

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **VI.1 Kesimpulan**

##### **VI.1.1 Kebutuhan yang Belum Terpenuhi dari Usaha Biro Perjalanan Wisata di Jogjakarta**

Berdasarkan hasil analisis pada bab-bab sebelumnya, secara umum rancangan biro perjalanan wisata yang diusulkan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan akan produk jasa wisata dan produk sarana wisata yang belum terpenuhi di Jogjakarta. Dari tahap Focus Group Discussion (FGD) dapat diperlihatkan bahwa kebutuhan wisatawan yang belum terpenuhi melalui biro perjalanan wisata yang ada adalah:

1. Produk:
  - a. Biro perjalanan wisata yang mampu memberikan ragam produk berupa paket perjalanan wisata yang berkualitas, serta memiliki pelayanan yang baik, baik dari paket wisatanya hingga sarana akomodasi yang cukup lengkap.
  - b. Biro perjalanan wisata yang bisa memberikan pendampingan kepada wisatawan dalam menyusun kegiatan wisata mereka, demi meningkatkan value dari kegiatan wisatanya.

- c. Biro Perjalanan wisata yang bisa menyediakan fasilitas publik guna peningkatan kenyamanan pelanggan, seperti loby, café, tempat nongkrong, dan fasilitas internet.
- d. Biro wisata yang mampu memberikan mediasi antar pelaku industri pariwisata untuk bersama-sama memperbaiki kualitas pariwisata di Jogjakarta.

2. Harga:

- a. Responden menyampaikan bahwa mereka menginginkan biro perjalanan wisata yang bisa memberikan harga yang lebih terjangkau.

3. Tempat:

- a. Responden membutuhkan biro perjalanan wisata yang mudah diakses baik dari bandara, stasiun, terminal, dan fasilitas umum lainnya.
- b. Lokasi pendirian biro wisata sebaiknya diharapkan bisa memberikan kemudahan akses bagi wisatawan terhadap sarana umum, selama 24 jam. Misalnya: Supermarket, hiburan malam, restourant, transportasi.
- c. Responden juga berharap bahwa, lokasi dimana biro perjalanan wisata akan didirikan mempunyai jaminan keamanan bagi wisatawan, seperti kriminalitas dan kerusuhan.

4. Promosi:

- a. Hampir 50% responden mengeluhkan kurangnya informasi akan biro wisata yang mereka cari, misalnya:
  - Sulitnya mengakses informasi melalui media internet (informasi yang didapat sangat minim)

- Kebanyakan dari biro perjalanan menawarkan paket wisata melalui blog dan media iklan gratis yang sangat rumit.

Dengan ini responden berharap, biro perjalanan wisata yang diusulkan ini memiliki kualitas promosi yang lebih baik.

### **VI.1.2 Pemenuhan Kebutuhan**

Untuk upaya pemenuhan kebutuhan wisatawan yang belum terealisasi oleh biro perjalanan wisata di Jogjakarta, biro perjalanan wisata yang diusulkan (Punokawan) telah memutuskan untuk membuat sebuah biro wisata yang memiliki:

1. Ragam produk yang spesifik namun fleksibel dalam penyusunannya, dimana terdapat media konsultasi pada setiap pembentukan program kegiatan wisata, biaya yang dikeluarkan untuk pembelian paket wisata sangatlah terjangkau dan sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diterima oleh konsumen.
2. Fasilitas pendukung yang cukup lengkap, berbagai fasilitas disediakan oleh punokawan, seperti kantor, loby dan galeri seni, penginapan, café, adventure shop, souvenire shop, sarana transportasi, fasilitas pendukung lain seperti koneksi internet (WiFi), Giant Screen, hiburan berupa live music performance (keroncong jalanan),dll. Fasilitas ini disediakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik Punokawan.
3. Produk konsultan wisata, produk ini memberikan dapat mediasi antar pelaku industri pariwisata guna membahas isu terbaru. Laba yang diperoleh akan digunakan untuk pembiayaan program ini.

4. Lokasi yang strategis, Punokawan rencananya akan berdiri di atas tanah seluas 596 m<sup>2</sup>, lokasi lahan ini berada di daerah Prawirotaman. Keuntungannya: segala infrastruktur pendukung pariwisata hidup di daerah ini mulai dari café, penginapan, hiburan, supermarket, akses dari dan menuju lokasi tersebut sangat mudah, jarak Prawirotaman dengan lokasi obyek daya tarik wisata ODTW di Jogjakarta sangatlah berdekatan,
5. Media promosi yang lengkap, seperti media internet (official website punokawan, blog, media iklan,dll), media komunikasi radio (lebih condong untuk promosi café) dan televisi lokal, media cetak (koran nasional, lokal, majalah), penyelenggaraan event wisata (pameran, dll).

Berdasarkan hasil uji pasar, konsep produk Biro Perjalanan Wisata Punokawan ini memperoleh hasil yang sangat baik. Sebanyak 65% dari wisatawan menyatakan bahwa konsep BPW ini dapat memenuhi kebutuhan mereka yang belum dapat dipenuhi oleh biro wisata yang sudah ada di Jogjakarta. 90% wisatawan merasa tertarik dengan fasilitas yang ditawarkan oleh Konsep BPW kami. 90% wisatawan merasa nyaman dengan fasilitas yang disediakan oleh Punokawan. 95% wisatawan merasa tertarik untuk mengunjungi BPW ini.

Hasil uji pasar memberikan hasil yang cukup memuaskan untuk pertanyaan seputar produk BPW. 70% wisatawan jawaban ya untuk penawaran pembelian produk dari BPW ini. Sebanyak 85% dari perkiraan jumlah wisatawan yang membeli produk BPW ini akan melakukan pembelian kembali pada kunjungan berikutnya.

### VI.1.3 Analisis Finansial

Berdasarkan hasil analisis dari proyeksi/ estimasi usaha Biro Perjalanan Wisata Punokawan, penulis mengidentifikasi bahwa usaha ini dirasa *layak* untuk dijalankan, karena tujuan perusahaan telah berhasil dicapai dan proyeksi keuangan yang telah dibuat sebagaimana dalam tabel 5.2. Proyeksi Aliran Uang/Dana Lima Tahunan (hal 152) telah dapat memenuhi keinginan pemilik usaha secara finansial.

Dari analisis tabel tersebut dapat dilihat bahwa:

- a) Omset penjualan cukup besar, sehingga dapat menutup seluruh biaya operasional usaha.
- b) Biaya investasi dan pengembangan hingga akhir tahun ke-5 usaha yang dikeluarkan sebesar Rp. 1.573.000,000. hal ini sangatlah wajar, karena kita harus memulai dari awal (pendirian bangunan usaha, dll)
- c) Dari *tabel 5.2. Proyeksi Aliran Uang/Dana Lima Tahunan (hal 152)* kita dapat melihat estimasi payback periode tercapai ketika semua investasi perusahaan dapat ditutup pada tahun ke-4 sekitar (3 tahun 8 bulan) sejak usaha dijalankan.
- d) Pada akhir tahun ke-5, total nilai aset perusahaan yang bisa dicairkan menjadi kas mencapai Rp1.357.800.000, laba bersih perusahaan pada akhir tahun ke-5 sebesar Rp.534.300.000,- sehingga total aktiva akhir tahun ke-5 mencapai Rp.1.828.800.000.

