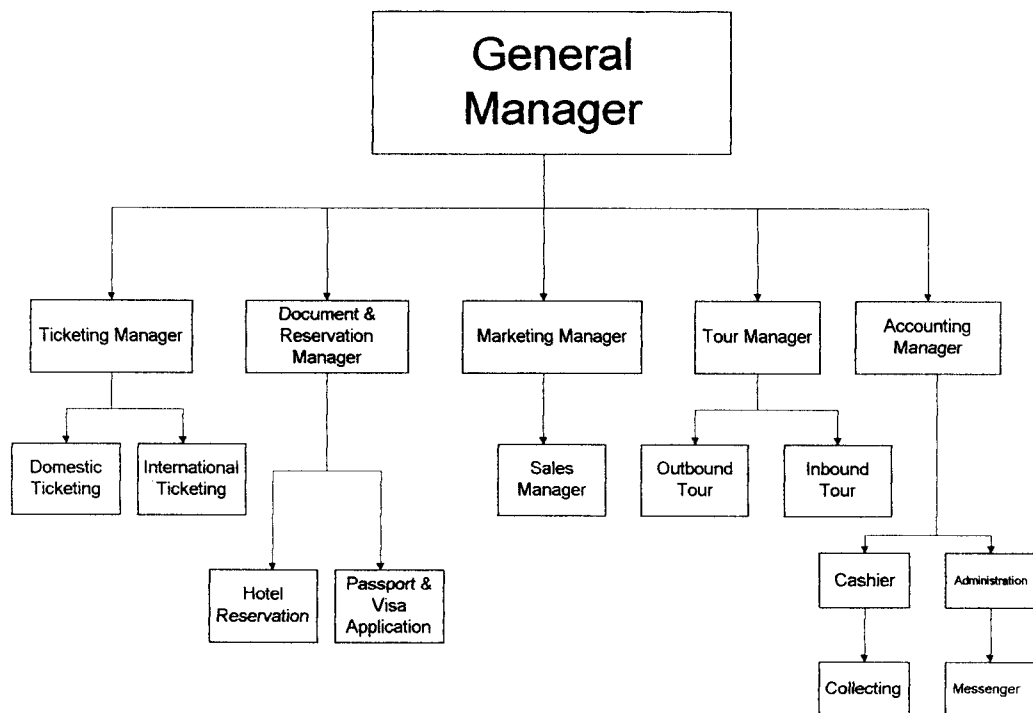


IV. ANALISA DATA

Sebuah biro perjalanan dibagi menjadi dua bagian besar yaitu *Front Office/Counter* dan *Back Office*. Bagian-bagian dari *Front Office* meliputi tiketing, tour, dokumen perjalanan, reservasi hotel, sales dan marketing. Dan bagian-bagian dari *Back Office* meliputi bagian akuntansi seperti kasir, administrasi, collecting dan messenger. Dan di bawah ini adalah salah satu bagan organisasi sebuah biro perjalanan yang ada di surabaya.



Gbr 1. Susunan Organisasi Biro Perjalanan

Adapun yang menjadi tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. General Manager

- a. Bertugas mengawasi kegiatan operasional perusahaan sehari-hari baik penjualan, pemasaran serta kegiatan yang menyangkut kepentingan kantor suatu biro perjalanan di Surabaya.
- b. Bertugas memeriksa semua laporan dari setiap departemen.

2. Tiketing Manager

- a. Bertugas mengawasi semua penjualan tiket baik tiket domestik maupun tiket international.
- b. Membawahi **staf** tiket domestik dan tiket international yang bertugas melayani semua reservasi hingga tiket dikeluarkan serta penjualannya.
- c. Memeriksa semua laporan penjualan dan pembelian tiket baik tiket domestik maupun tiket international.
- d. Bertanggungjawab kepada Manager.

3. Document and Reservation Manager

- a. Membawahi para staf yang terdiri dari:
 - **VisaApplication:** bertugas melayani pembuatan visa.
 - *Hotel Reservation:* bertugas melakukan reservasi dan penjualan voucher hotel baik domestik maupun international.
 - *Passpot Aplikasi:* bertugas melayani pembuatan paspor.
- b. Memeriksa semua laporan yang dibuat oleh departemen di bawahnya.
- c. Bertanggungjawab kepada Manager.

4. Marketing Manager

- a. Membawahi Sales Manager yang bertugas menjual semua produk yang dimiliki oleh biro perjalanan.
- b. Bertanggungjawab kepada Manager.

5. Tour Manager

- a. Membawahi dua departemen, yaitu:
 - *Outbound Tour* : bertugas menjual dan memasarkan semua produk tour luar negeri baik perorangan maupun kelompok.
 - *Inbound Tour* : bertugas menjual dan memasarkan semua produk tour dalam negeri baik perorangan maupun kelompok.

Kedua departemen ini wajib membuat laporan penjualan tournya.

- b. Bertanggungjawab kepada Manager.

6. Accounting Manager

- a. Membawahi beberapa departemen, yaitu:
 - **Cashier** : bertugas menerima dan memeriksa semua pemasukan dan pengeluaran yang berkaitan dengan penjualan dan pembelian produk suatu biro perjalanan. Jadi, dapat dikatakan tugas dari seorang cashier meliputi:
 - mengelola kas.
 - mencatat laporan penjualan harian atau yang biasa disebut *daily sales report*.
 - menerima pembayaran tunai atau yang biasa disebut *cash payment*.

- melakukan pembayaran **ke** pihak luar seperti: tagihan rekening listrik, air, telephon, pemasangan iklan dan pembuatan kartu nama.
 - kasir juga bisa melakukan setoran ke bank baik dalam bentuk tunai, giro dan cek.
 - membuat laporan kas dan bank.
 - **Collecting** : bertugas melaporkan semua laporan penagihan kepada **Cashier**. Jadi, dapat dikatakan tugas dari collecting meliputi:
 - mendata penjualan kredit di dalam kartu piutang.
 - mendata jadwal tagihan sesuai dengan perjanjian.
 - mendata pembayaran yang telah diterima.
 - melaporkan ke *Accountant Manager*.
 - **Administration** : bertugas membuat semua laporan penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh suatu biro perjalanan.
- b. Bertugas mengawasi dan memeriksa semua laporan keuangan perusahaan
- c. Bertanggung jawab kepada Manager.

Dan pada karya tulis ini penulis akan menguraikan perdepartemen dari **Front Office** maupun **Hack Office** berdasarkan data-data yang telah terkumpul.

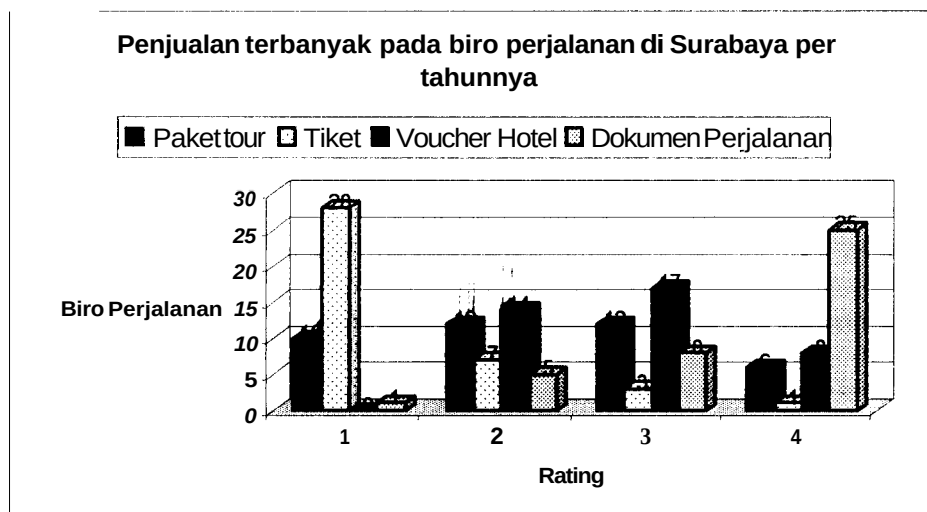
Dan secara umum dari hasil kuisioner yang penulis bagikan dapat dilihat pada tabel yang ada di bawah ini.

