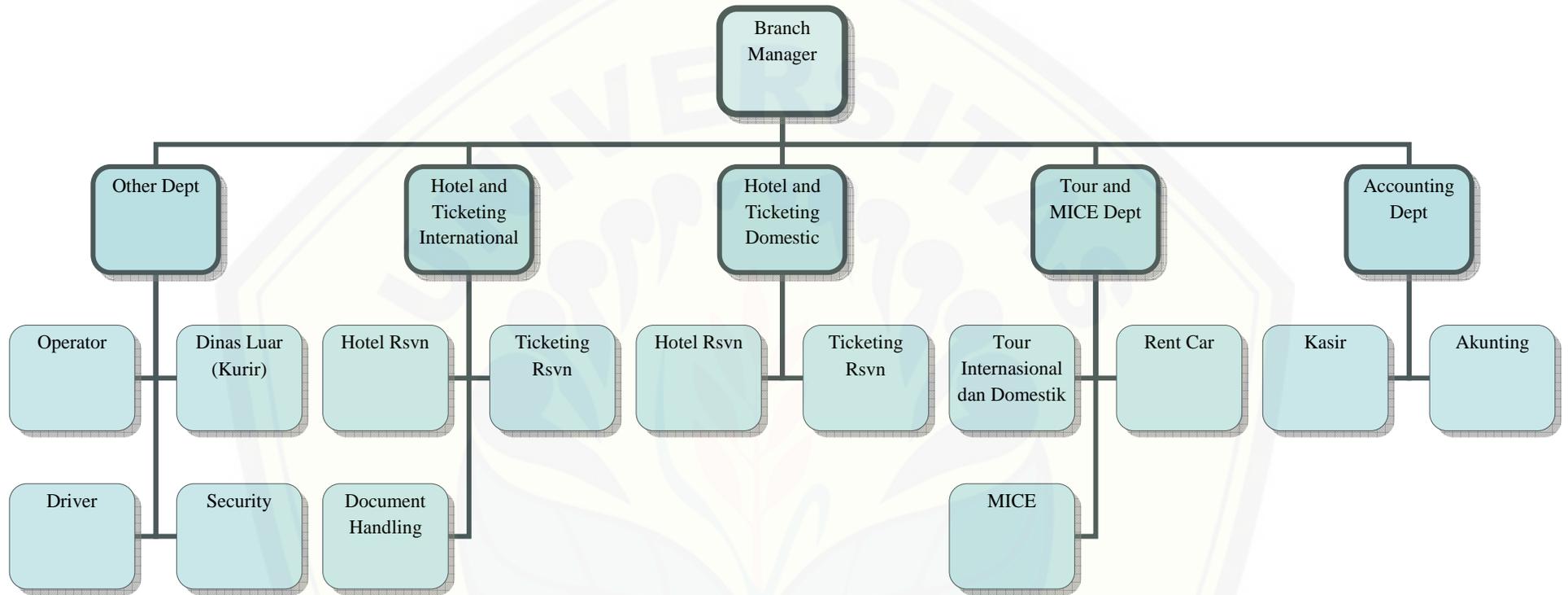
Harga pembuatan visa di PT Haryono Tour and Travel Malang dengan durasi 15 hari kerja adalah Rp. 1.990.000 jika tiket pesawat memesan di PT Haryono Tour and Travel juga.

3.3 Daftar Keanggotaan

- *Associaton of the Indonesia Tours and Travel Agencies (ASITA)* dengan nomor induk anggota ASITA 043/XII/DPP/1994.
- *International Air Transport Association (IATA)*. (Sertifikat terlampir).



3.4 Struktur Organisasi PT Haryono Tour and Travel Malang



Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Haryono Tour and Travel Malang

Sumber: PT Haryono Tour and Travel Malang, 2015

3.5 Job Description PT Haryono Tour and Travel Malang

a. *Branch Manager*

Nama : Erna Hasthining Warpindyah

Tugas dan wewenang :

1. Melaksanakan kebijakan yang telah ditetapkan oleh direktur utama.
2. Bertanggung jawab atas kemajuan dan kemunduran perusahaan cabang.
3. Menandatangani surat-surat yang bersifat prinsipil.
4. Membuat program kerja perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.
5. Bertanggung jawab dan memberikan laporan tahunan mengenai laba dan rugi pada direktur utama.

b. *Hotel and Ticketing International Departement*

Nama : Henny dan Dewi

Tugas dan wewenang :

1. Menangani reservasi hotel dan reservasi tiket internasional.
2. Menangani pengurusan dokumen perjalanan berupa paspor, visa, KITAS, dan lain-lain.

c. *Hotel and Ticketing Domestic Departement*

Nama : Sulistyowati, Ningsih, Pras, Didik, Novy Mega

Tugas dan wewenang :

1. Menangani reservasi hotel dan reservasi tiket domestik.

d. *Tour and MICE Department*

Nama : Dervy Christiani Iswardhani

Tugas dan wewenang :

1. Menangani tour domestik dan internasional.
2. Menghitung paket wisata apabila ada pelanggan yang meminta paket tertentu.
3. Melayani permintaan *rent car* untuk *private tour* atau untuk acara lainnya.
4. Menangani *event* berupa *meeting package*, manajemen akomodasi, pertemuan dan pengaturan perjamuan, program *social organizer*

(jamuan makan malam, *honey moon*, *outbound training*, dan lain-lain), penyedia layanan perjalanan terkait, manajemen transportasi, dukungan penyedia peralatan pertemuan, dan pameran.

5. Mengurus pengeluaran berupa kas bon untuk acara tour.

e. *Accounting Departement*

Nama : Dwi, Rahayu, dan Atik

Tugas dan wewenang :

1. Menangani keuangan perusahaan.
2. Mengatur pembukuan perusahaan.
3. Bekerja sama dengan departemen lainnya yang bertanggung jawab atas pembayaran *customer*.
4. Memusatkan perhatian pada berbagai keputusan investasi dan pembayaran, serta segala hal yang berkaitan dengannya.
5. Menerima dan menyimpan uang tunai, cek, dan alat pembayaran lainnya.
6. Memasukkan uang (pembayaran) yang diterimanya secara utuh ke bank, dan menyelesaikan buku bank dan buku kas.
7. Membukukan semua penerimaan dan pengeluaran uang tunai, cek, giro bilyet dan alat pembayaran lainnya.
8. Membuat laporan penerimaan dan pengeluaran, yang melalui kasir, secara harian, mingguan, dan bulanan.
9. Mengeluarkan tanda terima (*receipt*) yang diperlukan.
10. Mengatur administrasi dan arsip penunjang atau bukti-bukti penerimaan dan pengeluaran uang melalui kasir.
11. Meneliti alat pembayaran yang akan diterimanya agar tidak terjadi penerimaan atau penyimpanan uang palsu.
12. Mengamankan semua alat atau perlengkapan penerimaan, pengeluaran dan penyimpanan alat pembayaran yang ada di kasir.

f. *Other Department*

Meliputi Operator : Wiwin, Driver : Wito, Kurir : Agung, Narko, dan Pono, *Office Boy* : Purwanto, *Security* : Winarno

Tugas dan wewenang :

1. Mengangkat telepon yang masuk, dan mengoper kepada departemen sesuai dengan permintaan *customer*.
2. Mengantarkan tiket dan voucher hotel ke kediaman *customer* apabila ingin diantarkan ke kediamannya.
3. Mengantarkan surat instansi kepada perusahaan lain dari PT Haryono Tour and Travel.
4. Membersihkan seluruh kantor mulai dari menyapu dan mengepel serta menyalakan jenset apabila mati lampu.
5. Menjaga keamanan kantor 24 jam dengan menunggu di pos depan kantor, membuka dan menutup kantor dengan mengunci pintu depan kantor.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Praktek Kerja Nyata

Praktek kerja nyata merupakan proses pembelajaran seorang mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja sesungguhnya. Dalam melakukan praktek kerja nyata mahasiswa menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama duduk di bangku kuliah. Mahasiswa wajib memenuhi peraturan yang berlaku di suatu perusahaan atau instansi yang menjadi tempat praktek kerja nyata tersebut. Penulis bermaksud membahas mengenai Teknik pengurusan reservasi hotel dalam acara MICE di PT Haryono Tour and Travel Malang.

4.2 Tempat Praktek Kerja Nyata

Setiap mahasiswa dibebaskan untuk memilih tempat praktek kerja nyata, baik instansi pemerintah maupun perusahaan swasta. Praktek kerja nyata yang dilakukan terlebih dahulu harus memenuhi persyaratan yang diberikan oleh fakultas setelah itu mendapatkan persetujuan untuk melakukan praktek kerja nyata. Selama praktek kerja nyata berlangsung selama 3 bulan berawal pada tanggal 16 Februari 2015 sampai dengan 16 Mei 2015 sesuai dengan kesepakatan dan surat pengantar dari fakultas dan Program Studi D3 Usaha Perjalanan Wisata yang diberikan kepada perusahaan yang bersangkutan. Dalam hal ini, praktek kerja nyata dilakukan di PT Haryono Tour and Travel Malang.

4.3 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Kegiatan praktek kerja nyata mahasiswa tidak ada peraturan khusus yang mengatur lama kegiatan praktek kerja nyata, tergantung pada kesepakatan dari perusahaan dan mahasiswa yang bersangkutan dalam hal ini praktek kerja nyata sesuai kesepakatan yang dibuat oleh PT Haryono Tour and Travel Malang selama 3 bulan kegiatan praktek kerja nyata terhitung sejak awal masuk memulai kegiatan per tanggal 16 Februari 2015. Jam kerja ditetapkan sejak pukul 08.00 WIB hingga dengan jam 16.30 WIB pada hari senin-jum'at dan pukul 08.00 hingga pukul 12.30 pada hari sabtu.

4.4 Kegiatan Praktek Kerja Nyata

Kegiatan yang dilakukan selama praktek kerja nyata di PT Haryono Tour and Travel Malang adalah mengetahui bagaimana cara kerja sebagai karyawan, mengatur akomodasi selama pelaksanaan *conference* MICE, mempelajari sistem reservasi tiket domestik dan internasional, mempelajari sistem reservasi hotel, mempelajari bagaimana mengisi *application* visa berbagai negara serta mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dari kampus.

4.4.1 *Daily Activity* selama di PT Haryono Tour and Travel Malang

Tanggal	Kegiatan
Minggu pertama Tanggal 16-21 Februari 2015	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berkenalan dengan manajer dan seluruh karyawan PT Haryono Tour and Travel Malang. 2. Memperhatikan dan menyimak bagaimana cara kerja karyawan Departemen MICE. 3. Belajar membalas email dengan baik. 4. Belajar menerima telepon dari <i>customer</i> dan membantu departemen MICE mengurus <i>event</i>.
Minggu kedua Tanggal 23-28 Februari 2015	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membalas email dengan baik. 2. Menerima telepon dari <i>customer</i> dan membantu departemen MICE mengurus <i>event</i>. 3. Menerima dan mencatat apa yang diinginkan <i>customer</i> untuk acara MICE.

