

**PENINGKATAN EFEKTIVITAS PEMASARAN MELALUI  
PERSONAL SELLING PADA BIRO PERJALANAN WISATA  
DUTA NUSA TOUR MADIUN**

**LAPORAN HASIL PRAKTEK KERJA NYATA**

**Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh  
Gelar Ahli Madya (A.Md.) Pariwisata  
Program Studi Diploma III Pariwisata  
Jurusan Ilmu Administrasi  
Pada  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

Oleh :

***Kikit Desti Mujirahayu***

**NIM 1 980903102184**

**Dosen Pembimbing**

**Lalli Zurroidah, S Sos**

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
PROGRAM STUDI DIPLOMA III PARIWISATA  
2001**

238.4  
muji  
p

Asal	Tgl. Peng. /	Klasifikasi
Terima Tel	01 OCT 2001	
No. Induk		

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

PERSETUJUAN

Telah disetujui Laporan Hasil Praktek Kerja Nyata Program Studi

Diploma III Pariwisata

Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Nama : Kikit Desti Mujirahayu  
NIM : 980903102184  
Jurusan : Ilmu Administrasi  
Program Studi : Diploma III Pariwisata  
Judul : Peningkatan Efektivitas Pemasaran Melalui  
Personal Selling Pada Biro Perjalanan Wisata  
Duta Nusa Tour Madiun

Jember, 5 September 2001

Menyetujui

Dosen Pembimbing



LAILI ZURROIDAH, S.Sos

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

PENGESAHAN

Telah dipertahankan dihadapan sidang Panitia Penguji Laporan Hasil  
Praktek Kerja Nyata  
Program Studi Diploma III Pariwisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember:

Nama : Kikit Desti Mujirahayu  
Nim : 980903102184  
Jurusan : Ilmu Administrasi  
Program Studi : Diploma III Pariwisata

PENINGKATAN EFEKTIVITAS PEMASARAN MELALUI PERSONAL  
SELLING PADA BIRO PERJALANAN WISATA DUTA NUSA TOUR MADIUN

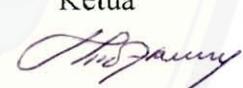
Hari : Kamis  
Tanggal : 13 September 2001  
Jam : 16.30 BBWI  
Bertempat : Di FISIP Universitas Jember  
Dan telah dinyatakan lulus.

Panitia penguji

Anggota

  
Drs. SUHARTONO,MS  
NIP: 131276665

Ketua

  
LAILI ZURROIDAH,S.Sos

Mengesahkan,  
Universitas Jember  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Dekan

  
Drs. H. MOCH. TOERKI  
NIP: 130 524 832



## KATA PENGANTAR

Tiada kata yang dapat diungkapkan kecuali rasa syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan kesempatan yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan laporan kuliah kerja yang berjudul “PENINGKATAN EFEKTIVITAS PEMASARAN MELALUI PERSONAL SELLING PADA BIRO PERJALANAN WISATA DUTA NUSA TOUR MADIUN ” yang dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan bulan April tahun 2001 di biro perjalanan wisata DUTA NUSA TOUR Madiun sesuai dengan waktu yang diharapkan.

Pada kesempatan yang sangat baik ini, penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan, bimbingan dan petunjuknya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. H. Moch. Toerki, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Bapak Drs. Agus Budihardjo, MA selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Program Studi Diploma III Pariwisata Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember dan selaku Dosen Pengajar Mata Kuliah Pemasaran Pariwisata.
4. Ibu Laili Zurroidah, S.Sos, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga terselesaikannya laporan kuliah kerja ini, serta selaku pembimbing pada saat kuliah kerja.
5. Bapak Drs. Didik Eko Jtlianto, selaku Dosen Wali yang telah memberi pengarahan selama penulis belajar di bangku kuliah.
6. Bapak Sirajuddin, SST, Par, selaku Dosen Pengajar Mata Kuliah Manajemen Perjalanan Wisata.
7. Bapak Drs. I Ketut Mastika, selaku Dosen Pengajar Mata Kuliah Pengantar Pariwisata.

8. Bapak Hary Radte Supriyanto, selaku Centre Tour Operation Leader Biro Perjalanan Wisata Duta Nusa Tour Madiun.
9. Seluruh karyawan Duta Nusa Tour yang telah memberikan informasi serta data untuk penulisan laporan ini.
10. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang begitu sabar mendorong dan memberi semangat serta memberikan inspirasi untuk menyelesaikan laporan ini.
11. Rekan-rekan seangkatan Diploma 3 Pariwisata Universitas Jember 1998.

Atas dasar kesederhanaan penulisan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharap saran dan kritik yang bersifat membangun ke arah kesempurnaan. Semoga laporan ini berguna bagi pembaca dan rekan-rekan mahasiswa Program Diploma III Pariwisata Universitas Jember.

Jember, September 2001

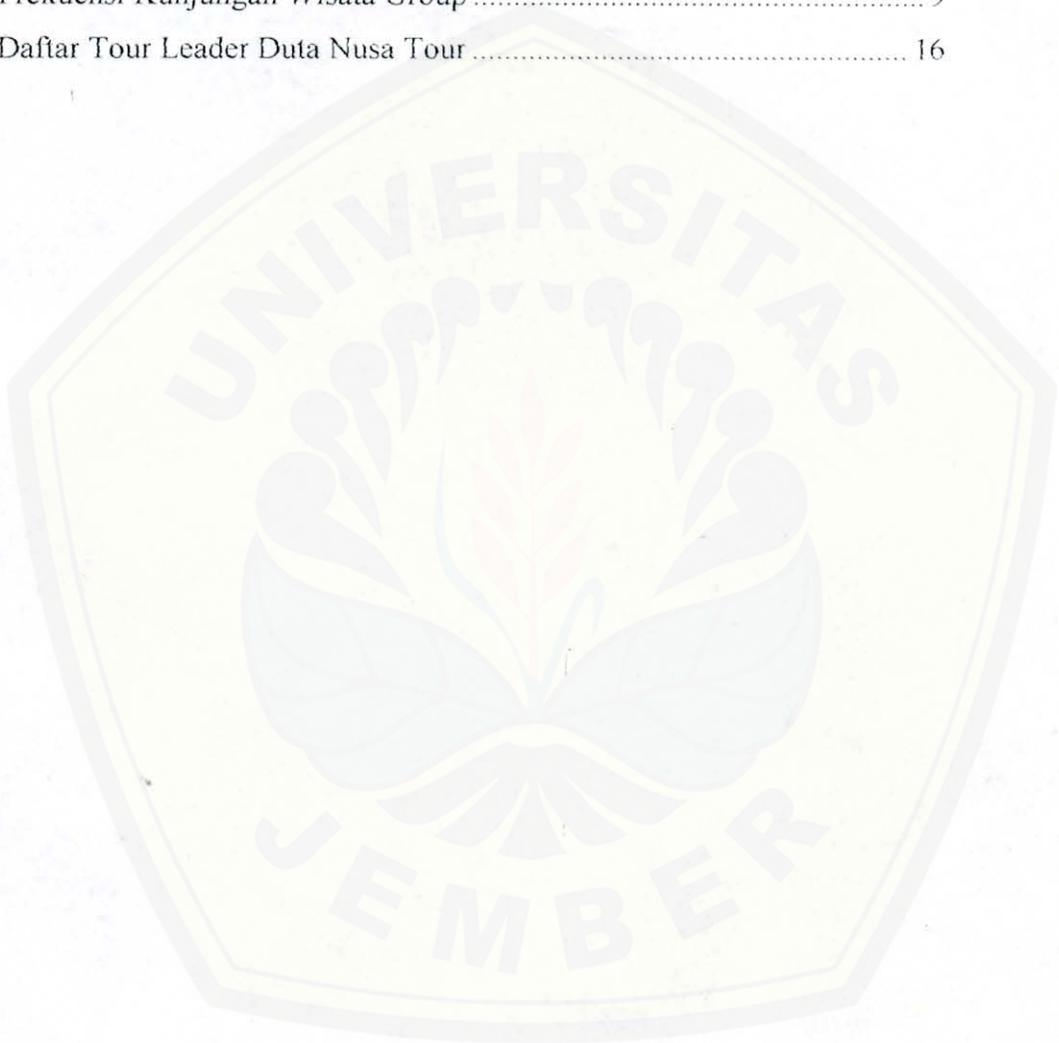
Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan dan Manfaat Kuliah Kerja.....	4
1.2.1 Tujuan Program Kuliah Kerja.....	4
1.2.2 Manfaat Program Kuliah Kerja.....	5
II. GAMBARAN UMUM LOKASI KULIAH KERJA.....	6
2.1 Gambaran Umum Duta Nusa Tour.....	6
2.2. Visi dan Misi Duta Nusa Tour.....	9
2.2.1 Visi Duta Nusa Tour.....	9
2.2.2 Misi Duta Nusa Tour.....	10
2.3 Organisasi Perusahaan.....	11
2.3.1 Struktur Organisasi Duta Nusa Tour.....	11
2.3.2 Job Description.....	17
III. PELAKSANAAN KEGIATAN KULIAH KERJA.....	19
3.1 Deskripsi Pelaksanaan Kuliah Kerja.....	19
3.2 Implikasi Kebijakan dan Penilaian Terhadap Pelaksanaan Kegiatan Perusahaan.....	28
IV. PENUTUP.....	37
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

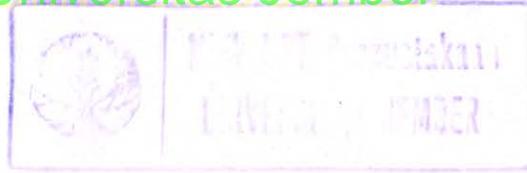
Tabel :	Hal
1. Karyawan Duta Nusa Tour 1995 – 2001 .....	6
2. Perkembangan Pelanggan Group .....	8
3. Frekuensi Kunjungan Wisata Group .....	9
4. Daftar Tour Leader Duta Nusa Tour .....	16



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar :	Hal
Struktur Organisasi Duta Nusa Tour.....	13





## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar di bidang pariwisata dengan melihat dari indahnya berbagai macam pemandangan alam, kebudayaan dan sejarah bangsa, festival dan upacara-upacara yang unik, berbagai macam seni lukis dan kerajinan tangan dan banyaknya tempat yang sangat menarik para wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Pariwisata sekarang ini berkembang dengan pesatnya di Indonesia, pertumbuhannya dari tahun ke tahun sangat meyakinkan. Semuanya berkat kerja keras pihak-pihak yang mendukung kepariwisataan baik pemerintah, pihak swasta maupun masyarakat pada umumnya. Pertumbuhan pariwisata yang semakin meningkat merupakan suatu bukti keberhasilan pembangunan yang dilakukan pemerintah.

Manusia ditakdirkan oleh Sang Pencipta memiliki naluri dan hasrat atau keinginan dalam memenuhi kelangsungan hidupnya. Hasrat ingin tahu dan jiwa petualangan mendorong manusia melakukan perjalanan ke wilayah jauh melampaui batas wilayahnya. Hasrat dan rasa ingin tahu itu menuntut penyaluran dan bagi banyak orang sudah menjadi kebutuhan. Kebutuhan tersebut seperti ingin bersenang-senang, rekreasi, menambah pengetahuan dan santai. Tersedianya prasarana dan sarana yang semakin baik sebagai hasil pembangunan semakin mendorong masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata. Oleh karena itu di jaman modern dan dalam masyarakat yang sudah maju kegiatan berwisata itu sudah menjadi salah satu kebutuhan yang patut dipenuhi. Sarana dan prasarana tersebut diantaranya akomodasi dengan banyak pilihan dari yang sederhana sampai yang paling baik dan lengkap sesuai dengan selera dan kemampuan wisatawan. Serta angkutan wisata berupa angkutan darat, laut dan udara untuk mengangkut wisatawan dari tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan selama di daerah wisata sampai ke tempat asalnya.