Tabel 4.1

Proporsi Penjualan Terbanyak Pada Biro Perjalanan Di Surabaya Per tahun

Jasa Rating	Paket Tour	Tiket	Voucher Hotel	Dokumen Perjalanan
1	10	28	0	1
2	12	7	14	5
3	12	3	17	8
4	6	1	8	25

Pada tabel di atas nilai rating 1 berarti penjualan yang paling banyak terjadi pada pertahunnya sedangkan angka 4 adalah penjualan yang paling sedikit dilakukan pertahunnya. Dan bila dilihat per-ratingnya bisa dilihat sebagai berikut :



Gbr 2. Grafik Proporsi Penjualan Terbanyak Pada Biro-Biro Perjalanan di Surabaya Per Tahunnya

Dari grafik diatas dapat disimpulkan bahwa penjualan tiket merupakan penjualan yang terbesar yang dialami biro-biro perjalanan di Surabaya pada

umumnya per tahunnya. Ini terlihat dari 40 biro perjalanan yang kami survei, **28** biro perjalanan yang menjawab bahwa penjualan tiket merupakan penjualan terbesar. Dalam hal ini berarti, jasa reservasi tiket merupakan sesuatu yang vital bagi biro-biro perjalanan **di** Surabaya. Sedangkan **untuk** jasa pembuatan dokumen perjalanan bisa dikatakan bahwa jasa tersebut belum bisa menjadi andalan bagi biro-biro perjalanan di Surabaya. Dari 40 biro perjalanan yang penulis survei, 25 biro perjalanan mengatakan bahwa pembuatan dokumen perjalanan jarang terjadi transaksinya. Dari data yang penulis kumpulkan ternyata penjualan voucher hotel merupakan penjualan terbanyak kedua setelah penjualan tiket dibandingkan dengan paket tour. Untuk jumlah rata-rata pegawai yang bekerja dapat dalam sebuah biro perjalanan di Surabaya adalah **18** sampai 19 orang . Yang mana terdiri dari staff pengurusan reservasi tiket, pengurusan paket tour, pengurusan reservasi hotel, pengurusan dokumen perjalanan, staff pembukuan, *messenger*, staff penjualan dan pemasaran.

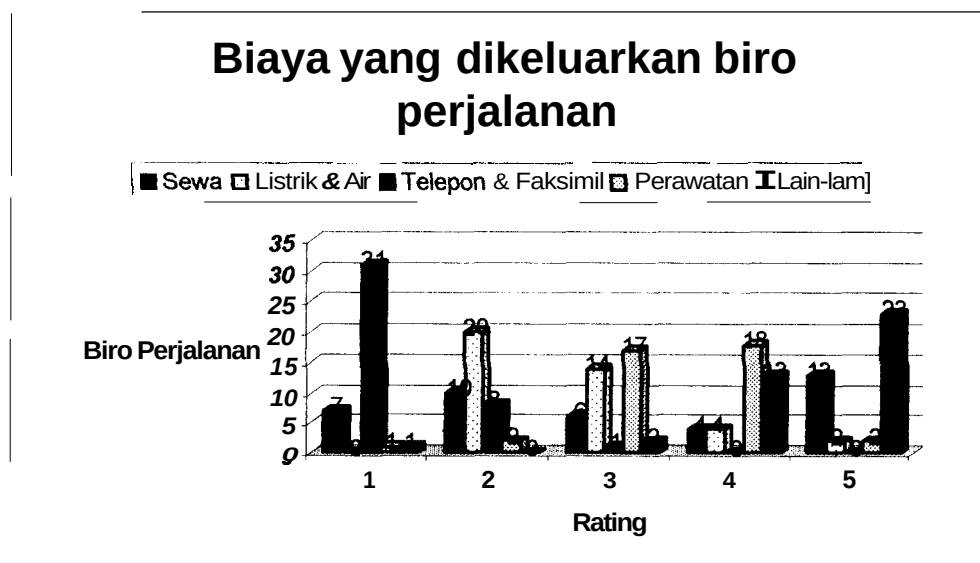
Dalam menjalankan sebuah biro perjalanan tentu ada pegawai-pegawai yang menjalankan dan pemilik biro harus membayar upah gaji kepada para pegawainya. Biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah gaji disebut biaya gaji. Selain biaya gaji ada biaya-biaya lain yang dikeharkan dalam menjalankan biro perjalanan. Seperti biaya telepon dan faksimil, biaya sewa tempat, biaya listrik dan air, biaya perawatan, dan biaya lain-lain seperti biaya untuk alat-alat tulis. Dan untuk pengeluaran biaya dari biro-biro perjalanan selain biaya gaji dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.2

Proporsi Biaya Yang Paling Besar Dikeluarkan Biro-biro Perjalanan Di Surabaya

Rating \ Biaya	Sewa	Listrik & Air	Telepon & Faksimil	Perawatan	Lain-lain
1	7	0	31	1	1
2	10	20	8	2	0
3	6	14	1	17	2
4	4	4	0	18	13
5	13	2	0	2	23

Pada tabel di atas nilai rating 1 berarti biaya yang paling sering dikeluarkan dan angka 5 adalah biaya yang paling jarang dikeluarkan. Dan bila dilihat per-ratingnya bisa dilihat sebagai berikut



Gbr 3. Proporsi Biaya Yang Dikeluarkan Biro-biro Perjalanan Di Surabaya

Dari grafik di atas dapat dilihat selain biaya gaji bahwa biaya telepon dan faksimil merupakan biaya yang paling banyak dikeluarkan oleh biro-biro perjalanan di Surabaya. Diantaranya, 40 biro perjalanan yang penulis survei 31

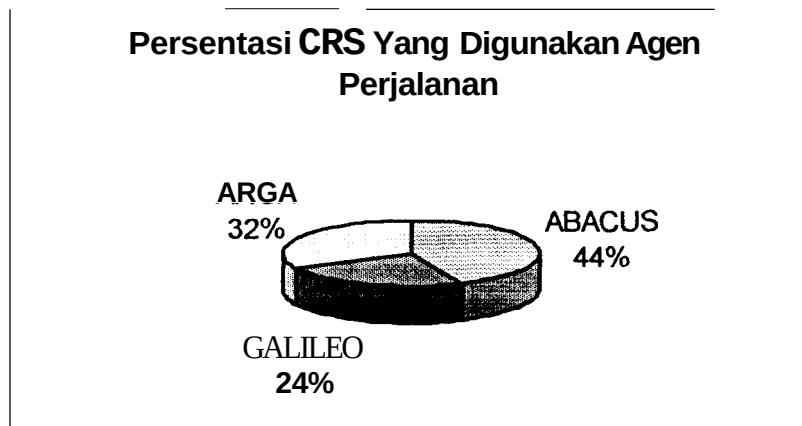
diantaranya mengatakan bahwa biaya yang paling banyak dikeluarkan adalah telepon dan faksimil. Sedangkan untuk biaya perawatan dan biaya lain-lain (membeli alat-alat tulis, biaya parkir) adalah biaya yang paling jarang dikeluarkan oleh biro perjalanan.