4. Belajar tata cara membuat *invoice* menggunakan sistem ITTOS.
5. Belajar mengirim fax.

Minggu ketiga

Tanggal 2-7 Maret 2015

1. Membalas email dengan baik.
2. Menerima telepon dari *customer* dan membantu departemen MICE mengurus *event*.
3. Menerima dan mencatat apa yang diinginkan *customer* untuk acara MICE.
4. Belajar tata cara membuat *invoice* menggunakan sistem ITTOS.
5. Belajar mengirim fax.
6. Belajar membuat *one day tour package* Bromo-Batu.
7. Belajar *quotation tour*.
8. Membuat *confirmaton letter* atau LOA untuk *event* P2B2 PABI.
9. Membuat *voucher* hotel untuk *customer* yang telah melakukan pembayaran.

Minggu keempat

Tanggal 9-14 Maret 2015

1. Menerima telepon dari *customer* dan membantu departemen MICE mengurus *event*.
 2. Menerima dan mencatat apa yang diinginkan *customer* untuk acara MICE.
-

3. Belajar tata cara membuat *invoice* menggunakan sistem ITTOS.
4. Belajar mengirim fax.
5. Mempelajari reservasi tiket domestik lion air, sriwijaya air dan citilink.
6. Mempelajari membuat *invoice* untuk *ticketing*.
7. Melayani *customer* yang akan memesan tiket.

Minggu kelima

Tanggal 16-20 Maret 2015

1. Mempelajari reservasi tiket Garuda Indonesia menggunakan sistem Altea Dekstop Reservation.
2. Mempelajari cara reservasi pemesanan kamar hotel menggunakan sistem B2B.
3. Mempelajari cara *issued* tiket.
4. Membuat LOA, voucher, dan menerima telepon.
5. Mengirim via fax sesuai keinginan *customer*.

Minggu keenam

Tanggal 30 Maret-4 April 2015

1. Menerima telepon dari *customer* dan membantu departemen MICE mengurus *event*.
 2. Menerima dan mencatat apa yang diinginkan *customer* untuk acara MICE.
 3. Belajar tata cara membuat
-

	<p><i>invoice</i> menggunakan sistem ITTOS.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Belajar mengirim fax. 5. Membuat LOA, voucher, dan menerima telepon dari customer. 6. Membuat <i>invoice</i> sendiri untuk <i>customer</i>. 7. Merevisi jika ada yang kurang dalam pembuatan LOA.
<p>Minggu ketujuh</p> <p>Tanggal 6-11 April 2015</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pindah ke bagian internasional untuk mempelajari visa, <i>ticketing</i>, dan reservasi hotel internasional. 2. Mengetahui beberapa <i>airlines</i> internasional oleh senior. 3. Mengetahui kode-kode negara. 4. Mempelajari cara reservasi pemesanan tiket internasional dengan menggunakan sistem Galileo.
<p>Minggu kedelapan</p> <p>Tanggal 13-18 April 2015</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memesan sendiri tiket PP untuk <i>customer</i> menggunakan sistem. 2. Mempelajari cara mengisi <i>application form</i> visa Australia. 3. Mempelajari cara mengisi <i>application form</i> visa China.
<p>Minggu ke sembilan</p> <p>Tanggal 20-25 April 2015</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempelajari cara mengisi <i>application form</i> visa Jerman. 2. Mempelajari cara mengisi

	<p><i>application form</i> visa Jepang dan Korea.</p> <ol style="list-style-type: none">3. Mempelajari cara mengisi <i>application form</i> visa Kanada.4. Mempelajari cara mengisi <i>application form</i> visa Schengen.
<p>Minggu kesepuluh Tanggal 27 April-2 Mei 2015</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Pindah kembali ke departemen MICE.2. Mengecek dan membalas email dari <i>customer</i>.3. Mengecek <i>invoice</i> apakah ada <i>customer</i> yang belum diberikan apabila telah melakukan pembayaran.4. Melayani <i>customer</i> yang datang langsung ke kantor untuk melakukan pembayaran dan pengambilan <i>invoice</i>.
<p>Minggu kesebelas Tanggal 4-9 Mei 2015</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Mengevaluasi jika ada yang belum melakukan pembayaran.2. Mengecek <i>Guarantee Letter</i> jika ada yang membayar setelah acara berlangsung.3. Berkeliling ke hotel-hotel untuk mencocokkan daftar nama yang akan <i>check in</i>.4. Mengunjungi <i>venue</i> (hotel Harris) untuk bertemu panitia penyelenggara dan mengevaluasi sebelum acara.

Minggu kedua belas

Tanggal 11-16 Mei 2015

1. Terjun langsung ke acara MICE untuk mengurus keperluan akomodasi tamu.
 2. Menangani masalah yang terjadi dengan memberikan solusi yang terbaik kepada tamu yang tidak puas terhadap pelayanan.
 3. Mengevaluasi apa kekurangan setelah acara berlangsung.
 4. Magang utama selesai.
-

4.4.2 Deskripsi Kegiatan Harian selama di PT Haryono Tour and Travel Malang

Sebagaimana yang tertera tabel di atas, kegiatan tersebut merupakan kegiatan harian selama praktek kerja nyata di PT Haryono Tour and Travel Malang. Kegiatan diatas mendapat arahan dan bimbingan dari para staf sesuai dengan bagiannya masing-masing. Mendapat arahan dan bimbingan sangatlah membantu dikarenakan mahasiswa yang baru terjun ke dunia kerja agak sedikit terkejut dan biasanya takut untuk melakukan hal baru.

Selama magang di PT Haryono Tour and Travel banyak sekali ilmu yang didapatkan terutama dalam menangani akomodasi untuk acara MICE. Dalam menangani akomodasi harus sesuai dengan mekanisme perusahaan, mulai dari pendaftaran, sampai dengan *event* itu berlangsung. Perusahaan mengharapkan *trainee* selain mendapatkan ilmu baru tentang penanganan *event* juga dapat membantu departemen MICE yang menangani *event* dengan terjun langsung ketika *event* berlangsung.

4.5 Proses Reservasi Hotel

Salah satu infrastruktur penunjang terlaksananya suatu *event* yaitu adanya akomodasi bagi para peserta bagi yang berasal dari luar kota atau sebagai panitia. Oleh karena itu panitia penyelenggara MICE biasanya meminta bantuan PCO

untuk mengurus akomodasi tersebut dengan bekerja sama dengan pihak hotel. Setelah ada kesepakatan dengan pihak hotel, maka dibukalah pendaftaran untuk akomodasi acara MICE tersebut. Pendaftaran dapat dilakukan melalui telepon, email, fax, maupun secara langsung.

Salah satu acara yang ditangani PT Haryono Tour and Travel Malang pada saat penulis melaksanakan magang adalah acara P2B2 (Pengembangan Profesi Bedah Berkelanjutan) PABI XII. Acara ini adalah acara terbesar untuk kalangan dokter bedah se-Indonesia, acara tersebut meliputi simposium, *workshop* dan pameran. Acara ini diikuti sekitar 600 hingga 700 orang termasuk pembicara dan panitia. PT Haryono Tour and Travel sebagai PCO hanya menangani pengurusan akomodasi, untuk seluruhnya diserahkan kepada panitia. Acara ini diadakan di Hall Hotel Harris Malang pada tanggal 13-16 Mei 2015 pada pukul 08.00 hingga 17.00 WIB.

Berikut tahap-tahap registrasi akomodasi untuk acara P2B2 PABI XII:

a. Tahap Pendataan

1. Dalam tahap pendataan, pada umumnya pihak lembaga yang mendaftarkan peserta yang akan mengikuti acara tersebut. Pada waktu pendaftaran, pendaftar harus mencantumkan nama dokter yang akan menginap, tanggal *check-in* dan *check-out*, lokasi hotel, nama lembaga, dan nomor telepon yang dapat dihubungi serta berhak menanyakan tentang fasilitas, kegiatan dan materi yang akan diterima oleh peserta. Kepada calon peserta yang sudah terdaftar akan dikirim surat konfirmasi atau "*Letter of Acceptance*" (LOA), yang berupa informasi nama lengkap peserta, hotel yang akan ditempati, tanggal *check-in* dan *check out*, nomor telepon, dan biaya yang harus dibayarkan melalui PT Haryono Tour and Travel. Di dalam surat konfirmasi tertera *Cut off date*, apabila sampai dengan tanggal tersebut tidak ada konfirmasi ulang atau tidak melakukan pembayaran, maka kamar akan dirilis atau dijual kepada peserta lain. Kecuali hingga tanggal tersebut masih ada konfirmasi ulang dan belum dapat melakukan pembayaran, maka lembaga harus melampirkan *Guarantee Letter* yang menyatakan bahwa kamar yang telah dipesan tidak akan ada pembatalan, dan apabila

terjadi pembatalan atau peserta tidak hadir pada acara tersebut maka tetap harus dibayar sesuai dengan perjanjian.

2. Setelah menerima *Letter of Acceptance*, peserta atau lembaga harus mengecek kembali apakah data-data di surat konfirmasi tersebut benar atau tidak. Apabila benar, peserta atau lembaga dapat melakukan pembayaran secara langsung atau via transfer melalui rekening PT Haryono Tour and Travel Malang.
3. Setelah melakukan pembayaran, peserta atau lembaga akan menginformasikan via telepon, email, atau fax yang disertai dengan bukti transfer, setelah dicek dan telah masuk ke rekening kantor maka akan dibuatkan *invoice* dan *voucher* hotel beserta stempel yang akan dikirimkan kembali via email atau fax, *voucher* hotel tersebut berlaku untuk *check-in* di hotel yang telah dipesan.

Berikut prosedur pendaftaran akomodasi melalui :

a) Telepon :

1. Peserta menelepon melalui nomor kantor PT Haryono Tour and Travel.
2. Petugas operator telepon kantor akan menyambungkan kepada staf MICE.
3. Staf MICE akan menerima telepon dan menanyakan pendaftaran akomodasi untuk acara apa mengingat *event* lebih dari satu.
4. Staf MICE akan mencatat data-data peserta atau lembaga yang mendaftarkan berikut nama, nomor telepon yang dapat dihubungi, tanggal *check-in* dan *check-out*, hotel yang dipilih.
5. Setelah data benar, staf MICE akan menanyakan apakah LOA dikirim melalui email atau fax
6. Jika dikirim via email maka LOA langsung dikirim ke email peserta atau lembaga yang mendaftarkan, jika melalui fax maka akan dicetak terlebih dahulu kemudian dikirim melalui mesin fax kantor sesuai dengan nomor tujuan peserta atau lembaga yang mendaftarkan.

