



**IMPLEMENTASI PENJUALAN PAKET WISATA KOREA
MELALUI METODE *TECHNICAL SELLING* PADA
K.I.A TOURS & TRAVEL MALANG**

*Sales Implementation of Korea Package Tour through Technicall Selling
Methode in K.I.A Tours & Travel Malang*

LAPORAN TUGAS AKHIR

Oleh

**Merda Arvita Siwi
NIM 140903102025**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2017**



**IMPLEMENTASI PENJUALAN PAKET WISATA KOREA
MELALUI METODE *TECHNICAL SELLING* PADA
K.I.A TOURS & TRAVEL MALANG**

LAPORAN TUGAS AKHIR

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Diploma III (D3)
dan mencapai gelar Ahli Madya

Oleh

**Merda Arvita Siwi
NIM 140903102025**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2017**

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Yang saya hormati kedua orang tua saya, Ayahanda Ari Gatot Susanto dan Ibunda Asviah yang selalu menemani dan memberikan pengorbanan, semangat, doa serta kasih sayang selama ini;
2. Kakak dan adik saya, Widya Eka Arviani S,Sos dan Amanda Juniarista Artanti yang juga menghibur serta mendukung saya;
3. Guru dan segenap dosen pengajar D3 Usaha Perjalanan Wisata yang telah memberikan begitu banyak ilmu serta membimbing saya selama di bangku sekolah dan kuliah;
4. Almamater tercinta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

Jadilah seperti seekor kelomang yang berani keluar dari cangkang lamanya dan mengambil resiko demi mendapatkan cangkang baru yang ia inginkan.

(Merda Arvita Siwi)^{*)}

Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

(terjemahan Surat *Asy-Syarh* ayat 7)^{**)}



^{*)} Penulis

^{**)} Kementerian Agama Republik Indonesia. 2013. *Al-Fattah: Al Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Wali.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

nama : Merda Arvita Siwi

NIM : 140903102025

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang berjudul “Implementasi Penjualan Paket Wisata Korea Melalui Metode *Technical Selling* Pada K.I.A *Tours & Travel* Malang” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 22 Juni 2017

Yang menyatakan,

(Merda Arvita Siwi)

NIM 140903102025

LAPORAN TUGAS AKHIR

**“IMPLEMENTASI PENJUALAN PAKET WISATA KOREA
MELALUI METODE *TECHNICAL SELLING* PADA
K.I.A TOURS & TRAVEL MALANG”**

Oleh

Merda Arvita Siwi
NIM 140903102025

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Pramesi Lokaprasidha, S.S., M.Par

PENGESAHAN

Laporan Praktek Kerja Nyata berjudul “Implementasi Penjualan Paket Wisata Korea Melalui Metode *Technical Selling* Pada *K.I.A Tours & Travel Malang*”

telah diuji dan disahkan pada :

hari, tanggal : Kamis, 22 Juni 2017

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Dra. Sri Wahjuni, M.Si
NIP 195604091987022001

Sekretaris,

Anggota,

Pramesi Lokaprasidha, S.S., M.Par
NIP 198801052015042003

Lucy Anggraeni Sembiring, S.Sos

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Dr. Ardiyanto, M.Si
NIP 195808101987021002

RINGKASAN

Implementasi Penjualan Paket Wisata Korea Melalui Metode *Technical Selling* Pada K.I.A Tours & Travel Malang; Merda Arvita Siwi, 140903102025; 2017: 78 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Travel agent berperan penting dalam kegiatan pariwisata. Dalam tugasnya, *travel agent* merupakan perantara dalam proses penyaluran jasa pariwisata. Pada dasarnya *travel agent* hanya menjual produk yang diberikan oleh biro perjalanan dengan catatan tidak boleh merubah isi dari produk yang telah diberikan oleh biro perjalanan. Sedangkan biro perjalan membuat, merancang, serta menyusun produk wisata yang juga dapat menjual langsung produk tersebut. Dalam *travel agent* terdapat beberapa bagian, yaitu bagian *ticketing*, *tour*, visa, serta hotel. Untuk *tour* terdapat tiga macam *tour* yang dijual, yaitu *tour* domestik, *tour* internasional, serta perjalanan pelayaran atau biasa disebut juga *cruise*.

Sebuah *travel agent* tentunya melihat musim liburan, seperti pada saat *high season* atau *low season*. Pada saat *high season* harga pada produk yang diberikan relatif lebih mahal dari pada *low season*. Hal tersebut dikarenakan banyaknya wisatawan yang mengadakan perjalanan wisata pada saat musim liburan. Para wisatawan akan memanfaatkan jasa *travel agent* untuk melakukan perjalanan wisata, seperti mengikuti program *tour* atau paket wisata yang ditawarkan oleh *travel agent*. Seperti halnya pada *travel agent* K.I.A Tours & Travel Malang yang menawarkan paket wisata Korea. Paket wisata Korea merupakan program *tour* yang diadakan oleh K.I.A Tours & Travel Malang. Paket wisata ini menawarkan dua jenis paket wisata, yaitu paket wisata Korea dengan Pulau Jeju dan tanpa Pulau Jeju. Harga paket wisata Korea dengan Pulau Jeju relaif lebih mahal dari pada tanpa Pulau Jeju. Hal tersebut dikarenakan adanya penerbangan domestik dari Seoul menuju Pulau Jeju. Mahal atau tidaknya harga paket wisata Korea juga ditentukan dari musim di Korea, lama *stay* di Korea, serta pada masa *high season* atau *low season*.

Proses pemberian informasi berlangsung dengan menggunakan metode *technical selling* sebagai salah satu metode untuk menjualkan paket wisata Korea. Metode *technical selling* adalah proses pemberian saran serta pemecahan masalah pada konsumen yang sesuai dengan pengalaman penjual, dengan teknik penyampaian yang dapat menentukan keputusan produk atau jasa yang akan dibeli oleh konsumen. Respon yang didapat oleh K.I.A *Tours & Travel* Malang adalah respon positif, yang mana dapat berpengaruh pada penilaian peserta *tour* terhadap K.I.A *Tours & Travel* Malang. Respon yang bagus dapat berdampak pada peningkatan penjualan paket wisata Korea yang nantinya akan memberikan peningkatan pemasukan yang cukup signifikan.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Implementasi Penjualan Paket Wisata Korea Melalui Metode *Technical Selling* Pada K.I.A *Tours & Travel* Malang”. Laporan tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan diploma tiga (D3) pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember.

Penyusunan tugas akhir ini tidak dapat lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Ardiyanto, M.S.i. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jember;
2. Dr. Edy Wahyudi, S.Sos., M.M., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi;
3. Dra. Sri Wahjuni, M.Si., selaku Ketua Program Studi DIII Usaha Perjalanan Wisata;
4. Pramesi Lokaprasidha, S.S., M.Par selaku dosen pembimbing laporan tugas akhir yang telah membimbing dalam penulisan laporan tugas akhir hingga selesai;
5. Indra Perdana Wibisono, S.ST., M.M selaku dosen supervisor magang yang telah memberikan pengarahan selama proses magang;
6. Bapak Taufik Hendratno selaku operator D3 Usaha Perjalanan Wisata yang telah membantu penulis dalam hal informasi;
7. Keluarga besar K.I.A *Tours & Travel* Malang yang telah memberikan kesempatan untuk bergabung dalam perusahaan *tours & travel* selama 5 bulan, serta ilmu yang belum pernah penulis dapatkan selama di bangku perkuliahan;
8. Sahabat serta teman seperjuangan D3 Usaha Perjalanan Wisata 2014 yang telah memberi banyak cerita selama di bangku kuliah;
9. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran bagi semua pihak demi kesempurnaan karya tulis ini. Akhirnya penulis berharap, semoga karya tulis ini dapat bermanfaat.

Jember, 22 Juni 2017

Penulis



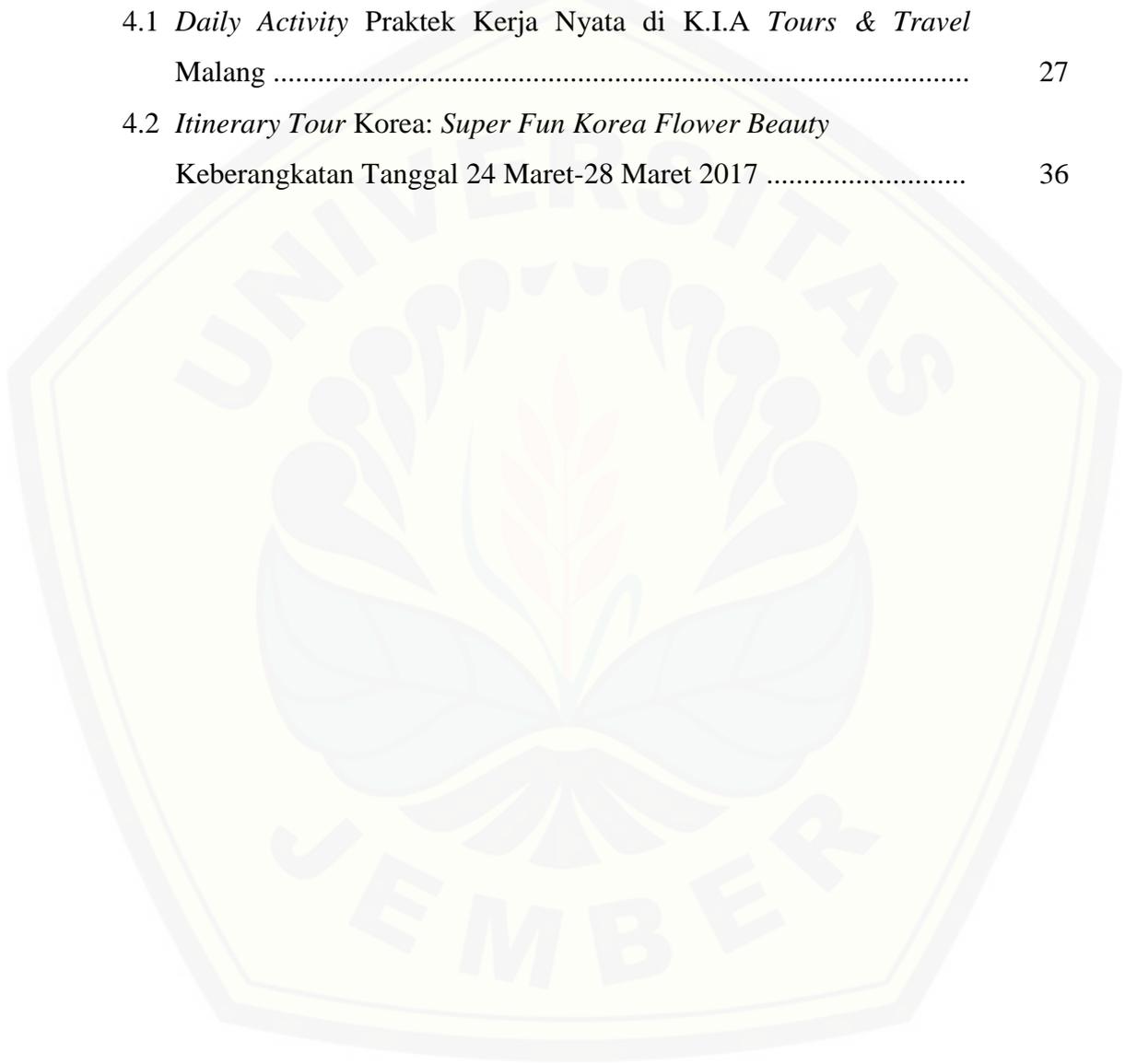
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Praktek Kerja Nyata	4
1.4 Manfaat Praktek Kerja Nyata	4
1.4.1 Bagi Mahasiswa	4
1.4.2 Bagi Universitas.....	4
1.4.3 Bagi Perusahaan.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Travel Agent	5
2.1.1 Fungsi <i>Travel Agent</i>	7
2.2 Paket Wisata	11
2.2.1 Langkah-langkah Operasional Perencanaan Produk Paket Wisata	12
2.3 Implementasi	16