1. *TICKETING DEPARTMENT*

Ticketing department adalah suatu bagian yang sangat vital dalam sebuah biro perjalanan. Karena berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Louis Hams untuk majalah *Travel Weekly*, Pendapatan rata-rata **dari** biro perjalanan di Amerika adalah 63% dari hasil penjualan tiket pesawat udara. **Dan** berdasarkan hasil penelitian penulis penjualan tiket merupakan penjualan terbesar yang rata-rata dialami biro-biro perjalanan yang ada di Surabaya. Banyak konsumen yang lari ke biro-biro perjalanan untuk membeli tiket terutama tiket pesawat dikarenakan biro-biro perjalanan memberikan harga yang lebih murah daripada konsumen langsung membeli di bandar udara atau maskapai itu sendiri.

Sedangkan berdasarkan hasil survei kami mengenai ticketing stuff bahwa jumlah rata-rata *ticketing stuff* pada suatu biro perjalanan di Surabaya adalah **4-5** orang. Seiring dengan perkembangan teknologi terutama dalam hal komputerisasi, maka pembuatan reservasi tiket juga bisa dilakukan melalui komputer. Hal ini yang disebut sebagai *Computerised Reservation System* (CRS) Ada 3 CRS yang kebanyakan digunakan biro-biro perjalanan di Surabaya yaitu **ABACUS, GALILEO dan ARGAS**. Persentase **CRS** yang

digunakan oleh biro-biro perjalanan bisa dilihat pada grafik lingkaran di bawah ini.



Gbr 4. Grafik Persentasi **CRS** Yang Digunakan Oleh Biro-biro Perjalanan di Surabaya

Grafik di atas menunjukkan bahwa CRS yang paling banyak digunakan adalah **ABACUS**. Dan yang selanjutnya adalah **ARGA**. **GALILEO** sedikit digunakan karena mungkin sistim ini masih baru di Surabaya. Sedangkan **ABACUS** sudah lama dipakai oleh biro-biro perjalanan di Surabaya. CRS **ABACUS** dan **GALILEO** digunakan untuk membuat reservasi tiket penerbangan nasional dan internasional. Dengan adanya sistim ini maka akan memudahkan para staf tiketing. **ABACUS** dan **GALILEO** akan memberikan pelatihan gratis bagi staf tiketing dari biro-biro perjalanan yang memakai sistim tersebut tentang bagaimana cara mengoperasikan sistim reservasi. Selain itu CRS tersebut bisa digunakan untuk membuat reservasi hotel, penyewaan mobil, melihat waktu pada negara lain dan melihat syarat-syarat untuk masuk ke negara lain. CRS memudahkan kita dalam pembuatan

reservasi karena hanya dengan melalui komputer kita bisa membuat reservasi hingga meng-issued tiket.

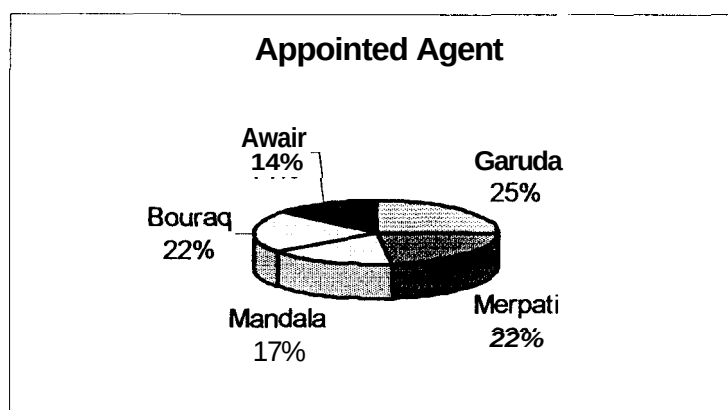
Tapi tidak semua biro perjalanan bisa meng-issued tiket pesawat terutama untuk penerbangan internasional karena harus mempunyai izin dari IATA dan baru bisa mendapatkan stock ticket dari IATA. Selain ABACUS dan GALILEO, ada juga sistem yang dikeluarkan Garuda yang dikenal dengan nama ARGAS. Melalui ARGAS kita bisa membuat reservasi tidak hanya untuk maskapai Garuda Indonesia saja melainkan juga bisa membuat reservasi untuk Merpati Nusantara Airlines, Bouraq Airlines, dan juga bisa untuk melihat jadwal penerbangan Mandala Airlines. Tapi tentu saja untuk bisa meng-issued tiket pesawat Garuda terlebih dahulu harus menjadi appointed/authorized agent dari Garuda Indonesia. Dan untuk menjadi authorized agent dari Garuda Indonesia atau IATA tidaklah mudah karena harus memenuhi beberapa syarat terlebih dahulu. Bila biro perjalanan buka biro IATA, maka ia harus bekerja sama dengan biro perjalanan yang lain yang sudah menjadi biro IATA. Tapi tentu saja komisi yang diperoleh dari hasil penjualan tiket akan lebih kecil karena harus dibagi juga dengan keuntungan biro perjalanan IATA.

Adapun syarat-syarat untuk menjadi authorized agent dari maskapai penerbangan nasional adalah sebagai berikut :

1. Mengajukan surat permohonan kepada maskapai yang bersangkutan.
2. Mengirimkan akte notaris tentang pendirian perusahaan yang telah didaftarkan di Pengadilan Negeri atau Menteri Kehakiman.
3. Mengirimkan neraca perusahaan yang telah diaudit oleh akuntan publik.

4. Mengirimkan bukti penjualan yang telah dilakukan dalam bulan-bulan terakhir (waktu masih menjadi sub-agent).
5. Mengirimkan surat pernyataan untuk menjadi kebiroan maskapai tersebut.
6. Menyerahkan struktur organisasi perusahaan.
7. Mengirimkan foto gedung kantor yang dapat dilihat dari luar, lay-out, dan interior penjualan tiket.

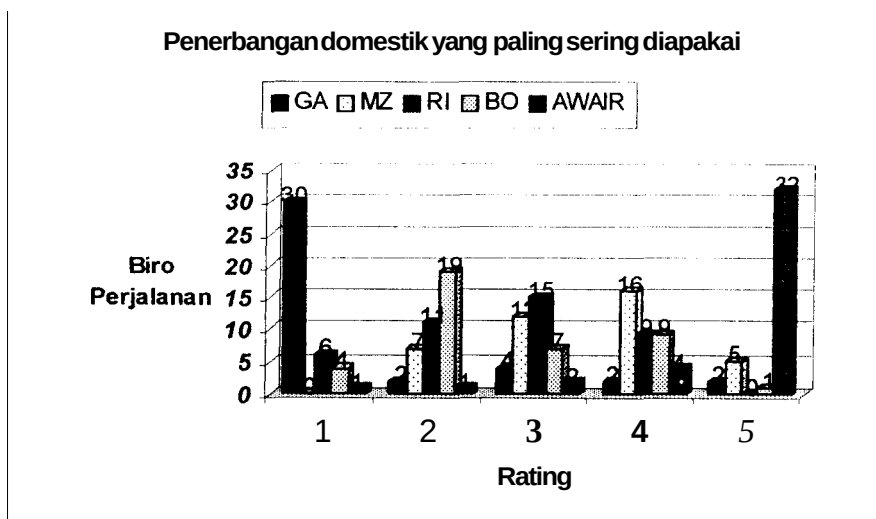
Dan biro-biro perjalanan yang penulis survei yang merupakan **authorized agent** adalah sebagai berikut.