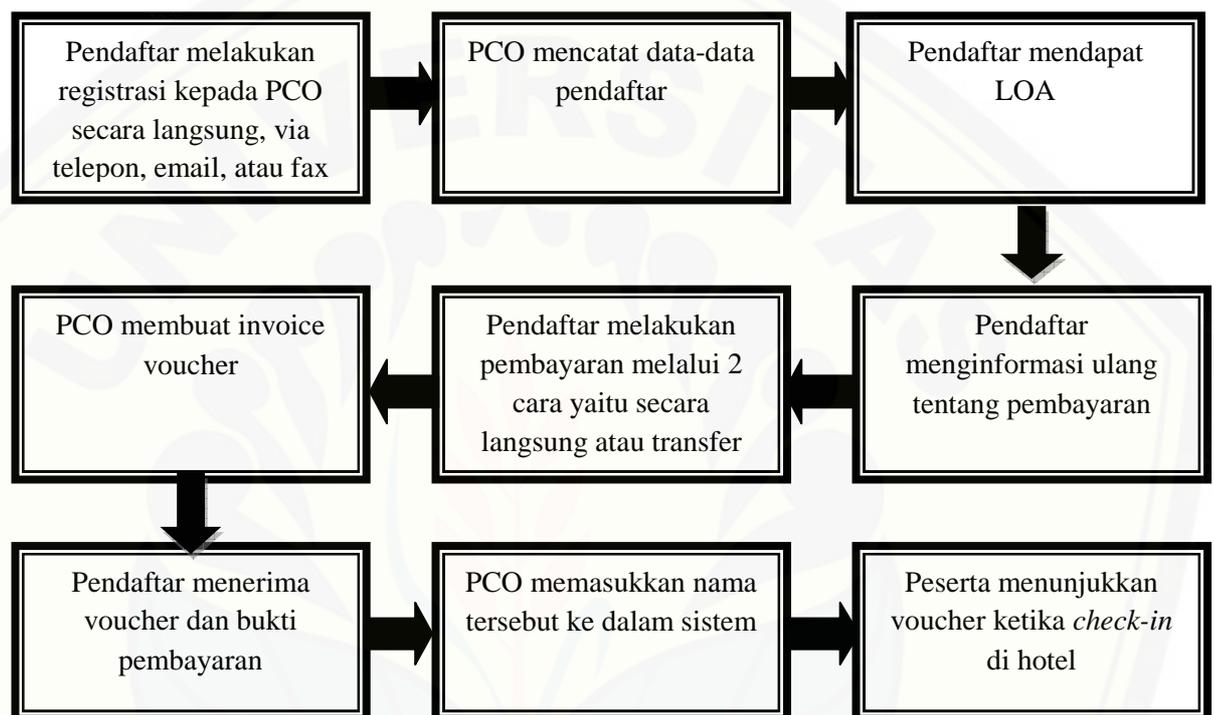
b) Email :

1. Staf MICE akan membuka email kantor dan memeriksa satu persatu email yang masuk.

2. Jika email yang masuk untuk pendaftaran akomodasi maka staf MICE akan mencatat data-data yang telah dikirimkan peserta atau lembaga yang mendaftarkan,
 3. Staf MICE akan membuat LOA dan akan dikirim melalui email tersebut.
- c) Fax
1. Peserta atau lembaga yang mendaftarkan akan mengirim data-data melalui fax.
 2. PT Haryono Tour and Travel menerima fax tersebut.
 3. Staf MICE akan mencatat data-data peserta.
 4. Staf MICE mencetak LOA dan mengirimkan kembali ke nomor tujuan yang telah tercantum pada kiriman fax sebelumnya.
- b. Tahap Pelaksanaan
1. Pada saat acara berlangsung, perwakilan dari PCO akan bertugas di masing-masing hotel untuk menangani masalah akomodasi tamu.
 2. Ketika tamu *check-in*, *reception* hotel akan meminta voucher hotel sebagai tanda bukti bahwa tamu tersebut tercantum di daftar nama PCO dan hotel, *reception* kemudian meminta tamu mengisi daftar tamu dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Setelah itu *reception* akan memberikan kunci kamar.
 3. Setelah semua tamu *check-in*, petugas *reception* akan memberikan daftar nama tamu kepada perwakilan PCO dan memeriksa siapa saja yang tidak hadir (*no show*), PCO akan mencatat dan melaporkan pada waktu laporan pertanggung jawaban kepada perusahaan.
- c. Tahap Pasca Acara
1. Pihak hotel akan melaporkan kepada PCO siapa saja tamu yang *check-in* dan siapa saja tamu yang tidak hadir (*no show*) sesuai kontrak yang telah ditandatangani, pihak PCO tetap wajib membayar semua tanggungan meskipun ada yang tidak hadir.
 2. Pihak PCO mengecek kembali apa yang telah dicatat sebelumnya dan mencocokkan kembali apakah data tersebut sesuai data pihak hotel.

3. Pihak PCO menghitung kembali biaya yang harus dibayar kepada pihak hotel sesuai dengan kontrak yang telah ditandatangani.
4. Pihak PCO membayar semua tanggungan kepada pihak hotel.
5. Departemen MICE wajib membuat laporan pertanggung jawaban yang akan disampaikan kepada *branch manager* dan akan dilaporkan kepada kantor pusat.

Berikut tahap-tahap pendaftaran akomodasi peserta acara P2B2 PABI XII:



Gambar 4.1 Tahap-Tahap Pendaftaran Akomodasi Peserta acara P2B2 PABI XII

4.6 Kegiatan PCO Sebelum Membuka Pendaftaran Reservasi Hotel

Sebelum hari H, pihak PCO akan menghubungi hotel-hotel yang ada di Malang terutama yang telah mempunyai kontrak dengan PCO, setelah itu hotel tersebut akan memberikan penawaran berupa fasilitas dan harga sesuai dengan apa yang telah diterapkan oleh hotel tersebut. Pihak PCO akan menimbang penawaran tersebut terlebih dahulu, jika banyak peserta yang memesan kamar di hotel tersebut, maka pihak PCO akan menandatangani kontrak diatas materai yang akan dikirimkan kembali ke hotel tersebut untuk *blocking* kamar. Berikut

daftar hotel-hotel yang memberikan penawaran kepada PCO untuk acara P2B2 PABI XII :

- a. Hotel Harris Malang, hotel bintang empat yang merupakan tempat penyelenggaraan simposium dan pameran acara tersebut.
- b. Hotel Solaris Malang, hotel bintang tiga yang lokasinya paling dekat dengan hotel Harris.
- c. Hotel Horison Ultima Malang, hotel bintang empat yang lokasinya terletak di dekat Plaza Araya, jaraknya kira-kira 4 km dari hotel Harris.
- d. Hotel Atria Malang, hotel bintang empat yang lokasinya terletak kurang lebih 3 km dari hotel Harris.
- e. Hotel Ibis Styles Malang, hotel bintang tiga yang lokasinya terletak kurang lebih 3,5 km dari hotel Harris.
- f. Hotel Santika Premiere Malang, hotel bintang empat yang lokasinya terletak kurang lebih 4 km dari hotel Harris.
- g. Hotel Savana Malang, hotel bintang empat yang lokasinya terletak kurang lebih 5 km dari hotel Harris.
- h. Hotel Tugu Malang, hotel bintang empat yang lokasinya terletak kurang lebih 8 km dari hotel Harris.
- i. Hotel Swiss Bellin Malang, hotel bintang tiga yang lokasinya terletak di dekat MX Mall dan Malang Town Square, yang jaraknya kurang lebih 15 km dari hotel Harris.
- j. Singhasari Resort Batu.
- k. Jambuluwuk Resort Batu.

Di bawah ini beberapa faktor untuk menjadi pertimbangan dalam pemilihan akomodasi :

1. *Accommodation and venue connected*, ini merupakan akses yang membuat partisipan merasa nyaman. Bila hotel yang digunakan adalah *official hotel*, maka seluruh keperluan partisipan akan diurus oleh panitia. Namun bila partisipan ingin menggunakan hotel atau penginapan lain, maka semua biaya dan keperluan selama menginap merupakan tanggung jawab masing-masing partisipan.

2. *Peak or off-peak*. Bila event menggunakan *off-peak season* untuk skala besar lebih baik untuk negosiasi dengan harga khusus.
3. *Number of rooms*. PCO akan mendiskusikan mengenai kamar yang diinginkan, misalnya berapa banyak *twin bed* atau berapa jumlah kamar dengan *double bed* dan apa yang termasuk *complimentary rooms* dan biasanya pihak hotel akan memberikan 1 kamar bebas biaya kepada PCO selama *event* tersebut berlangsung di hotel tersebut. Pihak hotel juga dapat memberikan 1 kamar gratis untuk 10 kamar yang dipesan apabila acara diselenggarakan menggunakan fasilitas hotel, semuanya tergantung dari negosiasi dengan pihak manajemen hotel.
4. *Type of rooms*. Karakteristik kamar mulai dari yang sederhana hingga yang mewah, mulai dari *lower floors* hingga *higher floors*. Menurut kepercayaan *chinese* lantai dengan angka 3 atau 8 merupakan nomor keberuntungan. Karakteristik lain seperti *pool views*, *non smoking rooms*, *connecting rooms*, atau *women only floor* perlu diinformasikan sebelumnya.
5. *Transfers*. Hotel menyediakan *shuttle bus* atau kendaraan yang akan menjemput partisipan.
6. *Welcome arrangements*. PCO dapat mengatur untuk menyediakan *banner* berisi ucapan selamat datang atau kalung bunga selamat datang di lobi, atau menyediakan minuman selamat datang (*welcome drink*).
7. *Facilities use*. Fasilitas yang digunakan seperti kolam renang, *gym* dengan diskon atau gratis. Biasanya biaya sewa kamar berikut sarapan pagi perlu diinformasikan sejak awal. Kemudian apakah juga termasuk diskon atau voucher restoran untuk makan siang dan makan malam.

Peranan hotel-hotel tersebut untuk acara MICE selain untuk akomodasi berupa kamar untuk tempat beristirahat bagi peserta yang mengikuti acara MICE, hotel juga menyediakan fasilitas makanan dan minuman selama peserta berada di hotel. Ketika menyediakan akomodasi bagi peserta untuk tinggal selama acara MICE, hotel ini akan memiliki layanan berikut untuk delegasi, peserta yang menghadiri acara MICE dengan rombongannya, orang yang melakukan perjalanan dengan delegasi, biasanya pasangan, anak-anak, asisten pribadi, sekretaris, dan lain-lain.