Tingkat kerugian yang diterima akibat kekayaan usaha yang tidak bisa dikonversikan kedalam kas mencapai angka Rp. 215.200.000,- dengan tingkat error sekitar 5% dari nilai yang diperoleh.

## VI.2 Saran/ Rekomendasi

Dari hasil analisis penyusunan studi kelayakan bisnis Usaha Biro Perjalanan Wisata Punokawan ini, penulis memberikan sedikit saran, sebagai berikut:

- ▶ Kepada pemilik usaha, agar mempertimbangkan resiko dari dana pinjaman yang akan digunakan dalam investasi usaha ini.
- ▶ Merencanakan kegiatan promosi melalui media elektronik dan media cetak, serta mempererat kerjasama dengan BPW lain, hotel dan TIC (Tourist Information Centre), baik sebelum dan sesudah pembukaan guna meningkatkan keberhasilan usaha ini.
- ▶ Memilih waktu pembukaan usaha yang tepat, ketika jumlah wisatawan tidak berada pada puncak aktifitasnya. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan bisa memberikan pelayanan dengan optimal sesuai dengan SOP (Standard Operating Procedure) sehingga diperoleh hasil yang terbaik.
- ▶ Setelah usaha ini berjalan, pihak manajemen perlu memperketat pengawasan dan maintenance guna memperkecil kemungkinan timbulnya insiden seawal mungkin, baik yang berkaitan langsung dengan usaha maupun yang tidak langsung dengan usaha.
- ▶ Mengadakan kegiatan pertemuan rutin antara manajemen dan karyawan baik sebelum dan sesudah pembukaan usaha, guna mengevaluasi kegiatan baik yang telah dilakukan dan merumuskan kegiatan yang akan dilakukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., Ang, S.H., Leong, S.M., Tan, C.T, 2000, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* Buku 2, Pertama, Handoyo Prasetyo, SE & Drs. Hamin, MBA, Penerbit ANDI and Simon & Schuster (Asia) Pte. Ltd, Jogjakarta.
- Yoeti, O. A., 2008, *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Implementasi*, Kompas Media Nusantara, Jakarta.
- Cooper, Donald R. and Schindler, Pamela S., 2001, *Bussines Research Method: Seventh Edition*. McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Kotler, P. and Armstrong, G., 1997, *Marketing An Introduction*, Fourth Edition, Prentice Hall International, New Jersey.
- Kotler, P. and Keller, K., 2006, *Marketing Management*, Twelfth Edition, Pearson Prentice Hall, U.S.A.
- Wahab, S., 1975, *Tourism Managamant*, 136 Gloucester Place, N.W.I., U.K. London.
- Kuntjoro-Djakti, D., 2008, *Sekapur Sirih*, Yoeti, O. A., 2008, *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Implementasi*, Kompas Media Nusantara, Jakarta.
- Mubyarto, *Pariwisata Sebagai Suatu Alternatif*, Republika, 15/9/1993, hal.15)
- Pengertian Usaha Perjalanan Wisata, (<http://e1tourism.co.cc/2-pengertian-jenis-usaha-perjln.html>, diakses pada tanggal 20 Mei 2009)
- Pengertian Industri Pariwisata, <http://e1tourism.co.cc/6-pengertian-industri-pariwisata.html>,

## LAMPIRAN I

### RINGKASAN KHUSUS

#### Deskripsi Usaha :

- **Nama** : PUNOKAWAN
- **Kategori** : Biro Perjalanan Wisata
- **Jenis Kegiatan** : Penyelenggara paket wisata dan penyedia akomodasi wisata.
- **Spesialisasi** : Penyelenggara paket wisata minat khusus.
- **Tujuan** : Laba (Profit)
- **Lokasi Usaha** : Jl. Prawirotaman Gg.Sidomukti RT25/ RW07, Jogjakarta.
- **Staff** : Pimpinan; 1 Orang  
Staff (Marketing, Keuangan, SDM); 3 Orang  
Karyawan ; Sekretaris 1 Orang  
Security 2 Orang  
Cleaning Service 2 Orang  
Driver 2 Orang - Part time  
Waitress 4 Orang
- **Pasar** : Punokawan membagi target pasar ke dalam dua kelompok:
  - Wisatawan Mancanegara (50%)
  - Wisatawan Domestik/ Lokal (50%)



## GAMBARAN KEDEPAN

### Latar Belakang

Setiap wisatawan yang melakukan perjalanan pariwisata pasti memiliki motivasi tertentu baik motivasi yang rasional maupun yang irasional, meskipun satu dan yang lainnya berbeda-beda. Motivasi-motivasi tersebut banyak dipengaruhi oleh hasrat (*desire*), harapan (*expectation*) atau emotional (*irrational elements*). Tetapi, pada dasarnya motivasi utama seseorang berwisata adalah bersenang-senang, "*Tourism is a travel for Pleasure*", Berwisata adalah perjalanan untuk mencari kesenangan.

Wisatawan pasti akan memilih sebuah DTW (Daerah Tujuan Wisata) untuk dikunjunginya, yang mana dari DTW tersebut bisa memberikan nilai yang paling tinggi dalam kegiatan 'pariwisata'nya dan membuatnya senang. Dalam hal ini, masing-masing DTW pasti memiliki daya tarik wisatanya sendiri-sendiri.

Jogjakarta sebagai salah satu DTW di Indonesia mempunyai daya tarik wisata yang lengkap; *natural attractions, build attractions, cultural attractions, social attractions*. Selain itu, fasilitas pelayanan di Jogjakarta juga bisa dibilang lengkap; dari *akomodasi, restaurant-bars-café, transportasi di kota tujuan, aktivitas-kegiatan/atraksi, fasilitas khusus, pedagang eceran*. Selain itu *faktor keamanan, kemudahan aksesibilitas/kemudahan dan ketersediaan tourist information center*, membuat Jogjakarta dilirik oleh banyak Wisatawan.

Apabila calon wisatawan telah mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan wisata pada sebuah DTW, biasanya akan timbul dua pertanyaan, *apakah akan mengurus sendiri kegiatan wisatanya atau melalui BPW (Biro Perjalanan Wisata) yang lebih profesional dalam mengurus perjalanan wisata?*

Bukankah motivasi wisatawan melakukan perjalanan wisata adalah untuk bersenang-senang. Dengan dasar motivasi tersebut, mengapa wisatawan harus bersusah payah, serahkan saja semuanya pada perantara, maka nilai yang didapat akan jauh lebih bernilai.

Bagi wisatawan, mengapa membeli paket wisata lebih menarik ketimbang melakukan perjalanan wisata secara pribadi? *Lebih profesional, tepat waktu, lebih murah, menghemat waktu, lebih aman, menghilangkan keraguan, uang lebih bernilai, lebih efisien dan praktis*, adalah jawabannya (Oka A. Yoeti:44). Di zaman moderen seperti sekarang ini lebih dari 85% orang melakukan perjalanan wisata melalui BPW dengan alasan tersebut.

Apabila seseorang telah memutuskan untuk menggunakan jasa BPW dalam kegiatan 'pariwisata'nya, maka yang perlu dilakukan adalah memilih BPW mana yang bisa memberikan value bagi wisatawan yang paling maksimal. Oleh karenanya, BPW bersama pihak-pihak yang terkait dengan kegiatan wisata berlomba-lomba dalam menyusun paket wisata yang menarik dan diminati calon wisatawan.