Gbr 5. Appointed Agent

Jadi, biro perjalanan banyak yang menjadi **authorized agent** dan Garuda Airlines. Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa lebih banyak biro-biro perjalanan di Surabaya yang menjadi biro resmi **dari** maskapai Garuda Indonesia dibandingkan dengan maskapai lainnya seperti Merpati Nusantara, Bouraq, Mandala dan Awair airlines.

Sedangkan airlines domestik yang digunakan konsumen adalah dapat dilihat dari grafik di bawah ini.



Gbr 6.Penerbangan Domestik Yang Paling Sering Dipakai.

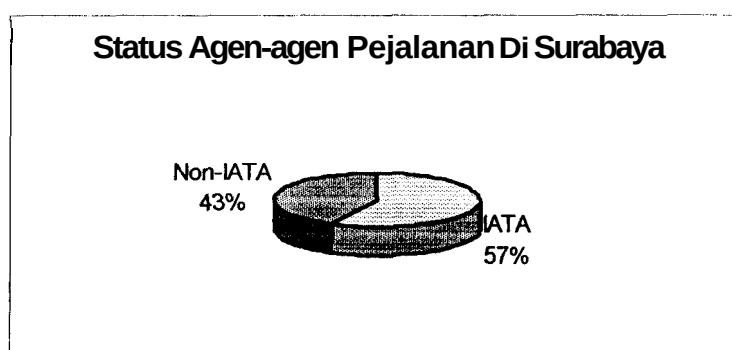
Dari grafik di atas terlihat bahwa Garuda Indonesia merupakan penerbangan domestik yang paling sering digunakan oleh konsumen. Dan sebaliknya, **Awair** merupakan penerbangan domestik yang paling jarang digunakan oleh konsumen.

Dan syarat-syarat untuk menjadi biro **IATA** adalah sebagai berikut :

1. Lokasi kantor harus bejarak paling sedikit 2 km dari biro perjalanan yang telah ditunjuk sebagai biro **IATA**.
2. Menyerahkan akte notaris tentang pendirian perusahaan yang telah ditejemahkan dalam bahasa Inggris.
3. Mengirimkan salinan neraca perusahaan 6 bulan terakhir yang telah diaudit akuntan publik.
4. Surat rekomendasi **dan** menyerahkan garansi bank dari bank pemerintah.

5. Mengirimkan nama-nama pengurus/pemimpin dan karyawan dengan menyebutkan bidang keahliannya..
6. Mengirimkan foto gedung kantor yang dilihat dari luar, *lay-out* ruangan dan interiornya.
7. Menyerahkan posisi terakhir keuangan pada bank.

Adapun persentase status biro-biro yang penulis survei adalah terlihat pada grafik di bawah ini



Gbr 7. Persentasi Status Biro-biro Perjalanan yang ada di Surabaya

Dan grafik di atas bisa dilihat bahwa biro-biro perjalanan yang penulis survei lebih dari setengahnya sudah menjadi biro **IATA**.

Untuk distribusi penjualan dan pendapatan kotor yang diterima dari penjualan tiket, penulis memisahkan antara **low season**, dimana pada waktu seperti ini biro-biro perjalanan umumnya sepi dari konsumen dan **peak season**, di mana pada waktu seperti ini biro-biro perjalanan ramai akan konsumen.

Dan berikut ini adalah beberapa tabel tentang jumlah lembar tiket yang terjual dan pendapatan kotor yang didapat dari penjualan tiket dilihat dari jumlah staff ticketing yang bekerja pada biro-biro perjalanan di Surabaya.

Untuk diketahui bahwa dari 40 biro perjalanan yang penulis survei, ada 1 biro perjalanan yang tidak melayani penjualan tiket dan 1 biro perjalanan yang tidak melayani penjualan tiket internasional. Dan untuk bulan **peak season** adalah bulan Juni-Juli dan Desember – Januari. Dan untuk bulan **low season** adalah bulan-bulan selain **peak season**.

Tabel 4.3

Jumlah Lembar Tiket Domestik Yang Terjual Pada **Low Season** Perbulannya

Staff \ Jumlah tiket	<50 lbr	50-75 lbr	75-100 lbr	>100 lbr
1-3	8	5	5	1
4-6	2	3	1	6
7-9	0	1	0	4
10-12	0	0	0	2
13-15	0	0	0	1

Tabel 4.4

Jumlah Pendapatan Kotor Dari Penjualan Tiket Domestik Pada **Low Season**
Perbulannya

Staff \ Pendapatan	<50 Juta	50-75 Juta	75-100 Juta	>100 Juta
1-3	5	7	4	3
4-6	3	4	1	4
7-9	2	0	1	2
10-12	0	0	0	2
13-15	0	0	0	1

Dari tabel di atas bisa disimpulkan bahwa penjualan tiket terbesar dan pendapatan kotor terbanyak dari tiket domestik pada **low season** per bulannya didominasi oleh biro-biro perjalanan yang mempunyai tenaga tiketing sebanyak 4 sampai 6 orang.

Tabel 4.5

Jumlah Lembar Tiket Domestik Yang Terjual Pada *Peak Season* Perbulannya

Jumlah Tiket Staff	<100 lbr	100-125 lbr	125-150 lbr	150-175 lbr	>175 lbr
1-3	4	6	1	3	5
4-6	3	1	0	1	6
7-9	0	1	0	0	4
10-12	0	0	0	0	2
13-15	0	0	0	0	1

Tabel 4.6

Jumlah Pendapatan Kotor Dari Penjualan Tiket Domestik Pada *Peak*

Season Perbulannya

Pendapatan Staff	<100 Juta	100-125 Juta	125-150 Juta	150-175 Juta	>175 Juta
1-3	5	4	2	3	5
4-6	3	2	2	0	5
7-9	1	1	0	1	2
10-12	0	0	0	0	2
13-15	0	0	0	0	1

Dari tabel di atas disimpulkan bahwa penjualan tiket terbesar di dominasi oleh biro-biro perjalanan yang mempunyai staf tiketing 4-6 orang. Sedangkan pendapatan kotor terbanyak dari tiket domestik pada ***peak season*** per bulannya didominasi oleh biro perjalanan yang mempunyai 1-3 dan 4-6 staf tiketing.

Tabel 4.7

Jumlah Lembar Tiket Internasional Yang Terjual Pada **Low Season**
Perbulannya

Jumlah Tiket Staff	< 30 lbr	30-50 lbr	50-75 lbr	> 75 lbr
1-3	11	5	0	2
4-6	4	3	3	2
7-9	1	0	0	4
10-12	0	1	0	1
13-15	0	0	0	1

Tabel 4.8

Jumlah Pendapatan Kotor Dari Penjualan Tiket Internasional Pada **Low Season**
Perbulannya

Pendapatan Staff	< US\$ 9000	US\$ 9000-15000	US\$ 15000-22500	> US\$ 22500
1-3	8	7	2	1
4-6	3	5	2	2
7-9	2	0	1	2
10-12	0	0	1	1
13-15	0	0	0	1

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa kebanyakan biro perjalanan di Surabaya dapat menjual tiket international pada **low season** per bulannya dibawah 30 lembar dan pendapatan **kotor** yang diterima per bulannya adalah kurang dari US\$9000. Dan baik penjualan tiket dan pendapatan kotor dari biro perjalanan ini didominasi oleh biro perjalanan yang menggunakan 1-3 staf tiketing.