1. Ketika delegasi dan rombongan mereka tinggal di hotel yang sama di mana kegiatan konvensi yang diadakan :
Hotel besar dapat mengambil keuntungan dari penjualan kamar dan semua kegiatan yang berhubungan (dalam kasus konvensi), termasuk semua akomodasi dan layanan makanan dan minuman.
2. Ketika delegasi dan rombongan mereka tinggal di hotel lain di mana kegiatan konvensi yang diselenggarakan, hotel yang memegang kegiatan utama harus:
 - a. Menyediakan berbagai pilihan
 - b. Perlu kontak dekat dengan hotel lainnya dan tempat konvensi utama.
3. Ketika delegasi dan rombongan mereka tinggal di hotel sementara semua kegiatan konvensi terkait diadakan di tempat-tempat lain seperti konvensi dan pusat pameran
 - a. Hotel dan tempat acara utama harus tetap berhubungan dekat

Pada umumnya, hotel yang dapat dijadikan tempat terselenggaranya acara MICE harus memiliki :

1. Lokasi yang strategis dan berada di tengah kota.
2. Dekat dengan pusat-pusat bisnis dan perbelanjaan.
3. Akses menuju hotel dapat dijangkau dengan transportasi umum.
4. Standar Operasional Prosedur melayani tamu harus tinggi.
5. Memiliki *ballroom* yang luas.
6. Memiliki lobi yang luas.
7. Pelayanan kamar 24 jam.
8. Memiliki tempat kebugaran atau *fitness center*.

Jadi, hotel yang memiliki standar untuk menjadi tempat terselenggaranya event MICE di Malang contohnya Harris Hotel and Convention Malang, Atria Hotel and Conference Malang, dan Savana Hotel and Convention Malang.

4.7 Kegiatan Selama Pelaksanaan Acara

1. Hari Pertama : tanggal 12 Mei 2015
 - a. Perwakilan dari PCO bertugas dari pukul 08.00 – 18.00 WIB di masing-masing hotel. Penulis bertugas di hotel Atria Malang.

- b. Pihak hotel memberikan daftar nama tamu yang *check-in* dan yang tidak hadir.
 - c. Pihak PCO mengecek kembali daftar nama tamu dari pihak hotel dan mencocokkan dengan daftar nama tamu dari perusahaan.
 - d. Pada pukul 17.30, ada seorang tamu yang akan *check-in* di hotel Atria. Ternyata beliau lupa membawa voucher, setelah menanyakan namanya ternyata beliau tidak ada di daftar tamu, maka pihak hotel dan pihak PCO memberikan solusi untuk mengecek kembali apakah ada voucher lain, setelah beberapa menit beliau menunjukkan voucher, voucher tersebut bukan dari PT Haryono Malang melainkan PT Haryono Surabaya dan beliau seharusnya *check-in* di hotel Aria Gajayana. Nama hotel yang hampir sama juga berpengaruh untuk masalah seperti ini. Kemudian pihak hotel memanggil taksi dan mengantarkan beliau ke hotel Aria Gajayana
2. Hari Kedua : tanggal 13 Mei 2015
- a. Perwakilan dari PCO bertugas dari pukul 08.00 – 17.00 WIB di masing-masing hotel. Salah satu lokasinya di hotel Atria Malang.
 - b. Pihak hotel memberikan daftar nama tamu yang hari ini *check-in* dan yang tidak hadir serta kemarin yang *late check-in*.
 - c. Pihak PCO mengecek kembali daftar nama tamu dari pihak hotel dan mencocokkan dengan daftar nama tamu dari perusahaan serta mencatat peserta yang kemarin *late check-in*.
 - d. Pada pukul 16.00, ada seorang tamu yang tidak dapat *check-in* dikarenakan tidak tercantum di daftar nama hotel. Setelah Pihak PCO mengecek di daftar nama perusahaan ternyata tidak tercantum juga. Kemudian tamu tersebut mengeluarkan voucher dan memang benar dari PT Haryono, setelah mengecek ulang, ternyata ada kesalahan pada pihak pendaftar dengan pihak PCO. Pihak pendaftar telah mendaftarkan tamu tersebut secara kolektif pada H-3 sebelum acara melalui email. Pihak PCO hanya membuatkan voucher secara kolektif dan lupa memasukkan ke dalam sistem daftar nama untuk hotel. Pada hari itu,

hotel sedang penuh dan yang tersedia adalah kamar tipe *executive*. Setelah mendiskusikan dengan pihak departemen MICE dan *branch manager*, tamu tersebut dapat menginap disana dan meng-*upgrade* tipe kamar tanpa biaya dan keesokan harinya pindah ke tipe *deluxe* dikarenakan masih tersedia kamar. Setelah itu pihak PCO dan pihak hotel memberikan pengertian dan tamu tersebut dapat menerima hal tersebut.

3. Hari Ketiga : tanggal 14 Mei 2015

- a. Perwakilan dari PCO bertugas dari pukul 08.00 – 17.00 WIB di masing-masing hotel. Penulis bertugas di hotel Atria Malang.
- b. Pihak hotel memberikan daftar nama tamu yang hari ini check-in dan yang tidak hadir serta kemarin yang *late check-in*.
- c. Pihak PCO mengecek kembali daftar nama tamu dari pihak hotel dan mencocokkan dengan daftar namu dari perusahaan serta mencatat peserta yang kemarin *late check-in*.
- d. Pada pukul 15.00, tamu mendatangi meja *reception* dan komplain tentang masalah *connecting room*, pihak hotel menanyakan kepada pihak PCO bahwa di daftar nama tidak ada keterangan bahwa tamu tersebut meminta *connecting room*. Ternyata setelah mengecek kembali permasalahan ada pada lembaga yang mendaftarkan, PT Haryono Tour and Travel menginformasikan bahwa tidak menjanjikan akan memberikan *connecting room*, tetapi akan berusaha memintakan kepada hotel. Pada saat itu, hotel telah dihubungi dan menginformasikan bahwa *connecting room* telah penuh. PCO menginformasikan kepada lembaga dan ternyata ada kesalahan bahwa lembaga tidak menyampaikan hal tersebut kepada tamu. Setelah memperoleh kesimpulan dan pihak PCO memberikan penjelasan kepada tamu, tamu tersebut dapat menerima dan memaklumi karena memang ada kesalahan informasi dari lembaga.

Kegiatan Selama di Hotel Harris Malang (*venue*) :

1. Hari pertama : 12 Mei 2015
 - a. PCO bersiap untuk menangani reservasi hotel para peserta di *venue*.
 - b. PCO bertemu dengan panitia untuk mendiskusikan tentang pelaksanaan acara.
 - c. Melihat cara persiapan pengadaan pameran farmasi (*exhibition*).
 - d. PCO bekerja sama dengan *reception* untuk memeriksa data-data para peserta yang hadir dan mencocokkan dengan data-data hotel.
 - e. PCO bekerja sama dengan hotel untuk menjual kamar apabila pada hari tersebut peserta batal *check-in*.
2. Hari Kedua : 13 Mei 2015
 - a. PCO bersiap untuk menangani reservasi hotel para peserta di *venue*.
 - b. PCO bertemu dengan panitia untuk mendiskusikan tentang pelaksanaan acara hari kedua.
 - c. PCO bekerja sama dengan *reception* untuk memeriksa data-data para peserta yang hadir dan tidak hadir pada hari kemarin.
 - d. PCO bekerja sama dengan hotel untuk menjual kamar apabila pada hari tersebut peserta batal *check-in*.
3. Hari Ketiga : 14 Mei 2015
 - a. PCO bersiap untuk menangani reservasi hotel para peserta di *venue*.
 - b. PCO bertemu dengan panitia untuk mendiskusikan tentang pelaksanaan acara pada hari ketiga.
 - c. PCO bekerja sama dengan *reception* untuk memeriksa data-data para peserta yang hadir dan tidak hadir pada hari kemarin.
 - d. PCO bekerja sama dengan hotel untuk menjual kamar apabila pada hari tersebut peserta batal *check-in*.
 - e. PCO merekap ulang peserta yang hadir dan tidak hadir untuk *check-in* selama tiga hari tersebut.

4.8 Kelebihan dan Kekurangan PT Haryono Tour and Travel Malang dalam Menangani acara P2B2 PBI XII

a. Kelebihan :

1. Mampu bekerja sama dengan pihak hotel di Malang dan di Batu untuk pelaksanaan acara tersebut.
2. Mampu bekerja sama dengan pihak panitia dalam penanganan sebelum, selama, dan setelah acara tersebut.
3. Bertanggung jawab terhadap komplain tamu dan memberikan solusi yang terbaik agar tamu tidak kecewa.
4. Berusaha memberikan pelayanan sebaik-baiknya terhadap tamu.

b. Kekurangan :

1. Kurang koordinasi antara pihak lembaga sehingga terjadi hal yang membuat tamu kurang puas.
2. Kurang teliti terhadap pengecekan email sehingga banyak sekali permintaan tamu yang belum terbaca.
3. Kekurangan personel untuk ditempatkan di setiap hotel yang membuat pihak hotel dalam menangani masalah tamu menelepon berulang-ulang kepada pihak PCO.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengamatan selama *On The Job Training* di PT. Haryono Tour and Travel Malang, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal yang berkaitan dengan perusahaan dan teknik pengurusan reservasi hotel untuk acara MICE diantaranya:

- a. Sebelum pendataan peserta, pihak PCO akan menghubungi pihak hotel dan pihak hotel akan memberikan penawaran berupa fasilitas dan harga kepada pihak PCO. PCO berhak untuk men-upgrade harga dan menjual kamar tersebut kepada peserta. Jika banyak yang memesan kamar di hotel tersebut maka PCO akan menandatangani kontrak dan dikirim kembali ke pihak hotel.
- b. Tahap-tahap dalam pengurusan reservasi hotel dalam acara MICE di PT Haryono Tour and Travel telah memenuhi prosedur sesuai dengan tugas PCO, penanganan registrasi yang melalui empat cara yaitu secara langsung, telepon, email, dan fax.
- c. Adanya kesempatan bagi penulis bagaimana menggunakan cara-cara efektif dalam menangani konsumen terutama dalam penanganan reservasi hotel dalam kegiatan MICE (memberikan kesempatan bagi penulis untuk menggunakan ide-ide kreatifnya).
- d. Pada saat acara berlangsung, penulis terjun langsung untuk menangani reservasi hotel para peserta dengan mencocokkan daftar nama di hotel, daftar nama pihak PCO, dan voucher yang dibawa oleh peserta. Jika semuanya benar dan cocok maka peserta berhak dan dipersilahkan untuk check-in.

5.2 Saran

- a. Perlu adanya penambahan karyawan dalam menangani acara MICE, jika satu orang menangani banyak *event* maka *event* yang lain akan terbengkalai mengingat pada saat magang penulis sering melihat staf MICE lembur karena pekerjaan yang banyak.
- b. Kedisiplinan karyawan perlu diperbaiki, karyawan biasanya datang terlambat 10 menit setelah jam masuk
- c. Kesejahteraan karyawan perlu diperhatikan.
- d. Perlu adanya renovasi kantor baik di luar maupun di luar ruangan, agar kantor lebih menarik dilihat.