Melihat situasi tersebut, BPW (Biro Perjalanan Wisata) yang akan kami kembangkan ini akan ada untuk menyediakan paket wisata yang berkualitas dan bernilai jual tinggi, karena mempunyai '*main product line*' yang akan membuat paket wisata yang ditawarkan lebih menarik bagi segmen pasar beragam (*customer mix*) dengan kebutuhan (*need*), keinginan (*wants*), harapan (*expectations*) yang bermacam-macam.

## **Analisis Usulan Nama Biro Perjalanan Wisata**

Terdapat beberapa nama biro perjalanan wisata yang diusulkan. Adapun nama biro perjalanan wisata yang hendak didiskusikan antara lain:

- **Plesir**

Nama ini diambil dari bahasa Jawa yang artinya jalan-jalan.

Kelebihan nama ini adalah mudah dibaca dan diingat serta terkesan simpel. Terlihat eksotis, yang memperlihatkan rasa kesenangan, keceriaan dalam berwisata.

Kekurangannya yaitu tidak mempunyai bobot filosofi yang mendalam.

- **Punokawan**

Panakawan/Punokawan merupakan nama dari tokoh di dalam cerita Pewayangan khususnya Jogjakarta. *Pana* artinya mengetahui, memahami permasalahan yang dihadapi dan mampu memberikan solusi-solusinya.

Sedangkan *Kawan* atau *sekawan* selain berarti berjumlah empat, juga dapat dimaknai sebagai teman atau sahabat. Punokawan merupakan simbol dari *pikiran, gagasan yang jernih atau cipta (semar), rasa kewaspadaan, ketelitian dan kehati-hatian (gareng), kehendak, keinginan, karsa (petruk) serta kemauan untuk bekerja keras, karya (bagong)*.

Berdasarkan dari analisis diatas, nama Punokawan dirasa paling sesuai untuk menjadi nama dari biro wisata. Selain karena mempunyai nama yang unik, nama punokawan memiliki filosofi yang mendalam. Sifat cipta, rasa, karsa dan karya yang selalu

mendasari tugas punokawan yang selalu setia melindungi dan melayani, menjadikan memotivasi khusus terhadap kinerja dan pelayanan.

### **Berkenaan dengan Biro Perjalanan Wisata**

**Punokawan** adalah sebuah Biro Perjalanan Wisata yang konsepnya disesuaikan dengan kondisi yang ada pada industri pariwisata Jogjakarta saat ini. **Punokawan** memiliki sasaran yang ingin di capai yakni peningkatan kesadaran bersama di kalangan pelaku wisata, masyarakat dan pemerintah akan pentingnya pembangunan sektor pariwisata di Jogjakarta. Sedangkan tujuan dari **Punokawan** adalah menjadi perusahaan jasa yang akan mampu melayani dan menyediakan berbagai kemudahan bagi wisatawan selama berwisata di Jogjakarta.

**Punokawan** memiliki cabang bisnis utama yang terdiri dari: Penyedia Paket perjalanan Wisata, Usaha Jasa Konsultasi Paket Wisata, Penginapan, Rental Kendaraan Wisata dan Café. **Punokawan** juga difasilitasi dengan loby yang multi fungsi, misalnya sebagai galeri seni serta panggung pertunjukan sederhana.

**Punokawan** mempunyai susunan bangunan yang didesain secara khusus menyerupai bangunan adat Jogja (joglo). Hal ini ditujukan untuk memperlihatkan Joglo sebagai salah satu ikon kota Jogja. Desain bangunan ini juga dapat menambah nilai eksotisme kota Jogja sebagai salah satu DTW di Jogjakarta.

Setiap pengunjung yang datang akan selalu disambut dengan gembira oleh **Punokawan** dan akan diberikan pelayanan yang baik, sehingga mereka merasa sangat nyaman.

Adapun jasa perjalanan wisata yang dijual Punokawan mencakup wisata domestik (daerah jogja dan sekitarnya), wisata antar daerah, dll.

## **PRODUK DAN JASA**

**Punokawan** mempunyai 3 jenis usaha yang terletak dalam satu bangunan usaha.

Pertama : *Biro Perjalanan Wisata: paket perjalanan wisata dan jasa konseling produk wisata*

Kedua : *Produk tambahan: merchandise, peta wisata (map), agenda wisata bulanan, panduan wisata.*

Ketiga : *Produk sampingan: persewaan rumah singgah, toko perlengkapan adventure/outbond, persewaan sarana transportasi wisata.*

Keempat : *Café Angkringan*

### **Produk Utama**

#### **2. Paket Perjalanan Wisata**

Jenis paket wisata yang di tawarkan punokawan, antara lain:

<b>REGULAR TOUR</b>	<b>SPECIAL INTEREST TOUR</b>
<i>Jenis :</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Paket Jalan-jalan.</li><li>• Paket Wisata 10 Jam</li><li>• Paket Wisata 3 hari 2 Malam</li></ul>	<i>Jenis :</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Light Offroad Tour, MotoX Tour</li><li>• Hunting, Rafting</li><li>• Live In</li><li>• Paket Wisata Kuliner</li><li>• Paket Wisata Belanja</li><li>• Paket Wisata Bulan Madu</li></ul>
<b>ESCORTED TOUR</b>	<b>CUSTOM TAILORED TOUR</b>
<i>Jenis :</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Wisata Edukasi</li><li>• Wisata Sejarah</li><li>• Wisata Budaya</li></ul>	<i>Jenis :</i> <ul style="list-style-type: none"><li>• Independent tour</li></ul>

*“Tour program” dapat dilihat pada ‘tour itinerary’ dalam brosur terlampir.*

Produk paket wisata bukan dibentuk oleh satu produk tunggal, namun terdiri dari beberapa produk (*multiple product*) yang dirangkai kedalam sebuah *product line*, sehingga nilai produk menjadi lebih tinggi (*value added*).

Dalam menyusun produk wisata Punokawan Tours akan berkolaborasi dengan banyak penyedia jasa yang terkait dengan Tour & Travelling seperti Maskapai, Hotel, Restoran, dsb.

#### ❖ **Regular Package Tour**

Bentuk-bentuk paket wisata reguler yang ditawarkan Punokawan kepada calon wisatawan, **misalnya**:

##### JOGJAKARTA BUSSINES OPORTUNITIES TOURS

- Tempat duduk (*seats*) di pesawat; Jakarta – Jogjakarta P.P
- Kamar (*room*) di *The Queen of The South Resort Hotel\*\*\*\**
- Makan pagi, siang, malam (*food*) di restoran tradisional Jogja
  - *City sightseeing & Industrial tours*
- Transfer P.P (*transport*) dari bandara ke Hotel, Motel, Inn

##### PILIHAN WAKTU:

Paket 10 Jam; paket 15 Jam; 2 Hari 1 Malam; 3 Hari 2 Malam;

Pada paket wisata reguler ini, jedis ODTW (Obyek dan Daerah Tujuan Wisata) sengaja dipadukan, dari wisata alam, budaya, belanja, kuliner, dll. Adapun target pasar dari produk ini adalah wisatawan potensial yang hanya memiliki waktu kunjungan wisata yang sangat singkat. Ragam kegiatan pada paket wisata reguler ini disesuaikan dengan ketersediaan waktu berwisata para wisatawan.