Tabel 4.9

Jumlah Lembar Tiket Internasional Yang Terjual Pada **Peak Season**

Perbulannya

Jumlah Tiket Staff	< 125 lbr	125-200 lbr	200-250 lbr	250-500 lbr	> 500 lbr
1-3	4	5	0	1	1
4-6	4	4	2	1	1
7-9	1	0	1	1	2
10-12	0	1	0	0	1
13-15	0	0	0	1	0

Tabel 4.10

Jumlah Pendapatan Kotor Dan Penjualan Tiket Internasional Pada

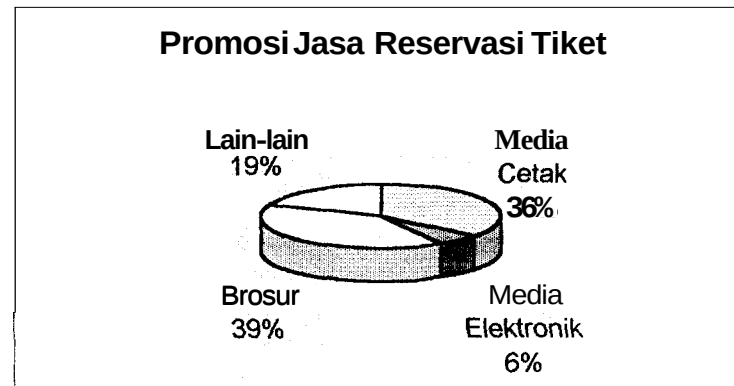
Peak Season Perbulannya

R Staff	tar < US\$ 40000	US\$40000- 65000	US\$65000- 80000	US\$80000- 160000	,us\$160000
1-3	8	5	2	2	1
4-6	5	2	1	2	2
7-9	2	0	1	1	1
10-12	0	1	0	0	1
13-15	0	0	0	0	1

Dari tabel di atas disimpulkan bahwa penjualan tiket international dari biro perjalanan terbesar pada **peak season** per bulannya didominasi oleh biro perjalanan dengan penjualan antara 125-200 lembar tiket dengan 1-3 staf tiketing. Sedangkan jumlah pendapatan kotor dari penjualan tiket international pada peak season per bulannya didominasi oleh biro perjalanan dengan 1-3 staf tiketing dengan pendapatan kotor kurang dari US\$40000.

Dari keseluruhan tabel-tabel di atas bisa dilihat bahwa sebuah biro perjalanan bisa dikatakan efisien atau tidak dilihat dari jumlah **staff** ticketing dan jumlah lembar tiket yang terjual maupun jumlah pendapatan yang diterima. Semakin sedikit jumlah staf ticketing dengan jumlah lembar tiket dan pendapatan yang semakin besar maka semakin efisien suatu biro perjalanan. Dan jika dilihat **dari** efisiensi sebenarnya kebanyakan biro perjalanan **di** Surabaya menggunakan 1-3 staf ticketing baik domestik maupun internasional. Sedangkan jika dilihat **dari** produktivitas terutama dalam ticketing domestik baik pada saat **low season** maupun **peak season** ternyata dapat disimpulkan bahwa banyak biro perjalanan di Surabaya yang dapat mencapai penjualan tiket dan pendapatan kotor tertinggi dengan **4-6** staf ticketing yang banyak digunakan oleh biro perjalanan **di** Surabaya. Sedangkan untuk bagian ticketing internasional ternyata banyak biro perjalanan yang hanya menggunakan antara 1-3 staf ticketing. Sehingga, dari semua uraian **di** atas bisa diketahui bahwa penggunaan staf ticketing domestik lebih banyak dari penggunaan staf ticketing internasional.

Dan untuk promosi jasa reservasi tiket biro-biro perjalanan menggunakan pemasangan iklan pada media cetak, elektronik, brosur dan lain-lain (ex: sales call/ door to door). Dan untuk persentasinya adalah sebagai berikut



Gbr 8. Promosi Untuk Jasa Reservasi Tiket

Dari grafik di atas dapat terlihat bahwa dalam mempromosikan jasa reservasi tiket, 39% biro perjalanan yang penulis survei melakukannya lewat brosur.

2. *TOUR DEPARTMENT*

Tour Department adalah bagian dari biro perjalanan yang mengurus perencanaan paket-paket tour. Tour department ini harus bekerjasama dengan semua bagian pada biro perjalanan yaitu bagian reservasi tiket, bagian reservasi hotel, dan bagian dokumen keimigrasian terutama untuk paket tour yang ke luar negeri. Karena pembuatan suatu paket tour sangatlah komplek. Terkadang bila suatu biro perjalanan merupakan kantor cabang dari kantor pusatnya, kantor cabang hanya membantu menjual paket tour yang sudah dibuat oleh kantor pusat. Tapi ada juga kantor cabang yang juga membuat paket tournya sendiri.

Biro perjalanan bisa juga membuat paket tour untuk beberapa orang atau sekelompok orang. Bisa juga sebuah perusahaan meminta biro perjalanan membuatkan paket tour untuk para karyawannya yang disebut *incentive tour*.

Dari hasil survei yang dilakukan oleh penulis dengan membagikan kuisioner ke biro-biro perjalanan dapat diketahui bahwa jumlah rata-rata yang menangani tour adalah **2-3** orang.

Berdasarkan kuisioner yang penulis bagikan kepada 40 biro perjalanan yang berlokasi di Surabaya ada **1** biro perjalanan yang tidak melayani penjualan paket tour baik *outbound* maupun *inbound tour* dan ada **4** biro perjalanan yang tidak menjual paket outbound tour. Dan data-datanya dapat dilihat rata-rata jumlah paket tour yang ditawarkan dan pendapatan kotor dari penjualan paket tour baik outbound ataupun inbound yang diterima oleh biro perjalanan di Surabaya pada saat peak season, seperti pada saat liburan Natal dan Tahun baru (Desember-Januan) atau liburan sekolah (Juni-Juli) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11

Jumlah paket outbound tour yang ditawarkan pada **peak season**

Paket Staf	1-5	5-10	10-20	>20
1-3	18	6	4	0
4-6	0	5	1	1
1-9	0	0	1	0
> 10	0	0	1	0

Tabel 4.12

Jumlah paket domestik tour yang ditawarkan pada peak *season*

Paket Staf	1-5	5-10	10-15	>15
1-3	18	8	5	1
4-6	3	1	1	0
1-9	0	1	0	0
> 10	0	1	0	0

Dari tabel di atas terlihat bahwa kebanyakan biro-biro perjalanan di Surabaya menawarkan paket outbound tour dan domestik tour antara 1-5 paket dengan menggunakan pegawai bagian tour antara 1-3 orang.