2.4 Penjualan	17
2.5 <i>Technical Selling</i>	21
BAB 3. METODE PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA NYATA	23
3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	23
3.1.1 Lokasi Praktek Kerja Nyata.....	23
3.1.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	23
3.2 Ruang Lingkup Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	23
3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan	23
3.2.2 Gambaran Umum K.I.A <i>Tours & Travel</i> Malang	24
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1 Jenis Data	25
3.3.2 Sumber Data	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	26
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Kegiatan Praktek Kerja Nyata	27
4.2 Implementasi Metode <i>Technical Selling</i> dalam Penjualan Paket Wisata Korea	27
4.2.1 Paket Wisata Korea	35
4.2.2 Metode <i>Technical Selling</i> Pada Paket Wisata Korea	35
4.3 Respon Peserta <i>Tour</i> Korea Terhadap Metode <i>Technical</i> <i>Selling</i>	38
4.3.1 Respon Pesert <i>Tour</i> Korea	41
4.3.2 Respon Peserta <i>Tour</i> Korea Terhadap Peningkatan Penjualan	44
BAB 5. PENUTUP	45
5.1 Kesimpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	48

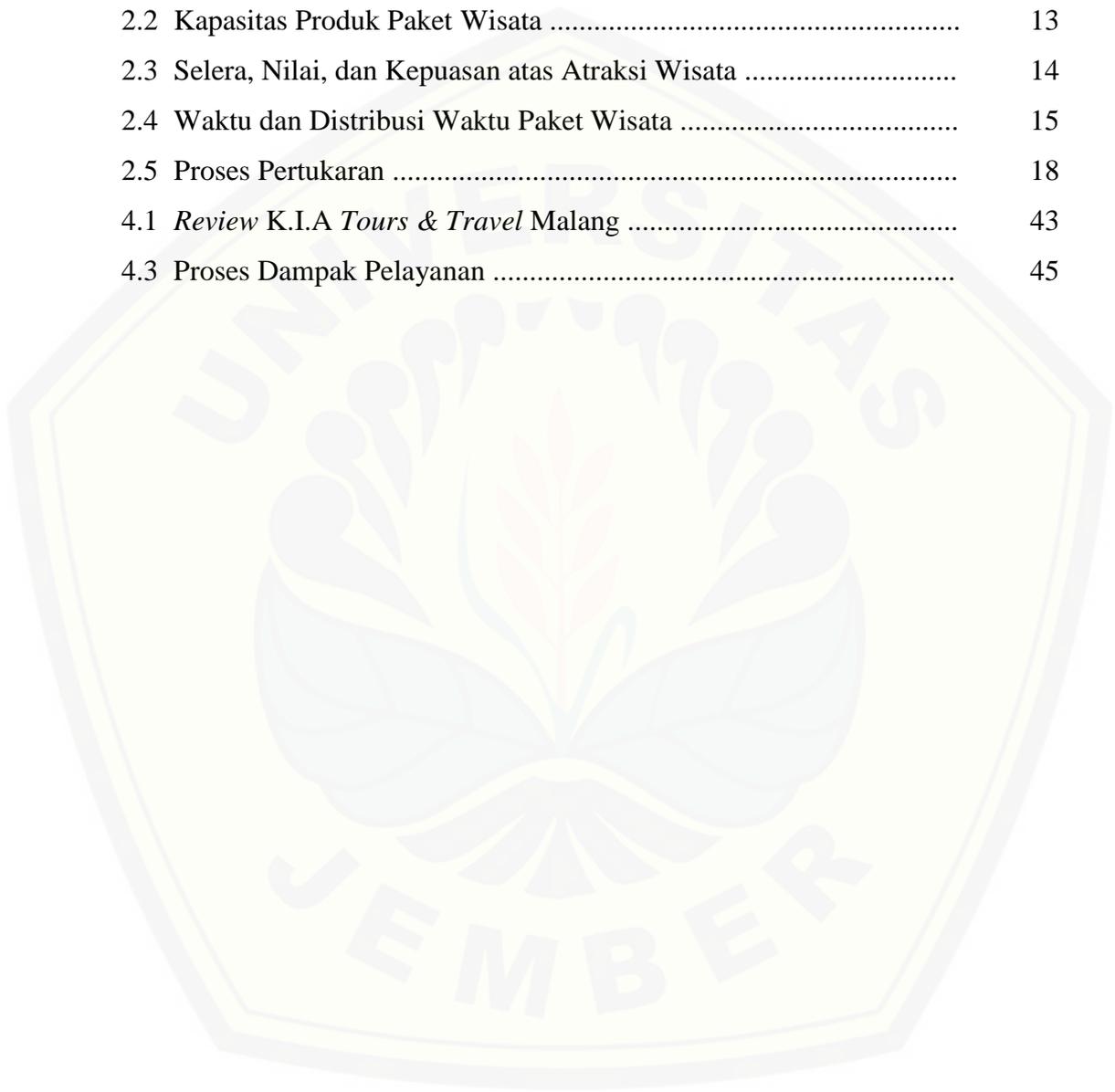
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Paket Wisata Produk <i>Tour Organizer</i>	12
3.1 Jadwal Kerja K.I.A <i>Tours & Travel</i> Malang	23
4.1 <i>Daily Activity</i> Praktek Kerja Nyata di K.I.A <i>Tours & Travel</i> Malang	27
4.2 <i>Itinerary Tour</i> Korea: <i>Super Fun Korea Flower Beauty</i> Keberangkatan Tanggal 24 Maret-28 Maret 2017	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Sistem Paket Wisata	12
2.2 Kapasitas Produk Paket Wisata	13
2.3 Selera, Nilai, dan Kepuasan atas Atraksi Wisata	14
2.4 Waktu dan Distribusi Waktu Paket Wisata	15
2.5 Proses Pertukaran	18
4.1 <i>Review K.I.A Tours & Travel</i> Malang	43
4.3 Proses Dampak Pelayanan	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Permohonan Praktek Kerja Nyata	51
2. Surat Tugas Praktek Kerja Nyata	52
3. Surat Penerimaan Praktek Kerja Nyata	53
4. Lembar Penilaian K.I.A <i>Tours & Travel</i> Malang	54
5. Sertifikat Praktek Kerja Nyata	55
6. Tanda Terima Visa Korea	56
7. Persyaratan Visa Korea	57
8. <i>Itinerary Tour</i> Korea	58
9. <i>Final Itinerary Tour</i> Korea	58
10. Brosur <i>Tour</i> K.I.A <i>Tours & Travel</i> Malang	59
11. Kegiatan Praktek Kerja Nyata	60
12. Kantor K.I.A <i>Tours & Travel</i>	61

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Beberapa tahun terakhir Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang cukup pesat dalam bidang pariwisata. Perbaikan fasilitas serta penambahan destinasi wisata membuat jumlah wisatawan internasional meningkat pertahunnya. Hal ini tidak terlepas dari *accessibility* dan *amenities* pariwisata yang telah berhasil dibangun dan diperbaharui sedemikian rupa untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan, mulai dari akomodasi penginapan, transportasi, maupun biro perjalanan. Seiring dengan banyaknya wisatawan yang melakukan kegiatan wisata membuat biro perjalanan melakukan pembaharuan sedemikian rupa. Hal ini disebabkan karena biro perjalanan berperan penting dalam proses penyaluran pariwisata. Pemesanan akomodasi penginapan, penawaran paket wisata dan penjualan akomodasi transportasi merupakan inti dasar dari biro perjalanan yang menjadi salah satu kebutuhan pariwisata. Biro perjalanan sendiri telah tersebar luas di beberapa daerah, mulai dari biro perjalanan yang melayani perjalan domestik maupun intenasional. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan pariwisata yang semakin pesat serta masa *high season* yang terhitung lebih panjang.

Agen perjalanan atau juga disebut *travel agent* berdiri dibawah naungan biro perjalanan. Secara harfiah agen perjalanan ini memiliki pengertian yang hampir sama dengan biro perjalanan, hanya saja dalam tugasnya kedua perusahaan yang bergerak dibidang perjalanan ini memiliki kegiatan yang berbeda. Kegiatan biro perjalanan pada umumnya adalah merencanakan serta menyusun suatu program paket wisata yang kemudian secara langsung dapat menjualnya kepada para wisatawan, atau kepada para agen perjalanan wisata. Sedangkan agen perjalanan hanyalah menjual produk-produk wisata yang ditawarkan oleh biro perjalanan dengan catatan tidak boleh merubah atau mengganti isi dari produk-produk yang ditawarkan kepada para wisatawan (Hasyim Sofyan Lahilote, 2010:523).

Beberapa produk yang dijual oleh agen perjalanan salah satunya yaitu *package tour* atau paket wisata. Biasanya agen perjalanan menawarkan dua macam paket wisata yaitu paket wisata domestik dan internasional. Jika dijabarkan paket wisata (*package tour*) diartikan sebagai suatu perjalanan wisata dengan satu atau beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari beberapa, minimal dua, fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata (Nuriata, 2014:15). Tidak jarang pula beberapa konsumen yang datang mengajukan *request* destinasi atau tempat wisata yang ingin dituju. Sementara untuk harga paket wisata sendiri akan disesuaikan menurut lama tinggal di tempat wisata tersebut, musim pariwisata (*high season, low season*), dan juga musim di suatu negara yang ingin dituju jika permintaan merupakan paket wisata internasional.

Korea Indonesia Agency *Tours & Travel* Malang atau biasa disebut K.I.A *Tours & Travel* Malang merupakan agen perjalanan wisata berbasis domestik dan juga internasional. Produk-produk yang diberikan oleh K.I.A *Tours & Travel* Malang berupa; tiket pesawat domestik dan internasional, *voucher* hotel, pemesanan *travel*, kepengurusan dokumen visa, serta penjualan paket wisata domestik, internasional, dan juga *cruise*. K.I.A *Tours & Travel* Malang terfokuskan pada produk-produk Korea, seperti salah satunya yaitu paket wisata Korea. Paket wisata ini menawarkan dua jenis paket wisata, yaitu paket wisata Korea dengan Pulang Jeju dan tanpa Pulau Jeju. Harga paket wisata Korea dengan Pulau Jeju relatif lebih mahal dari pada tanpa Pulau Jeju. Hal tersebut dikarenakan adanya penerbangan domestik dari Seoul menuju Pulau Jeju. Mahal atau tidaknya harga paket wisata Korea juga ditentukan dari musim di Korea, lama *stay* di Korea, serta pada masa *high season* atau *low season*.

Proses penjualan paket wisata selain dengan menggunakan promosi berupa brosur dan sosial media, K.I.A *Tours & Travel* Malang juga menggunakan metode penjualan *technical selling*. Metode *technical selling* merupakan peningkatan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya. Dalam hal ini, tugas utama wiraniaga

adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli, serta menunjukkan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut (Basu Swastha, 1989:12). Untuk menjual produk wisata Korea melalui metode ini perlu adanya *stock knowledge* atau pengetahuan yang luas baik dari pengetahuan melalui pengalaman maupun internet. Dalam prosesnya metode *technical selling* juga diperlukan tata cara berbahasa dalam menjelaskan paket wisata kepada tamu agar tamu tersebut tertarik dan mau membeli paket wisata yang dibutuhkan. Maka dari itu dengan adanya metode *technical selling* yang bagus dalam pemberian *knowledge* mengenai paket wisata Korea, diharapkan dapat memberikan dampak positif berupa respon yang bagus dari para peserta *tour* yang telah menggunakan dan merasakan produk serta jasa dari paket wisata Korea. Dengan begitu para peserta *tour* dapat memiliki keinginan untuk kembali menggunakan paket wisata Korea yang diberikan oleh K.I.A *Tours & Travel* Malang.

Kelebihan dari paket wisata Korea di K.I.A *Tours & Travel* Malang selain dari segi keindahannya di musim tertentu yaitu harga paket wisata yang relatif lebih murah. Hal tersebut dikarenakan K.I.A *Tours & Travel* Malang terfokuskan pada produk-produk Korea. Sedangkan untuk kekurangan paket wisata Korea di K.I.A *Tours & Travel* Malang sendiri yaitu jarang nya akan peminat untuk mengikuti wisata Korea.

Dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas penulis mengambil judul, “IMPLEMENTASI PENJUALAN PAKET WISATA KOREA MELALUI METODE TECHNICAL SELLING PADA K.I.A *TOURS & TRAVEL* MALANG.”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Adapun rumusan masalah yang dapat diambil, yaitu:

- a. Bagaimana implementasi metode *Technical Selling* dalam penjualan paket wisata Korea pada K.I.A *Tours & Travel* Malang?
- b. Bagaimana respon *customer* dengan adanya metode *Technical Selling* pada K.I.A *Tours & Travel* Malang?

1.3 TUJUAN PRAKTEK KERJA NYATA

Adapun tujuan dari penulisan laporan ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui implementasi metode *Technical Selling* dalam meningkatkan penjualan paket wisata ke Korea pada K.I.A *Tours & Travel* Malang melalui.
- b. Untuk mengetahui respon *customer* terhadap K.I.A *Tours & Travel* Malang melalui metode *Technical Selling*.

1.4 MANFAAT PRAKTEK KERJA NYATA

Adapun manfaat dari penulisan laporan ini, yaitu:

1.4.1 Bagi Mahasiswa

- a. Penulis dapat memahami konsep penjualan paket wisata Korea, serta respon *customer* pada K.I.A *Tours & Travel* Malang melalui metode *Technical Selling*.
- b. Menambah pengetahuan baru secara teori maupun praktik.
- c. Membangun pribadi yang lebih percaya diri dan bertanggung jawab.
- d. Mendapatkan bekal pengalaman dalam dunia kerja yang sebenarnya.
- e. Menanamkan jiwa bisnis dalam bidang *Tour & Travel*.

1.4.2 Bagi Universitas

- a. Lembaga pendidikan dapat membangun hubungan kemitraan yang bagus dengan perusahaan praktek kerja nyata terkait.
- b. Mendapatkan mahasiswa yang siap dalam dunia kerja.

1.4.3 Bagi Perusahaan

- a. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang lebih bertanggung jawab dalam bidang pariwisata pada umumnya, dan dalam bidang *Tours & Travel* pada khususnya.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Travel Agent*

Menurut Sharma (2009:20) mengatakan bahwa agen perjalanan melambangkan industri perjalanan. Bagian yang paling terlihat dari industri agen perjalanan adalah penghubung terakhir dalam menunjukkan rangkaian dari fasilitas dan pelayanan. Untuk pemasok perjalanan seperti, maskapai penerbangan, hotel, perusahaan penyewaan mobil, dan operator *tour*. Sama halnya agen sebagai pengecer-penyalur-ke publik. Agen perjalanan memberikan kontak pemasok lokal dengan publik bahwa mereka tidak dapat bekerja sendiri. Mengadakan perjalanan baik untuk bisnis maupun bersenang-senang membutuhkan pengaturan. Wisatawan biasanya menghadapi berbagai pilihan mengenai transportasi dan akomodasi; dan perjalanan untuk kesenangan, ada berbagai pilihan mengenai tujuan, atraksi, dan kegiatan. Wisatawan dapat mengumpulkan informasi tentang harga, nilai, jadwal, karakteristik destinasi, dan kegiatan langsung yang masih tersedia, investasi dengan cukup banyak waktu pada internet, atau keuntungan panggilan interlokal yang memungkinkan untuk melengkapi rencana perjalanan. Sebagai kemungkinan lain, wisatawan dapat menggunakan jasa agen perjalanan, dan memperoleh semua pengaturan biaya.

Menurut Goeldner & Ritchie (2009:184) mengatakan bahwa *travel agent* merupakan sebuah perantara bisnis atau penjualan perorangan pada industri *travel* yang dapat dilakukan secara individu maupun berkombinasi atau bekerja sama dengan sebagian dari konsumen. Dalam dunia pemasaran *travel agent* merupakan perantara yang bertindak atas kepentingan klien, membuat aturan dengan pemasok perjalanan wisata (penerbangan, hotel, *tour operator*), dan menerima komisi dari pemasok maupun biaya dari klien. Oleh sebab itu, *travel agent* juga biasa disebut sebagai jembatan penghubung wisatawan untuk melakukan kegiatan pariwisata. Dalam istilah hukum, *travel agent* merupakan agen utama – khususnya pada perusahaan transportasi. Agen tersebut ditetapkan sebagai agen legal yang memainkan peran sebagai hal pokok pada area geografi khususnya. Fungsi dari *travel agent* sendiri yaitu sebagai pedagang atau perantara (mengantar pembeli menuju penjual) kepada pemasok lainnya, seperti hotel, penyewaan mobil, *ground*

operator, maupun perusahaan *tour*. Sebagai ahli agen perjalanan yang berpengetahuan luas dalam hal penyusunan jadwal, rute perjalanan, penginapan, mata uang, harga, peraturan, destinasi wisata, dan segala aspek lain mulai dari kesempatan perjalanan maupun kesempatan dalam berwisata. Singkatnya, *travel agent* merupakan spesialis sekaligus penasehat yang dapat menghemat keuangan maupun waktu pada klien dalam melakukan proses jual beli maupun penggunaan produk berupa jasa.

Menurut Lahilote dalam jurnalnya (2010:523) secara harfiah pengertian biro perjalanan dan agen perjalanan tidaklah jauh berbeda, akan tetapi kegiatan kedua perusahaan perjalanan ini berbeda. Kegiatan biro perjalanan pada umumnya adalah merencanakan serta menyusun suatu program paket wisata yang kemudian secara langsung dapat menjualnya kepada para wisatawan, atau kepada para agen perjalanan wisata. Sementara agen perjalanan hanyalah menjual produk-produk wisata yang ditawarkan oleh biro perjalanan dengan catatan tidak boleh merubah atau mengganti isi dari produk-produk yang ditawarkan kepada para wisatawan. Pengertian tersebut diperkuat dengan adanya Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2010 tentang Tata Cara Pendaftaran Jasa Perjalanan Wisata. Dalam peraturan tersebut menyebutkan, agen perjalanan wisata adalah usaha jasa pemesanan sarana, seperti pemesanan tiket dan pemesanan akomodasi erta pengurusan dokumen perjalan.

Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif No 4 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Jasa Perjalanan Wisata Pasal 6, usaha agen perjalanan wisata merupakan usaha perseorangan atau badan usaha Indonesia berbadan hukum atau tidak berbadan hukum. Usah Agen Perjalanan Wisata sendiri meliputi:

- a. Jasa pemesanan sarana, seperti pemesanan tiket dan pemesanan akomodasi; dan
- b. Pengurusan dokumen perjalanan.

2.1.1 Fungsi *Travel Agent*

Profesi *travel agent* dapat dikatakan berdasarkan kepercayaan (*confidence*). Para wisatawan biasanya membayar di muka sebelum pelayanan diterimanya. Dengan kata lain, wisatawan membayar di muka atas dasar perjanjian bahwa ia akan diberi pelayanan sesudah transaksi selesai dilakukan. Wisatawan tidak dapat bertindak sendiri dalam menikmati apa yang menjadi keinginannya, tetapi perlu bantuan dari petugas *travel agent* yang bersangkutan untuk memenuhi kebutuhannya. Pada saat melakukan transaksi pembayaran, pada dasarnya wisatawan membayar untuk pelayanan yang sama sekali belum pernah disaksikannya. Hal ini dapat diterimanya karena terdapat kepercayaan akan *travel agent* yang bersangkutan. Oleh karena itu, kepercayaan pelanggan tetap terhadap *travel agent* perlu dijaga agar tidak terjadi keragu-raguan bagi orang-orang yang akan melakukan perjalanan melalui suatu *travel agent*.

Menurut Yoeti (2013:118-122) fungsi *travel agent* atas kegiatan atau jasa yang dapat ia berikan pada pelanggan tetapnya, di antara fungsinya yang dianggap penting ialah:

a. Fungsi sebagai Organisator

Fungsi ini biasa disebut “*a creative function*”. Disebut demikian karena, suatu *travel agent* selalu berusaha menciptakan daerah-daerah tujuan baru dan mengorganisir orang-orang untuk melakukan perjalanan pariwisata ke daerah tujuan tersebut. Biasanya suatu *travel agent* mempersiapkan *tour* dengan dua cara. Cara pertama, *travel agent* menyiapkan suatu rencana *tour* atas dasar permintaan langganannya, sesuai dengan fasilitas dan daerah tujuan yang diinginkan oleh langganannya. Dalam istilah kepariwisataan, cara ini disebut dengan “*tailor-made*”. Cara kedua ialah suatu *travel agent* membuat rencana *tour* untuk dijual kepada langganannya yang sama sekali belum dikenalnya dan dijualnya secara bebas. Cara ini biasa disebut dengan istilah “*ready-made-tour*.” Calon wisatawan dapat memilih sesuai dengan kesenangannya, selanjutnya *travel agent* yang bersangkutan membantu menyelenggarakan *tour* yang dijualnya tersebut. *Travel agent* mempersiapkan “*ready-made-tour*” maka ia bertindak sebagai

“*wholesaler*” dan menjual *package tour* tersebut melalui agen yang ditunjuknya, seperti *Retail Travel Agent*, yang juga kadang-kadang berindak sebagai “*semi-wholesaler*”, karena ia dapat menunjuk agen lain. Perencanaan dan penyelenggaraan *tour* yang dilakukan oleh *travel agent* semacam ini tentunya dengan tanggung jawab dan resikonya sendiri. Kadangkala ia tentu menghadapi persaingan yang tajam, maka untuk menghadapi ini ia dapat dengan bebas menetapkan harga *tour*nya dan bila terjadi kekurangan, kerugian yang timbul dapat dikompensasikannya dengan komisi yang akan diterimanya dari *airlines* dan hotel di mana tamunya ditempatkan.

Package tour merupakan *tour* yang paling murah, karena itu *tour* semacam ini paling banyak menarik orang untuk melakukan perjalanan pariwisata. Fungsi *travel agent* sebagai organisator, mengumpulkan orang-orang untuk melakukan perjalanan pariwisata, baik berupa *tour* terpimpin (*escorted tour*) maupun tidak terpimpin (*unconducted tour*). Umumnya dan kebanyakan *travel agent* hanya sebagai organisator, sedangkan penyelenggaraan *tour* yang telah dipersiapkannya diserahkan pada *tour operator* yang menjadi *partnernya*. Tentu saja dengan cara ini dengan suatu perhitungan, mana yang akan menguntungkan, menyelenggarakan sendiri atau menyerahkannya pada orang lain. Keputusan terakhir tergantung pada “*profit-share*” yang akan diterimanya dibandingkan dengan jumlah biaya yang akan dikeluarkannya.

b. Fungsi sebagai Perantara

Ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- 1) Pelayanan sewaktu akan berangkat, maka fungsi suatu *T travel agent* lain adalah:
 - a) Sebagai sumber informasi bagi calon wisatawan tentang daerah tujuan yang akan dikunjungi, hotel di mana akan menginap *airlines-fares*, *passport*, *exit-permit*, visa dan mata uang yang diperlukan.

- b) Memberi *advise* pada calon wisatawan tentang macam-macam daerah tujuan dan program atau *tour itenaray* yang akan diikuti di tempat tujuan.
- c) Menyediakan *ticket* sesuai dengan transport yang digunakan serta pengurusan barang-barang yang akan dibawa.
- d) Atas nama langganannya, mengusahakan pengurusan asuransi perjalanan berikut dengan barang-barang.

2) Pelayanan setelah sampai di tempat tujuan, dapat berupa:

- a) Memberi informasi pada langganannya tentang hotel, dengan fasilitasnya, lokasi, kategori, jenis kamar yang diinginkan serta harga yang diminta, dan lain-lain.
- b) Membantu langganannya dalam reservasi hotel tersebut.
- c) Mengatur dan merencanakan untuk *sightseeing*, *tours* atau *excursions*, *visit museum* dan lain atraksi bagi wisatawan.
- d) Membelikan *ticket*, reservasi tempat duduk (*seat*) untuk macam-macam pertunjukan, seperti: sepak bola, *concert*, tari kecak, tari barong, bioskop, kesenian daerah, dan lain-lain.
- e) Mengurus transfer dari dan ke *airport*, mencarikan taxi, *selfdriver car*, ditempat tujuan tersebut.
- f) Mengantarkan langganannya ke Bank atau *Money Changers* untuk menukarkan uangnya dengan mata uang setempat.