Meningkatnya arus wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara ke suatu daerah, menuntut macam-macam pelayanan dan

fasilitas yang semakin meningkat jumlah dan ragamnya. Meningkatnya orang-orang melakukan perjalanan wisata menuntut pula peningkatan pelayanan pengaturan perjalanan wisata yang lebih baik dan hal ini sangat tergantung pada sumber daya manusianya yang profesional dalam pengelolaannya. Hal ini membuktikan bahwa pelayanan dalam usaha perjalanan sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh para wisatawan, sehingga kesempatan berusaha dalam bidang perjalanan wisata sangat menjanjikan. Dalam bidang usaha *tours and travel* merupakan arsitek dalam perencanaan dan penyelenggaraan perjalanan wisata, jadi tenaga profesional tersebut mutlak harus dipersiapkan dari tahun ke tahun dengan demikian pelayanan kepada para wisatawan diharapkan akan lebih baik. Dari sini bisa dilihat bahwa pentingnya peningkatan sumber daya manusia dalam bidang *tours and travel*. Dalam sebuah usaha di bidang pariwisata pada umumnya dan biro perjalanan pada khususnya menjadi sebuah fenomena baru yang sangat menjanjikan. Namun bukanlah suatu hal yang mudah mengembangkan biro perjalanan tersebut supaya berhasil dan dapat dikenal masyarakat luas. Dalam hal ini diperlukan tenaga-tenaga ahli dalam bidangnya sehingga memungkinkan usaha tersebut dapat berkembang semakin besar minimal dapat dikenal masyarakat luas. Dari sini dapat dilihat bahwa sangat pentingnya sumber daya manusia dalam bidang usaha pariwisata. Tak berbeda dengan dalam usaha perjalanan dibutuhkan tenaga yang profesional dalam pengelolaannya agar dapat memberikan kepuasan yang semaksimal mungkin kepada para pelanggan.

Untuk bisa membuat usaha perjalanan dapat dikenal masyarakat luas terutama di daerah atau kota-kota di sekitarnya Duta Nusa Tour mengadakan promosi salah satu bentuknya adalah *personal selling*. Duta Nusa Tour sangat membutuhkan tenaga yang benar-benar dapat menguasai bidang usaha perjalanan tersebut serta harus mampu menguasai paket-paket wisata yang ditawarkan kepada para calon wisatawan. Agar dalam kegiatan *personal selling* dapat berhasil dan bisa memberikan atau meninggalkan kesan yang baik pada para pelanggan.

Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha perjalanan seperti Duta Nusa Tour dapat disebut sebagai biro perjalanan sebab kegiatan utama perusahaan tersebut ditekankan pada perencanaan (*planning*) dan penyelenggaraan (*arrangement*) perjalanan wisata (*tours*) atas inisiatif sendiri dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mengambil keuntungan dari penyelenggaraan perjalanan tersebut. Sedangkan kegiatan lain yang dilakukan Duta Nusa Tour seperti pemesanan tiket pesawat, *rent car* dan *reservasi hotel* dapat dikatakan sebagai pelengkap untuk melancarkan kegiatan utamanya. Sebagai biro perjalanan Duta Nusa Tour harus mampu menciptakan kepercayaan pada wisatawan, sebab wisatawan membayar jasanya di muka atas dasar kepercayaan dengan perjanjian bahwa mereka akan diberi pelayanan setelah transaksi selesai dilakukan.

Dalam melakukan kegiatan promosi dengan *personal selling* sangat diperlukan pribadi yang menarik (*personal appeal*), hal ini merupakan salah satu penunjang agar pelanggan semakin yakin dengan paket-paket wisata yang ditawarkan tersebut. Dengan *personal selling*, produsen bisa berkomunikasi dengan baik dalam penyampaian paket-paket yang ditawarkan. Dapat berkomunikasi dengan baik maksudnya dapat menggunakan bahasa dengan benar, misalnya dalam penyampaian paket-paket wisata yang ditawarkan tidak berbelit-belit kepada para pelanggan sehingga pelanggan mudah memahami produk jasa yang ditawarkan tersebut. Usahakan penyampaian dalam menawarkan paket-paket wisata secara singkat, jelas dan tidak bertele-tele. Dalam penyampaian yang bertele-tele bukan bisa membuat para pelanggan makin mengerti dan jelas bahkan hal ini bisa membuat para pelanggan merasa bosan dan jenuh mendengarnya. Hal ini akan mengakibatkan promosi tersebut tidak berhasil sebab pelanggan tidak mungkin bisa tertarik dengan paket-paket wisata yang ditawarkan. Diusahakan para pelanggan diberi kesempatan untuk bertanya dan diusahakan pula diberi jawaban yang singkat tetapi jelas.

Dalam kegiatan promosi dengan *personal selling* sangat diperlukan sikap ramah-tamah, hal ini akan bisa membantu promosi tersebut bisa berhasil dan menarik pelanggan untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan tersebut serta hal ini

akan memberikan kesan yang menarik kepada pelanggan. Dari uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa kegiatan promosi dengan *personal selling* memiliki beberapa keuntungan yaitu:

- a. Dapat menyesuaikan diri dengan keadaan dan keinginan perorangan.
- b. Memiliki *personal appeal*.
- c. Mudah diingat oleh para konsumen.
- d. Dapat lebih mengetahui lebih dekat apa yang diinginkan konsumen terhadap produk kita.

Kegiatan promosi dengan *personal selling* bisa langsung mengetahui karakter masing-masing pelanggan dan bisa langsung mengetahui keinginan konsumen yang beraneka ragam. Dengan demikian sedapatnya sebagai penyedia paket-paket perjalanan wisata dalam hal ini Duta Nusa Tour untuk memenuhi kebutuhan mereka dan disesuaikan dengan kemampuan masing-masing pelanggan. Berkaitan dengan masalah betapa pentingnya kegiatan promosi dengan salah satu bentuk yaitu *personal selling* dalam upaya meningkatkan penjualan paket-paket perjalanan wisata Duta Nusa Tour, maka laporan ini ditulis dengan judul **“Peningkatan Efektivitas Pemasaran Melalui Personal Selling Pada Biro Perjalanan Wisata Duta Nusa Tour Madiun”**.

## 1.2 Tujuan dan Manfaat Program Kuliah Kerja

### 1.2.1 Tujuan Kuliah Kerja

Tujuan program kuliah kerja adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md) Pariwisata.
- b. Memperoleh pengalaman kerja terutama di bidang usaha perjalanan wisata.
- c. Menerapkan hasil kuliah yang diperoleh selama kuliah pada praktek kerja secara langsung disuatu perusahaan yang sesuai dengan apa yang telah diperoleh selama kuliah.

akan memberikan kesan yang menarik kepada pelanggan. Dari uraian tersebut di atas dapat diketahui bahwa kegiatan promosi dengan *personal selling* memiliki beberapa keuntungan yaitu:

- a. Dapat menyesuaikan diri dengan keadaan dan keinginan perorangan.
- b. Memiliki *personal appeal*.
- c. Mudah diingat oleh para konsumen.
- d. Dapat lebih mengetahui lebih dekat apa yang diinginkan konsumen terhadap produk kita.

Kegiatan promosi dengan *personal selling* bisa langsung mengetahui karakter masing-masing pelanggan dan bisa langsung mengetahui keinginan konsumen yang beraneka ragam. Dengan demikian sedapatnya sebagai penyedia paket-paket perjalanan wisata dalam hal ini Duta Nusa Tour untuk memenuhi kebutuhan mereka dan disesuaikan dengan kemampuan masing-masing pelanggan. Berkaitan dengan masalah betapa pentingnya kegiatan promosi dengan salah satu bentuk yaitu *personal selling* dalam upaya meningkatkan penjualan paket-paket perjalanan wisata Duta Nusa Tour, maka laporan ini ditulis dengan judul **“Peningkatan Efektivitas Pemasaran Melalui Personal Selling Pada Biro Perjalanan Wisata Duta Nusa Tour Madiun”**.

## 1.2 Tujuan dan Manfaat Program Kuliah Kerja

### 1.2.1 Tujuan Kuliah Kerja

Tujuan program kuliah kerja adalah sebagai berikut:

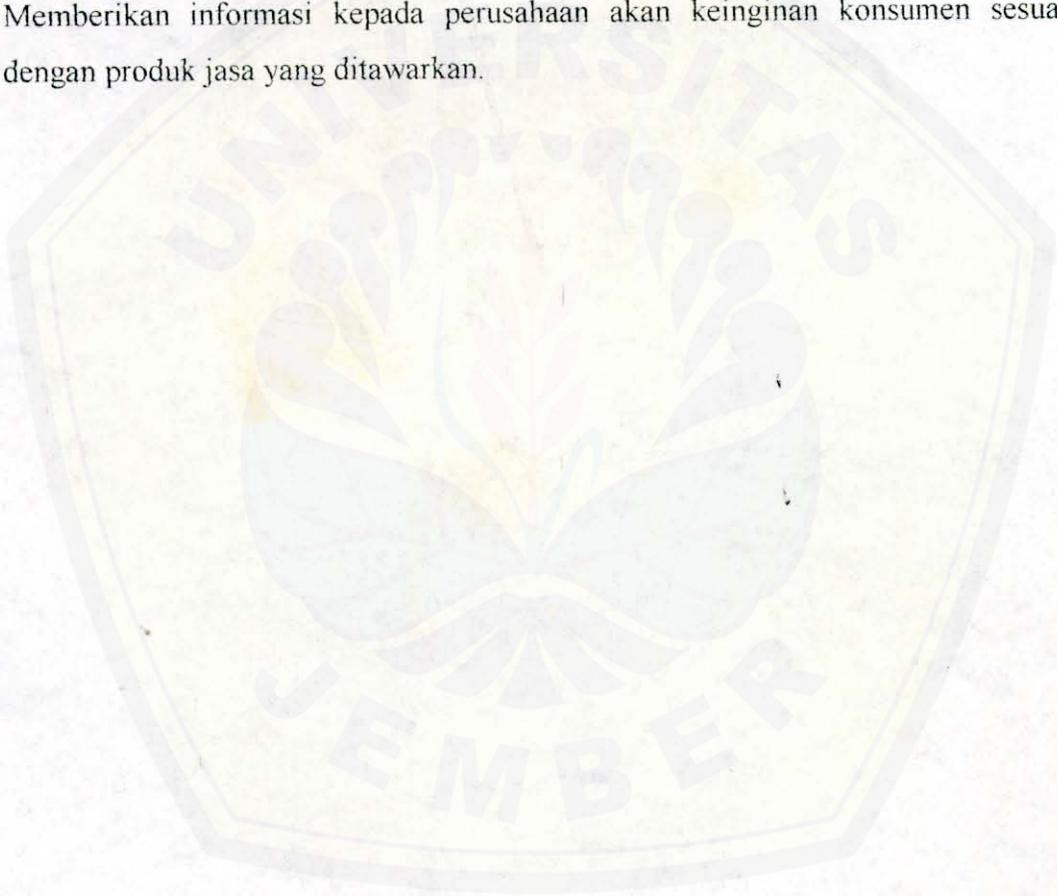
- a. Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md) Pariwisata.
- b. Memperoleh pengalaman kerja terutama di bidang usaha perjalanan wisata.
- c. Menerapkan hasil kuliah yang diperoleh selama kuliah pada praktek kerja secara langsung disuatu perusahaan yang sesuai dengan apa yang telah diperoleh selama kuliah.