Tabel 4.13

Jumlah pendapatan kotor dari penjualan paket outbound tour

Pendapatan Staf	US\$7500-10000	US\$10000-25000	US\$25000-35000	>US\$35000
1-3	15	3	6	5
4-6	1	0	1	2
1-9	0	0	0	1
> 10	0	0	0	1

Tabel 4.14

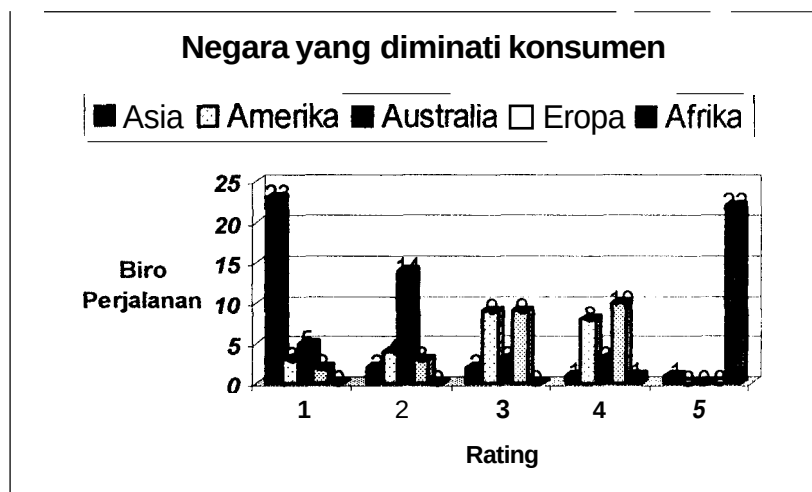
Jumlah pendapatan kotor dari penjualan paket domestik tour

Pendapatan Staf	10-30juta	30-70juta	70-125juta	> 125juta
1-3	18	8	3	3
4-6	1	1	1	2
1-9	0	0	1	0
> 10	0	0	1	0

Dari tabel di atas terlihat bahwa kebanyakan pendapatan kotor dari penjualan paket tour outbound dan domestik tour berkisar antara **US\$ 7500-10000** untuk paket *outbound tour* dan 10-30 juta untuk paket tour domestik dengan jumlah 1-3 pegawai yang mendominasi.

Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa umumnya biro-biro perjalanan di Surabaya menawarkan paket tour antara 1-5 baik *oulhound* ataupun *inbound* dan pendapatan kotor yang diperoleh dari penjualan paket tour tersebut adalah antara **US\$ 7500-10000** dan 10-30 juta untuk *inbound tour*. Rata-rata biro perjalanan di Surabaya menggunakan 1-3 staf tour baik untuk domestik maupun internasional.

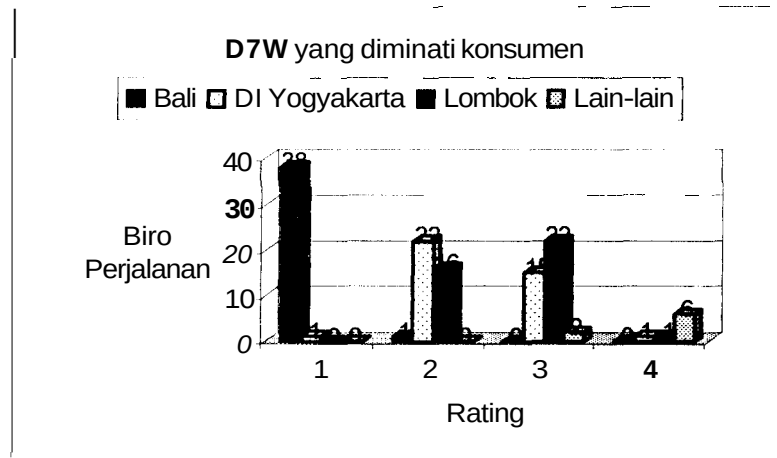
Dan untuk negara-negara yang paling sering dikunjungi adalah :



Gbr 9. Negara-negara yang Diminati Konsumen

Negara yang paling diminati oleh konsumen adalah negara-negara **Asia** dan yang paling tidak diminati adalah paket tour ke Afrika.

Dan daerah tujuan wisata yang paling sering dikunjungi adalah terlihat pada tabel di bawah ini.

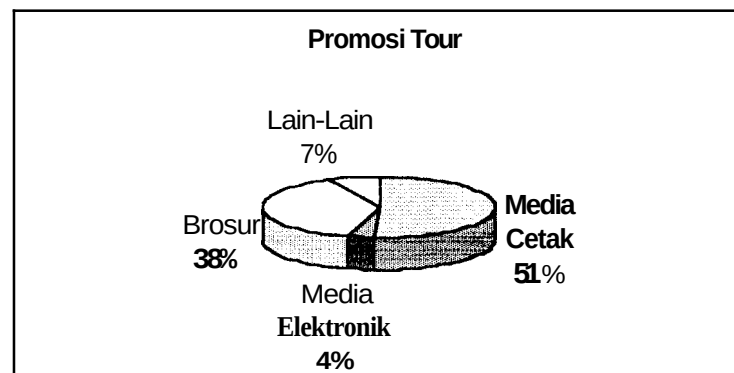


Gbr 10. Daerah Tujuan Wisata Yang Paling Diminati

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa Bali masih menjadi daerah tujuan wisata yang paling diminati konsumen untuk wilayah Indonesia.

Sebuah paket tour tentu memerlukan promosi untuk menarik konsumen.

Dan untuk persentasi promosi tour dapat dilihat pada grafik di bawah ini



Gbr 11. Persentasi Promosi Tour Oleh biro-biro Perjalanan

Dari grafik di atas terlihat bahwa pada saat mempromosikan paket tour yang ditawarkan, biro-biro perjalanan yang penulis survei setengahnya memasang iklan pada media cetak.

3. *DOCUMENT AND RESERVATION DEPARTMENT*

Document and reservation department bisa dibagi menjadi dua yaitu bagian untuk reservasi hotel dan pelayanan dokumen perjalanan.

3.1 Reservasi hotel

Reservasi hotel adalah bagian dari biro perjalanan yang melayani kebutuhan klien dalam pemesanan kamar hotel. Banyak orang yang memesan kamar hotel melalui biro perjalanan karena harga yang didapat bisa lebih murah daripada bila klien tersebut langsung **check-in** ke hotel. Ini terjadi karena biro perjalanan biasanya mempunyai surat perjanjian harga (contract rate) dengan hotel tertentu. Surat perjanjian tersebut berisi harga persetujuan antara pihak hotel dan biro perjalanan. Dan beberapa biro perjalanan bisa mengantarkan voucher hotel, jadi klien tidak perlu membuang waktu dan tenaga untuk mengambil voucher hotel di biro perjalanan. Jumlah konsumen yang memesan voucher hotel pada biro-biro perjalanan terlihat dari tabel di bawah ini.

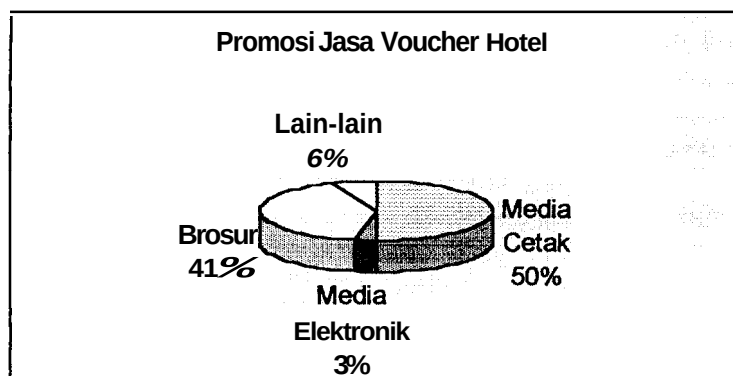
Tabel 4.15.

Jumlah konsumen yang mengurus voucher hotel perminggu

Konsumen Staf	1-5	5-10	> 10
1	14	11	7
2	0	1	5
3	0	0	2

Dari tabel di atas dapat disimpulkan kebanyakan biro perjalanan di Surabaya menggunakan 1 pegawai untuk jasa pengurusan voucher hotel. Sedangkan jumlah konsumen yang memesan voucher hotel berkisar antara 1-5 konsumen dan lebih dari 10 konsumen dalam 1 minggunya.