DAFTAR PUSTAKA

- Getz, D. 1997. *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation
- Goldblatt, Joe. 2002. *Special Event: Twenty-first Century Global Event Management*. New York: John Wiley & Sons, Inc
- Herawati, Tuty. 2008. *Pengantar MICE*. Jakarta: Politeknik Negeri Jakarta
- Kesrul, M. 2004. *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Noor, Any. 2007. *Globalisasi Industri MICE*. Bandung: Alfabeta
- Noor, Any. 2009. *Manajemen Event*. Bandung: Alfabeta
- Oxford Learner's Pocket Dictionary Fourth Edition. 2009. Inggris: Oxford University Press
- Pendit, S. Nyoman. 1999. *Wisata Konvensi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rachman et al. 2013. *Pemandu Wisata*. Jakarta: Media Bangsa
- Universitas Jember. 2012. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Jember University Press
- <http://thesis.binus.ac.id/doc/Bab2/2006-2-00982-MNSI-bab%202.pdf> [3 Agustus 2015]
- <http://euu6019.weblog.esaunggul.ac.id/category/event-organizing> [16 Agustus 2015]
- Muchollad, AMW. 2013. <http://sir.stikom.edu/36/6/BAB%20III.pdf>." Tidak Diterbitkan. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Surabaya. [28 Juli 2015]
- Pohan, IYP. 2011. Menerima dan Memproses Reservasi pada Hotel. www.repository.usu.ac.id [5 Agustus 2015]
- Samad, Noersal. 2006. Panduan Manajemen Biro Perjalanan Wisata. <http://panduanmanajemen01-140705022750-phpapp02.pdf>. [5 Juli 2015]
- ufdcimages.uflib.ufl.edu [16 Agustus 2015]
- www.baliprov.go.id/files/subdomain/disparada/file/Survai%20Wisman%20MICE%20Bab%20I.doc survei wisman tentang mice [5 Juli 2015]

www.dpr.go.id/dokdin/document/uu [16 Agustus 2015]

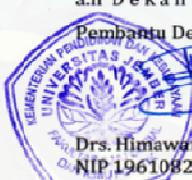
www.edb.gov.hk/pshe/mice/english [16 Agustus 2015]

www.haryonotours.com [5 Juli 2015]



LAMPIRAN

1. Surat Permohonan magang

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS JEMBER FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK Jl. Kalimantan – Kampus Tegalboto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586 Jember 68121 Email : fsip@unej.ac.id	
Nomor	: 398/UN25.1.2/SP/2015	4 Pebruari 2015
Lampiran	: Satu eksemplar	
Hal	: Permohonan Tempat Magang	
Yth. Pimpinan PT. Haryono Tours and Travel Jl. Kahuripan No. 22 Malang Malang		
Dalam rangka mengembangkan wawasan praktis mahasiswa Program Studi Diploma Tiga Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka setiap mahasiswa yang telah menyelesaikan minimal 90 SKS diwajibkan mengikuti kegiatan magang (Praktek Kerja Nyata) untuk penyelesaian laporan tugas akhir. Sehubungan dengan hal tersebut, kami berharap dengan hormat kesediaan Saudara memberikan kesempatan kegiatan magang mahasiswa kami pada instansi yang Saudara pimpin. Adapun nama mahasiswa yang akan mengikuti kegiatan magang adalah :		
Nama	: Riezcha Shofiana	
NIM	: 120903102014	
Program Studi	: DIII Usaha Perjalanan Wisata	
Bersama ini kami lampirkan 1 (satu) eksemplar proposal Praktek Kerja Nyata (PKN).		
Atas perhatian dan kesediaannya disampaikan terima kasih.		
an Dekan Pembantu Dekan I,   Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA., Ph.D. NIP.19610828 199201 1 001		

2. Surat Balasan Permohonan Magang

 **Haryono** 
tours & travel

* Jl. Sulawesi No 27-29 Phone: 62.31. 5033000-5034000 Fax: 62.31. 5033917, 5033918, 5035433 **Surabaya 60281**
* Jl. Panglima Sudirman No 93 – II Phone: 62.31. 5325800-5327300 Fax. 62.31. 5314400, 5326000 **Surabaya 60271**
* Jl. Kahuripan No 22 Phone: 62.341. 367500 Fax. 62.341. 362385 **Malang 65111**
* Jl. Thamrin No 89 Phone: 62.24. 8444000 Fax. 62.024. 8449833 **Semarang 50133**
* Jl. Kebon Sirih Raya No 9 K Phone: 62.21. 3920808-3921111(Hunting) Fax. 62.21. 3141937-3140891 **Jakarta Pusat 10340**
* Jl. Boulevard Raya Blok P A 19 No 8 Pegangsaan Dua Phone: 62.21. 45845600 Fax. 62.21. 45857007 **Jakarta Utara 14250**

Nomor : 03/HAR-MLG/II/2015
Hal : On The Job Training (OJT)
Lamp :

Kepada Yth,
Bp HIMAWAN BAYU PATRIADI,MA,Ph.D
Pembantu.Dekan I / Ketua Program Kerjasama
Universitas Jember
Jl Kalimantan – Kampus Tegalboto
J E M B E R

Dengan hormat,

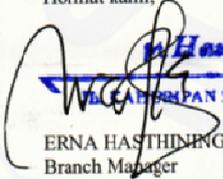
Sehubungan dengan permohonan Pelaksanaan OJT /Praktek Kerja No 398/UN25.1.2/SP/2-15,
dengan ini kami menyetujui siswi a/n :

RIEZCHA SHOFIANA, NIM -120903102014 untuk OJT di kantor kami yang pelaksanaannya di
mulai pada :

Tanggal : Senin, 16 Februari 2015 s/d 16 Mei 2015P
Waktu : jam kerja 08.00 – 16.00
Alamat : PT HARYONO TRAVEL Jl Kahuripan No. 22, Malang

Demikian pemberitahuan dari kami, mohon datang tepat waktu.

Hormat kami,



ERNA HASTHINING
Branch Manager

3. Surat Tugas Magang

	<p>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS JEMBER FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK Jalan Kalimantan 37 - Kampus Bumi Tegalboto Telp. (0331) 335586 - 331342, Fax (0331) 335586 Jember 68121 Email : fisip@unej.ac.id</p>
<p>SURAT TUGAS Nomor : 488/UN25.1.2/SP/2015</p>	
<p>Berdasarkan surat dari Branch Manager PT. Haryono Tours and Travel Malang nomor 03/HAR-MLG/II/2015 perihal Penerimaan Magang, maka dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :</p>	
Nama	: Riezcha Shofiana
NIM	: 120903102014
Program Studi	: DIII Usaha Perjalanan Wisata
<p>Untuk melaksanakan kegiatan magang di PT. Haryono Tours and Travel Malang, terhitung mulai tanggal 16 Pebruari sampai dengan 16 Mei 2015.</p>	
<p>Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.</p>	
<p>Jember, 10 Pebruari 2015 D e k a n ,  Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A. NIP 19520727 198103 1 003</p>	
<p>Disampaikan Kepada :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Branch Manager PT. Haryono Tours and Travel Malang2. Kaprodi D3 Usaha Perjalanan Wisata3. Mahasiswa yang Bersangkutan	

4. Daftar nilai magang



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan Kampus Tegalboto Telp. 0331-335586, 331342 Fax. 0331-335586 Jember 68121
Email : Fisip.unej@telkom.net Telp. (0331) 332736

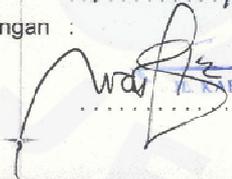
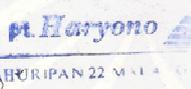
**NILAI HASIL PRAKTEK KERJA NYATA (PKN) MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

NO.	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1	Penguasaan Materi Tugas	88	A
2	Kemampuan / Kerjasama	80	A
3	Etika	80	A
4	Disiplin	75	B.
NILAI RATA - RATA			

Identitas Mahasiswa yang dinilai :

Nama : RIEZCHA SHOTIANA
 NIM : 120903102014
 Jurusan : Ilmu Administrasi
 Program Studi : Diploma III USAHA PERJALANAN WISATA

Yang menilai :

Nama : ERMA HASTHINE
 Jabatan : BM - MANAJE
 Instansi : PT. HARYONO TRAVEL
 Tanda Tangan :  

PEDOMAN PENILAIAN :

NO.	ANGKA	HURUF	KRITERIA
1	80 >	A	Sangat Baik
2	70 - 79	B	Baik
3	60 - 69	C	Cukup Baik
4	50 - 59	D	Kurang Baik

5. Surat keterangan telah menyelesaikan magang



Haryono
tours & travel

* Jl. Sulawesi No 27-29 Phone: 62.31. 5033000-5034000 Fax : 62.31. 5033917, 5033918, 5035433 **Surabaya 60281**
 * Jl. Panglima Sudirman No 93 – II Phone: 62.31. 5325800-5327300 Fax: 62.31. 5314400, 5326000 **Surabaya 60271**
 * Jl. Kahuripan No 22 Phone: 62.341. 367500 Fax: 62.341. 362385 **Malang 65111**
 * Jl. Thamrin No 89 Phone: 62.24. 8444000 Fax: 62.024. 8448833 **Semarang 50133**
 * Jl. Kebon Sirih Raya No 9 K Phone: 62.21. 3920808-3921111(Hunting) Fax: 62.21. 3141937-3140891 **Jakarta Pusat 10340**
 * Jl. Boulevard Raya Blok PA 19 No 8 Pegangsaan Dua Phone: 62.21. 45845600 Fax: 62.21. 45857007 **Jakarta Utara 14250**

SURAT KETERANGAN

001 / HAR_MLG / V/ 2015

Yang bertanda tangan di bawah ini,

N A M A : ERNA HASTHINING

JABATAN : Branch Manager PT HARYONO TRAVEL CAB Malang

Menerangkan bahwa mahasiswi yang bernama ,

N A M A : RIEZCHA SHOFIANA

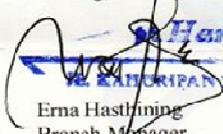
N I M : 120903102014

SEKOLAH : UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLOTIK

Telah menyelesaikan Job Training di PT HARYONO TRAVEL Cab Malang mulai tanggal 16 Februari s/d 16 May 2015.

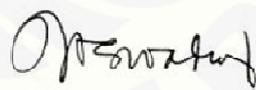
Demikian surat keterangan ini di buat, semoga bisa bermanfaat bagi mahasiswi yang bersangkutan.