Fungsi-fungsi suatu *travel agent* dapat dibedakan sebagai berikut:

a. Fungsi Umum

Travel agent merupakan suatu usaha yang dapat memberikan penerangan atau informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia perjalanan pada umumnya dan dunia kepariwisataan pada khususnya.

b. Fungsi Khusus

- 1) *Travel agent* berfungsi sebagai suatu badan perantara (yang disamakan dengan *broker* dalam dunia perdagangan), biasanya antara para wisatawan atau *tourist* di satu pihak dan pegusaha industri pariwisata (*airlines, bus, taxi, keretaapi, hotel, tourist objects, restaurant, entertainment, dan lain-lain*) di lain pihak.
- 2) *Travel agent* berfungsi sebagai suatu badan yang merencanakan dan menyelenggarakan *tours* dengan tanggungjawab dan resiko sendiri.

Menurut Pendit dalam Yoeti (2013:123) mengatakan, tugas agen perjalanan adalah membentuk perencanaan segala aspek daripada perjalanan seorang langganan, dan untuk itu harus ia ketahu benar-benar.

- a. Bahwa ia harus sanggup memahami secara lengkap kebutuhan seorang langganan yang hendak mengadakan perjalanan.
- b. Bahwa ia harus memutuskan, atas dasar pengalamam dan pertimbangan, untuk tidak berat sebelah di dalam memilih perusahaan pengangkutan, akomodasi hotel dan pelayanan yang terbaik guna disajikan kepada langganannya.
- c. Bahwa ia harus mempunyai pengetahuan langsung atau pengalaman mengenai daerah yang akan dikunjungi oleh para langganan, karena dalam pikiran seorang langganan, ialah merupakan orang yang berwenang yang mengetahui daerah tersebut sehingga rencana perjalanan yang disusunnya itu merupakan suatu rencana yang sukses.
- d. Bahwa ia harus berusaha dengan keras untuk memberi kepuasan para langganan yang memungkinkan mereka untuk melakukan perjalanan sekali lagi dimasa yang tidak lama lagi.

2.2 Paket Wisata

Paket wisata sebagai barang komoditas merupakan barang dan jasa yang diminati konsumen untuk dimiliki atau dirasakan manfaat dan gunanya untuk kehidupan konsumen. Paket wisata ditelaah sebagai sebuah perencanaan, karena produk yang disampaikan kepada wisatawan masih berupa perencanaan, belum dilaksanakan. Wisatawan diharapkan dapat memberikan nilai atas produk perencanaan yang belum dilaksanakan tersebut. Bagi sebuah paket wisata, perlu diperhatikan bahwa perencanaan merupakan suatu proses, bukan suatu tahapan pekerjaan. Walaupun merupakan suatu kegiatan yang dilakukan sebelum kegiatan dilaksanakan, perencanaan sama sekali tidak dapat disamakan dengan persiapan suatu pekerjaan. Perencanaan merupakan suatu proses untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya. Jadi perencanaan paket wisata yang dibuat akan mencapai tujuan perjalanan wisata yang diinginkan pada waktu perencanaan tersebut diimplementasikan dalam sebuah perjalanan wisata.

Menurut Yoeti dalam Jurnal Ksamawan et al (2014:18) paket wisata adalah *tour* yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu *travel agent* atau *tour operator* atas resiko dan tanggung jawab sendiri dimana acara, lama waktu *tour*, tempat mana yang akan dikunjungi, akomodasi, transportasi, serta makanan dan minuman dalam suatu harga yang sudah ditentukan. Paket wisata ini merupakan hasil kombinasi dan berbagai komponen jasa wisata dan diberi tarif tunggal, sehingga harga dari masing-masing komponen tidak diketahui oleh pembeli atau wisatawan.

Nuriata (2014:15) berpendapat paket wisata (*package tour*) diartikan sebagai suatu perjalanan wisata dengan satu atau beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari beberapa, minimal dua, fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata.

Komponen tersebut dirangkum menjadi suatu paket wisata, sebagai berikut:

Tabel 2.1 Paket Wisata Produk *Tour Organizer*

TRANSPORTASI	PAKET WISATA	<i>TOUR ORGANIZER</i>
AKOMODASI	Produk	
ATRAKSI WISATA	Perencanaan	
PELAYANAN LAIN	Perjalanan Wisata	

Sumber: *Paket Wisata Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga (2014:15)*

Produk perencanaan perjalanan wisata diimplisitkan sebagai dalam program perjalanan atau *tour itinerary*. *Tour itinerary* merupakan perekat dari semua rangkaian elemen komponen produk paket wisata.

2.2.1 Langkah-langkah Operasional Perencanaan Produk Paket Wisata

Nuriata (2014:76) menjabarkan langkah dalam melakukan perencanaan produk paket wisata sebagai berikut:

- a. Penetapan rute perjalanan
- b. Paket wisata sebagai satu sistem, sebagai berikut:

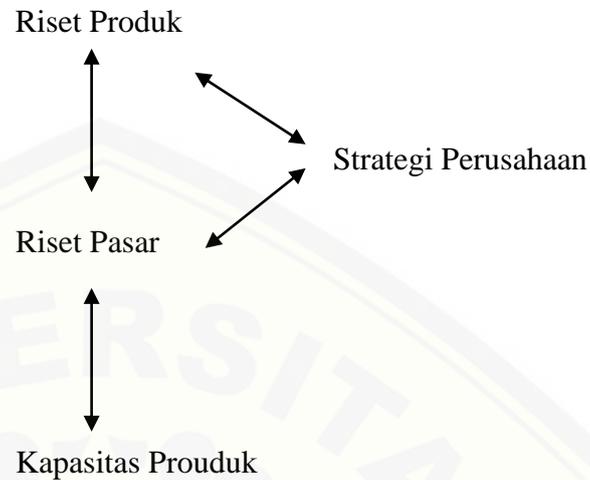


Gambar 2.1 Sistem Paket Wisata

Sumber: *Paket Wisata Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga (2014:76)*

c. Objektif produk paket wisata disusun atas:

1) Pertimbangan atas:



Gambar 2.2 Kapasitas Produk Paket Wisata

Sumber: *Paket Wisata Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga (2014:76)*

2) Kondisi:

- a) Fasilitas
- b) *Route-wilayah jelajah*

3) Penyusunan harga

4) Distribusi produk

5) *Brand*

d. Identifikasi wisatawan (*Tourist Consideration*)

1) *Profile*:

- a) *Natural Characteristics*
- b) *Historical Characteristics*
- c) *Moral Characteristics*
- d) *Cultural Charasteristics*
- e) *Political Characteristics*
- f) *Economical Charasteristics*

2) *Psychography*

3) *Consistency & complexity*

4) *Opinion*

- 5) *Motivation*
- 6) *Tourism Typolog:*
 - a) *Mass Tourism*
 - b) *Alternative Tourism*
 - c) *Special Interest Tourism*

e. Ranah atraksi wisata-wisatawan



Gambar 2.3 Selera, Nilai, dan Kepuasan atas Atraksi Wisata

Sumber: *Paket Wisata Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga (2014:78)*

- f. Inventarisasi objek dan daya Tarik wisata pada wilayah jelajah perjalanan
 - 1) Nama dan tipe atraksi wisata
 - 2) Deskripsi dari atraksi
 - 3) Jarak atraksi dari:
 - a) Pintu gerbang
 - b) Awal perjalanan
 - c) Fasilitas perjalanan
 - d) Atraksi yang lain
 - 4) Lama kunjungan
 - 5) Fasilitas objek dan daya tarik wisata
 - 6) Tipologi wisata

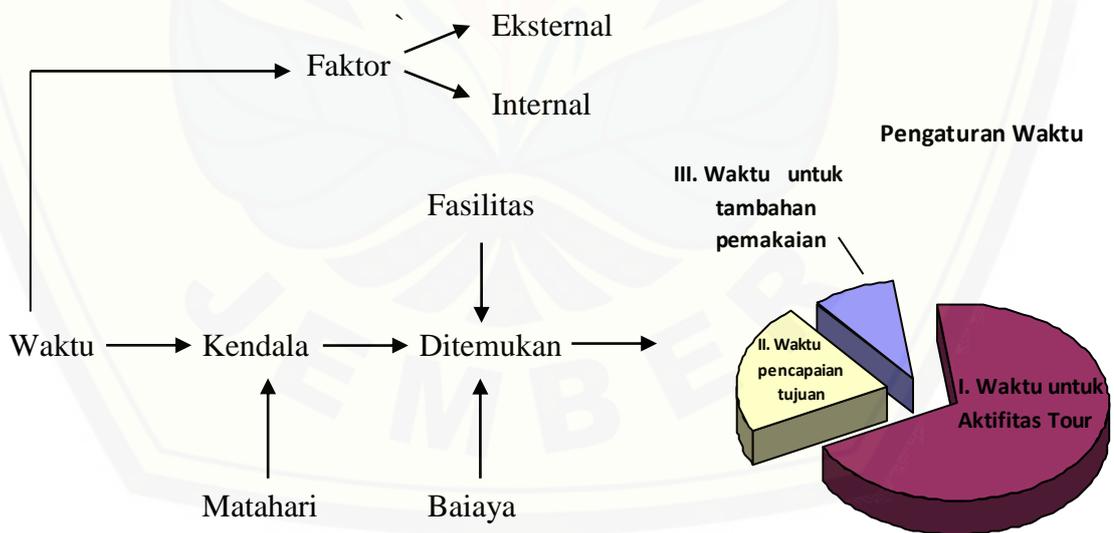
g. Justifikasi atraksi wisata

- 1) Memutuskan atraksi wisata yang memenuhi kriteria objektif produk
- 2) Mengubah kualitatif menjadi kuantitatif
- 3) Membangkitkan optimisme atas pilihan atraksi wisata
- 4) Menentukan peringkat pilihan atraksi wisata

h. Seleksi atraksi wisata

Dari hasil justifikasi, diseleksi dengan pertimbangan:

- 1) Rute, kondisi tempat
 - 2) Fasilitas yang terbaik yang tersedia
 - 3) Rasio lama kunjungan: lama perjalanan
 - 4) Daya pikat atraksi wisata yang memberi warna
- i. Masukkan atraksi wisata dan fasilitas yang terpilih pada *route* perjalanan yang ditentukan, sehingga tercipta urutan-urutan acara perjalanan sementara (belum dicocokkan dengan kendala perjalanan yang ada).
- j. Waktu penyusunan paket wisata.



Gambar 2.4 Waktu dan Distribusi Waktu Paket Wisata

Sumber: *Paket Wisata Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga* (2014:80)

k. Mengidentifikasi kendala program perjalanan:

Kendala utama atas program perjalanan:

- 1) Tamu/wisatawan
- 2) Waktu
- 3) Fasilitas

l. Penyesuaian program perjalanan wisata dengan kendala yang ada

- 1) Dibuat program sebelum penyesuaian terhadap kendala dan sesudah dilakukan penyesuaian
- 2) Dilakukan memakai format distribusi waktu.

m. Program perjalanan wisata sebagai refleksi produk paket wisata.

Setelah memutuskan pilhan distribusi waktu yang telah disesuaikan dengan kendala (wisatawan, fasilitas, dan waktu), akan dihasilkan suatu program perjalanan (*tour itinerary*) yang merupakan titik kulminasi dari seluruh rangkaian langkah-langkah operasional perjalanan wisata. Program/*itinerary* ini merupakan refleksi dari produk paket wisata. Program merupakan perekat dari semua elemen/ komponen produk paket wisata, yang sesuai dengan objektif dari produk/ segala pertimbangan dari setiap elemen/ komponen produk telah dipertimbangkan dalam mewujudkan program paket wisata.