Untuk promosi jasa voucher hotel dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



Gbr 12. Promosi Jasa Voucher Hotel

Dalam mempromosikan jasa pemesanan voucher hotel, 50% biro perjalanan menggunakan media cetak. Dan setelah itu dengan menggunakan brosur.

3.2 Dokumen Perjalanan.

Bagian dari biro perjalanan inilah yang mengurus kebutuhan klien tentang dokumen/surat keimigrasian. Biro perjalanan biasanya bisa mengurus dokumen perjalanan seperti pembuatan dan perpanjangan passport, visa untuk masuk ke suatu negara.

Dan berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Arief, staf dokumen perjalanan dari biro perjalanan Atlantictour mengatakan “Cukup banyaknya orang yang mengurus dokumen perjalanan pada biro perjalanan dikarenakan orang-orang tidak mempunyai waktu yang cukup untuk mengurus sendiri ke kantor imigrasi. Atau mungkin karena jarak kantor imigrasi yang terlalu jauh dari tempat tinggal mereka, sehingga mereka menghubungi biro perjalanan terdekat atau yang sudah mereka percaya untuk mengurusnya walaupun harus membayar lebih mahal dibandingkan bila mengurus sendiri ke kantor imigrasi”.

Dan kuisioner yang penulis bagikan, ada 2 biro perjalanan yang tidak melayani pembuatan dokumen perjalanan. Dan jumlah konsumen yang mengurus dokumen perjalanan adalah terlihat pada tabel di bawah ini

Tabel 4.16

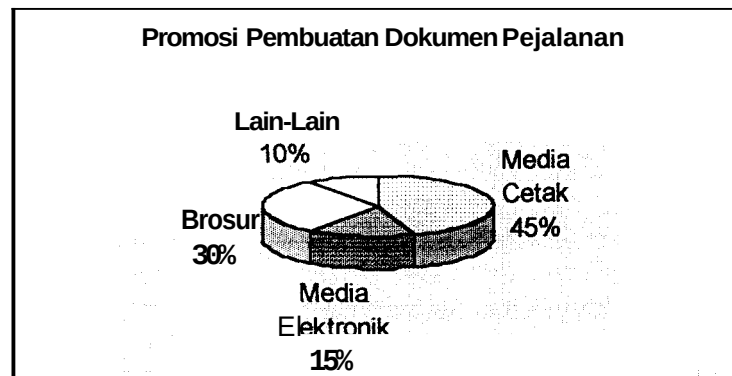
Jumlah konsumen yang mengurus dokumen perjalanan perminggu pada

lowseason

Konsumen Staf	1-3	3-5	> 5
1	13	7	12
2	0	2	3
3	0	0	1

Dari tabel di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa sama halnya dengan jasa pemesanan voucher hotel kebanyakan biro-biro perjalanan di Surabaya mempunyai 1 pegawai untuk jasa pengurusan dokumen perjalanan.

Promosi jasa pembuatan dokumen perjalanan banyak dilakukan melalui media cetak hal ini dapat terlihat pada grafik di bawah ini.



Gbr 13. Promosi Pembuatan Dokumen Perjalanan

Dari gambar di atas bisa disimpulkan bahwa cara memasarkan jasa pembuatan dokumen perjalanan paling banyak dilakukan melalui media cetak dan brosur.

4 ACCOUNTING DEPARTMENT

Uang yang masuk dan keluar dari sebuah biro perjalanan adalah tanggung jawab dari pegawai *accounting department*. Berdasarkan hasil survei penulis melalui kuisioner bahwa rata-rata jumlah pegawai di setiap biro perjalanan di Surabaya berjumlah 3-4 orang. Di *accounting department* ada yang disebut kasir. Kasir bertugas mengelolah kas, menerima pembayaran dari

biro perjalananan lain atau dari klien langsung, melakukan penagihan ke klien, melakukan pembayaran ke pihak luar seperti tagihan hotel, tagihan rekening telepon, listrik, air, mencatat penjualan yang terjadi setiap hari.

Sedangkan untuk pembayaran ke maskapai penerbangan dilakukan dengan sistim Bank Settlement Plan (BSP), terutama bagi biro perjalanan yang sudah berstatus **IATA**.

- *BANK SETTLEMENT PLAN (BSP)*

Sebelum Sistim BSP diterapkan di biro perjalanan, biro perjalanan mengambil stock tiket dan melaporkan penjualan kepada maskapai penerbangan asing dengan membuat **sales report** pada akhir periode. Ada dua periode dalam 1 bulan untuk penjualan tiket international, yaitu: pada tanggal 15 dan 30 setiap bulannya. Pembayaran dan penyelesaian administrasi dilakukan pada tiap akhir periode dengan menyetor pada **bank account** masing-masing maskapai penerbangan asing dan **bank account** masing-masing maskapai penerbangan asing ini berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Contoh: KLM pada Bank Negara Indonesia, GX pada Bank Dagang Negara, SQ pada Lippo Bank. Selain itu maskapai penerbangan asing tersebut mempunyai dokumen yang berbeda-beda. Dengan adanya BSP maka pembuatan **sales report** hanya satu jenis saja untuk tiap akhir periode karena adanya penyeragaman dokumen untuk setiap maskapai penerbangan asing **IATA** dan pembayaran disetorkan pada bank yang telah ditunjuk (*Appointed Bank*).

Karena itulah sistim BSP ini dipakai oleh biro-biro perjalanan yang sudah mempunyai status **IATA**.

BSP pertama kali dikembangkan pada tahun 1971 dan setelah melalui proses yang lama, terbukti bahwa sistim ini sangat menguntungkan untuk digunakan. BSP itu sendiri baru masuk di Surabaya sekitar Juni 1993. Tetapi, sistim ini sudah digunakan sebelumnya di beberapa negara seperti: Hongkong, Singapore, Malaysia, Thailand dan beberapa biro perjalanan di Jakarta. Sistim ini bertujuan untuk menyederhanakan sistim penjualan, laporan penjualan dan pembayaran ke maskapai penerbangan asing. Selain itu, sistim ini juga bertujuan untuk menyeragamkan dokumen untuk tiket international yang bernaung di bawah **IATA**. BSP banyak digunakan di negara-negara maju dan berkembang. Dan sistim administrasi perlu disederhanakan karena setiap maskapai penerbangan asing mempunyai dokumen yang berbeda pada setiap akhir **periode** penjualan, dan biro perjalanan harus membuat laporan penjualan ke setiap maskapai penerbangan asing untuk berbagai jenis dokumen yang ada. Contoh: Singapore Airlines mempunyai laporan sendiri begitu juga dengan Cathay Pacific, Qantas dan seterusnya, sehingga hal ini merupakan pekerjaan yang berat bagi biro perjalanan.

Dampak positif dari penggunaan sistim BSP:

I. Penyederhanaan di bidang:

1. Ticketing, penulisan tidak digunakan dengan sistim manual lagi tapi dengan cara ticket imprinter secara komputer.

2. Administrasi, pembayaran hanya dilakukan sekali saja pada setiap akhir periode ke bank kliring.
3. Dokumen, dokumen yang digunakan hanya satu jenis untuk semua penerbangan asing **IATA**.
4. Laporan Penjualan, biro perjalanan membuat satu laporan penjualan pada setiap akhir periode yang meliputi penjualan tiket semua maskapai penerbangan asing.

II. Meningkatkan penjualan tiket semaksimal mungkin.

Biro perjalanan dan **IATA** akan berusaha untuk meningkatkan penjualan tiket karena hanya biro perjalanan yang mempunyai penjualan yang cukup tinggi atau mencapai target tertentu seperti yang telah ditetapkan oleh IATA, yang dapat memperoleh stock tiket maskapai penerbangan **IATA**.