- d. Mengetahui cara memasarkan produk perjalanan wisata secara langsung kepada para konsumen dalam kegiatan pemasaran dengan *personal selling* baik di kalangan keluarga, instansi pemerintah maupun swasta.

## 1.2.2 Manfaat Kuliah Kerja

Manfaat program kuliah kerja adalah sebagai berikut:

- a. Penulis memperoleh wawasan terutama di bidang usaha perjalanan wisata.
- b. Penulis memperoleh keterampilan kerja dalam bidang usaha perjalanan wisata.
- c. Memberikan informasi kepada perusahaan akan keinginan konsumen sesuai dengan produk jasa yang ditawarkan.





## II. GAMBARAN UMUM LOKASI KULIAH KERJA

### 2.1 Gambaran Umum Duta Nusa Tour

Pada awal pendirian biro perjalanan wisata didasarkan pada keinginan bisnis secara murni. Hal ini dengan melihat perkembangan pembangunan sektor pariwisata adalah bagian dari upaya pembangunan nasional yang sedang dilaksanakan, maka memberikan peluang untuk melakukan kegiatan bisnis dalam usaha perjalanan pariwisata. Sarana transportasi dirasakan sangat penting dengan melihat kondisi semacam itu, keadaan semacam ini menumbuhkan gagasan bagi Bapak Hary Radte Supriyanto untuk mendirikan Biro Perjalanan Wisata. Awal pendirian usaha biro perjalanan wisata ini pada tanggal 1 Mei 1995 dan merupakan awal dimulainya operasionalisasi usaha tersebut dengan nama Duta Nusa Tour, dengan nama tersebut diharapkan dapat berkembang besar sesuai dengan harapan pemiliknya. Duta Nusa Tour berlokasi di Jalan Sri Utomo No. 16 Madiun Jawa Timur Indonesia, mudah dijangkau oleh angkutan umum walaupun letaknya kurang strategis yang berjarak kira-kira 1 km dari pusat keramaian kota.

Pada saat awal berdiri Duta Nusa Tour pimpinan dan *tour and travel management* dipegang dan ditangani secara langsung oleh Bapak Hary Radte Supriyanto dengan memiliki jumlah karyawan yang terdiri dari tenaga tetap dan *freelance* dari tahun 1995 sampai sekarang dengan penambahan seorang *Public Relations* pada awal tahun 1999, data karyawan sebagai berikut :

Tabel 1. Karyawan Duta Nusa Tour 1995 –2001

No	Jenis Karyawan	Jumlah Karyawan						
		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
1	Tenaga Tetap	2	5	7	7	9	11	11
2	Freelance	7	8	10	11	15	17	17

Sumber data : Duta Nusa Tour

Dari data di atas sudah jelas Duta Nusa Tour memperkerjakan tidak hanya karyawan tetap tetapi juga karyawan *freelance*. Karyawan *freelance* dibutuhkan apabila kegiatan perjalanan wisata sangat padat sedangkan karyawan tetap tidak mencukupi untuk melakukan kegiatan tersebut. Dalam keadaan kegiatan perjalanan wisata sangat padat Duta Nusa Tour banyak menggunakan karyawan *freelance* untuk membantu kegiatan tersebut. Padatnya jadwal perjalanan wisata biasanya pada saat liburan yang terjadi antara bulan Juni sampai bulan Juli. Dalam bulan-bulan ini biasanya banyak sekali sekolah-sekolah yang memakai jasa Duta Nusa Tour dan bahkan ada dari instansi pemerintah seperti rombongan guru-guru bersama keluarganya. Biasanya kegiatan perjalanan wisata dalam bulan Juni sampai dengan bulan Juli bisa mencapai 7 sampai dengan 8 kali perjalanan wisata.

Duta Nusa Tour sebelum merekrut karyawan *freelance* terlebih dahulu membuat program pelatihan untuk tenaga tersebut. Pelatihan tersebut biasanya tentang bagaimana sebaiknya memandu wisatawan-wisatawan selama dalam perjalanan agar para wisatawan tidak merasa jenuh atau membosankan dalam melakukan perjalanan wisata bersama Duta Nusa Tour. Pelatihan terhadap tenaga *freelance* dilakukan selama sebelum melakukan perjalanan wisata, hal ini tergantung dengan kemampuan dan kecakapan masing-masing tenaga tersebut. Jika tenaga tersebut mampu dengan cepat memandu wisatawan-wisatawan selama dalam perjalanan maka dengan cepat pula tenaga tersebut dipekerjakan. Dengan program pelatihan ini karyawan *freelance* mempunyai keahlian dan keterampilan yang sama dengan karyawan tetap, hal ini dilakukan sebab menyangkut citra Duta Nusa Tour.

Perkembangan selanjutnya untuk menyelenggarakan, merencanakan dan mengorganisasikan usaha perjalanan wisata Duta Nusa Tour berusaha meningkatkan jumlah pelanggan dengan memberikan jasa pelayanan konsumen secara efektif, maka dari itu diperlukan tenaga kerja yang memiliki keahlian dalam bidang usaha perjalanan wisata.

Duta Nusa Tour Dalam upaya meningkatkan keberadaannya tidak hanya memulai dengan menggunakan *tours and travel management* secara tepat, tetapi Duta Nusa Tours juga berusaha mengembangkan dengan usaha pengembangan marketing perjalanan wisata yang ada di kota Malang, Surabaya, Yogyakarta dan Jakarta. Selain usaha pengembangan marketing perjalanan wisata Duta Nusa Tour juga berkecimpung dalam usaha *Reservasi Hotel Jawa - Bali dan Rent Car*.

Penanganan manajemen secara profesional yang dilakukan diharapkan dapat menjaga eksistensi perusahaan dalam lingkungan persaingan yang semakin ketat dan mendapatkan profit yang maksimum sebagai tujuan utama perusahaan. Berikut data pelanggan dan frekuensi kunjungan wisata pada awal Mei 1995 sampai Maret 2001 :

Tabel 2. Perkembangan Pelanggan Group

Tahun	Jumlah Group	Jumlah Bus yang Digunakan
Mei 1995 – Akhir 1995	2	2
Awal 1996 – Akhir 1996	7	20
Awal 1997 – Akhir 1997	10	25
Awal 1998 – Akhir 1998	10	30
Awal 1999 – Akhir 1999	31	64
Awal 2000 – Akhir 2000	10	120
Awal 2001 – Maret 2001	13	22

Sumber data : Duta Nusa Tour

Tabel 3. Frekuensi Kunjungan Wisata Group

Tahun kunjungan wisatawan	Daerah Tujuan Wisata					
	Bali	Lombok	Bromo	Yogyakarta	Bandung	Kep. Seribu/Jakarta
Mei 1995	6	1	-	13	4	4
1996	8	-	4	-	1	2
1997	6	4	6	2	3	3
1998	7	1	5	-	-	2
1999	9	-	-	1	6	6
2000	13	-	-	5	7	-
Maret 2001	40	1	12	-	5	5
Total	89	7	27	21	26	22

Sumber data : Duta Nusa Tour

Dari data di atas membuktikan bahwa sistem manajemen yang dipakai sudah baik, hal ini terbukti semakin menambahnya jumlah pelanggan. Pengelolaan Duta Nusa Tour secara keseluruhan ditangani oleh pemilik tidak lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan dengan memperhitungkan eksistensi perusahaan untuk masa yang akan datang, hal ini dimaksudkan agar Duta Nusa Tour dapat terus berkembang.

## 2.2 Visi dan Misi Duta Nusa Tour

### 2.2.1 Visi Duta Nusa Tour

Setiap organisasi yang didirikan pasti memiliki visi sejak awal terbentuknya organisasi tersebut. Serangkaian kegiatan yang dilakukan perusahaan-perusahaan pada umumnya dan biro perjalanan wisata pada khususnya mempunyai visi tertentu sesuai dengan kebijakan perusahaan, hal ini dilakukan agar pimpinan dan karyawan terarah seluruh aktivitasnya. Duta Nusa Tour sebagai perusahaan penjual jasa transportasi pada hakekatnya berupaya mencapai keuntungan yang maksimal. Visi Duta Nusa Tours sebagai perusahaan yang berkecimpung di dunia pariwisata khususnya *tours and travel*, sebagai berikut :

1. Memperluas usaha biro perjalanan wisata Duta Nusa Tour dan menjadikan Duta Nusa Tour lebih dikenal di tingkat nasional khususnya di Jawa Timur.
2. Memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan dan ikut menumbuhkan komponen-komponen pariwisata seperti perhotelan, catering, transportasi dan industri kecil souvenir.
3. Mencapai target penjualan dan pendapatan serta ikut menjaga kelestarian sosial budaya masyarakat setempat.

Tercapainya visi merupakan tolok ukur yang paling esensial agar perusahaan dapat terus berkembang dan tetap eksis dalam lingkungan yang semakin kompetitif.

### **2.2.2 Misi Duta Nusa Tour**

Dengan adanya visi setiap perusahaan juga memiliki misi yang akan dijalankannya. Misi Duta Nusa Tour untuk mencapai visi yang dituju adalah sebagai berikut:

1. Jasa pelayanan yang diberikan harus benar-benar sesuai dengan keinginan dan selera konsumen, sebab jasa biro perjalanan wisata khususnya Duta Nusa Tours lebih menekankan pada pelayanannya dalam upaya untuk menarik konsumen dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya melalui pendidikan, pelatihan dan penyuluhan guna meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.
2. Ikut memajukan usaha-usaha wisata yang lain dan juga daerah tujuan wisata di berbagai daerah dan menonjolkan ciri khas yang dimiliki sehingga memiliki daya saing yang kuat.
3. Perusahaan berusaha menanamkan citra baik perusahaan dalam benak konsumen dan ikut menumbuhkan perjalanan wisata dalam lingkungan yang nyaman, religius, bersih, indah dan aman terhadap wisatawan sehingga konsumen ingin menggunakannya kembali.

## 2.3 Organisasi Perusahaan

### 2.3.1 Struktur Organisasi Duta Nusa Tour

Kata organisasi mempunyai dua pengertian umum, pengertian pertama menandakan suatu lembaga atau kelompok yang fungsional seperti organisasi perusahaan. Pengertian kedua berkenaan dengan proses pengorganisasian, sebagai salah satu cara dalam mana kegiatan organisasi dialokasikan atau dialihkan dan ditugaskan diantara para anggotanya agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan efisien. Dalam hal ini organisasi penyelenggaraan suatu tour banyak bergantung pada luas operasinya suatu biro perjalanan wisata yang bersangkutan.