2.3 Implementasi

Menurut Nurdin dalam jurnal Hadiyanti (2013:986) mengemukakan bahwa implementasi atau pelaksanaan adalah bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan, atau adanya mekanisme suatu sistem. Implementasi bukan sekedar aktivitas, tetapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan. Pengertian selanjutnya dijelaskan oleh Setiawan dalam jurnal Hadiyanti (2013:986) implementasi adalah perluasan aktivitas yang saling menyesuaikan proses interaksi antara tujuan dan tindakan untuk mencapainya serta memerlukan jaringan pelaksana, birokrasi yang efektif.

Sedangkan menurut Hunger & Wheelen (2001:17) implementasi strategi adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijakan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses tersebut mungkin meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau sistem manajemen dari organisasi secara keseluruhan. Kecuali ketika diperlukan perubahan secara drastic pada perusahaan, manajer level menengah dan bawah akan mengimplementasi strateginya secara khusus dengan pertimbangan dari manajemen puncak. Implementasi strategi sering melibatkan keputusan sehari-hari dalam alokasi sumber daya. Pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa proses implimentasi merupakan proses penerapan dari suatu aktivitas yang telah terencana dalam rangka penyempurnaan suatu program kegiatan, selain itu implementasi juga dikatakan sebagai suatu upaya pelaksanaan suatu program kegiatan dengan menggunakan sumber daya, waktu, dan tempat serta tata caa pelakasaannya.

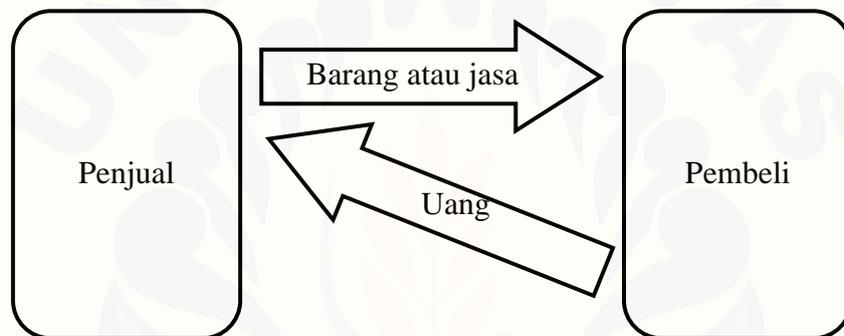
2.4 Penjualan

Menurut Swastha (1989:8) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide, kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi. Definisi tersebut dapat dilihat bahwa proses pemasaran dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, tidak dimulai pada saat produksi selesai, juga tidak berakhir dengan penjualan. Semua keputusan yang diambil di bidang pemasaran harus ditujukan untuk menentukan produk dan pasarnya, harganya, serta promosinya, dan yang terpenting pesngusaha harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaannya. Jaminan yang lebih baik atas barang dan jasa dapat dilakukan sesudah penjualan.

Penjualan merupakan satu kegiatan saja di dalam pemasaran. Beberapa ahli menyebutkan penjualan sebagai ilmu dan beberapa ahli lainnya menyebutkan penjualan sebagai seni. Swastha (1989:8) mendefinisikan menjual sebagai ilmu

dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang/ jasa yang ditawarkannya. Jadi dengan adanya penjualan dapat tercipta suatu proses pertukaran barang dan/ jasa antara penjual dengan pembeli. Didalam perekonomian, seseorang yang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Dengan alat penukar berupa uang, orang akan lebih mudah memenuhi dengan segala keinginannya; dan penjualan menjadi lebih mudah dilakukan. Jarak yang jauh tidak menjadi masalah bagi penjual.

Secara sederhana, transaksi penjualan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dapat dilihat sebagai proses pertukaran pada gambar 2.5



Gambar 2.5 Proses Pertukaran

Sumber: Pemasaran Pariwisata (1989:9)

Semakin pandai seseorang untuk menjual akan semakin cepat pula mencapai sukses dalam melaksanakan tugas-tugasnya, sehingga tujuan yang diinginkan akan segera terlaksana. Dalam segala bidang dan tingkatan, taktik penjualan harus digunakan agar pelayanan yang diberikan kepada orang lain dapat memberikan kepuasan. Dengan kepuasan ini diharapkan mereka dapat menjadi langganan atau sahabat yang baik. Dalam melakukan penjualannya, penjual dituntut untuk memiliki bakat seni serta keahlian untuk mempengaruhi orang lain. Bakat inilah yang sering tidak dimiliki oleh setiap orang. Tidaklah mudah untuk mengerahkan kemauan calon pembeli dengan cara mengemukakan berbagai alasan serta pendapatnya.

Definisi lain tentang penjualan yang dikemukakan oleh Nickels dalam Swastha (1989:10) yang menyebutnya dalam istilah penjualan tatap muka

(*personal selling*), yaitu interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Penjualan tatap muka merupakan komunikasi orang secara langsung individual yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan seluruh usaha pemasaran pada umumnya, yaitu meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang. Dalam hal ini perusahaan memerlukan tenaga-tenaga penjualan atau wiraniaga untuk melakukannya. Tugas-tugas yang mereka lakukan cukup luwes karena secara langsung dapat mengetahui keinginan.

Drucker dalam Kotler dan Keller (2008:5) seorang ahli teori manajemen terkemuka, menjelaskan perbedaan pemasaran dan penjualan sebagai berikut:

“selalu akan ada kebutuhan akan penjualan. Namun tujuan dari pemasaran adalah membuat penjualan berlimpah. Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa bisa sesuai dengan kebutuhannya sehingga terjual sendiri. Idealnya, pemasaran harus menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Dengan demikian yang dibutuhkan hanyalah memastikan produk dan jasa tersedia.”

Menurut Kotler dan Keller (2008:6) orang-orang pemasaran memasarkan sepuluh entitas, yaitu:

a. Barang

Barang-barang fisik merupakan bagian terbesar dari usaha produksi dan pemasaran kebanyakan negara.

b. Jasa

Jasa mencakup pekerjaan maskapai udara, hotel, perusahaan penyewaan mobil, konsultan manajemen, dan sebagainya. Banyak tawaran pasar yang terdiri dari perpaduan antara barang dan jasa. Di restoran makanan cepat saji, misalnya, pelanggan mengkonsumsi baik produk maupun jasa.

c. Acara

Pemasar mempromosikan acara berdasarkan waktu, seperti pameran dagang, pertunjukan seni, dan ulang taun perusahaan.

d. Pengalaman

Dengan memadukan beberapa jasa dan barang, sebuah perusahaan dapat menciptakan, memamerkan, dan memasarkan pengalaman. *Walt Disney World's Magic Kingdom* merupakan salah satu pemasaran pengalaman.

e. Orang

Pemasaran selebriti merupakan bisnis besar. Artis, musisi, CEO, dan profesional lainnya dibantu oleh para pemasar selebriti. Beberapa orang telah melakukan pekerjaan pemasaran sendiri seperti Oprah Winfrey, dan Rolling Stones.

f. Tempat

Pemasar tempat mencakup spesialis pengembangan ekonomi, agen *real estate*, bank komersial, asosiasi bisnis lokal, serta agen periklanan dan hubungan masyarakat.

g. Properti

Properti adalah hak kepemilikan tak berwujud atas property yang sebenarnya (*real estate*) atau property finansial (saham dan obligasi).

h. Organisasi

Organisasi secara aktif bekerja untuk membangun citra yang kuat, disukai, dan unik di benak publiknya.

i. Informasi

Informasi adalah apa yang dihasilkan, dipasarkan, dan didistribusikan oleh buku, sekolah, dan produk universitas dengan harga tertentu kepada orang tua, siswa, dan komunitas.

j. Ide

Setiap penawaran pasar mengandung sebuah ide/gagasan dasar. Produk dan jasa adalah landasan untuk menghasilkan ide atau manfaat.

Menurut Swastha (1989:11) dalam melakukan penjualan, tugas-tugas pemasar sering digolongkan menurut jenis hubungan pembeli yang terlibat dalam penjualan. Dalam hal ini, jenis-jenis penjualan dikelompokkan menjadi:

a. *Trade Selling*

Trade selling dapat terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distributor produk-produk mereka. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan, dan baru. Jadi titik beratnya adalah pada “penjualan melalui” penyalur dari pada “penjualan ke” pembeli akhir.

b. *Missionary Selling*

Penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang-barang dari penyalur perusahaan. Disini, wiraniaga lebih cenderung pada “penjualan untuk” penyalur. Jadi wiraniaga sendiri tidak menjual secara langsung produk yang ditawarkan, misalnya penawaran obat kepada dokter.

c. *Technical Selling*

Berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya. Dalam hal ini, tugas utama wiraniaga adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli, serta menunjukkan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut.

d. *New Business Selling*

Berusaha membuka transaksi baru dengan merubah calon pembeli menjadi pembeli. Jenis penjualan ini sering dipakai oleh perusahaan asuransi.

e. *Responsive Selling*

Setiap penjualan diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli. Dua jenis penjualan utama di sini adalah *route driving* dan *retailing*. Jenis penjualan seperti ini tidak akan menciptakan penjualan yang terlalu besar meskipun layanan yang baik dan hubungan pelanggan yang menyenangkan dapat menjurus kepada pembelian uang.

2.5 *Technical Selling*

Swastha (1989:12) menjelaskan *technical selling* meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasehat kepada pembeli akhir dari barang dan jasanya. Dalam hal ini, tugas utama wiraniaga adalah mengidentifikasi dan menganalisis masalah-masalah yang dihadapi pembeli, serta menunjukkan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat mengatasi masalah tersebut. Penjelasan Basu Swastha tersebut, metode *technical selling* cukup berpengaruh pada proses penentuan keputusan pembeli. Sebab dengan metode ini seorang penjual dapat menganalisa masalah yang dialami oleh para pembeli dan memberikan saran serta nasehat. Hal inilah yang dijadikan kesempatan oleh penjual untuk memberikan penawaran produk jasa baru sebagai jalan keluar dari permasalahan calon pembeli tersebut.

Menurut Carthy dalam tugas akhir Pratiwi (2016:22) menjelaskan *technical selling* sebagai bentuk *personal selling* dimana penjual menyelesaikan masalah konsumen dengan keahlian dan pengalaman yang telah dimilikinya. Pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa *technical selling* merupakan proses pemberian saran serta pemecahan masalah pada konsumen sesuai dengan pengalaman penjual, dengan teknik penyampaian yang dapat menentukan keputusan produk atau jasa yang akan dibeli oleh konsumen. Pengalaman dari seorang penjual sangat berpengaruh dalam proses pembelian suatu produk maupun jasa. Para calon pembeli cenderung lebih percaya dengan apa yang diceritakan oleh seseorang yang pernah melakukan atau merasakan suatu produk maupun jasa, sebab dengan kegiatan tersebut para calon pembeli akan berpendapat bahwa pengalaman yang diceritakan oleh penjual adalah pengalaman yang benar-benar terjadi, dengan begitu calon pembeli akan mendapatkan gambaran saat mereka akan membeli produk maupun jasa tersebut.

BAB 3. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

3.1.1 Lokasi Praktek Kerja Nyata

Sistem pemilihan lokasi praktek kerja nyata mahasiswa diberi kebebasan oleh pihak kampus untuk memilih lokasi praktek kerja nyata yang diinginkan. Para dosen mengarahkan mahasiswa agar memilih lokasi praktek kerja nyata yang sesuai dengan dunia pariwisata, seperti perhotelan, destinasi wisata, *tour & travel*, instansi *organizer*, maupun di dinas pariwisata. Dengan hal ini penulis memilih lokasi praktek kerja nyata dibidang *tour & travel*, yakni di K.I.A *Tours & Travel* yang berada di Jalan Letjen Sutoyo 72, Malang.