Malang, 18 May 2015



 ERNA HASTHINING
 Branch Manager

6. Surat tugas bimbingan tugas akhir

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS JEMBER	
	FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegalboto Telp. (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586 Jember 68121	
SURAT TUGAS		
Nomor : 1853/UN25.1.2/SP/2015		
Berdasarkan Hasil Evaluasi Komisi Bimbingan Tugas Akhir Program Studi D III Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember, maka dengan ini Pembantu Dekan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada nama dosen tersebut dibawah ini :		
N a m a	:	Panca Oktawirani, S.Si., M.Si
NIP	:	198701052014041001
Jabatan	:	Tenaga Pengajar
Pendidikan Tertinggi	:	S2
untuk membimbing tugas akhir mahasiswa :		
N a m a	:	Riezcha Shofiana
NIM	:	120903102014
Judul Tugas Akhir	:	(Bahasa Indonesia) Teknik Pengurusan Reservasi Hotel Dalam Kegiatan MICE Di PT. Haryono Tour And Travel Malang (Bahasa Inggris) <i>Technical Management Of Hotel Reservation In MICE Activities In PT. Haryono Tour And Travel Malang</i>
Demikian surat tugas ini ditetapkan untuk dilaksanakan sebaik-baiknya.		
Jember, 26 Mei 2015 Dekan		
 Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A. ✓ NIP 195207271981031003		
Tembusan:		
1. Dosen Pembimbing		
2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi		
3. Ketua Program Studi DIII Usaha Perjalanan Wisata		
4. Kasubag. Keuangan & Kepegawaian		
5. Mahasiswa yang bersangkutan		
6. Arsip		

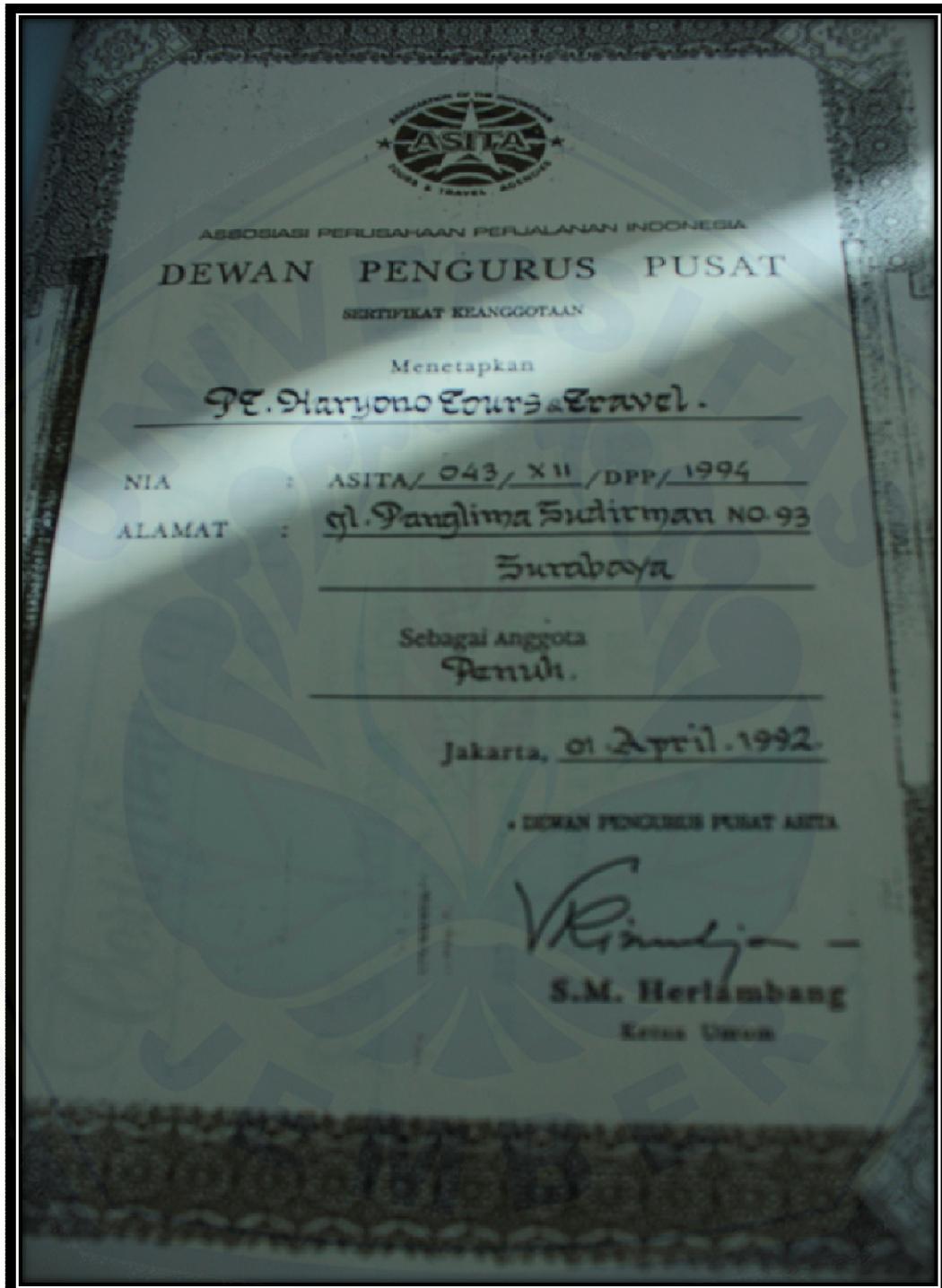
7. Sertifikat IATA PT. Haryono Tour and Travel



8. Logo PT. Haryono Tour and Travel



9. Sertifikat ASITA PT Haryono Tour and Travel



10. Daftar nama tamu dari pihak PCO untuk check-in di hotel Atria

11. Daftar nama tamu dari hotel

12. Contoh Letter of Acceptance

P2B2 XII PABI 2015 HOTEL CONFIRMATION LETTER						
Dear Mr/ Mrs						
We are pleased to confirm the booking with details as follow:						
Name						
Hotel						
Contact						
Arrival	Departure	Total nights	Room type	Room rate	Additional	Total
		0		0		0
		0		0		0
						0
TOTAL					IDR	0
Cut Off Date	Kamis, Februari 12, 2015					
Payment						
Bank Account: BCA Basuki Rahmat Malang A/C: 011.3955667 PT HARYONO DIAN PERTIWI						
Thank you for your kind attention.						

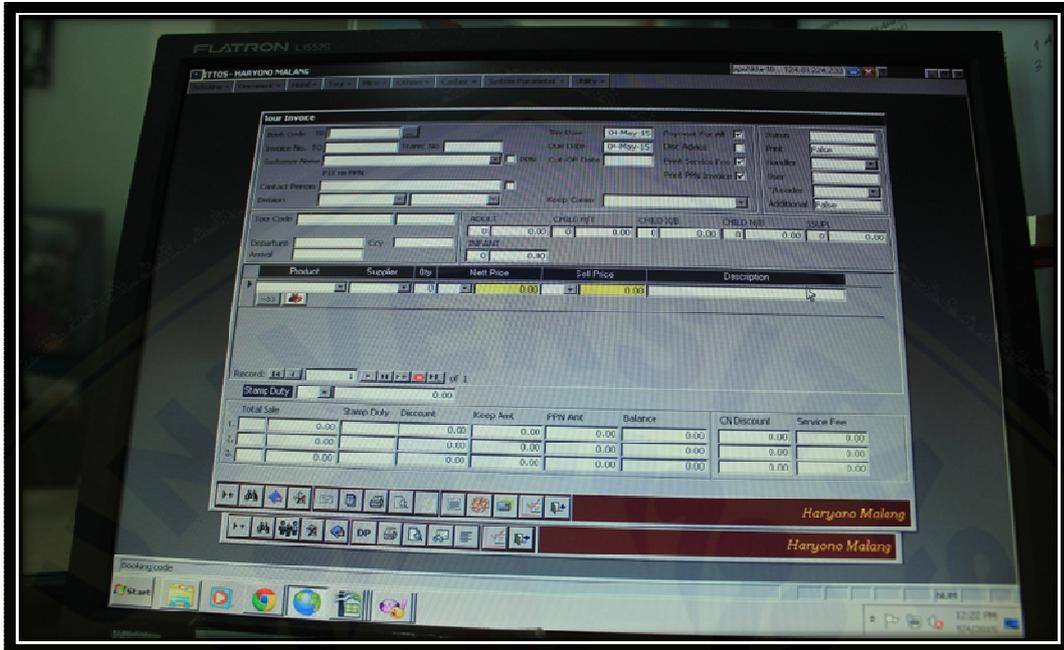
13. Contoh voucher hotel untuk acara P2B2 PABI XII

<p>P2B2 XII PABI 2015 VOUCHER HOTEL</p>				
<p>Dear Mr/ Mrs</p> <p>Please show this confirmation letter upon check in.</p> <p style="text-align: right;">CfmnNo: TRG</p>				
Name				
Contact				
Hotel	Arrival	Departure	Ttl room	Room type
Payment				
<p>Remarks:</p> <p>Thank you for your kind attention.</p> <p>Best regards,</p> <p>Dervy C Iswardhani Haryono Tours & Travel Jl. Kahuripan no 22 Malang Telp: 0341-367500, Facs: 0341-362385 Mobile: 08165444656</p>				