Duta Nusa Tour mempunyai kantor pusat pada satu kota, sedangkan pada tiap-tiap kota yang penting dijumpai pula kantor-kantor cabang atau perwakilan (*representative*). Duta Nusa Tour merupakan organisasi penyelenggara suatu tours, yang diselenggarakan banyak bergantung pada *representative* yang bersangkutan dengan tours yang diadakan dan lebih banyak kegiatannya di dalam negeri boleh dibilang belum ada kegiatannya ke luar negeri.

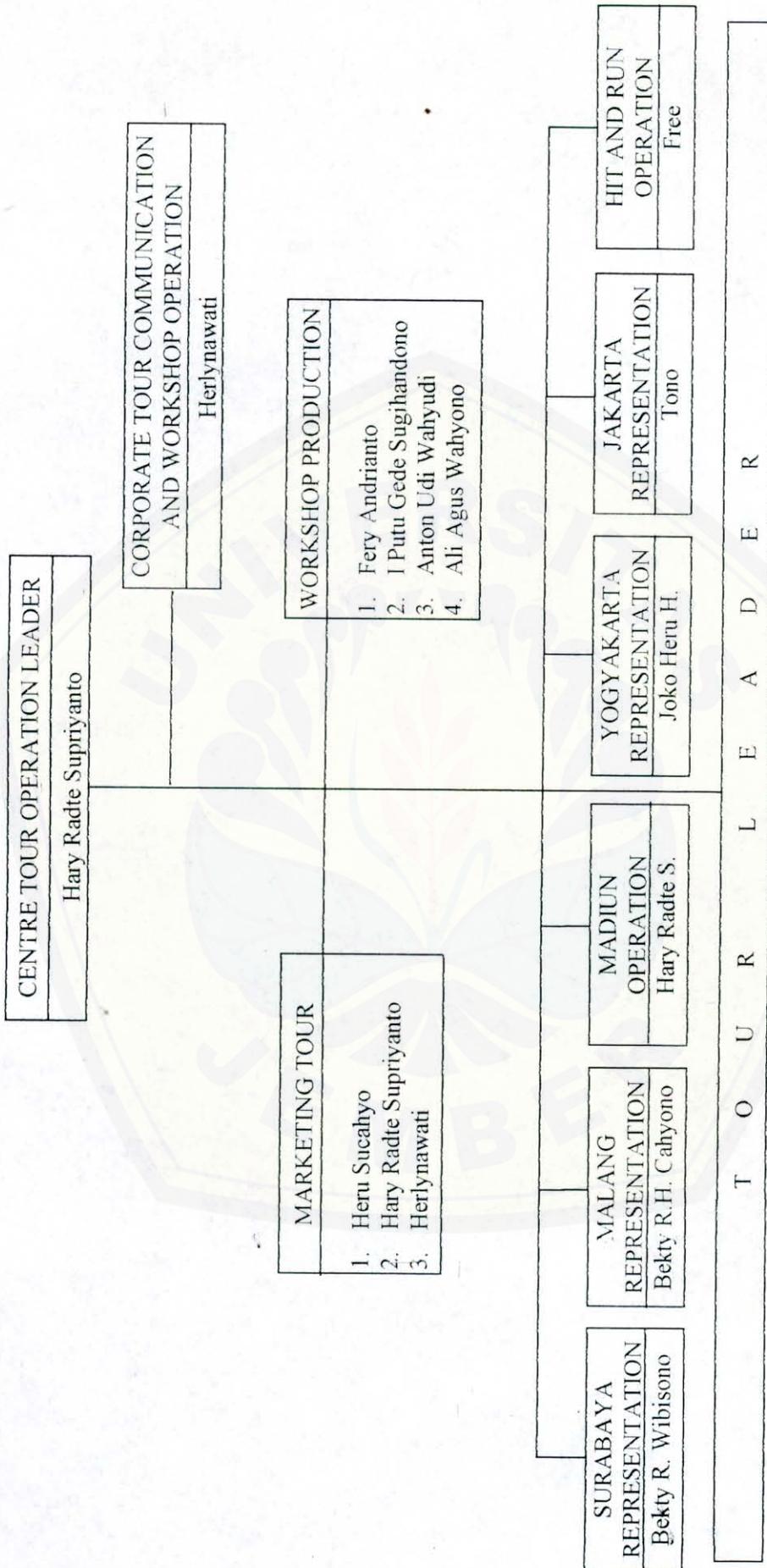
Pada prinsipnya semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk menghasilkan suatu produk atau jasa diharapkan dapat berjalan dengan lancar. Untuk itu diperlukan suatu pendelegasian wewenang secara tepat dan baik. Syarat mutlak untuk melaksanakan hal tersebut diperlukan manajemen yang benar-benar profesional dengan membuat suatu perencanaan-perencanaan dan tindakan-tindakan yang perlu diantisipasi untuk masa-masa akan datang yang semakin kompetitif. Maka perlu pengorganisasian yang baik untuk menunjang pelaksanaan kerja dengan menetapkan kedudukan masing-masing dalam hubungan antara yang satu dengan yang lainnya. Sehingga menjadi jelas tanpa adanya kesimpangsiuran dalam menjalankan wewenang dan mempertanggungjawabkan tugasnya.

Biro perjalanan wisata Duta Nusa Tour dalam penetapan pekerjaan dan pelaksanaannya telah berjalan dengan baik agar tujuan yang ingin dicapai akan dapat terlaksana secara efektif dan efisien. Untuk menunjang terlaksananya tujuan tersebut diperlukan adanya pengorganisasian yang tepat pula. Karena organisasi merupakan

suatu penetapan dan pembagian pekerjaan yang akan dilakukan untuk pembatasan tugas-tugas atau tanggungjawab serta wewenang dan penetapan hubungan antara unsur-unsur organisasi sehingga memungkinkan orang-orang dapat bekerja sama seefektif mungkin untuk mencapai tujuan. Jadi pengorganisasian dapat dimaksudkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan dengan menetapkan kedudukan masing-masing dalam hubungannya antara yang satu dengan yang lainnya.

Perlu adanya suatu pengelolaan dan pengelompokan kerja yang berhubungan antara yang satu dengan yang lain. Penempatan masing-masing orang pada kelompok kerja tersebut sesuai dengan kecakapan yang dimiliki, untuk itu perlu adanya struktur organisasi guna memperoleh bentuk kerja sama yang paling efektif. Struktur organisasi di Duta Nusa Tour ini terbentuk pada tahun 1998, sedangkan sebelumnya sejak awal pendirian belum ada struktur organisasi. Hal ini disebabkan karena keterbatasan karyawan tetap sehingga pelimpahan wewenang dan tanggung jawab langsung ditangani oleh pemilik. Sebagai organisasi yang berbadan hukum Duta Nusa Tour memiliki struktur organisasi sebagai berikut :

Struktur Organisasi Duta Nusa Tour



Sumber data: Duta Nusa Tour

Terbentuknya struktur organisasi Duta Nusa Tour dapat diketahui bahwa pembatasan tugas-tugas atau tanggungjawab serta wewenang masing-masing karyawan. Pimpinan Duta Nusa Tour atau *centre tour operation leader* dipegang sendiri oleh pemilik yang dibantu oleh beberapa karyawan yang mana karyawan tersebut sudah dibagi tugasnya masing-masing berdasarkan kecakapan dan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing karyawan tersebut. *Corporate tour communication and workshop operation* yang kedudukannya tepat di bawah *centre tour operation leader*. Staff ini yang membantu *centre tour operation leader* dalam mencatat segala sesuatu yang bersangkutan dengan kegiatan yang dilakukan untuk perusahaan lebih tepatnya sebagai sekretaris dan sebagai *public relation*. Ada dua staff yang kedudukannya sama atau sejajar yang terletak di bawah staff *Corporate tour communication and workshop operation* yaitu *marketing tour* dan *workshop production*. *Marketing tour* disini sebagai pemasar paket-paket wisata dimana pimpinan Duta Nusa Tour atau *centre tour operation leader* dan *Corporate tour communication and workshop operation* ikut serta andil dalam bagian ini. Sedangkan *workshop production* dalam kerjanya bertanggungjawab atas perlengkapan-pelengkapan pelayanan tour. Duta Nusa Tour juga memiliki beberapa *representation* di kota-kota besar seperti Surabaya, Malang, Yogyakarta, dan Jakarta yang mana dalam struktur organisasi kedudukannya terletak di bawah *marketing tour* dan *workshop production*. *Hit and run operation* dan *Madiun operation* kedudukannya sejajar dengan *representation*, dalam hal ini sudah jelas *Madiun operation* adalah pusat dalam produksi paket-paket wisata yang akan dijual. Seluruh karyawan Duta Nusa Tour selain bekerja sesuai dengan tugas dan tanggung-jawabnya dapat juga menjual paket-paket wisata Duta Nusa Tour kepada konsumen secara langsung dengan harga yang sudah ditetapkan oleh Duta Nusa Tour. Karyawan bisa juga masuk pada staff *Hit and run operation*, hal ini yang menjadikan bahwa *Hit and run operation free*. Dalam struktur organisasi staff yang letaknya berada di bawah sendiri adalah *tour leader* yang bertugas mengantar wisatawan ke daerah tujuan wisata.

Duta Nusa Tour memiliki bentuk struktur organisasi garis dan staff maka kekuasaan dan tanggungjawab mengalir dalam suatu garis lurus dari bagian puncak yaitu *centre tour operation leader* ke bagian bawah atau bawahan dan perwakilan-perwakilan (*representation*) ditunjuk untuk memasarkan paket-paket wisata Duta Nusa Tour pada kota-kota di mana mereka berada. Garis vertikal dari *centre tour operation leader* ke bagian bawah atau bawahan menunjukkan pula bahwa pemberian tugas dan kebijakan langsung dari *centre tour operation leader* sendiri.

Bentuk struktur organisasi Duta Nusa Tour di atas dapat diketahui bahwa Duta Nusa Tour memiliki beberapa staff dengan kedudukan yang berbeda, walaupun kedudukan staff berbeda tetapi staff-staff tersebut adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Maksudnya keseluruhan staff harus saling bekerja sama dan apabila salah satu staffnya tidak berfungsi atau tidak bekerja sama dengan staff yang lain maka organisasi tersebut bisa dikatakan tidak akan berhasil dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Duta Nusa Tour dalam pelaksanaan tour membutuhkan *tour leader* untuk mengantar wisatawan ke daerah tujuan wisata dan bertanggung jawab sepenuhnya atas kelancaran perjalanan, berikut daftar *tour leader* yang dimiliki oleh Duta Nusa Tour:

Tabel 4. Daftar Tour Leaders Duta Nusa Tour

No.	Name	Background	Domicile
1.	Lulus Sedyono	UNS – Solo	Kab. Madiun
2.	Agus Ali Wahyono	STM – Madiun	Kodya Madiun
3.	Joko Heru Handoko	UGM – Yogyakarta	Yogyakarta
4.	Agus Purwanto	IKIP – Malang	Kab. Situbondo
5.	Heru Sucahyono	UNS – Solo	Kab. Madiun
6.	Utomo	IKIP – Malang	Kab. Madiun
7.	Hariadi	IKIP – Surabaya	Kab. Madiun
8.	Sunarto Dewo	UII – Madiun	Kodya Madiun
9.	Heny Setyowati	WIMA – Madiun	Kodya Madiun
10.	Jumadi	IKIP – Surabaya	Kab. Madiun
11.	Suprayitno	Unej - Jember	Kab. Madiun
12.	I Dewa G. Ary Pamayun	Udayana – Bali	Kodya Denpasar
13.	Garete	Unram – Mataram	Kodya Denpasar
14.	Aris Yudhi Kartika	IPB – Bogor	Sragen
15.	Sunarwan	IKIP – Madiun	Sragen
16.	Ospia Dinata	SMA – Banjarmasin	Kab. Madiun
17.	Udi Wahyudi	STM – Madiun	Kodya Madiun
18.	I Nyoman Dedy	SMA – Madiun	Kodya Madiun
19.	I Putu G. Sugihandono	UPN – Yogyakarta	Kodya Madiun
20.	Darmawan	Undar – Jombang	Kab. Situbondo
21.	Gathot Indiarito	WIMA – Madiun	Kab. Madiun
22.	Suryanto	Unej - Jember	Kab. Madiun
23.	Bekty Renggo Hery C.	Unibraw – Malang	Kodya Malang