3.1.2 Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Pihak kampus memberikan jangka waktu pelaksanaan praktek kerja nyata minimal empat bulan dan maksimal enam bulan. Penulis memilih jangka waktu 5 bulan praktek kerja, dan pihak instansi menetapkan tanggal praktek kerja mulai dari 2 Januari 2017 sampai 31 Mei 2017. Adapun jadwal kerja pada K.I.A *Tours & Travel*, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Jadwal Kerja K.I.A *Tours & Travel* Malang

Hari Kerja	Jam Kerja	Istirahat
Senin-Jum'at	08.30-17.00	12.00-14.00
Sabtu	08.30-15.00	12.00-14.00
Minggu	Libur	Libur

Sumber: Penulis, 2017

3.2 Ruang Lingkup Praktek Kerja Nyata

3.2.1 Ruang Lingkup Kegiatan

Data yang diperoleh penulis dari kegiatan praktek kerja nyata pada K.I.A *Tours & Travel* digunakan dalam Laporan Tugas Akhir yang berjudul, "Peningkatan Penjualan Paket Wisata Korea Melalui Metode *Technical Selling* Pada K.I.A *Tours & Travel* Malang". Selama kegiatan praktek kerja nyata penulis ditempatkan pada bagian *Tour* dan *Ticketing*, serta kepengurusan dokumen visa.

3.2.2 Gambaran Umum K.I.A *Tours & Travel*

K.I.A *Tours & Travel* merupakan biro perjalanan yang berdiri pada bulan Juli 1996 yang berlokasi pertama kalinya di Hotel Indonesia. Misi dari K.I.A *Tours & Travel* adalah menjadi perusahaan *Tours & Travel* yang terbesar di Indonesia. Visi dari K.I.A *Tours & Travel* adalah dapat memberikan jasa pelayanan yang terbaik secara konsisten kepada semua pelanggan sehingga dapat menjadi *partner*. Biro perjalanan ini memiliki beberapa kantor cabang di Jakarta, Bandung, Makasar, dan Malang. Untuk di Jakarta sendiri terdapat beberapa kantor, yaitu: K.I.A Polim, K.I.A Ascott, K.I.A Harmoni, K.I.A Kelapa Gading, K.I.A Pluit, K.I.A Alam Sutera. Sedangkan cabang di luar kota untuk saat ini terdapat di tiga kota saja, yaitu K.I.A *Tours* Bandung, K.I.A *Tours* Makasar, dan K.I.A *Tours* Malang.

PT. Wisata Impian dengan merk dagang Korea Indonesia Agency cabang Malang biasa dikenal dengan K.I.A *Tours & Travel* Malang adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa. K.I.A *Tours & Travel* Malang hadir untuk pertama kalinya pada bulan April 2014 yang berlokasi di Jalan Letjend Sutoyo No.72, Malang. K.I.A *Tours & Travel* Malang merupakan agen perjalanan yang berbasis domestik dan internasional, dimana agen tersebut tidak hanya melayani pemesanan tiket penerbangan maupun *tour* domestik, melainkan juga internasional. K.I.A *Tours & Travel* Malang memiliki motto “Kami Ada Karena Anda”.

Produk-produk yang dijual oleh K.I.A *Tours & Travel* Malang, meliputi:

- a. Tiket domestik (Garuda Indonesia, Citilink, Sriwijaya, Batik Air, Lion Air, dan masih banyak lagi)
- b. Tiket intenasional (Air Asia, Jetstar, Tiger Air, Cathay Pacific, China Airlines, Qantas, Singapore Airlines, dan masih banyak lagi)
- c. *Voucher* hotel
- d. *Tour* domestik (Malang-Batu, Malang-Batu-Bromo, Yogyakarta, Bali, Lombok, dan masih banyak lagi)

- e. *Tour* internasional (Korea, Jepang, China, Hongkong-Shenzhen-Macau, Singapore-Malaysia, Australia, USA, *Middle East*, Eropa, Holyland, dan masih banyak lagi)
- f. Perjalanan kapal pesiar (Royal Caribbean, dan masih banyak lagi)
- g. Visa (Korea, China, Jepang, Taiwan, USA, *Ausie*, Schengen, dan masih banyak lagi)
- h. Asuransi
- i. *Rent car*

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Dalam melaksanakan kegiatan praktek kerja nyata, penulis menggunakan jenis data kualitatif. Data kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh) (Bogdan & Taylor, 1990 dalam Imam Gunawan, 2013:82). Data kualitatif yang digunakan penulis dalam kegiatan praktek kerja ini meliputi hasil tanya jawab dengan karyawan K.I.A *Tours & Travel* dan juga pengamatan langsung kegiatan jual beli paket *tour* Korea.

3.3.2 Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama yaitu individu atau perseorangan yang membutuhkan pengelolaan lebih lanjut seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner (Jurnal Wandansari, 2013: 1(3):561). Dalam hal ini penulis mengumpulkan data dari hasil wawancara, observasi, dan pembelajaran materi selama kegiatan praktek kerja nyata.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan dengan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain (Jurnal

Wandansari, 2013: 1(3):561). Dalam hal ini penulis menggunakan buku, jurnal, skripsi, internet, dan materi yang diberikan oleh perusahaan praktek kerja nyata, sebagai perantara tambahan pengumpulan data.

3.4 Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Metode wawancara adalah suatu kegiatan tanya jawab dengan tatap muka (*face to face*) antara pewawancara (*interviewer*) dan yang diwawancarai (*interviewee*) tentang masalah yang diteliti, dimana pewawancara bermaksud memperoleh persepsi, sikap, dan pola pikir dari yang diwawancarai yang relevan dengan masalah yang diteliti (Gunawan, 2013:162).

b. Observasi

Metode observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis (Arikunto, 2002 dalam Imam Gunawan, 2013:143).

c. Dokumen

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2007:82, dalam Imam Gunawan, 2013:176). Dalam hal ini penulis mengumpulkan data dokumen berupa *Letter Guarantee* dan *invoice*.

d. Studi pustaka

Studi pustaka adalah data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan (Jurnal Wandansari, 2013: 1(3):561). Dalam hal ini penulis mempelajari beberapa buku dan literatur lainnya, serta hasil penulisan sebelumnya yang sejenis sebagai landasan teori.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

K.I.A *Tours & Travel* merupakan biro perjalanan berbasis domestik dan internasional. K.I.A *Tours & Travel* menjual produk serta jasa berupa pemesanan tiket pesawat dan hotel, pemesanan *travel*, visa, paket wisata *cruise*, paket wisata domestik dan internasional. Salah satu paket wisata yang cukup banyak peminatnya yaitu paket wisata Korea. K.I.A *Tours & Travel* menawarkan dua jenis paket wisata ke Korea, seperti paket wisata Korea tanpa Pulau Jeju dan dengan Pulau Jeju.

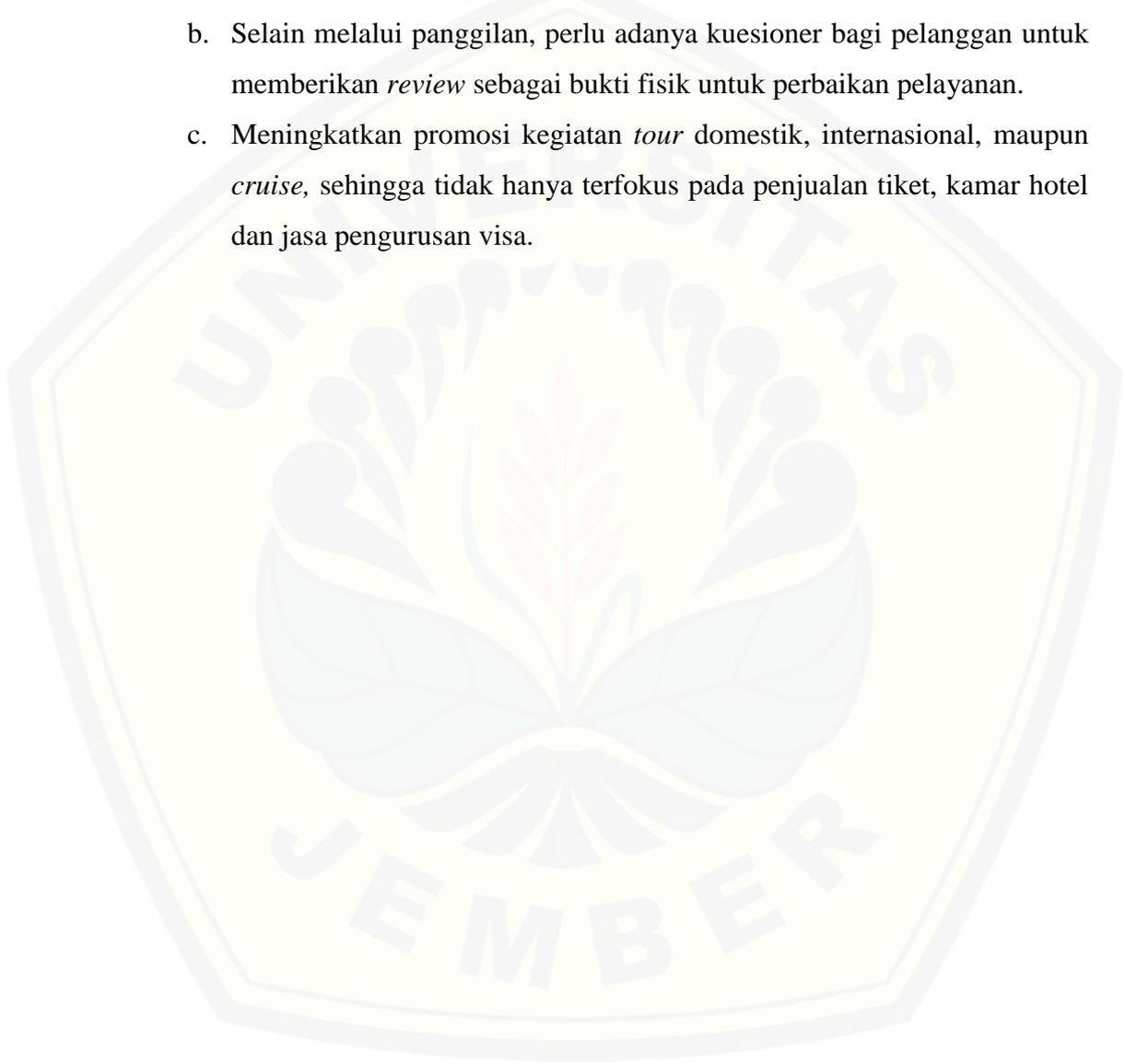
Dalam menjual paket wisata Korea, K.I.A *Tours & Travel* menggunakan metode *technical selling* sebagai proses penjualannya. *Technical selling* merupakan proses pemberian saran serta pemecahan masalah pada konsumen yang sesuai dengan pengalaman penjual, dengan teknik penyampaian yang dapat menentukan keputusan produk atau jasa yang akan dibeli oleh konsumen. Dengan kata lain penjualan paket wisata Korea dengan metode *technical selling* dapat memberikan informasi tambahan serta pengarahan yang dapat membantu para calon peserta *tour* Korea. Hal tersebut dapat berpengaruh dengan peningkatan penjualan paket wisata Korea.

Respon dari peserta *tour* sangat berpengaruh pada peningkatan penjualan. Respon yang diberikan oleh peserta *tour* cukup memuaskan. Dengan kembalinya peserta *tour* untuk melakukan perjalanan menggunakan K.I.A *Tours & Malang* telah membuktikan bahwa pelayanan yang diberikan sangat memuaskan serta metode *technical selling* yang digunakan terealisasi dengan baik. Pelayanan K.I.A *Tours & Travel* juga mendapatkan penilaian positif dari para pelanggannya. Metode *technical selling* yang berdampak pada kepuasan peserta *tour* membuat penjualan *tour* K.I.A *Tours & Travel* Malang meningkat secara signifikan. Hal tersebut juga berpengaruh pada *general income* di K.I.A *Tours & Travel* Malang yang terus meningkat.