14. Daftar nama peserta di sistem PT Haryono Tour and Travel untuk acara P2B2 PABI XII

P2B2 PABI																
HOTEL: ATRP																
NO	NAME	P-ARMACY	CONTACT	HOTEL	RM TYPE	PERIOD	9	10	11	12	13	14	15	16	TTL	INVOICE
1	A. S. Hidayat, dr. SpB	Convatec	Salm-081221705175	ATRP	Deluxe	14-17 May						1	1	1	3	TRGD3*5000157
2	A.A. Ngurah Jaya Kesuma, dr. SpB	Talera	Korang 08123607397	ATRP	Deluxe	13-16 May				1	1	1			3	TRGD3*5000361
3	A. Abdulhadi Hasan, SpB	B3Rau Medical	Indayani08345746941	ATRP	Deluxe	12-16 May				1	1	1	1		4	TRGD3*500027016
4	A. Adi Sastra, dr. SpB	Astelias Pharta	Aungga 08111750000	ATRP	Deluxe	12-16 May	1	1	1	1	1	1			6	
5	Agus Partang, dr. SpB	Sanbe	Ferna-034140805E	ATRP	Deluxe	11-16 May			1	1	1	1	1		5	
6	Aletri Sambas, cr. SpB	MahaemBela	Agres-088*62*3408	ATRP	Deluxe	13-15 May							1	1	2	
7	Amorcius Ise, dr. SpB	Cheula	Merie	ATRP	Deluxe	13-15 May						1	1		2	
8	Andi Suarda, dr	personal	Telp: 0811897176	ATRP	Deluxe	14-16 May							1	1	2	TRGD3*5000211
9	Andreas Djiputra, dr. SpB	Sarvir	Rechmalis 021-57903941	ATRP	Deluxe	13-15 May					1	1			2	TRGD3*5000242
10	Andreas Wahyudi, dr. SpB	Actaris	Widja 08111818008	ATRP	Deluxe	12-15 May				1	1	1			3	TRGD3*5000238
11	Anthony Simangunsong, dr. SpB	P'Freerius Kabi	Tri08161664379	ATRP	Deluxe	12-16 May					1	1	1	1	4	TRGD3*5000163
12	Ari Okeverra, dr. SpB	KALBE	Ely08174490983	ATRP	Deluxe	13-16 May					1	1	1	1	4	TRGD3*5000075
13	Ari Mardica, dr. SpB		Arief 08969303207	ATRP	DLX	12-15 May					1	1	1		3	
14	Ari Mardica, dr. SpB		Arief 08969303207	ATRP	DEL	12-15 May					1	1	1		3	
15	Artur L Tobing, dr	Novartis	Dyeh 08179127443	ATRP	Deluxe	12-15 May					1	1	1		3	TRGD3*5000247
16	Asep Hermans, dr. SpB	SOHO	Silvy	ATRP	Deluxe	11-16 May			1	1	1	1	1		5	TRGD3*500032716
17	Bambang Budianto, dr. SpB	Feron	Sari08905944437	ATRP	Deluxe	13-16 May					0	1	1	1	3	TRGD3*5000279
18	Bambang Yudianto, dr. SpB	Ethica Farmasi	Diestha	ATRP	Deluxe	12-16 May					1	1	1	1	4	TRGD3*500029416
19	Berno Syambana, cr. SpB	Ethica Farmasi	Diestha	ATRP	Deluxe	12-15 May					1	1	1		3	TRGD3*500029416
20	Berryssaadi, cr. SpB Onk	REUPdr Kariadi	Retro08882534467	ATRP	Deluxe	09-13 May	1	1	1	1	0				4	TRGD3*5000345
21	Brosesari Rihayu, dr. SpB	RSK Wojowarno.com	Tatik081553219656	ATRP	Deluxe	13-15 May						1	1		2	TRGD3*5000285
22	Buci Haryanto, dr. SpB		femruff@gmail.com	ATRP	DEL	11-16 May			1	1	1	1	1		5	TRGD3*5000285
23	Buci Yurono, dr. SpB	Dasa Medica	Hera 08564414484	ATRP	Deluxe	11-13 May				1	1				2	LG
24	Chendra, dr. SpB		dr Esra	ATRP	Deluxe	13-16 May						1	1	1	3	
25	Daniel Ponco Harjo Saputra, dr. SpB	Ethica Farmasi	Diestha	ATRP	Deluxe	12-14 May					1	1			2	TRGD3*5000108
26	Darmo Sumitro, dr. SpB	Waji	Wa-081388462206	ATRP	Deluxe	11-15 May				1	1	1	1		4	TRGD3*5000112
27	Damon, dr. SpB	Sanbe	Ferna-034140805E	ATRP	Deluxe+XB	11-15 May				1	1	1	1		4	
28	Dawid Adjas, dr. SpB	Sanbe	Ferna-034140805E	ATRP	Deluxe	13-16 May						1	1	1	3	TRGD3*5000239
29	Dhanyanto Cesarman, dr. SpB Fitacs	Sanbe	Ferna-034140805E	ATRP	Deluxe	12-16 May					1	1	1	1	4	
30	Eddy Daryanto, dr. SpB	personal	Wre Eddy08158655795	ATRP	Deluxe	12-15 May						1	1	0	3	TRGD3*5000264

15. Sistem invoice PT Haryono Tour and Travel



16. Bertugas di hotel Atria pada waktu acara MICE





17. Meminta daftar tamu yang check-in kepada reception



18. Mencatat daftar tamu dari hotel untuk catatan kantor



19. Daftar Rute Keberangkatan *shuttle bus*



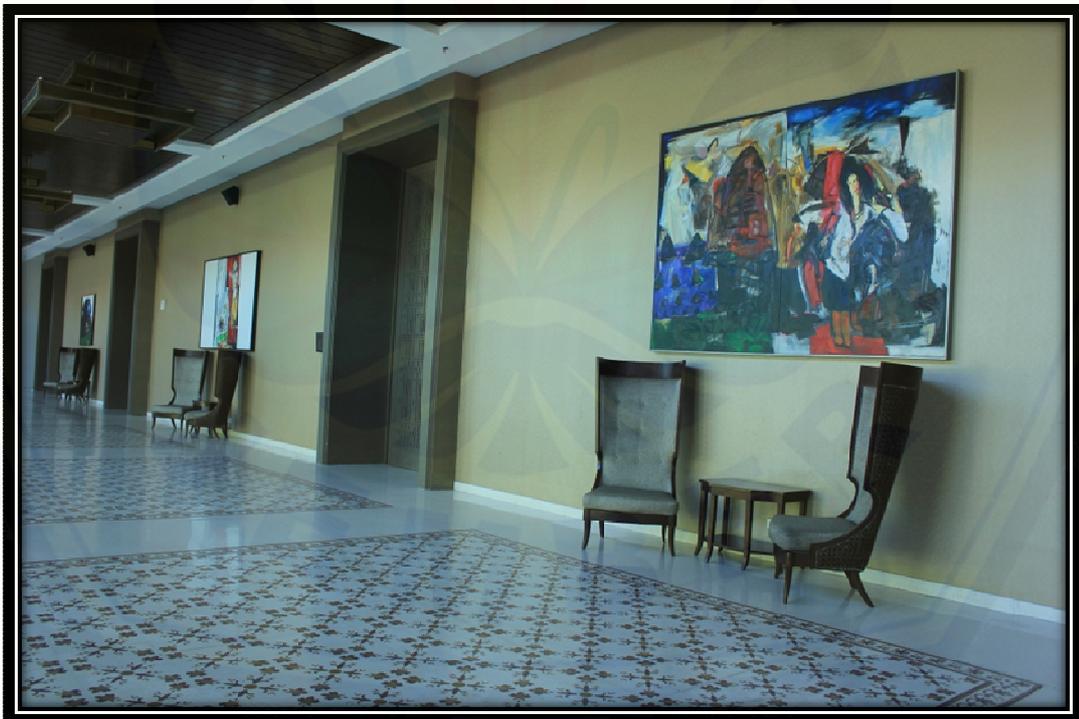
20. Peserta yang sedang menunggu untuk *check-in*



21. Melihat *venue* acara ketika berkeliling hotel

Hall Hotel Harris Malang







22. Berfoto bersama *Marketing manager* dan karyawan Hotel Harris

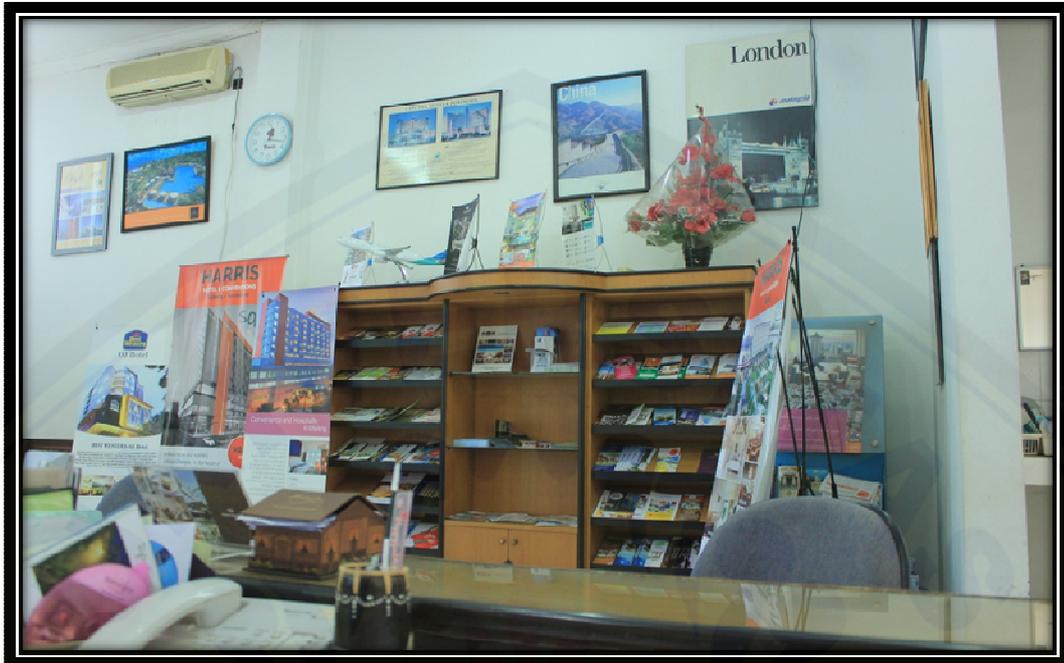




23. Kantor tampak depan



24. Kantor tampak dalam



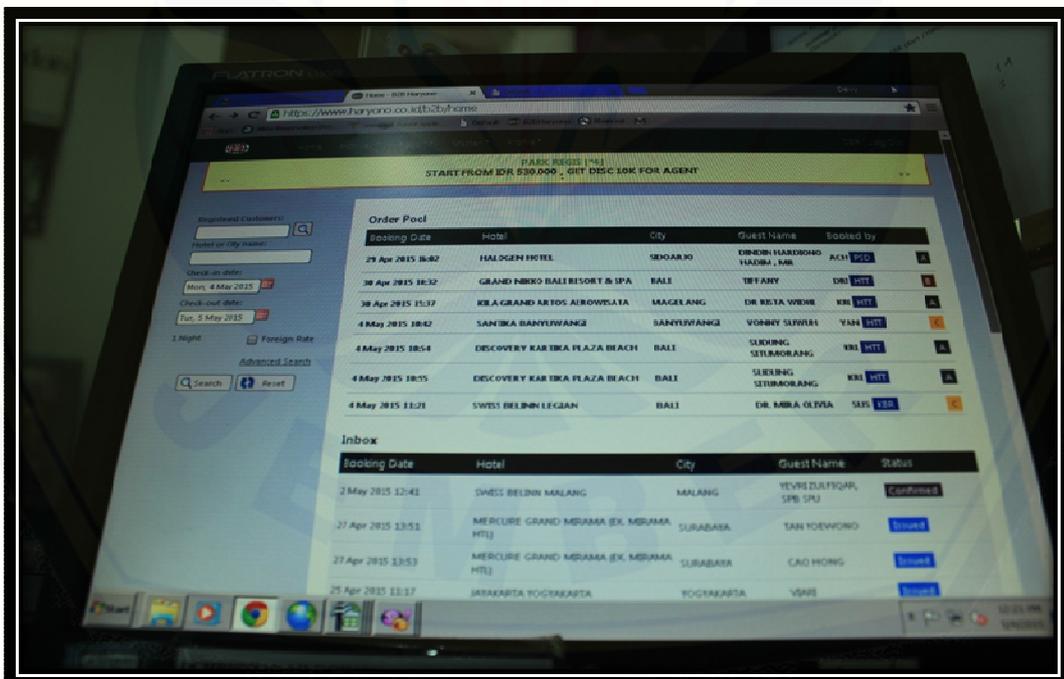
25. Kegiatan di dalam kantor selama magang