### ❖ **Special Interest Tour / Wisata Minat Khusus**

Wisata minat khusus, merupakan sebuah perjalanan wisata yang lebih menitik beratkan pada obyek yang digemari (hoby) seseorang ataupun kelompok tertentu. Banyaknya kegiatan wisata minat khusus adalah jenis olah raga extreme, oleh karenanya seluruh kegiatan wisata dari Punokawan dilaksanakan dengan pengawalan para profesional. Disamping itu, Punokawan memberikan jaminan asuransi jiwa dalam setiap paket wisatanya, karena Punokawan menginginkan agar wisatawan merasa aman, nyaman dan tenang selama menggunakan Jasa Wisata Punokawan.

Jenis Paket Minat Khusus yang ditawarkan oleh Punokawan antara lain:

#### *a) Light Offroad/ Extreme Offroad Tour*

*Jenis kegiatan:* Fun Off-Road Tour; perjalanan wisata dengan menggunakan armada 4x4 All Offroad & Luxurious Jeep 4x4 menuju sisi lain dari obyek-obyek wisata Jogjakarta untuk menikmati panorama ekstrem. Wisatawan akan dilibatkan dalam kegiatan tim selama rangkaian perjalanan Jogja Fun Off Road Tour tersebut berlangsung.

*Kemitraan:* Yogya American Jeep (YAJ), J-Adventure, dll.

#### a. Paket 1: Jogja Fun Off - Road Tour - Mountain

Jalur yang dilalui paket wisata ini antara lain melewati Bukit Menoreh, Puncak Suroloyo, perbukitan di Borobudur, lereng Merapi.

b. Paket 2: Jogja Fun Off - Road Tour – Beach

Jalur yang dilalui paket wisata ini antara lain melewati Candi Prambanan, Candi Ratu Boko, Candi Barong, Candi Ijo. Petualangan dilanjutkan menuju Gunung Wayang. Di puncak ini kita bisa menikmati panorama yang dahsyat dengan pemandangan 360 derajat di Sore Hari.

c. Paket 3: Fun Off - Road 4x4 Training

Trek ini disediakan khusus bagi mereka para pemula yang ingin belajar mengendarai 4x4 Jeep meski belum mempunyai kendaraan 4x4 Jeep.

b) *Light Moto-X Trail*

*Jenis kegiatan* : Fun Adventure Trekking Tour; perjalanan wisata dengan menggunakan kendaraan Moto-X Trail. *Kemitraan*: Komunitas MotoX; Jogja Super Cross Community (JSC), dll. dan trek ekstrem bagi para profesional.

a. Paket 1: Fun MotoX Cross Country – (Trek ringan - trek menengah)

b. Paket 2: Fun MotoX Super Pro – (Trek ekstreme + latihan dasar)

c) *Rafting – Arung Jeram*

*Jenis kegiatan*: Rafting; merupakan wisata air yang menantang dan memacu adrenalin. Tersedia dalam 2 kategori berdasar tingkat kesulitannya:

Paket 1: Rafting Arus Deras dan Paket 2: Fun Rafting

d) *Pelatihan Berburu - Hunting*



*Jenis kegiatan:* Pelatihan berburu/ hunting training; Punokawan membuka kesempatan bagi masyarakat dan wisatawan yang ingin merasakan pengalaman berburu binatang.

*Kemitraan:* Hunting company – Perbakin, Eksploring Pittbull.

*e) Live In*

Kami membawa para wisatawan untuk berkeliling kesuatu desa tertentu dengan menggunakan sepeda onthel (sepeda-sepeda jaman Hindia Belanda), dimana wisatawan akan di ajak untuk terlibat dalam aktifitas masyarakat di pedesaan selama beberapa hari. Mereka juga bisa menginap di sebuah home stay yang sengaja kami sediakan apabila wisatawan masih antusias untuk bermalam di pedesaan.

Target utama dari produk wisata ini adalah para wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Untuk wisatawan mancanegara, kami membidik Australia dan Amerika. karena kecenderungan wisatawan ini lebih antusias dengan kegiatan semacam ini.

Lokasi desa wisata yang akan kami kelola mencakup 4 wilayah, antara lain: Bantul, Kulon Progo, Sleman, serta Mungkid-Magelang.

*Kemitraan:* PODJOK – Pagoeyoeban Onthel Djokjakarta; Towil Fiets.

❖ **Custom Tailored Tour**

Merupakan sebuah Tour program yang mana wisatawan diberikan keleluasaan untuk menyusun sendiri kegiatan ‘pariwisata’nya secara bebas dan tidak ada batasan tertentu baik waktu pelaksanaan, obyek dan kegiatan wisata transport, penginapan, akomodasi, dll. Segala sesuatu diseting menurut wisatawan sendiri

dan tanpa ikatan. Karena diseting sesuai dengan kehendak pribadi, maka besar biaya perjalanan yang akan dikeluarkan wisatawan akan sangat tergantung dengan fasilitas yang akan digunakan. Upaya ini dilakukan demi memaksimalkan nilai dan kualitas berwisata wisatawan.

### **3. Jasa Konseling Produk Wisata**

Usaha jasa konseling produk wisata yang dimiliki oleh Punokawan ini pada dasarnya merupakan:

- ▶ Sebuah sarana komunikasi antara wisatawan yang berkunjung ke Jogjakarta dengan Biro Jasa Wisata Punokawan
- ▶ Sebuah sarana komunikasi antara Biro Jasa Wisata Punokawan dengan beberapa pengusaha industri pariwisata di Jogjakarta.
- ▶ Salah satu strategi pemasaran dari Punokawan guna meraih pangsa pasar dari wisatawan yang berkunjung ke Jogjakarta.

Beberapa upaya yang dilakukan Punokawan dalam jasa konseling ini adalah:

- ▶ Memberikan saran serta usulan kepada wisatawan dalam merancang produk wisatanya hingga mencapai nilai yang lebih tinggi (*value added*).
- ▶ Memberikan informasi yang cukup bagi wisatawan yang menggunakan jasa Punokawan, sebagai bekal untuk mengantisipasi beberapa kendala yang mungkin muncul selama berwisata ke Jogjakarta.
- ▶ Mengajak pengusaha-pengusaha dari kelompok industri pariwisata untuk berdiskusi atau bertukar informasi terbaru dalam industri pariwisata, seperti: perubahan trend, perkembangan produk industri pariwisata (*produk mix*), perkembangan kebijakan Pemerintah, dll.

Maksud dan tujuan dari usaha jasa konseling Punokawan ini adalah:

- ▶ Mempererat kemitraan Biro Jasa Wisata Punokawan dengan para pelanggan/pengguna jasa Punokawan.
- ▶ Mempererat kemitraan Biro Jasa Wisata Punokawan dengan perusahaan-perusahaan kelompok industri pariwisata lain.
- ▶ Meningkatkan jumlah pemakai produk jasa wisata Punokawan.