Sumber data : Duta Nusa Tour

### 2.3.2 Job Description Duta Nusa Tour

Duta Nusa Tour dalam memberikan jasa pelayanan pada konsumen secara efektif memerlukan *skill* (keahlian) yang harus dimiliki oleh masing-masing karyawan sesuai dengan bidangnya. Untuk memperoleh pendayagunaan yang optimal pihak biro memberikan imbalan terhadap apa yang telah dilakukan oleh setiap karyawan berkenaan dengan tugas-tugasnya sesuai dengan prestasi dan fungsinya masing-masing. Penilaian prestasi karyawan dilakukan melalui evaluasi yang ketat, berkala dan obyektif. Bagi karyawan yang berprestasi seperti tingkat disiplin yang tinggi, loyal, dan kreatif akan mendapatkan penilaian yang berhubungan dengan promosi jabatan dan imbalan langsung lainnya. Bagi karyawan yang berprestasi kurang baik atau pelanggaran akan diberikan pengarahan dan kesempatan untuk memperbaiki prestasi kerjanya. Penilaian berkala dan ketat mempunyai tujuan untuk meningkatkan dan menjaga tingkat disiplin dan loyalitas yang sudah ada. Maka dalam operasi usaha pemilik juga selaku manajer sepenuhnya memberi tugas dan tanggung jawab kepada masing-masing jabatan yang dipegang karyawan Duta Nusa Tour, sebagai berikut :

#### a. Centre Tour Operation Leader

- Memimpin perusahaan, membuat keputusan dan menetapkan rencana perusahaan beserta pedoman pelaksanaannya.
- Pengendali pelaksanaan pelayanan perjalanan wisata.
- Bertanggung jawab atas maju mundurnya biro perjalanan wisata Duta Nusa Tour secara umum.
- Mengadakan hubungan dengan pihak-pihak luar mengenai hal-hal yang berhubungan dengan perusahaan.
- Penyedia komponen-komponen fasilitas wisata.

#### b. Corporate Tour Communication dan Workshop Operation

- Sebagai *Public Relation* untuk kepentingan marketing dan citra biro perjalanan wisata Duta Nusa Tour.
- Bertanggung jawab atas laporan keuangan biro perjalanan.

- Pelaksana kerjasama dengan komponen-komponen faktor wisata.
- Selaku pimpinan operasional *tour workshop*.

c. *Marketing Tour*

- Sebagai pemasar produk-produk program paket wisata.
- Pemasaran tour intensif berdasarkan kemampuan penyedia fasilitas-fasilitas komponen wisata.

d. *Workshop Production*

- Memperoduksi sarana dan prasarana atas perlengkapan-perengkapan pelayanan tour.
- Memproduksi dan bertanggung jawab atas perlengkapan-perengkapan pelayanan tour.

e. *Surabaya Representation, Malang Representation, Yogyakarta Representation dan Jakarta Representation*

Perwakilan pemasaran marketing yang ada di kota Surabaya, Malang, Yogyakarta dan Jakarta maksudnya perwakilan tersebut bertugas memasarkan dan menawarkan produk jasanya kepada pelanggan atau konsumen secara langsung.

f. *Madiun Operation dan Hit and Run Operation*

- Selain sebagai pusat operasi Madiun Operation juga sebagai perwakilan pemasaran marketing yang ada di kota Madiun dan sekitarnya.
- Sebagai pelaksana dan penyedia fasilitas-fasilitas perjalanan paket wisata.

g. *Tour Leaders*

- Sebagai pelaksana dan pengantar wisatawan sesuai dengan jadwal program wisata yang telah disepakati oleh wisatawan.
- Bertanggung jawab sepenuhnya atas kelancaran perjalanan wisata.
- Membuat suasana dalam perjalanan menyenangkan dan nyaman sehingga peserta wisata memiliki kesan yang baik pada waktu menggunakan jasa transportasi tersebut.



### III. PELAKSANAAN KEGIATAN KULIAH KERJA

#### 3.1 Deskripsi Pelaksanaan Kuliah Kerja

Kuliah kerja yang dilaksanakan pada bulan Maret 2001 sampai dengan bulan April 2001 di biro perjalanan wisata Duta Nusa Tour Madiun dengan program kegiatan kuliah kerja, sebagai berikut :

- a. Minggu pertama Maret 2001 observasi kerja pada Duta Nusa Tour sebagai pembina Ibu Lina.

Kegiatan minggu pertama ini penulis dituntut untuk dapat memahami apa yang harus dikerjakan pada usaha perjalanan wisata tersebut, sebab usaha ini berbeda dengan usaha industri yang lain. Yang membedakan dalam usaha ini yaitu yang dihasilkan adalah produk jasa. Konsumen yang membutuhkan produk jasa hanya bisa merasakan manfaatnya setelah mereka membeli produk jasa tersebut. Pelanggan hanya bisa mendapatkan kepuasan jika mereka memperoleh pelayanan yang baik dari perusahaan jasa tersebut. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang bisa memenuhi keinginan pelanggan. Seorang pelanggan pasti menginginkan kebutuhan-kebutuhan mereka selama melakukan perjalanan wisata dapat terpenuhi. Kebutuhan mereka seperti menginginkan penginapan yang bersih dan transportasi yang memadai seperti dengan tempat duduk yang nyaman.

Wisatawan membeli jasa Duta Nusa Tour maka wisatawan harus membayar di muka atas dasar kepercayaan dengan perjanjian bahwa ia akan diberi pelayanan setelah transaksi selesai dilakukan. Oleh karena itu kepercayaan pelanggan perlu dijaga agar tidak terjadi keragu-raguan bagi orang yang melakukan perjalanan wisata melalui biro perjalanan wisata. Dari sini sudah jelas bahwa dalam usaha perjalanan wisata tidak hanya menyelenggarakan, mengatur dan menyediakan paket perjalanan wisata bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan wisata tetapi juga dibutuhkan performance baik performance perusahaan maupun performance karyawan yang dapat dipercaya oleh para calon wisatawan.

Minggu ini juga mengikuti kegiatan tour ke Bromo - Taman Safari Prigen - Surabaya sebagai pembina Bapak Lulus. Dalam kegiatan tour ini sebelumnya pengelola Bromo tour mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan pada saat perjalanan seperti P3K dan perlengkapan lainnya yang diberikan kepada masing-masing peserta seperti emblem (lencana). Emblem ini bertuliskan Duta Nusa Tour dan bergambar logo Duta Nusa Tour yang berguna sebagai pengenalan peserta tour bahwa mereka menggunakan biro perjalanan wisata tersebut. Hal ini mempermudah kerja *tour leader* dalam mengawasi peserta wisata sehingga tidak terjadi yang namanya peserta wisata tertinggal dengan rombongannya. Pengelola juga mempersiapkan asuransi bagi para peserta wisata, dalam hal ini pihak Duta Nusa Tour bekerja sama dengan pihak asuransi Jasindo dan juga mempersiapkan perlengkapan seperti *identity card*. Kartu ini selain sebagai kartu pengenalan juga untuk mengetahui di mana peserta wisata tersebut menginap dan di kamar nomor berapa serta tempat duduk mereka dalam kendaraan (bus). Dibagikan pula kartu untuk pengenalan barang bawaan bagi peserta wisata agar tidak saling tertukar, kartu ini disebut dengan *baggage card*. Sebelum keberangkatan penulis membantu mempersiapkan perlengkapan tour tersebut dan pada keberangkatan penulis membantu membagikan perlengkapan tersebut kepada masing-masing peserta wisata. Sebelum keberangkatan para *tour leader* mengingatkan pada peserta wisata akan kondisi daerah tujuan wisata tersebut sehingga bawaan yang benar-benar diperlukan jelas. Seperti dalam tour ini kondisi daerah tujuan wisata yang begitu dingin perlu membawa baju hangat. *Tour leader* juga menjelaskan peraturan yang harus dipatuhi peserta wisata pada saat di dalam kendaraan seperti dilarang merokok dalam kendaraan, juga menjelaskan sistem transportasinya misalnya peserta wisata dari kota Madiun maka sistem transportasinya sebagai berikut dari Madiun ke Sukapura menggunakan bus, Sukapura ke Cemoro Lawang menggunakan L-300 (Bison) yang sudah termasuk dalam biaya paket tour. Sedangkan Cemoro Lawang ke Puncak Bromo peserta wisata diberi

kesempatan untuk memilih jalan kaki atau menggunakan jip hardtop dengan biaya sendiri tidak termasuk dalam biaya paket tour.

Dalam perjalanan *tour leader* harus bisa membuat suasana dalam perjalanan tidak menjenuhkan misalnya dengan menceritakan tempat apa yang dilewati dalam perjalanan tersebut. Dengan begitu peserta wisata benar-benar terkesan sangat menyenangkan berwisata dengan menggunakan biro perjalanan wisata Duta Nusa Tour. *Tour leader* juga harus dapat mengatasi kemungkinan dalam perjalanan tidak sesuai dengan jadwal perjalanan yang telah dibuat. Jika terjadi dalam keadaan begini *tour leader* memberikan alternatif yang tidak merugikan kedua belah pihak yaitu peserta wisata dan pihak biro perjalanan wisata. Dalam Bromo Tour ini terjadi ketidaksesuaian waktu kunjungan dengan jadwal kunjungan yang ada seperti pada saat kunjungan ke Taman Safari Prigen waktu yang digunakan melebihi dengan waktu yang diberikan sehingga *tour leader* mengambil tindakan dengan memberikan alternatif kunjungan berikutnya ke Tunjungan Plaza atau ke industri tas Tanggulangin dengan pengambilan keputusan dengan suara terbanyak dari peserta wisata.

Dari uraian kegiatan tour tersebut merupakan salah satu contoh kegiatan *tour leader* dalam menangani peserta wisata secara langsung. Di sini penulis dituntut untuk bisa mengerjakan dan mengatasi kondisi serta kemungkinan yang akan terjadi apabila pelaksanaan tour tidak sesuai dengan jadwal perjalanan yang sudah ada.

- b. Minggu kedua Maret 2001 pengenalan pola marketing dan persiapan perlengkapan Bali tour I sebagai pembina Ibu Lina, Bapak Agus, Mas Fery dan Bapak Lulus.

Minggu ini penulis dijelaskan akan pola marketing yang digunakan Duta Nusa Tour dalam memasarkan paket-paket perjalanan wisata yaitu menggunakan salah satu bentuk promosi dengan *personal selling*. Dalam menawarkan paket-paket wisata Duta Nusa Tour dibutuhkan kecakapan dalam menjual jasanya yang hasilnya banyak bergantung kegiatan *personal selling*, hal ini tidak terlepas dari

sumber daya manusianya yang memiliki kepandaian yang diperoleh dari pengalaman.