III. Menstabilkan sistim penagihan dan pembayaran.

Digunakan sistim BSP ini akan membuat biro perjalanan harus menyelesaikan pembayaran tepat waktu karena telat membayar berarti stock tiket dari seluruh maskapai penerbangan yang tergabung dalam **IATA** tidak akan di peroleh. Jika sebelum BSP digunakan maka biro perjalanan masih bisa mendapat stock tiket dari maskapai penerbangan asing yang lain, karena biro perjalanan tersebut mungkin masih mempunyai stock tiket maskapai penerbangan yang lain. Tetapi, setelah BSP digunakan maka terlambat membayar berarti tidak mendapatkan stock tiket dari semua maskapai penerbangan

asing yang tergabung dalam **IATA**. Selain itu, dengan sistim BSP ini membuat maskapai penerbangan asing tidak turun tangan secara langsung dalam sistim penagihan dan pembayaran, tetapi yang menangani hal ini adalah EDP centre. Dan yang menangani sistim pembayaran adalah bank kliring yang telah ditunjuk oleh **IATA**.

IV. Pengontrolan keuangan yang lebih baik

Accounting department dari biro perjalanan akan lebih mudah dalam memeriksa data-data dalam laporan penjualan. Dari data-data **ini** accounting department akan mengetahui besarnya pendapatan kotor yang diterima pada periode itu besarnya keuntungan yang diperoleh dari penjualan tiket dan banyaknya jumlah tiket yang dijual. Dan hal ini dapat dilakukan tanpa harus membuka-buka arsip-arsip lama, tetapi cukup dengan melihat lewat komputer. Sehingga dengan melihat data penjualan akan lebih mudah melakukan pengontrolan. Kalau dalam **1** periode pendapatannya tidak sesuai dengan harapan, dapat ditingkatkan pada periode berikutnya.

V. Mensejajarkan Indonesia dengan negara-negara lain

Mengingat sistim BSP ini bersifat internasional digunakan oleh negara maju dan berkembang. Misalnya: dalam penulisan tiket, sistim BSP tidak mengenal penulisan secara manual, tetapi dikomputerisasi. Sebelum BSP digunakan di Indonesia, Indonesia masih menulis dengan cara manual. Sedangkan, di negara seperti Singapore dan Hongkong sudah menggunakan sistim ini. Maka

sering kali tiket yang dikeluarkan secara manual tidak diakui atau sering dianggap palsu. Tetapi dengan penerapan sistim ini, maka Indonesia dapat disejajarkan dengan negara-negara maju yang lain.

Dampak negatif dari Bank Settlement Plan (BSP)

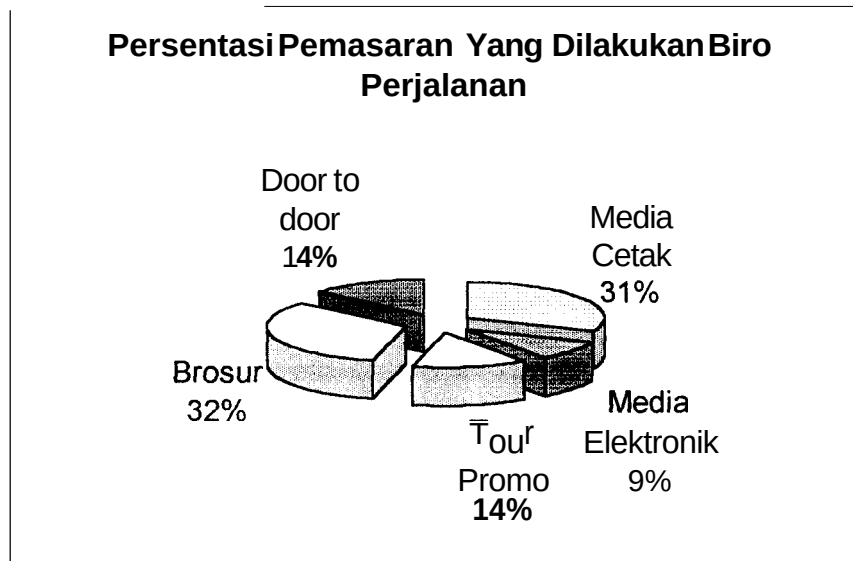
Kata negatif disini mengarah pada akibat atau resiko yang ditimbulkan dengan penggunaan sistim CRS ini. Resikonya adalah penyediaan investasi yang cukup besar seperti:

1. Sebuah komputer yang dapat menyimpan data dari penjualan yang telah dilakukan dimana pemakaian komputer tersebut berbeda dari pemakaian komputer untuk reservasi.
2. Tiket imprinter untuk menulis secara komputerisasi.
3. Carrier indentifikasi plate untuk mencetak suatu kode dari maskapai penerbangan asing.
4. Agent's validity plate untuk mencetak nama dan biro perjalanan yang mengeluarkan tiket.

5. ***SALES AND MARKETING DEPARTEMENT***

Biro perjalanan tidak pernah menjual hasil produknya sendiri, tetapi membantu menjual produk-produk dari para ***supplier (airlines, hotel)*** Karena pendapatan sebuah biro perjalanan tergantung dari komisi dari para ***supplier***.

Jadi, sebuah biro perjalanan harus giat dalam memasarkan jasa yang ditawarkannya. Menurut hasil data dari kuisioner yang penulis kumpulkan bisa disimpulkan bahwa cara biro perjalanan yang ada di Surabaya memasarkan jasanya terlihat pada grafik di bawah ini.



Gbr 14. Persentasi Pemasaran Yang Dilakukan Biro Perjalanan.

Gambar di atas menunjukkan bahwa cara yang paling sering digunakan oleh biro perjalanan untuk memasarkan jasanya adalah melalui brosur dan media cetak.

Menurut hasil wawancara penulis dengan Bapak Yunus Susanto, Branch Manager dari Biro Perjalanan Bali Megah Wisata (BMW Tours and Travel) memberikan keterangan bahwa biro-biro perjalanan banyak yang menggunakan media cetak dibandingkan dengan media elektronik sebagai tempat promosi karena biaya pemasangan iklan pada media cetak lebih murah bila dibandingkan pada pemasangan iklan di media elektronik. Selain itu, pemasangan iklan pada media cetak di katakan lebih efektif karena masyarakat

sewaktu-waktu bisa melihat iklan tersebut. Tetapi, pada media elektronik orang-orang tidak dapat sewaktu-waktu melihat ataupun mendengar, hal ini dikarenakan orang tidak selamanya melihat TV atau mendengarkan radio.

Sedangkan cara promosi yang lain yaitu melalui **sales call** yang berkerja dengan cara mendatangi perusahaan-perusahaan tertentu yang sudah sebelumnya sudah dilakukan survey, sehingga bagi biro perjalanan perusahaan tersebut bisa dikatakan sudah mapan. Selain itu, cara promosi yang dilakukan oleh biro perjalanan melalui **door to door** yang prosesnya dilakukan secara acak oleh biro perjalanan untuk menentukan di area mana promosi akan dilakukan dengan cara mendatangi rumah per rumah. Sedangkan cara promosi melalui **website** masih sangat jarang dilakukan mengingat masyarakat umum masih awam dalam hal komputer terutama masalah internet. Kebanyakan hanya anak muda yang mengetahui cara mengoperasikan internet, namun mereka bukanlah potensial market bagi biro perjalanan. Pegawai dari bagian ini harus orang yang mempunyai kemampuan **dalam** berkomunikasi terutama komunikasi secara verbal.