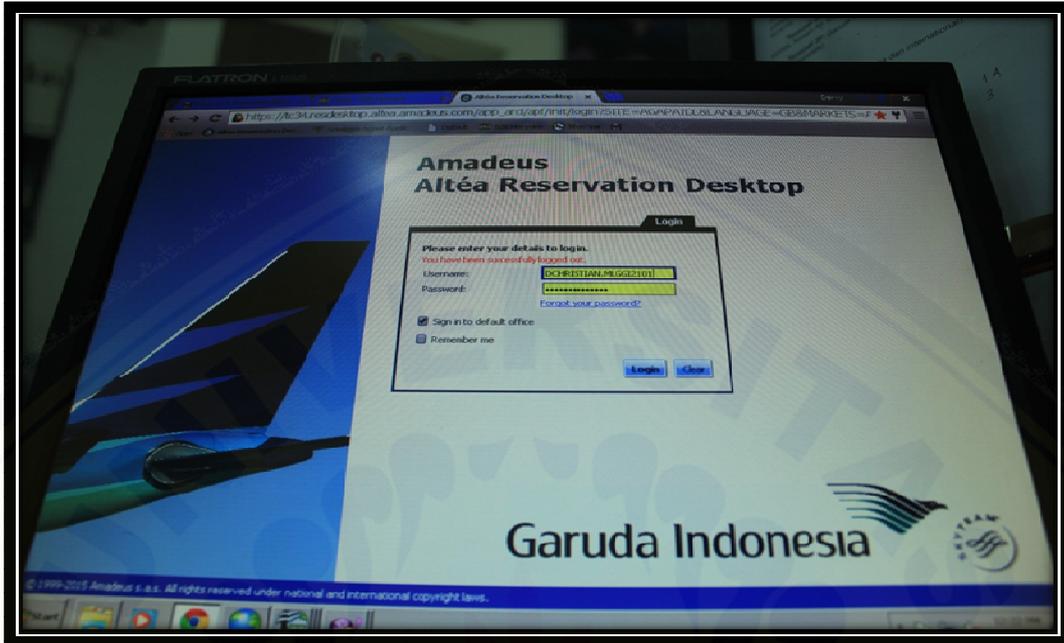




26. Sistem B2B untuk reservasi hotel domestik



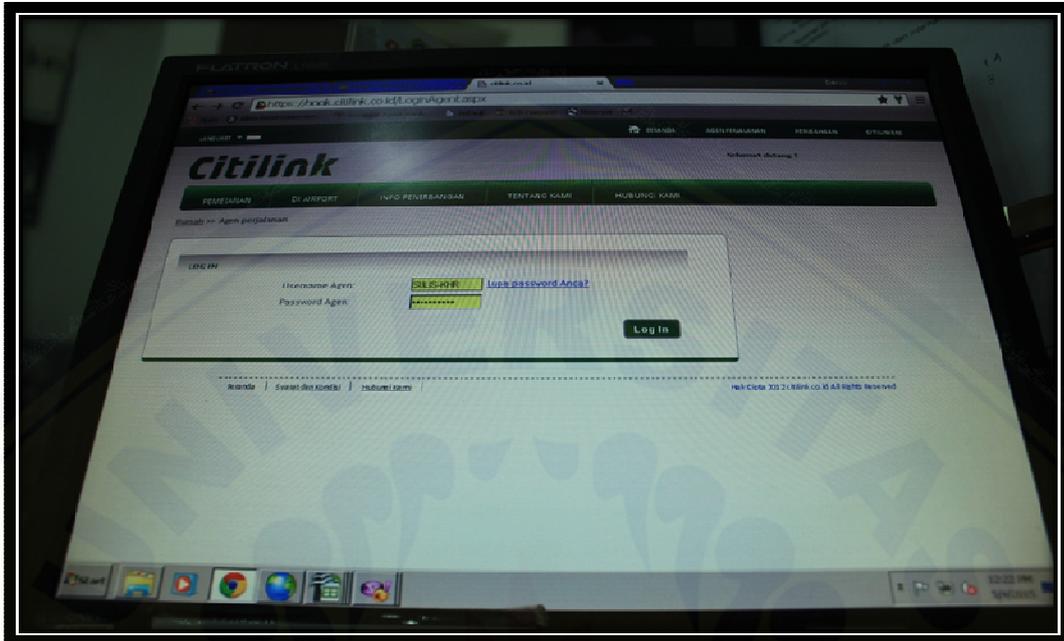
27. Sistem untuk reservasi tiket domestik Garuda Indonesia



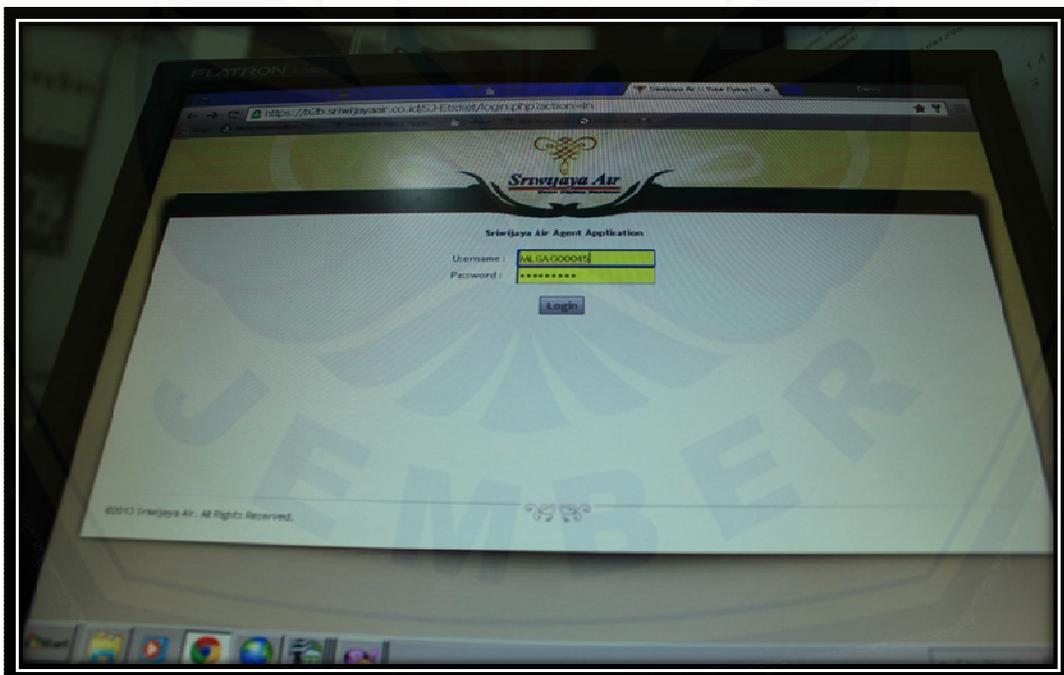
28. Sistem reservasi tiket domestik Lion air



29. Sistem reservasi tiket Citilink



30. Sistem reservasi tiket Sriwijaya Air



31. Salah satu application form visa China

Form V/2013

中华人民共和国签证申请表

Visa Application Form of the People's Republic of China
(For the Mainland of China only)

申请人必须如实、完整、清楚地填写本表格。请逐项在空白处用中文或英文大写字母打印填写，或在□内打√选择。如有关项目不适用，请写“无”。The applicant should fill in this form truthfully, completely and clearly. Please type the answer in capital English letters in the space provided or tick (√) the relevant box to select. If some of the items do not apply, please type N/A or None.

一、个人信息 Part I: Personal Information

1.1 英文姓名 Full English name as in passport	姓 Last name	粘贴一张近期正面免冠、浅色背景的色彩护照照片。 照片/PHOTO Affix one recent color passport photo (full face, front view, bareheaded and against a plain light colored background).
	中间名 Middle name	
	名 First name	
1.2 中文姓名 Name in Chinese	1.3 别名或曾用名 Other name(s)	
1.4 性别 Sex <input type="checkbox"/> 男 M <input type="checkbox"/> 女 F	1.5 出生日期 DOB(yyyy-mm-dd)	
1.6 现有国籍 Current nationality(ies)	1.7 曾有国籍 Former nationality(ies)	
1.8 出生地点(市、省/州、国) Place of birth(city, province/state, country)		
1.9 身份证/公民证号码 Local ID/ Citizenship number		
1.10 护照/旅行证件种类 Passport/Travel document type	<input type="checkbox"/> 外交 Diplomatic <input type="checkbox"/> 公务、官员 Service or Official <input type="checkbox"/> 普通 Ordinary <input type="checkbox"/> 其他证件(请说明) Other (Please specify):	
1.11 护照号码 Passport number	1.12 签发日期 Date of issue(yyyy-mm-dd)	
1.13 签发地点 Place of issue	1.14 失效日期 Date of expiry(yyyy-mm-dd)	
1.15 当前职业 (可选多项) Current occupation(s)	<input type="checkbox"/> 商人 Businessperson <input type="checkbox"/> 前/现任议员 Former/incumbent member of parliament 职位 Position _____ <input type="checkbox"/> 公司职员 Company employee <input type="checkbox"/> 前/现任政府官员 Former/incumbent government official 职位 Position _____ <input type="checkbox"/> 演艺人员 Entertainer <input type="checkbox"/> 军人 Military personnel 职位 Position _____ <input type="checkbox"/> 工人/农民 Industrial/Agricultural worker <input type="checkbox"/> 非政府组织人员 NGO staff <input type="checkbox"/> 学生 Student <input type="checkbox"/> 宗教人士 Religious personnel <input type="checkbox"/> 乘务人员 Crew member <input type="checkbox"/> 新闻从业人员 Staff of media <input type="checkbox"/> 自雇 Self-employed <input type="checkbox"/> 无业 Unemployed <input type="checkbox"/> 退休 Retired <input type="checkbox"/> 其他(请说明) Other (Please specify):	
1.16 受教育程度 Education	<input type="checkbox"/> 研究生 Postgraduate <input type="checkbox"/> 大学 College <input type="checkbox"/> 其他(请说明) Other (Please specify):	
1.17 工作单位/学校 Employer/School	名称 Name	联系电话 Phone number
	地址 Address	邮政编码 Zip Code

第 1 页 共 4 页 / Page 1 of 4