Pada dasarnya kesanggupan dan kepandaian sumber daya manusianya sangat dibutuhkan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Pelayanan yang baik dan tidaknya sudah pasti bergantung pada sikap dan tindakan para karyawan yang langsung menghadapi konsumen, sebab sikap dan tindakan karyawan akan membawa nama baik Duta Nusa Tour. Dengan sikap dan tindakan karyawan tersebut akan membuat citra Duta Nusa Tour semakin baik. Akan tetapi kepuasan pelanggan bergantung pada sopan santun, sikap berterus terang selalu berkeinginan membantu untuk memenuhi segala kebutuhan seorang pelanggan yang hendak mengadakan perjalanan. Biro perjalanan wisata Duta Nusa Tour menitik beratkan pada pelayanan secara langsung walaupun para calon wisatawan membayar di muka dengan perjanjian bahwa ia akan diberi pelayanan setelah transaksi selesai dilakukan, sehingga pembeli mendapat kepuasan dan penjual mendapat keuntungan maksimal dengan resiko seminimal mungkin. Dalam hal ini Duta Nusa Tour mengadakan komunikasi secara langsung dengan para calon wisatawan untuk menentukan serta mempengaruhi keinginan calon wisatawan untuk berwisata dengan menggunakan jasa Duta Nusa Tour. Duta Nusa Tour menawarkan fasilitas-fasilitas dan *fee* yang diberikan kepada pimpinan rombongan wisata tersebut sedikit berbeda dengan anggota peserta tour.

Duta Nusa Tour menjual paket-paket perjalanan wisata yang tidak baku maka para konsumen bisa memilih daerah tujuan wisata yang diinginkan sesuai dengan kemampuan mereka. Hal ini yang menyebabkan paket-paket perjalanan wisata Duta Nusa Tour banyak diminati oleh konsumen, terjualnya paket-paket wisata tersebut maka sebagai penyedia dalam hal ini Duta Nusa Tour berkewajiban untuk menyelenggarakan tours yang telah dibeli oleh calon wisatawan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

Sebelum kegiatan tours dilaksanakan penulis membantu Duta Nusa Tour untuk mempersiapkan perlengkapan, seperti mempersiapkan perlengkapan Bali

Tour I. Dalam mempersiapkan perlengkapan Bali Tour I sama dengan dalam mempersiapkan perlengkapan Bromo Tour, perlengkapan tersebut seperti P3K, emblem, asuransi, *baggage*, dan *identity card* serta buku panduan bila peserta memesannya. Buku panduan ini berisi denah *seat* dalam bus, denah hotel dengan daftar nama peserta wisata sehingga peserta tahu dimana mereka harus duduk dalam bus dan menginap di hotel mana dan kamar nomor berapa. Buku panduan selain berisi denah *seat* dan denah hotel, buku ini juga berisi tentang tempat-tempat wisata yang nantinya akan dikunjungi dengan menceritakan dan menggambarkan tempat wisata tersebut agar para peserta wisata sebelum berkunjung mereka dapat menggambarkan sehingga mereka benar-benar tertarik akan tempat wisata tersebut. Dalam pemesanan buku panduan ini tidak termasuk dalam biaya paket tour, ada penambahan biaya untuk pembuatan buku panduan ini sebesar Rp. 2.500,-.

Duta Nusa Tour bekerja sama dengan komponen pariwisata yaitu penginapan dan restoran sehingga dalam pelaksanaan tour Duta Nusa Tour hanya menginformasikan keberangkatan tour dan mentransfer biaya yang diminta oleh pihak-pihak komponen pariwisata tersebut. Biaya Bali Tour I disesuaikan dan ditentukan pada klasifikasi hotel dan catering, dalam hal ini Duta Nusa Tour tidak hanya bekerja sama dengan hanya satu hotel dan satu restaurant saja tetapi bekerjasama dengan beberapa hotel di Bali diantaranya Hotel Catur Adi Putra, Hotel Darma Wisata, Hotel Sahid, dan Bali Eka serta restaurant yang ada di Bali salah satunya Restaurant Soka dan beberapa restaurant di Jawa Timur seperti Restaurant Tongas Asri dan Restaurant Puritama.

Duta Nusa Tour mempunyai perwakilan di lokasi penyeberangan Ketapang-Gilimanuk, perwakilan ini khusus menangani penyeberangan rombongan peserta wisata yang menggunakan biro perjalanan wisata ini baik penyeberangan dari Ketapang-Gilimanuk ataupun Gilimanuk-Ketapang. Hal ini untuk menjaga agar tidak terlalu lama antri untuk menyeberang sehingga tidak akan terjadi keterlambatan waktu kunjungan, akan tetapi jadwal perjalanan bisa

berubah sewaktu-waktu disesuaikan dengan kelancaran perjalanan. Duta Nusa Tour tidak hanya memiliki perwakilan di lokasi penyeberangan tetapi juga memiliki perwakilan di Denpasar Bali. Perwakilan ini bertugas menyediakan dan mengatur kebutuhan guide untuk para peserta wisata, guide ini adalah masyarakat asli Bali dari Universitas Udayana.

- c. Minggu ketiga Maret 2001 kegiatan kuliah kerja keliling loby dan marketing sebagai pembina Bapak Hary, Ibu Lina, Bapak Lulus dan Mas Fery.

Kegiatan dalam minggu ini penulis ditugaskan untuk kunjungan *market* di kabupaten Ponorogo, dengan sasaran *market* pada instansi dan sekolah-sekolah di Kabupaten Ponorogo. Dalam kunjungan *market* hari pertama berkunjung ke SMKN 1 Ponorogo, Dinas Kesehatan Ponorogo, SLTP 1 Ponorogo dan SMK Brawijaya. Hari kedua ke SMUN 1 Ponorogo, SMKN 1 Jenangan Ponorogo dan SMUN 1 Mlarak Ponorogo. Hari-hari berikutnya ke BKKBN Ponorogo, SMUN 3 Ponorogo dan SMUN Sambit Ponorogo.

Kegiatan kunjungan ini penulis dituntut untuk bisa menawarkan paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan biro perjalanan wisata Duta Nusa Tour. Dalam memasarkan produk jasa yang ditawarkan Duta Nusa Tour sebelumnya harus memahami terlebih dahulu apa yang akan ditawarkan pada konsumen sehingga bila ada pertanyaan dari konsumen bisa menjawab tanpa ada keraguan atau kesulitan untuk menjawabnya. Di dalam mempromosikan produk jasa yang ditawarkan Duta Nusa Tour dengan *personal selling* penulis dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan baik. Berkomunikasi dengan baik harus ditunjang dengan penggunaan bahasa yang tepat maksudnya menggunakan bahasa dalam menjelaskan kepada para calon wisatawan, tidak berbelit-belit dan mudah dipahami oleh calon wisatawan. Usahakan bertanya sedikit mungkin pada waktu hendak menjual produk jasa tersebut dan tunjukkan sikap yang menaruh keinginan untuk membantu dalam memilih macam paket perjalanan wisata yang akan dilakukannya. Memberi pelanggan kesempatan untuk berbicara dan bertanya tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan paket-paket perjalanan wisata

yang ditawarkan dan kemudian diberi jawaban dengan singkat dan jelas. Sebab keterangan yang singkat dan jelas serta meyakinkan bisa memberi kesan yang memuaskan dari pada argumentasi yang panjang lebar sampai melewati batas kemampuan. Bila pelanggan menemui kesulitan dalam menentukan pilihan pada paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan maka harus bersikap tenang, sabar dan berusaha menolong pelanggan dengan memberi saran-saran yang bijaksana tetapi tidak boleh sampai pelanggan merasa didesak oleh saran-saran tersebut. Dalam menghadapi pelanggan yang sikapnya menunjukkan ketidaktertarikan pada paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan maka tunjukkan sikap tetap ramah dan tetap berusaha meyakinkan pelanggan akan paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan. Setiap selesai dalam menawarkan produk jasa yang ditawarkan pada para calon wisatawan diusahakan meminta nama dan alamatnya, sehingga lebih mudah untuk menghubungi pelanggan jika mereka berkeinginan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Dalam mempromosikan paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan Duta Nusa Tour pada para calon wisatawan harus jujur, terus terang, dan terbuka sehingga pelanggan tidak merasa curiga dan bahkan bisa membuat pelanggan terkesan dan percaya dengan jasa yang ditawarkan Duta Nusa Tour. Dalam mempromosikan paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan Duta Nusa Tour secara langsung kepada para calon wisatawan selain harus dapat berkomunikasi dengan baik juga disertai dengan pribadi yang menarik. Hal ini bisa membuat pelanggan semakin yakin dan percaya dengan produk jasa yang ditawarkan sebab dilihat dari penampilan orangnya bisa dipercaya dan meyakinkan. Duta Nusa Tour sangat bersungguh-sungguh dalam memberikan kepuasan pada para pelanggannya sehingga memungkinkan pelanggan mengadakan perjalanan sekali lagi dengan Duta Nusa Tour.

Penulis juga melakukan kunjungan *market* ke sekolah yang tidak memiliki program wisata seperti SLTP 5 Madiun, dalam mempromosikan paket-paket wisata yang ditawarkan Duta Nusa Tour dalam kondisi yang demikian diharapkan dapat membujuk dan meyakinkan mereka sehingga mereka tergugah untuk

mengadakan program wisata dengan menggunakan produk jasa Duta Nusa Tour. Hal ini disebabkan ketertarikan mereka pada paket-paket wisata yang ditawarkan oleh Duta Nusa Tour.

- d. Minggu keempat Maret 2001 persiapan perlengkapan Bali Tour II dan mengikuti presentasi teknis sebagai pembina Bapak Hary, Ibu Lina, Bapak Agus, dan Bapak Tomo.

Kegiatan minggu ini mempersiapkan perlengkapan Bali Tour II, dalam persiapan perlengkapan Bali Tour II sama dengan perlengkapan Bali Tour I. Yang membedakan antara Bali Tour I dan Bali Tour II yaitu jumlah peserta wisatanya lebih banyak Bali Tour II. Peserta wisata Bali Tour I yaitu rombongan dari Bapak dan Ibu Guru SLTP I Sukomoro Nganjuk yang menggunakan hanya satu bus dan dari Bapak dan Ibu Guru SLTPN 5 Sawahan Madiun dengan menggunakan 2 bus, sedangkan Bali Tour II rombongan dari siswa-siswi SMUN 3 Magetan dengan menggunakan 5 bus pariwisata. Dalam pelaksanaan Bali Tour I tidak ada kendala yang dapat menghambat perjalanan baik dari pihak pengelola Duta Nusa Tour maupun dari peserta wisata. Sedangkan dalam pelaksanaan Bali Tour II ada sedikit kendala yang disebabkan dari pihak pengelola Duta Nusa Tour. Pada saat keberangkatan pihak Duta Nusa Tour belum menerima keseluruhan pembayaran yang disebabkan salah satu karyawannya sehingga Duta Nusa Tour hanya menghubungi restaurant dan memesan kamar pada hotel yang bersangkutan dengan perjanjian pembayaran akan diselesaikan secepatnya. Dalam kondisi begini pimpinan biro perjalanan wisata disamping menyadari benar apa tugas yang harus dikerjakan, harus pula mengetahui langkah-langkah apa yang harus ditempuh untuk mengatasi kendala tersebut sehingga dapat teratasi. Disinilah peran pimpinan sangat dominan dalam memberikan kebijakan-kebijakan untuk organisasinya. Pada akhirnya pihak Duta Nusa Tour dapat mengatasi kendala tersebut dan Bali Tour II dalam pelaksanaannya boleh dikatakan sukses sama dengan pelaksanaan Bali Tour I. Terjadinya kendala seperti ini kemungkinan disebabkan pimpinan di dalam memilih karyawan yang akan dipekerjakan kurang

berpengalaman dalam bidangnya sehingga mereka tidak tahu bahwa dalam usaha yang menghasilkan jasa sangat perlu memberikan kepuasan pada para pelanggannya sehingga perusahaan dapat melanjutkan usahanya pada masa yang akan datang.