### **Produk Tambahan**

Punokawan memiliki beberapa produk tambahan selain produk utama, antara lain: *Merchandise, Peta & Agenda wisata bulanan, Panduan wisata, Rumah singgah, Toko perlengkapan adventure & outbond, Rental sarana transportasi wisata.*

#### **1. Rumah Singgah**

Selain menjual jasa perjalanan wisata, Punokawan juga menyediakan fasilitas penginapan berupa rumah singgah bagi wisatawan. Gagasan tersebut kami kembangkan dengan mendesain beberapa kamar secara unik dan artistik yang berfasilitaskan spring bed, kamar mandi dalam, AC, televisi sebagai kelengkapannya. Pelayanan yang baik, ramah dan penuh tanggungjawab juga diberikan agar wisatawan merasakan kenyamanan, ketenangan, selama menginap. Punokawan memiliki 4 (empat) buah kamar yang siap disewakan dengan harga yang amat terjangkau. Kisaran harga antara Rp. 100.000,- hingga Rp. 120.000,-

#### **2. Toko perlengkapan dan Peralatan Adventure**

Punokawan membuka sebuah outlet yang menjual berbagai macam perlengkapan adventure outfit dan outdoor gear.

Produk yang dijual merupakan produk dari: Eiger, The North Face, REI, Trekker, CAT, Jack Wolfskin. misalnya: tas/backpack (harian/regular bag, notebook bag, camera bag, traveling bag, hiking bag, dll), sepatu boot, topi, dompet, jacket, celana, dll. Toko adventure ini juga menyediakan berbagai peralatan adventur outdoor, seperti: tenda, sleeping bag, binocullar, pisau, penerangan, dll.

### **3. Peta & Panduan Wisata, Beginner's Guide to Jogja (DVD)**

Peta & Panduan Wisata Jogjakarta (*1 Kotamadya & 4 Kabupaten, lengkap dengan informasi obyek wisata, sentra kerajinan, fasilitas publik, agenda wisata, dll*) merupakan sebuah produk yang sangat penting dan wajib dimiliki oleh wisatawan yang berkunjung ke Jogjakarta. Kurangnya informasi wisata adalah kendala utama yang paling dikeluhkan oleh wisatawan, misalnya: informasi akan sarana umum, lokasi/ letak suatu tempat di Jogjakarta, jalur transportasi umum, emergency call, dll. Rencananya produk ini akan dijual secara umum di berbagai tempat, misal: toko buku, dan tempat-tempat umum lain.

### **4. Rental Sepeda Onthel (Indische Fietsen), Becak dan Andong Wisata**

Menyewakan sarana transportasi tradisional sebagai sarana alternatif berkeliling bagi wisatawan selama menikmati pariwisata Jogjakarta, seperti: *sepeda onthel, sepeda kumbang, andhong wisata, Becak Wisata*

Sistem persewaan sepeda ontel adalah akumulasi jangka waktu penggunaan.

Sedangkan untuk becak wisata kami menggunakan sistem argo.

## **5. Rental Mobil Travel**

Punokawan menyediakan dan menyewakan kendaraan roda 4 (empat) kepada agen perjalanan (rental mobil). Selain itu, kendaraan ini juga dipakai sebagai sarana dan fasilitas usaha jasa wisata. Adapun jenis kendaraan yang diinfestakikan oleh Punokawan berupa:

*Mobil:*

- ▶ 2- 4 unit KIA Traffelo
- ▶ 2-3unit Mitsubishi ELF/ Hino Dutro

## **Produk Sampingan**

### **1. Art Gallery & Toko Souvenire**

Memajang dan menjual beragam pernak-pernik produk hasil kerajinan tangan (handycraft). Selain itu beberapa produk koleksi pribadi yang ingin dijual juga dapat dipajang disini. Produk yang akan dijual, selalu diseleksi terlebih dahulu agar pemanfaatan tempat dapat maksimal dan tidak seragam dengan show room disekitar BPW (pesaing). Adapun jenis souvenire yang dijual, sebagian besar merupakan produk-produk handycraft yang dibuat dari bahan daur ulang dari barang bekas (*bambu, kardos, benang goni, biji-bijian, daun pisang kering, dll*). Untuk spesial produk, kami mendesain beberapa produk diorama yang bertemakan potret keseharian warga Jogja yang penuh dengan nilai-nilai estetika (kesedehanaan, keramahan dan rasa kebersamaan). Desain yang diadopsi sangat unik, misalnya: tukang becak, andhong/delman, pedagang angkringan, pedagang rujak, petani, gerobak sapi, gotong royong/kerja bakti, dll.

Produk yang kami jual ini, merupakan barang yang dititipkan oleh para pengrajin dari sentra industri setempat. Kami juga menerima penitipan produk antik yang akan dijual kepada publik (semacam showroom barang kerajinan antik).

## **2. Merchandise**

Membagikan cinderamata berupa produk handycraft yang khusus diperuntukkan bagi wisatawan pengguna produk perjalanan wisata Punokawan. Pembagian souvenir berlogokan Punokawan ini merupakan strategi promosi yang cukup praktis untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (wisatawan).

## **3. Jasa Video – Fotografi**

Kurang lengkap apabila momen-momen penuh kenangan selama berwisata tidak diabadikan ke dalam sebuah rekaman atau foto. Oleh karenanya, Punokawan menyediakan jasa fotografi outdoor untuk mengabadikan momen-momen yang istimewa selama perjalanan berwisata. Akan tetapi, sekarang setiap wisatawan mempunyai peralatan sendiri untuk mengabadikan perjalanan wisatanya. Oleh karenanya, Punokawan membidik para pengguna paket wisata minat khusus khususnya, paket bulan madu, offroad, motoX, fishing, hunting, outbond sebagai target pasarnya.

## **Klub dan Perkumpulan**

### **1. Sanggar Kesenian Daerah (seni tari, seni rupa dan seni suara)**

Pojok seni tidak lain adalah sebuah panggung yang difungsikan sebagai tempat mengapresiasi seni dan ketrampilan oleh para seniman, misalnya membuat, melukis, bermain musik. Bagi yang hendak menggunakan lokasi tersebut, Punokawan tidak memungut biaya, namun mereka bertanggungjawab terhadap

kebersihan, dan tidak mengganggu kepentingan umum yang lain. Khusus untuk hiburan malam, tempat tersebut digunakan untuk latihan keroncong. Ini akan menambah daya tarik dari café.

Art Galery letaknya di dalam Pendopo, yang nantinya akan diatur penataan ruangnya sehingga dapat digunakan sebagai loby sekaligus ruang pameran beberapa produk kesenian dari berbagai sentra Produksi di Yogyakarta dan sekitarnya. Untuk lokasi outlet handycraft, kami menyediakan lokasi tepat di bawah outlet adventure outfit. Pengunjung dapat memiliki produk kesenian yang dipajang dengan mengganti sejumlah uang sebagai ganti biaya produksi (dijual).

## **Café & Live Performance**

### **1) Angkringan Café/ HIK**

Punokawan akan membangun Café Angkringan/HIK dengan konsep yang sedikit mewah dari angkringan pada umumnya. Konsep desain tata ruang café akan diatur seperti layaknya tempat berkumpul dan kongkow-kongkow, flexibel namun tetap nyaman bagi semua kalangan. Sehingga proses menyantap di tempat ini tetap santai, nyaman dan ramah seperti ketika mengunjungi angkringan di pinggiran.