5.2 Saran

Saran yang diberikan oleh penulis kepada K.I.A *Tours & Travel* Malang, sebagai berikut:

- a. Penentuan target jumlah wisatawan yang ingin melakukan perjalanan menuju Korea setiap musimnya.
- b. Selain melalui panggilan, perlu adanya kuesioner bagi pelanggan untuk memberikan *review* sebagai bukti fisik untuk perbaikan pelayanan.
- c. Meningkatkan promosi kegiatan *tour* domestik, internasional, maupun *cruise*, sehingga tidak hanya terfokus pada penjualan tiket, kamar hotel dan jasa pengurusan visa.



DAFTAR PUSTAKA

- Goeldner & Ritchie. 2009. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: Hoboken.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Tero dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hadiyanti, Rini. 2013. Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2003 Tentang Pedoman Organisasi Perangkat Daerah Pemerintah Kota Samarinda. *E-jurnal Ilmu Pemerintahan*. 1(3):986.
- Hunger, David dan Thomas L.Wheelen. 2001. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*. Thirteenth Edition. New Jersey: Pearson Education. Terjemahan oleh Sabran, Bob. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Ksamawan, P.G.J., Negara. I.M.K. dan Sudana. I.P. 2014. Strategi Pemasaran Paket Wisata *Full Day* di PT. Tour East Indonesia. *Jurnal IPTA*. 2(1):18.
- Lahilote, Hasyim Sofyan. 2010. Kajian Yuridis Terhadap Agen Perjalanan (Travel Agent) Dalam Bisnis Pariwisata. *Jurnal Al-Syir'ah*. 8(2):523.
- Nuriata. 2014. *Paket Wisata: Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga*. Bandung: Alfabeta.
- Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2010. *Tata Cara Pendaftaran Jasa Perjalanan Wisata*. 16 November 2010. Jakarta.
- Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif No 4 Tahun 2014. *Standar Usaha Jasa Perjalanan Wisata*. 3 April 2014. Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 462. Jakarta.
- Pratiwi, A.G. 2016. Peran Personal Selling Guna Meningkatkan Produk JS Siharta Pada PT. Asuransi Jiwasraya (Persero) Cabang Surakarta. *Tugas Akhir*. Surakarta: Program Studi Diploma 3 Keuangan Dan Perbankan Universitas Sebelas Maret.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sharma, K.K. 2006. *Tourism and Travel Industry*. 2006. New Delhi: Darya Ganj.
- Swastha, Basu. 1989. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.

Wandansari, Nini Dewi. 2013. Perlakuan Akuntansi Atas PPH Pasal 21 Pada PT. Artha Prima Finance Kotabagu. *Jurnal Emba*. 1(3):561.

Yoeti, Oka A. 2013. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.



Lampiran 1. Surat Permohonan Praktek Kerja Nyata



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl Kalimantan - Kampus Tegaltoto Telp (0331) 335586, 331342 Fax. (0331) 335586
Jember 68121

Nomor : 3937/UN25.1.2/SP/2016 8 November 2016
Lampiran : satu eksemplar
Hal : Permohonan Tempat Magang

Yth. Pimpinan Korea Indonesia Agency Malang
Jl. Letjen. Sutoyo No. 72
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 108 SKS diwajibkan mengikuti kegiatan magang (Praktek Kerja Lapang) 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 : Merda Arvita Siwi
NIM : 140903102025
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.

a.n Dekan
Wakil Dekan I,

Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA., Ph.D.
NIP 19610828 199201 1 001

CP :
Merda A. (081232376763)

Lampiran 2. Surat Tugas Praktek Kerja Nyata

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
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

SURAT TUGAS
Nomor : 4879/UN25.1.2/SP/2016

Berdasarkan surat dari Manager "K.I.A Tours & Travel Malang" , tanggal 7 Desember 2016, perihal Penerimaan Magang, maka dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember menugaskan kepada mahasiswa yang namanya tercantum di bawah ini :

Nama : Merda Arvita Siwi
NIM : 140903102025
Program Studi : DIII Usaha Perjalanan Wisata

Untuk melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Industri/Praktek Kerja Lapangan di K.I.A Tours & Travel Malang terhitung mulai tanggal 2 Januari 2017 s.d. 31 Mei 2017.

Demikian surat tugas ini untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jember, 23 Desember 2016

a.n Dekan
Wakil Dekan I,



Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA., Ph.D.
NIP 19610828 199201 1 001

Disampaikan Kepada :

1. Manager K.I.A Tours & Travel Malang
2. Kaprodi D3 Usaha Perjalanan Wisata
3. Mahasiswa yang Bersangkutan

Lampiran 3. Surat Penerimaan Praktek Kerja Nyata

**K.I.A TOURS & TRAVEL MALANG**
PT WISATA IMPIAN
Jl. Letjen Sutoyo no 72 Malang 65141
Telp. 0341 489898 / 486636
Fax. 0341 495179
Email: kiatoursmalang@gmail.com

HAL : PENERIMAAN MAGANG

Malang, 7 December 2016

Yth.

**Bapak / Ibu Dosen D3 USAHA PERJALANAN WISATA
UNIVERSITAS JEMBER**Jl. Kalimantan - Kampus Tegalboto
Jember

Dengan hormat,

Kami PT Wisata Impian yang lebih dikenal dengan nama **K.I.A Tours & Travel Malang** selaku perusahaan yang bergerak di bidang penyedia jasa pariwisata, bermaksud ingin menginformasikan bahwa mahasiswa bahwa yang bernama :

Nama : Merda Arvita Siwi

NIM : 140903102025

Universitas : Universitas Jember

Telah diterima untuk melakukan OJT (On Job Training) di **K.I.A Tours & Travel Malang** yang beralamat di Jl. Letjen Sutoyo 72 Malang dengan masa waktu 5 bulan yang akan dimulai pada **2 January 2017 hingga 31 May 2017** yang dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan kelulusan D3 USAHA PERJALANAN WISATA.

Demikian kami sampaikan melalui surat ini semoga dengan dilaksanakan kegiatan OJT ini dapat membantu dan mendapatkan pengalaman yang sangat bermanfaat untuk digunakan di masa depan. Kami dari pihak KIA Tours & Travel Malang mohon maaf apabila ada kesalahan atau kata-kata yang tidak berkenan dan kami mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan dan kerjasamanya yang telah diberikan selama ini.

Hormat saya,

**DIANA PRAYOGO**
MANAGER

Lampiran 4. Lembar Penilaian K.I.A Tours & Travel Malang



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jl. Kalimantan Kampus Tegalboto Telp. 0331-335586, 331342 Fax. 0331-335586 Jember 68121
Telp. (0331) 332736

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

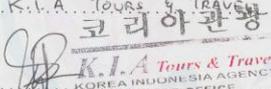
NO.	INDIKATOR PENILAIAN	NILAI	
		ANGKA	HURUF
1	Penguasaan Materi Tugas	70	B
2	Kemampuan / Kerjasama	74	B
3	Etika	79	AB
4	Disiplin	79	AB
NILAI RATA - RATA		75.5	AB

Identitas Mahasiswa yang dinilai :

Nama : MERDA ARVITA SIWI
 NIM : 14.090.310.3025
 Jurusan : Ilmu Administrasi
 Program Studi : Diploma III Usaha Perjalanan Wisata

Yang menilai :

Nama : DIANA
 Jabatan : MANAGER
 Instansi : K.I.A. TOURS & TRAVEL MALANG
 Tanda Tangan : 


 K.I.A. TOURS & TRAVEL
 KOREA INDONESIA AGENCY
 MALANG OFFICE
 Jl. Letnan Sutopo No. 72, Malang
 Telp. (+62-343) 48 9000
 Fax. (+62-343) 49 5170

PEDOMAN PENILAIAN :

NO.	HURUF	ANGKA	KRITERIA
1	A	≥ 80	ISTIMEWA
2	AB	75 ≤ AB < 80	SANGAT BAIK
3	B	70 ≤ B < 75	BAIK
4	BC	65 ≤ BC < 70	CUKUP BAIK
5	C	60 ≤ C < 65	CUKUP
6	CD	55 ≤ CD < 60	KURANG
7	D	50 ≤ D < 55	
8	DE	45 ≤ DE < 50	SANGAT KURANG
9	E	< 45	

Lampiran 5. Sertifikat Praktek Kerja Nyata



Lampiran 6. Gambar Tanda Terima Visa Korea


코리아관광
K.I.A. Tours & Travel
KORINDONESIA AGENCY

MALANG
Jl. Letjen Supeno 72
Malang - Jawa Timur
Tel 0341 - 48 0808
Fax 0341 - 49 0179

No. _____
 Staff: Merda

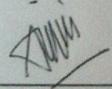
Date _____
 To _____

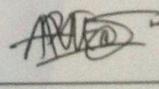
TANDA TERIMA DOKUMEN

Nama : Handy Augustinus
 Alamat : _____ HP Ortu : _____
 Telephone : _____ Email : _____
 Visa : Korea
 Kekurangan : Surat sponsor, Surat ket. kerja

B5830179

• Passport	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	<input checked="" type="radio"/> Asli / <input checked="" type="radio"/> Copy	_____
• KK	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	<input checked="" type="radio"/> Asli / <input checked="" type="radio"/> Copy	_____
• KTP	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	<input checked="" type="radio"/> Asli / <input checked="" type="radio"/> Copy	_____
• Foto	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	<input checked="" type="radio"/> Asli / <input checked="" type="radio"/> Copy	_____
• NPWP	Yes / No	Asli / Copy	_____
• Akte Nikah	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	Asli / <input checked="" type="radio"/> Copy	_____
• Akte Lahir	Yes / No	Asli / Copy	_____
• Buku Tabungan	Yes / No	Asli / Copy	_____
• Surat Referensi Bank	Yes / No	Asli / Copy	_____
• Surat Sponsor	Yes / No	Asli / Copy	_____
• Surat Ket Kerja	Yes / No	Asli / Copy	_____
• Kartu Pelajar	Yes / No	Asli / Copy	_____
• Hotel	Yes / No	Asli / Copy	_____
• Tiket Pesawat	<input checked="" type="radio"/> Yes / No	<input checked="" type="radio"/> Asli / <input checked="" type="radio"/> Copy	_____
• _____	Yes / No	Asli / Copy	_____

Tamu _____
 ()

Penerima _____
 ()

Tamu (Saat Pengembalian Dokumen)

(_____) Tanggal:

Lampiran 7. Persyaratan Visa Korea



KOREA

Embassy Location

Address	Jln. Jend. Gatot Subroto Kav. 57-58, Kuningan - Jaksel 12930
Phone	(+62 21) 520 1915
Fax	(+62 21) 525 4159
Office Hours	09.00 - 12.00

Processing Requirements

- Passport asli minimal masa berlaku 6 (enam) bulan dihitung dari tanggal tiba di tujuan (bila paspor kosong maka disertai Passport lama)
- Pas Foto warna (4 x 6) 2 lembar yang terbaru berlatar belakang warna putih
- **Bukti keuangan dengan Rekening Koran/Mutasi Rekening Internet Banking 3 bulan terakhir (tidak boleh memakai fotocopy buku tabungan) minimal Rp 50.000.000/orang (Deposito Asli & advis perpanjangan dilampirkan hanya sebagai tambahan)**
- Referensi Bank asli dari bank bersangkutan
- Surat Sponsor asli di atas Kop Surat
- Surat Sponsor berbahasa inggris dari tempat bekerja. Jika ada orang lain/keluarga yang ikut bepergian maka dicantumkan nama dan status orang tersebut :
 - ✓ Jika jabatan General Manager, Direktur, Presiden Direktur, atau Komisaris harus disertakan fotocopy NPWP dan SIUP
 - ✓ Jika memiliki bisnis sendiri dan tidak ada kop surat perusahaan maka surat diketik diatas kertas putih polos dan di cap toko serta fotocopy NPWP dan SIUP
 - ✓ Jika disponsori oleh anak maka lampirkan fotocopy akte kelahiran anak yang dapat membuktikan hubungannya
 - ✓ Jika disponsori oleh menantu maka lampirkan fotocopy akte nikah dan kelahiran anak yang dapat membuktikan hubungannya
 - ✓ Jika status pensiun maka surat di ketik di kertas putih polos dan ditanda tangani sendiri
- Dokumen yang berhubungan dengan pekerjaan pemohon seperti Slip Gaji atau ID Card (Bila diminta oleh kedutaan)
- Fotocopy S.I.U.P.P untuk pemilik ataupun bukan pemilik usaha maupun karyawan
- Fotocopy K.K (Kartu Keluarga) & KTP
- Fotocopy Akte Nikah
- Fotocopy Surat Ganti Nama (Jika ada)
- Fotocopy SPT (PPH 21)
- Menginformasikan telp Rumah, Kantor dan HP
- Bagi yang bepergian sendiri harus ada surat ijin dari orang tua atau istri yang bepergian sendiri harus ada surat ijin dari suami
- Print Out Tiket
- Bookingan Hotel
- Formulir yang telah diisi lengkap dan ditanda tangani pemohon

Anak

- Fotocopy Kartu Pelajar/Kartu Mahasiswa, serta surat keterangan pelajar
- Fotocopy Akte Lahir Anak
- Untuk anak-anak yang masih sekolah yang akan apply visa korea wajib melampirkan surat keterangan dari sekolah
- Formulir untuk anak yang belum memiliki KTP akan ditanda tangani oleh kedua orang tuanya

Lampiran 8. Itinerary Tour Korea

Shocking Offer!
by K.I.A. Tours & Travel

SUPER FUN KOREA FLOWER BEAUTY

HARI 01 : JAKARTA - SEOUL
Berhimpun di Bandara Sukarno Hatta untuk keberangkatan ke Korea dengan menggunakan Asiana Airlines. Tiba di Incheon International Airport, Seoul. Korea kesekian kalinya.