Kegiatan minggu ini penulis juga mengikuti presentasi teknis ke SMUN 3 Madiun dan ke SMUN 1 Magetan. Dalam pelaksanaan presentasi ke SMUN 1 Magetan hanya menjelaskan penggunaan perlengkapan yang diberikan pihak Duta Nusa Tour seperti *ID card*, *baggage card*, asuransi dan buku panduan, yang masing-masing peserta wisata mendapatkannya masing-masing satu. Sedangkan dalam pelaksanaan presentasi ke SMUN 3 Madiun penulis dan satu wakil dari pihak Duta Nusa Tour yang menjelaskan kepada wakil-wakil kelas tentang paket-paket perjalanan wisata Duta Nusa Tour. Dalam presentasi ini yang paling utama penjelasan tentang biaya tour selain obyek dan atraksi wisata yang akan dilihat, kendaraan yang akan digunakan, lamanya perjalanan, akomodasi yang akan dipakai, kepastian jam keberangkatan dan peraturan-peraturan pada saat dalam kendaraan seperti salah satu peraturannya tidak boleh merokok pada saat di dalam kendaraan. Menjelaskan juga akan kepastian biaya tour dengan menjelaskan pula fasilitas yang nantinya mereka dapat. Dalam menentukan biaya tour pihak Duta Nusa Tour tidak menurunkan harga dengan tujuan untuk menarik pelanggan sebab hal ini akan menyebabkan kerugian sendiri bagi perusahaan. Penetapan harga disesuaikan dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan sehingga perusahaan tidak akan merugi, bahkan perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang lebih banyak jika meningkatkan pelayanan yang baik sehingga konsumen terpuaskan dengan jasa tersebut dan berkeinginan menggunakan jasa Duta Nusa Tour kembali. Dalam mempresentasikan paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan diusahakan dalam penyampaiannya secara singkat tetapi jelas. Pelanggan diberi kesempatan untuk bertanya tentang paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan tersebut kemudian diberi jawaban dengan singkat, jelas dan meyakinkan, sehingga pelanggan mengerti dan puas akan jawaban tersebut.

### 3.2 Implikasi Kebijakan dan Penilaian terhadap Pelaksanaan Kegiatan Perusahaan

Saat ini usaha di bidang industri pariwisata sangat menjanjikan khususnya biro perjalanan wisata, hal ini disebabkan karena manusia yang semakin dinamis dan kedinamisannya terwujud dalam keinginan untuk melakukan perjalanan. Walaupun dalam usaha ini sangat menjanjikan bukan berarti mudah dalam mendirikannya. Sebagian besar orang beranggapan bahwa perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha perjalanan wisata dapat begitu saja menentukan harga atau tarif jasa yang dijualnya. Angapan tersebut salah sebab sesungguhnya suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha perjalanan wisata biasanya memperoleh keuntungan hanya dari komisi-komisi yang diperolehnya dari macam-macam kegiatan yang dilakukannya. Seperti halnya biro perjalanan Duta Nusa Tour pada saat Duta Nusa Tour mengirimkan tamu untuk menginap pada suatu hotel maka Duta Nusa Tour akan memperoleh komisi sebesar yang telah ditentukan bersama.

Kebijakan biro perjalanan wisata Duta Nusa Tour supaya sukses dan dikenal masyarakat luas diperlukan sebuah analisis SWOT. Menurut Rangkuti (1997:18) analisi SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi harus menganalisis kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman perusahaan dari kondisi yang ada saat ini.

Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strength* dan *weakness* serta lingkungan eksternal *opportunity* dan *threat*. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) yang berkembang dan

ancaman (*threat*) dari pesaing dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) perusahaan. Dari uraian di atas yang dimaksud dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman adalah :

- a. Kekuatan (*strength*) adalah suatu keunggulan sumber daya, ketrampilan atau kemampuan lainnya terhadap pesaing dan kebutuhan dari pasar yang dilayani atau hendak dilayani.
- b. Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, ketrampilan, dan kemampuan yang menghalangi kinerja perusahaan.
- c. Peluang (*opportunity*) adalah situasi yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.
- d. Ancaman (*threat*) adalah situasi yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

Pimpinan suatu organisasi setiap hari berusaha mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Kegiatannya meliputi pengamatan secara hati-hati persaingan serta harapan dan keinginan konsumen yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman. Seperti halnya pimpinan Duta Nusa Tour melakukan kegiatan tersebut guna mengidentifikasi segala sesuatu yang menjadi kekuatan, tantangan, peluang, dan ancaman yang sekarang maupun yang akan dihadapi nantinya dalam mengembangkan usaha perjalanan wisata tersebut. Berikut analisis SWOT sebagai alat formulasi strategi pada biro perjalanan wisata Duta Nusa Tour :

1. Kekuatan (*strenghts*)
  - a. Duta Nusa Tour memiliki perwakilan di beberapa kota besar di Indonesia, hal ini memungkinkan dalam kegiatan promosi sebab dapat lebih mudah dikenal tidak hanya di Madiun tetapi juga di kota-kota lain.
  - b. Perwakilan Duta Nusa Tour di beberapa kota besar seperti Malang, Yogyakarta, Surabaya dan Jakarta berpengalaman di bidang penjualan dan pelayanan sehingga lebih mudah dalam melakukan kegiatan *sales promotion*.

- c. Citra biro perjalanan yang sudah dikenal oleh masyarakat Madiun dan kota-kota di sekitar wilayah Madiun dan reputasi yang baik dalam pelayanan.
- d. Memiliki paket-paket wisata yang tidak baku sehingga calon pelanggan bisa memilih daerah tujuan wisata yang dikehendaknya sesuai dengan kemampuan dan keinginan mereka.

Paket wisata seperti banyak diminati oleh rombongan kecil atau keluarga.

## 2. Kelemahan (*weakness*)

- a. Duta Nusa Tours memiliki tenaga yang tidak mempunyai *skill* yang ahli dalam bidangnya sehingga dalam pelaksanaan tour memerlukan 2 sampai 3 orang untuk membantu kerja *tour leadernya*. Hal ini tidak menunjukkan efisiensi tenaga kerja dan biaya.
- b. Menempatkan atau memperjakan kaum kerabat atau famili dalam perusahaan tanpa melihat keahlian yang ada padanya.
- c. Memiliki sumber daya manusia yang tidak berpengalaman di bidang penjualan dan pelayanan.
- d. Kecilnya biaya promosi. Duta Nusa Tour mengalokasikan dana yang tidak begitu besar dalam kegiatan promosi.

## 3. Peluang (*opportunities*)

- a. Masih tingginya keinginan masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata sehingga daya beli masyarakat meningkat.
- b. Semakin tingginya kepercayaan konsumen terhadap produk jasa Duta Nusa Tour akan biaya tour yang sesuai dengan pelayanan yang diberikan.
- c. Duta Nusa Tour berada di Madiun dengan wilayah yang tidak terlalu luas sehingga mudah dikenal, selain itu Duta Nusa Tour bergerak dalam usaha lain yang masih mendukung usaha perjalanan yang merupakan usaha utama seperti : *rent car, reservasi hotel*, melayani pemesanan paspor, tiket pesawat dan kapal laut.

- d. Dengan paket wisata yang tidak baku membuat Duta Nusa Tour banyak diminati konsumen baik di kalangan keluarga, instansi pemerintah dan swasta. Hal ini merupakan peluang memperluas pangsa pasar di kota-kota lain.

#### 4. Ancaman (*threats*)

- a. Promosi besar-besaran dari pesaing.
- b. Munculnya pesaing yang umumnya mereka pernah sebagai karyawan Duta Nusa Tour secara otomatis mereka sedikit tahun tentang seluk-beluk Duta Nusa Tour seperti : Tiara Wisata dan Bintang Bali.
- c. Kemungkinan berpindahnya tenaga kerja ke perusahaan lain.
- d. Konsumen semakin sensitif terhadap harga.

Melihat segala kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki, Duta Nusa Tour dapat menentukan langkah-langkah yang perlu di ambil agar usahanya berjalan lancar dan sukses. Duta Nusa Tour selama ini mengatasinya dengan memperbaiki pelayanan dan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Dalam menghadapi pesaing dan merebut peluang yang ada, Duta Nusa Tour harus mampu membaca keinginan konsumen dan reaksinya terhadap paket-paket wisata yang ditawarkan, untuk itu Duta Nusa Tour meningkatkan efektivitas pemasaran melalui *personal selling*.

Kondisi pesaing yang semakin tajam menuntut Duta Nusa Tour untuk menyisihkan sebagian anggarannya, guna menunjang pengefektivan penjualan melalui kegiatan *personal selling*. Dalam mengadakan komunikasi langsung dengan pelanggan, berarti melibatkan aspek *psikologis marketer* dengan calon pelanggan tersebut. Agar komunikasi berjalan dengan baik perlu di perhatikan tiga hal, yaitu komunikator yang dalam hal ini tenaga penjual yang mewakili Duta Nusa Tour, isi pesan yang merupakan informasi yang perlu disampaikan pada pelanggan baru seperti menyangkut harga paket-paket perjalanan wisata, daerah tujuan wisata dan fasilitas lain yang disediakan Duta Nusa Tour, dan yang terakhir konsumen sebagai penerima pesan. Ketiga hal tersebut harus dapat dijaga dengan baik supaya perbedaan persepsi antar pelanggan baru dan tenaga penjual sebagai duta biro perjalanan wisata

Duta Nusa Tour dapat di cegah. Dengan mengadakan komunikasi secara langsung, umpan balik dari calon pelanggan dapat di peroleh secara cepat, di evaluasi, dan Duta Nusa Tour dapat memberikan reaksi akan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan secepatnya pula dan sedapatnya bisa memenuhi.

Menurut Yoeti (1985 : 40) *personal selling* adalah penyajian secara lisan dalam bentuk percakapan dengan tujuan untuk melakukan penjualan. Menurutnya cara penjualan dengan *personal selling* adalah cara yang paling tua dan unik tetapi penting, tidak mudah untuk di ulang dan dapat mencipta "Two-way communication" antara dua ide yang berlainan antara penjual dan pembeli. Walaupun *personal selling* adalah cara penjualan yang paling tua Duta Nusa Tour tetap memprioritaskan kegiatan penjualan dengan *personal selling* sebab cara ini adalah satu-satunya cara dari promosi yang dapat menggugah hati pembeli dengan segera serta pada tempat dan waktu itu juga di harapkan konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli. Hal ini dikarenakan bujukan dan dorongan dari tenaga penjual kepada konsumen sehingga konsumen menjadi yakin akan paket-paket perjalanan wisata yang di tawarkan oleh Duta Nusa Tour untuk menggunakan produk jasanya.