- Materi spesifik angkringan, yaitu:
  - Gerobak angkring (modifikasi) : 1 unit
  - Etalase hidangan pelengkap : 1 unit
  - Bangku panjang : 4 unit
  - Dingklik panjang : 8 unit

➤ Dekorasi/ fasilitas tambahan penunjang café/kedai, yaitu:

- ▶ Fan/ Kipas Angin : 1 Unit
- ▶ Penerangan : 3 Unit lampu antik ornamen jawa
- ▶ Hiburan : 1 Unit TV Cable
- ▶ Soundsystem : 1 Unit Stereo speaker 5.1 with Subwoofer
- ▶ Hiasan tradisional : Ornamen batik pada tiang penyangga atap

Daya tampung yang dimiliki Angkringan Punokawan mencapai ± 30 – 40 pengunjung untuk kursi yang tersedia. Apabila tempat penuh, disediakan pula beberapa tikar yang terbuat dari daun pandan/ méndong untuk lesehan.

➤ Jenis Masakan/ makanan yang disajikan:

Menu makanan akan disajikan secara prasmanan dan dibungkus dalam porsi tertentu. Pengunjung hanya tinggal menunjuk menu apa yang akan diambil.

○ Menu angkringan

- ▶ Kucingan (osenk tempe, sambel teri/jamu) Nasi & Mie Goreng
- ▶ Mi Phentil (mi kenyal) ▶ Capcay & Kwe Tio

\*\*\*) Harga per porsi berkisar Rp.1500,- sampai Rp.3.500,-

○ Menu tradisional (rames)

- ▶ Nasi putih/liwet & Nasi merah ▶ Sayur lodeh
- ▶ Sambel goreng tempe cabai hijau ▶ Gudeg Manggar
- ▶ Sambel goreng krecek ▶ Brongkos
- ▶ Oseng-oseng kangkung

\*\*\*) Harga per porsinya berkisar Rp. 3.000,- sampai Rp. 5.000,-



o Lauk pauk

▸ Aneka gorengan: Mendoan, Tahu susur, Bakwan solo, Pisang goreng, Lentok, Perkedel, Rolade tahu.

▸ Aneka Sate : Sate cumi pedas, Sate rempela ati, Sate usus, Sate ayam, Sate brutu, Sate jamur, Sate kikil, Sate uritan.

Bacem /tepung : Ceker, kepala, paha, dada, gending, & sayap ayam

▸ Camilan : Krupuk, Rambak, Kremes, Peyek teri.

\*\*\*) Harga per-biji berkisar antara Rp.400,- sampai Rp. 3.500,-

o Aneka minuman

▸ Angetan & Es : Teh, jeruk peres-nipis, copy-paste (kopi joss), jahe, skoteng, secang, tape, susu segar, setup jambu.

▸ Lain : Aneka minuman instant, soft drink, aneka beer, dll.

\*\*\*) Harga per-biji berkisar antara Rp.1000,- sampai Rp. 4500,-

Rencananya, angkringan ini akan mempekerjakan orang waitress dengan berbagai suku bangsa, mulai dari etnis jawa, tionghoa, dan bule.

## 2) Hot Spot/ WiFi Area

Seluruh areal BPW akan dijangkau dengan fasilitas koneksi internet nirkabel.

## TARGET PASAR

### ➤ Secara Umum

Punokawan membagi target pasar ke dalam dua kelompok:

- Wisatawan Mancanegara (50%)
- Wisatawan Domestik/ Lokal (50%)

### ➤ Berdasar Jenis Produk

#### ➤ *Produk Utama (Paket Perjalanan Wisata dan Konsultan Wisata)*

- ▶ Wisatawan Mancanegara (60%)
  - Formal Tourist/ wisatawan formal (45%)
  - Backpackers Tourist/ petualang (50%)
  - Others/ Lainnya: pengunjung ( 5%)
- ▶ Wisatawan Domestik/ Lokal (40%)
  - Komunitas: adventurer/ petualang (60%)
  - Wisatawan formal: keluarga,dll (35%)
  - Others/ Lainnya: pengunjung ( 5%)

#### ➤ *Produk Tambahan (Rumah singgah, Outlet adventure outvit, Outlet souvenir, Rental sarana wisata)*

- ▶ Wisatawan Mancanegara (45%)
- ▶ Wisatawan Domestik/ Lokal (55%)

#### ➤ *Produk Sampingan (Café Angkringan, Jasa Fotografi)*

- ▶ Wisatawan Mancanegara (25%)
- ▶ Wisatawan Domestik/ Lokal (75%)

## **PERSONIL PELAKSANA**

### ❖ **Manajemen Punokawan**

#### ➤ Pimpinan

Jabatan tertinggi ini diduduki oleh pemilik Biro Wisata Punokawan yang tidak lain adalah A.Gatot Guritno.

Tugas dan Wewenang pimpinan perusahaan:

- ▶ Membuat perencanaan kegiatan yang berkaitan dengan usaha baik produk usaha, SDM, waktu maupun sarana dan prasarana.
- ▶ Bersama staf mengadakan pelaksanaan atas kegiatan usaha yang telah ditentukan baik sasaran, jadwal kegiatan maupun biaya yang harus dikeluarkan.
- ▶ Mengadakan pengawasan (evaluasi) atas kegiatan yang telah dilaksanakan sehingga tingkat kerugian dapat diminimalisir.

#### ➤ Sekretaris

Tugas kesekretariatan ini nantinya akan dibantu oleh teman-teman dari lembaga pendidikan kesekretariatan atau lembaga pendidikan kepariwisataan yang sedang menjalani studi lapangan atau praktek kerja lapangan (PKL) di Punokawan.

#### ➤ Staf Urusan Pemasaran dan Publik Relations (PR)

Posisi ini akan dipercayakan kepada Th. Haryo Danisworo.

Tugas dan wewenang staf urusan pemasaran:

- ▶ Memasarkan produk perusahaan kepada pihak lembaga pemerintah, lembaga swasta, lembaga sosial dan kemasyarakatan, perorangan, baik di dalam negeri maupun di luar negeri melalui 'Retail Travel Agent'.

- Mengadakan/menjalin kerjasama dengan lembaga pemerintah, lembaga swasta, perorangan, setelah mendapat persetujuan dari pimpinan.
- Membantu tugas pimpinan untuk mengevaluasi kegiatan baik secara berkala maupun kegiatan yang bersifat insidental.

➤ Staf Keuangan

Tugas dan wewenang staf keuangan:

- Mengurusi segala hal yang berkaitan dengan keuangan Biro Perjalanan Wisata Punokawan, seperti perpajakan.
- Mengadakan pencatatan yang berkaitan dengan penerimaan dan pengeluaran dari unit usaha pemasaran usaha perjalanan wisata dan unit usaha lain dari punokawan.

➤ Staf Urusan Personalia dan Rumah Tangga

Tugas dan wewenang staf personalia dan rumah tangga:

- Mengorganisir potensi potensi yang ada baik SDM maupun sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- Mengkoordinir kegiatan para pekerja/karyawan (Satpam, Cleaning Service/Pelayan, Sopir, Petugas Café)

➤ Karyawan

1) *Driver/Supir*

Punokawan akan merekrut 2 orang tenaga freelancer yang akan diberi tugas sebagai seorang driver/supir di Biro Wisata Punokawan.