HARI 02 : SEOUL - NAMI ISLAND - MT. SORAK (MS/AM)
Tiba di Incheon International Airport, anda langsung dijemput menuju NAMI ISLAND yang Tiba di Incheon International Airport, anda langsung dijemput menuju "Winter Sonata", dari sana dijemput dengan "tempat shopping" di area Korea terkenal yaitu "Winter Sonata", dari sana dijemput menuju ke **CHUNGCHEON SKY WALK** sebuah jembatan kaca yang dibangun di atas Danau Chuncheon. Kemudian menuju Mt.Sorak untuk berdamai.

HARI 03 : MT. SORAK - SEOUL (W/MS)
Setelah selesai pagi anda akan berangkat Mt.Sorak untuk mengunjungi SORAK NATIONAL PARK KWONGJUNGKUNGSUNG FORTRESS serta GIANT BUDDHA STATUE. Kemudian menuju ke SEOUL. Tiba di Seoul anda dijemput mengunjungi/meallesi FORTRESS PALACE NATIONAL FOLK MUSEUM serta BLUE HOUSE. Malam hari anda akan dijemput berbelanja di DONGDAEMUN MARKET.

HARI 04 : SEOUL (W/MS)
Hari ini anda akan dijemput mengunjungi etas berbelanja di GINSENG OUTLET, COSMETIC SHOP, DUTY FREE SHOP serta dijemput mengunjungi KIMCHI SCHOOL dimana Anda dapat mencoba membuat Kimchi yang merupakan makanan khas Korea dan kemudian menuju Haebeok, pakaian tradisional Korea. Setelah itu mengunjungi Gyeongju Stream. Sore harinya anda akan dijemput mengunjungi NANTA SHOW. Setelah itu berbelanja di MYEONGDONG SHOPPING STREET yang merupakan pusat perbelanjaan yang sangat terkenal di Seoul.

HARI 05 : SEOUL - JAKARTA (M)
Hari ini anda akan dijemput mengunjungi SEOUL TOWER (Photo Stop) serta RED PINE TREE SHOP. Dari sana menuju ke GROCERY SHOP untuk berbelanja oleh-oleh khas Korea. Setelah makan siang akan mengunjungi Korea dan menuju Airport untuk perjalanan kembali ke Jakarta. Terima kasih atas partisipasi bersama KIA Tours & Travel.

HARGA TOUR - dalam IDR x.1000 / Keberangkatan minimum 15 peserta

Dep Date	Adi Tam	CHD			Sgl Sup	Apt Tax/ Fit Ins	Visa
		Tam	Ex-Bed	No-Bed			
01, 08, 15, 23, 24*, 25, 31 Mar	IDR 4.680	IDR 4.280	IDR 4.280	IDR 3.880	IDR 2.500	IDR 2.680	IDR 640
02, 05, 08, 12**, 19, 20, 21 Apr	IDR 4.880	IDR 4.480	IDR 4.480	IDR 4.080	IDR 2.500	IDR 2.680	IDR 640

Harga diatas berdasarkan Kurs perhari dan tidak termasuk Pajak. Harga dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan sebelumnya. Harga ini berlaku sebelum masa pendaftaran peserta selesai. Pembayaran akan berubah sesuai dengan perubahan harga yang berlaku di tour yang ada. Apt. Tax/Fuel/Fit. Ins dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan sebelumnya.

Tarif Termasuk:
 - Tiket pesawat dengan Asiana Airlines economy class (Group Fare Condition)
 - Akasr Perjamam dan Makan sesuai dengan yang tercantum di brosur perjalanan
 - Akomodasi di Hotel berkategori 3 & Resort
 - Tour Leader yang berpengalaman Minimal 10 Dewasa
 - Exclusive Backpack dari KIA Tours & Travel

Tarif Belum Termasuk:
 Pengeluaran pribadi, Asuransi Perjalanan, Tipping (Guide, Supir dan Tour Leader) & PPH 1%.

Updated 04Jan17/GR

For more information please contact :
 * K.I.A Head Office ☎ 021 - 723 888 * K.I.A Ascott ☎ 021 - 392 5128 * K.I.A Alam Sutera ☎ 021 - 2921 3750
 * K.I.A Hermina ☎ 021 - 264 8888 * K.I.A Kalapa Gatang ☎ 021 - 658 1038 * K.I.A Pluit ☎ 021 - 6993 8760
 * K.I.A Bandung ☎ 022 - 8778 3351 * K.I.A Malang ☎ 0341 - 489 898 * K.I.A Makassar ☎ 0411 - 811 4626

Free! Join Member K.I.A & Earn Point Rewards

Lampiran 9. Final Itinerary Tour Korea



SUPER FUN KOREA FLOWER BEAUTY

TOUR NAME : SUPER FUN KOREA FLOWER BEAUTY
 TANGGAL BERANGKAT : 24 MAR - 28 MAR 2017
 TOUR LEADER : MR.REZA HELMI PUTRA HP : 0856 9576 6080
 PESAWAT : OZ 762 24 MAR CGKICN 2350 - 0855
 OZ 761 28 MAR ICNCGK 1655 - 2215
 KUMPUL DI TERMINAL : II D KEBERANGKATAN GATE / PINTU 2 (DEPAN DAPUR MIE)
 KUMPUL JAM : 21.00 WIB

(Peserta diharuskan berkumpul **TEPAT WAKTU** di tempat yang telah ditentukan diatas. Akibat dari keterlambatan sepenuhnya menjadi tanggungjawab peserta masing-masing. Untuk informasi kepadatan lalu lintas menuju airport, silahkan hubungi PT.JASA MARGA di 8011-735 atau 800-7736 atau TMC Polda Metro Jaya di 021 527-6001.

HAL-HAL PERHATIAN

DEMI KELANCARAN MOHON PESERTA MEMPERHATIKAN & MENGIKUTI PERATURAN DIBAWAH INI TEMPAT DUDUK DI BUS
 Untuk mempermudah komunikasi antara Tour Leader, supir dan local guide, mohon kerjasamanya untuk mengosngikan tempat duduk di depan.

BAGASI

- A. Bagasi harus memiliki kunci dan roda
- B. Jangan tinggalkan bagasi untuk menghindari kehilangan dan penyelundupan norkoba yang bisa disetipkan di bagasi atau tas yang ditinggalkan oleh pemiliknya.
- C. **Bagasi Cuma-Cuma maksimum berat tidak lebih dari 23Kg+9Kg 2 Pcs.**
- D. Barang berharga dan uang tidak boleh disimpan didalam bagasi, tetapi harus dibawa di hand carry.
- E. Barang-barang runcing seperti pisau, gunting, jarum gunting kuku, baterai, shaver, sikat gigi electronic, dll harus disimpan dalam bagasi, tidak boleh ditas atau hand carry (mempunyai resiko disita pihak berwenang airport)

HAND CARRY

- Boleh dibawa kedalam cabin dengan ketentuan sebagai berikut :
 A. Ukuran Masimim hand carry : 55 x 36 x 20 cm dan tidak lebih dari 7 Kg. tas kecil dari travel agent tidak lebih dari ukuran tersebut dan dianjurkan dibawa selama tour.

BARANG-BARANG YANG TIDAK DIPERKENANKAN DITARUH DIDALAM HAND CARRY SBB :

- A. Liquid / cairan : Berupa lotion, pasta gigi, shampoo, hair gel, hair spray, obat gosok, minyak angin, parfum yang berhubungan dengan cairan dengan berat/ukurannya tidak lebih 100ml.
- B. Benda tajam : Berupa gunting kuku, pisau kecil, pisau lipat, peniti, cater, dll.

** Jika dari peserta membawa barang-barang yang disebutkan diatas **HARUS DITARUH DI DALAM BAGASI**

BARANG-BARANG YANG BOLEH DITARUH DI DALAM HAND CARRY SBB:

- A. Obat-obatan : Obat resep dan nama di depan botol obat harus sama dengan nama di paspor. Tidak diperkenankan membawa obat resep titipan orang lain.
 - B. Susu bayi : Susu bayi harus dicantumkan nama sesuai nama paspor/tanda pengenal.
- Untuk barang-barang yang termasuk/tidak termasuk dalam kategori tersebut diatas yang dibeli di duty free shops dibebaskan dari aturan diatas namun barang-barang tersebut harus dibungkus dalam kantong plastik transparan tertutup tanpa membuka kembali tanda setelah pembelian. Dan struk pembelian harus di tampilkan dengan jelas dan tanggal pembelian harus tepat dengan tanggal perjalanan atas penumpang tersebut. Sebelum melakukan pembelian, harap untuk memeriksa pada kantor penerbangan/informasi setempat atas peraturan bawaaan barang-barang tersebut di tempat tujuan dan atau tempat transit.

Lampiran 11. Kegiatan Prakerja Nyata



Lampiran 12. Kantor K.I.A Tours & Travel Malang

a. Ruang Kerja



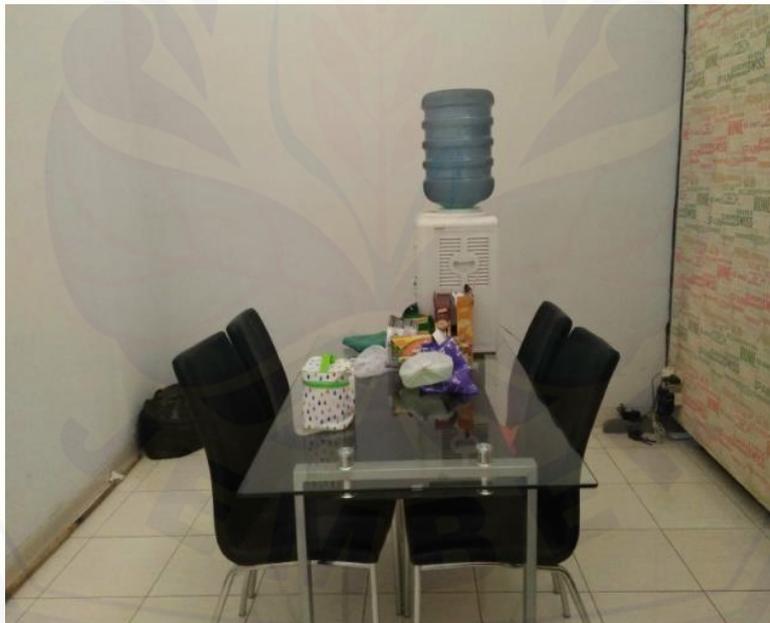
b. Ruang Tamu



c. Dapur



d. *Pantry*



e. Parkiran