Menurut Kotler dan Andreasen (1995 : 750) *personal selling* adalah alat yang paling efektif pada tahap-tahap tertentu dari proses pengambilan keputusan tentang pelanggan, terutama dalam membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembeli. Hal ini dikarenakan *personal selling* memiliki tiga keunggulan unik, keunggulannya adalah sebagai berikut :

a. *Konfrontasi* pribadi.

Personal selling melibatkan hubungan yang hidup, langsung dan iteraktif antara dua orang atau lebih. Masing-masing pihak mampu mengamati kebutuhan dan karakteristik pihak lainnya secara dekat dan membuat penilaian langsung. Dalam hal ini Duta Nusa Tour sebagai penjual akan dapat mengetahui lebih dekat apa yang di inginkan konsumen terhadap produksinya serta dapat menyesuaikan diri dengan keadaan dan keinginan perorangan.

b. Perkembangan.

*Personal selling* memungkinkan terjadinya segala jenis hubungan, mulai dari hubungan penjualan yang tidak berbelit-belit sampai persahabatan pribadi yang mendalam. Duta Nusa Tour dalam menawarkan produk jasanya dengan berkomunikasi secara langsung dengan konsumen di usahakan santai atau tidak menegangkan sehingga tercipta keakrapan antara penjual dengan konsumen tetapi tetap serius pada tujuannya yaitu menjual paket-paket perjalanan wisata. Hal ini yang memungkinkan terjadinya hubungan persahabatan pribadi yang mendalam antara penjual dan konsumen. Dalam kebanyakan kasus penjual berusaha membujuk atau merayu *audiens* sasaran penjualan pada saat tertentu tergoda untuk memberi tekanan guna memancing keadaan, akan tetapi biasanya membiarkan pelanggan menyimpan ketertarikannya dalam hasil masing-masing.

c. *Respon.*

*Personal selling* membuat *audiens* merasa memiliki tanggung jawab karena telah mendengarkan penjual berbicara atau karena telah menyita waktunya, sehingga konsumen tersebut memiliki keharusan yang lebih besar untuk merespon, walaupun respon tersebut hanyalah “ucapan terima kasih” yang sopan.

Kegiatan *personal selling* merupakan salah satu kegiatan promosi yang di laksanakan dengan interaksi langsung, saling bertemu muka antara penjual dengan konsumen. Tujuan diadakan kegiatan *personal selling* ini adalah untuk dapat berkomunikasi secara langsung dengan pelangga dan calon pelanggan, sehingga upaya untuk meyakinkan paket-paket perjalanan wisata Duta Nusa Tour yang ditawarkan dapat lebih intensif. Komunikasi yang dilakukan kedua pihak bersifat individual sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan pembeli, dengan melakukan *personal selling* Duta Nusa Tour dapat mengambil beberapa keuntungan dari kegiatan ini seperti :

- a. Duta Nusa Tour dapat mencari pelanggan baru yang dianggap potensial secara langsung
- b. Calon Pelanggan dapat direspon secara lebih efektif, dengan respon tersebut sedapatnya Duta Nusa Tour sebagai penyedia paket-paket perjalanan wisata

memenuhi kebutuhan mereka dan disesuaikan dengan kemampuan masing-masing pelanggan.

- c. Duta Nusa Tour bisa lebih meyakinkan akan paket-paket perjalanan wisata secara langsung kepada calon pelanggan yang masih ragu-ragu untuk menggunakan jasa Duta Nusa Tour.
- d. Duta Nusa Tour dapat memberikan penjelasan secara langsung kepada calon pelanggan yang kurang jelas akan paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan.

Dengan keuntungan tersebut Duta Nusa Tour bisa meningkatkan penjualan, dari sini Duta Nusa Tour memperoleh *order* yang banyak tiap bulannya. Sasaran penjualan sebelumnya pada siswa-siswi SMP-SMP dan SMU-SMU di kota Madiun dan kini sudah memperluas sasaran penjualannya pada instansi-instansi pemerintah dan swasta, kalangan keluarga kelompok masyarakat desa dan kota di daerahnya bahkan sekarang sudah menjangkau kota-kota lain sekitar Madiun.

Usaha untuk melakukan komunikasi secara langsung dengan konsumen dalam beberapa hal memang lebih baik dan memiliki beberapa keuntungan yang dapat di peroleh Duta Nusa Tour sehingga dapat memperluas pangsa pasarnya. Namun dalam kegiatan personal selling ini juga mempunyai beberapa kendala yang di hadapi Duta Nusa Tour. Adapun kendala-kendala tersebut adalah :

- a. Jangkauan pelanggan baru yang sangat terbatas. Hal ini di sebabkan tenaga pejual yang ada tidak dapat menjangkau seluruh wilayah. Biasanya daerah-daerah pelosok atau pedalaman yang memang sulit dijangkau dengan kendaraan walaupun mereka adalah calon pelanggan yang potensial.
- b. Biaya yang cukup tinggi. Dalam hal ini kunjungan pada setiap pelanggan baru dan calon pelanggan, Duta Nusa Tour memerlukan biaya yang tinggi. Tenaga penjual Duta Nusa Tour dalam kunjungan pada setiap pelanggan memerlukan biaya seperti biaya transportasi, uang makan, uang lelah, dan lain-lain, apalagi pelanggan baru atau calon pelanggan yang berada di luar kota Madiun.
- c. Waktu yang cukup lama. Biasanya Duta Nusa Tour untuk mendapatkan *order* memerlukan beberapa kali kunjungan hingga *order* tersebut jadi membelinya.

Dalam kegiatan *personal selling* ini memang sangat banyak menyita waktu, sehingga sangat dibutuhkan kesabaran dan ketelatenan dengan begitu Duta Nusa Tour dapat memperoleh pelanggan baru.

- d. Sulitnya mendapatkan tenaga penjual yang profesional. Tenaga penjual yang kurang terampil di lapangan dapat menyebabkan kejengkelan konsumen dan hal ini dapat merusak citra perusahaan. Duta Nusa Tour memiliki kelemahan di antaranya yaitu tidak memiliki tenaga penjual yang mempunyai keahlian di bidang penjualan. Oleh sebab itu Duta Nusa Tour dalam hal ini mengadakan seleksi dan pelatihan kepada setiap karyawannya, sehingga tercipta tenaga penjual yang bisa membuat citra Duta Nusa Tour tetap baik di mata pelanggan dan dapat menjual paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan.

Duta Nusa Tour menempatkan atau memperkerjakan kaum kerabat atau famili dan teman dekat tanpa melihat keahlian yang ada padanya sehingga Duta Nusa Tour perlu memberikan pelatihan kepada setiap karyawannya terutama untuk tenaga penjual. Duta Nusa Tour memberikan pelatihan kepada karyawannya selama beberapa hari bahkan sampai satu bulan dan bisa lebih tergantung dari cepat tidaknya kemampuan masing-masing karyawan dalam memahaminya. Pelatihan penjualan yang dilakukan Duta Nusa Tour untuk melatih tenaga penjualnya tidak hanya untuk menjual paket-paket perjalanan wisata tetapi juga untuk melatih tenaga penjual dalam kepuasan kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini tenaga penjual mempelajari kebutuhan dan keinginan pelanggan dan sebagai penyedia saedapatnya memenuhi kebutuhan tersebut. Duta Nusa Tour menyadari bahwa pelatihan dibidang keterampilan menjual dapat bermanfaat. Dengan pelatihan dapat membantu tenaga penjual belajar bagaimana kunjungan kepada pelanggan baru dapat lebih efektif dan mendengarkan secara lebih cermat untuk mengenali keberatan sesungguhnya akan produk jasa Duta Nusa Tour yang di tawarkan dari pelanggan serta bagaimana menutup penjualan.

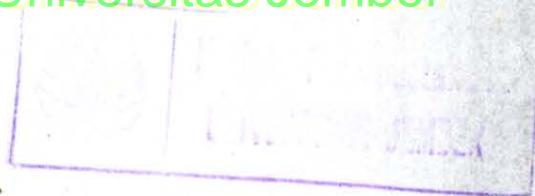
Menurut Yoeti (1985 : 41) seorang penjual yang baik menurut pandangan pembeli adalah yang memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. Jujur dalam memberikan informasi tetnang produk dan perusahaan.

2. Mempunyai pengetahuan banyak tentang kebutuhan konsumen dan syarat-syarat penjualan.
3. Mempunyai pengetahuan yang baik tentang barang dan berpendidikan.
4. Mempunyai kepribadian yang menarik.

Jika Duta Nusa Tour memenuhi syarat-syarat penjualan tersebut di atas maka penjualan akan terjadi dengan baik sehingga pembeli akan memperoleh barang sesuai dengan yang diinginkannya dan penjual dalam hal ini Duta Nusa Tour pastilah memperoleh laba. Hal inilah yang dapat menciptakan pelanggan tetap sebab pembeli merasa puas dengan produk jasa dan pelayanan Duta Nusa Tour yang telah dibelinya maka mereka akan menggunakan jasa Duta Nusa Tour kembali dalam melakukan perjalanan wisata.

Duta Nusa Tour dalam menjual paket-paket wisata sebelumnya telah membuat rencana paket wisata yang dapat dijual dalam periode satu tahun dan jika harga-harga sangat berfluktuasi maka dibuat untuk jangka waktu enam bulan. Hal ini berlaku paket-paket wisata yang ditawarkan dan dicantumkan pada brosur yang digunakan untuk promosi. Duta Nusa Tour mempunyai paket-paket wisata yang tidak baku maka paket-paket wisata bisa berubah kapan saja sesuai dengan keinginan para konsumen yang akan membelinya. Dengan paket-paket perjalanan wisata yang tidak baku tersebut banyak konsumen yang ingin menggunakan jasa biro perjalanan Duta Nusa Tour. Hal ini yang membedakan Duta Nusa Tour berbeda dengan biro perjalanan wisata yang lain, sehingga Duta Nusa Tour lebih mudah merebut peluang walaupun Duta Nusa Tour mengalokasikan dana yang tidak begitu besar dalam kegiatan promosi.



is the beauty of nature - unspoiled, preserved especially for you. The Facilities on Pulau Antuk Barat and Pulau Antuk Timur have been carefully planned to compliment and enchanhe the lush tropical surrounding. Facilities : Tennis, Discotheque, Diving, Snorkeling, Wind Surfing, Jetsky, Restaurant ( Japanese - Ba at Island, Continental - Timur Island ), Meeting room, etc.

**DUTA NUSA TOUR**  
Workshop Centre :  
Jl. Sri Utomo 16 Madiun Kp.63114  
Phone/Fax : 0341-457431  
Email : dutanusa@telkom.net

.....interest in Kepulauan Seribu.

**Diving - Snorkeling**  
**Speedboat - Wind Surfing**  
**Bananaboat - Fishing**  
**Glass Bottom Boat - Jetsky**  
**Jogging - Cycling**  
**Museum Sejarah DKI Jakarta**  
**Visit island to island**

## Tips:

- @. Attention for departure time from Marina Ancol and from island
- @. Don't forget to bring swim suit, body lotion, sandal, and medicine
- @. For reservation preferable 2 moon before departure.

\*) Prices can change anytime.