2) *Cleaning Service & Pelayan:*

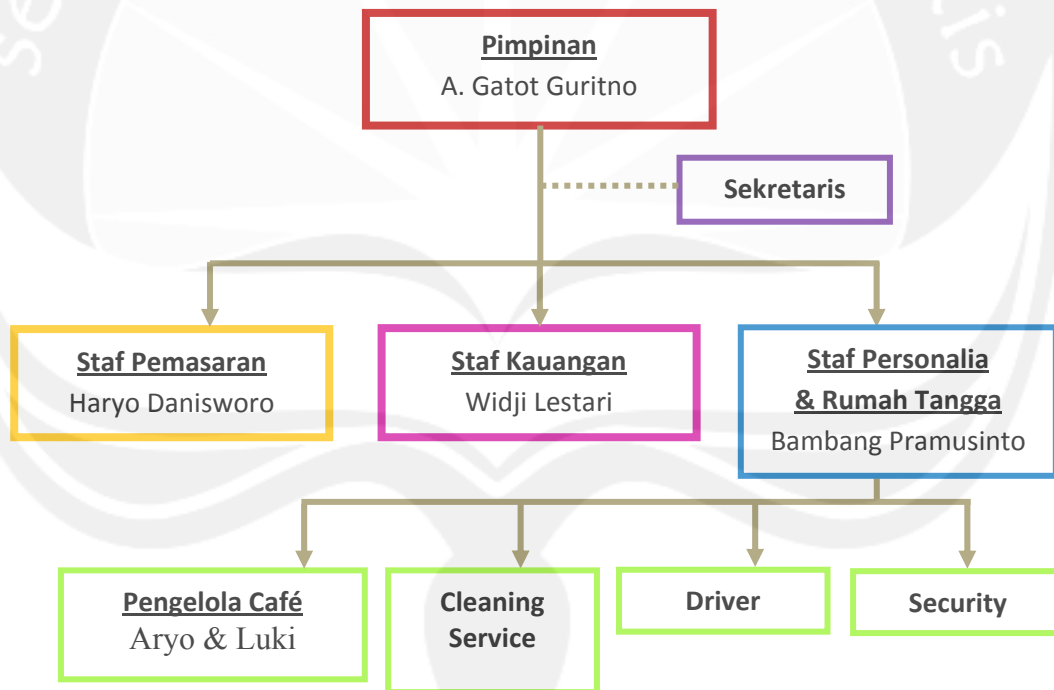
Untuk tugas pelayan dan cleaning service, Punokawan akan merekrut 2 orang karyawan yang akan bekerja di Punokawan.

### 3) Satpam:

Punokawan memberikan keamanan ekstra dengan menempatkan 2 petugas satpam yang akan bekerja secara bergantian setiap 4 Jam sekali. Mereka bekerja dalam 2 masa jaga: pagi - sore (07.30 – 20.00 WIB) dan sore - pagi (20.30 – 07.00 WIB). Waktu istirahat diatur sefleksibel mungkin.

### 4) Pelayan Café

Untuk sementara, Punokawan akan mempekerjakan 4 (orang) karyawan/i. Mereka bertugas sebagai pelayan/ waitress untuk melayani pesanan minuman, bersih-bersih, dan mencuci peralatan yang kotor.



Punokawan merupakan sebuah bisnis keluarga, dimana sebagian besar pelaksanaan kegiatan dari usaha ini dipegang oleh anggota keluarga. Punokawan juga merekrut tenaga kerja/karyawan dari luar untuk pelaksanaan kegiatan dari unit usaha yang ada di Punokawan.

## **OPERASIONAL**

### ❖ **Perlengkapan/Peralatan**

Kebutuhan akan perlengkapan dan peralatan harian dari Biro Perjalanan Wisata Punokawan, pada dasarnya sama seperti perlengkapan kantor biasa. Namun untuk perlengkapan teknis dari usaha perjalanan wisata (paket wisata minat khusus, distribusi informasi, fasilitas) dan perlengkapan unit bisnis yang lain (café, penginapan, rental, fotografi, art galery) akan ditambahkan dan dilengkapi sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing unit usaha.

### ❖ **Waktu Pelayanan**

- Jam layanan biro wisata dan jasa konseling paket wisata:

Hari biasa : 08.00 WIB – 21.00 WIB

Akhir pekan dan Hari libur : 07.00 WIB – 23.00 WIB

- Jam layanan rumah singgah/ penginapan (*booking/ pemesanan*):

Hari biasa : 08.00 WIB – 20.00 WIB

Akhir Pekan dan hari libur : 07.00 WIB – 23.00 WIB

- Jam buka toko perlengkapan adventure & toko souvenir:

Hari biasa : 08.00 WIB – 21.00 WIB

Akhir pekan dan Hari libur : 08.00 WIB – 21.00 WIB

- Jam buka café / kedai angkringan:

Hari biasa : 05.30 WIB – 02.00 WIB

Akhir pekan (Sabtu - Minggu) : 04.00 WIB – 03.00 WIB max.

**\*\*)** *Jadwal libur staf diberikan pada hari besar tertentu.*

#### ❖ **Keamanan/ Pengamanan**

Punokawan mempekerjakan 2 orang satpam yang disewa dari pihak sekuritas yang bermutu. Tugas dan tanggungjawab petugas keamanan di Punokawan antara lain menjamin keamanan dan kenyamanan pengunjung BPW Punokawan maupun Café Angkringan.

Mereka bertugas secara bergantian setiap harinya dengan mengenakan setelan semi formil berornamen Batik sebagai pakaian tugasnya dan dilengkapi perangkat pendukung keamanan yang cukup modern.

Untuk memberi keamanan tambahan, Punokawan juga memasang beberapa unit kamera CCTV yang akan diletakkan di lokasi-lokasi yang tidak selalu mendapat perhatian dari security, misalnya halaman belakang, dll.

#### ❖ **Supplier**

Tugas dari Biro Perjalanan Wisata dalam hal ini Tour Operator adalah menyusun produk pariwisata (paket wisata). Akan tetapi, sebuah paket wisata tidak dapat disebut produk dari sebuah Tour Operator. Tour Operator hanya mengemas bermacam-macam produk yang dihasilkan oleh perusahaan kelompok industri pariwisata (Akomodasi - hotel, transport - seat, restoran, pengrajin - merchandise dll) kedalam sebuah *produk line* dalam paket wisatanya.

Tour Operator dalam industri pariwisata sering disebut '*Architect of Tourism*' karena dialah yang merencanakan, dialah yang menyusun, mempromosikan, menjual dan mereka pulalah akan yang menyelenggarakan paket wisata yang dijual kepada wisatawan.

Demikian juga dengan *product line* dari BPW Punokawan. *Product line* (paket wisata) yang dibuat merupakan susunan dari produk produk dalam industri pariwisata yang lain.

Punokawan juga memiliki beberapa unit usaha tambahan yang setiap unitnya menghasilkan produk asli dari unit usaha Punokawan.

➤ *Merchandise*

Punokawan memiliki 20 desain produk dari berbagai macam jenis kerajinan yang dipesan di lebih dari 9 (sembilan) sentra kerajinan yang ada di Jogjakarta.

Produk-produk tersebut nantinya akan dipajang di art galery sebagai sampel.

➤ *Peta wisata, Agenda wisata bulanan & Panduan wisata*

Untuk peta wisata, panduan wisata dan informasi lokasi wisata, rencananya akan diterbitkan dalam bentuk leaflet minimal setiap 1 (satu) tahun sekali.

Sedangkan materi kegiatan wisata/ agenda wisata, ulasan wisata, rencananya akan di update dan diterbitkan setiap 1 (satu) bulan atau apabila terdapat perubahan data di lapangan. Data yang disajikan merupakan data yang diperoleh dari hasil konsultasi dan koorsinasi dari beberapa Instansi Pariwisata di Yogyakarta.

➤ *Toko perlengkapan adventure & outbond*

Untuk tahun pertama, sebagian besar produk akan dipasok dari Toko Adventure lain, seperti: Alamku Adventure, Dewata Adventure.

Setelah mempunyai akses langsung kepada produsen utama, produk akan dipasok langsung dari agen resmi tanpa perantara.



➤ Rental Mobil Travel

- ▶ *Kendaraan Rental Wisata: KIA Travello, Hino Dutro Cabbin.*

Punokawan menginfestasikan modal untuk melakukan pembelian beberapa unit kendaraan wisata. Rencananya kendaraan tersebut akan digunakan untuk operasional paket wisata yang terjual. Apabila mobil tidak digunakan dalam paket wisata yang terjual, kendaraan tersebut akan disewakan ke perusahaan rental dan kantor-kantor LSM.

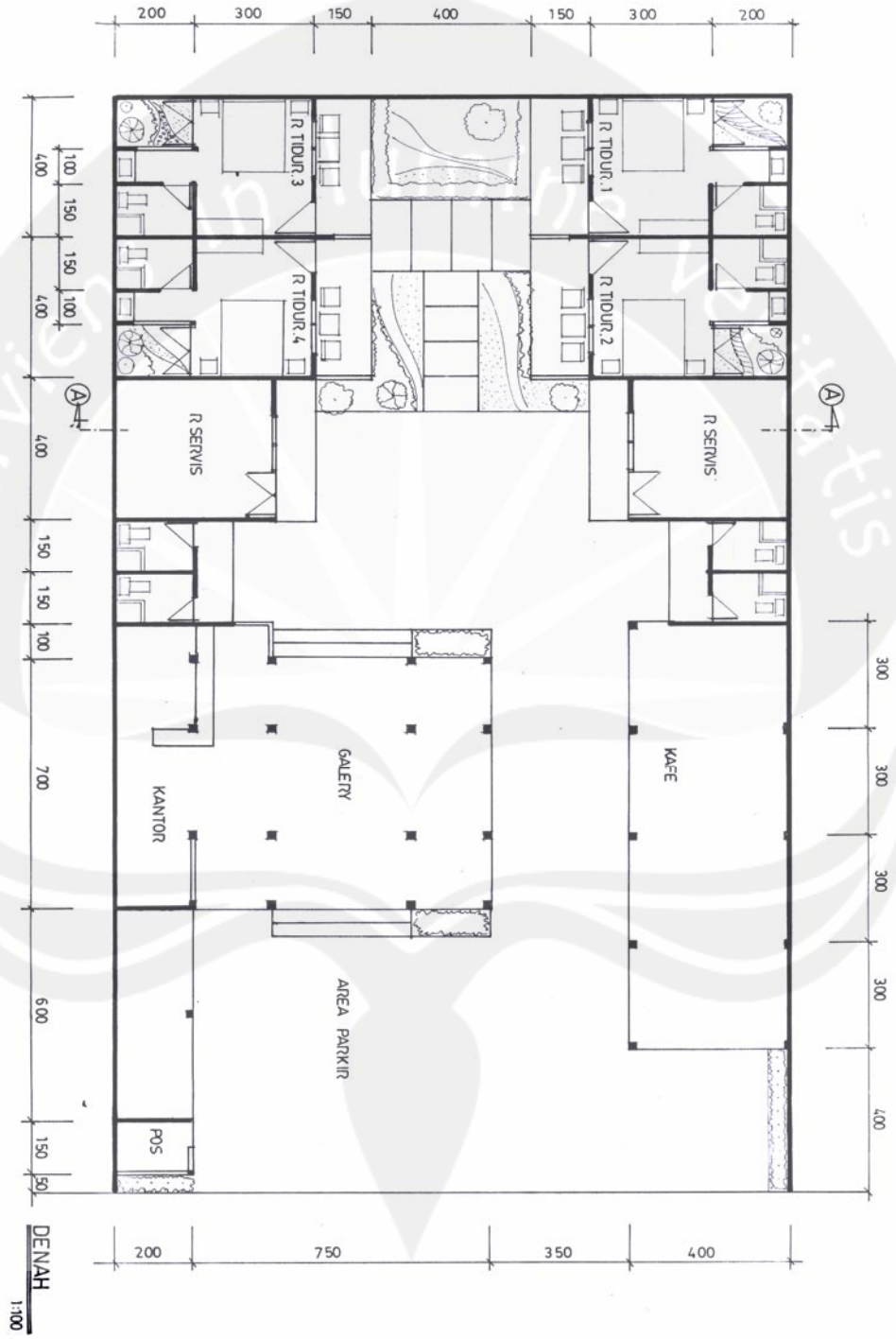
- ▶ *Tradisional Transport: Sepeda Tua (Gaselle, Phoenix); Mountain bike (Hybrid; Crosscountry, Downhill); Andong/ dokar dan Becak Wisata*

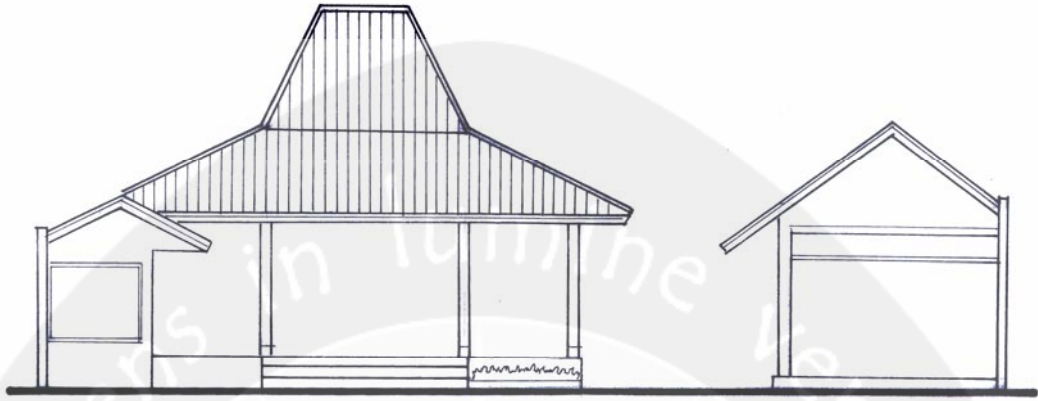
Untuk sepeda Mountain bike, peralatan dan perlengkapan akan menggunakan sepeda pribadi pemilik. Sedangkan untuk sepeda tua, kami merangkul komunitas Onthel Potorono (OPOTO). Untuk andhong dan becak wisata, kami menggunakan jasa dari beberapa pengemudi becak dan andhong di seputaran Prawirotaman.

➤ Usaha Café

Punokawan memiliki sebuah Café Angkringan yang sebagian besar menunya dibuat diluar lokasi café. Hal ini dilakukan agar lokasi café tidak kumuh dan kotor oleh bahan makanan maupun perabot dan perkakas dapur lainnya. Untuk produk yang dibuat/dimasak sendiri antara lain: ‘nasi-nasian’ angkringan; rames-an; mie; lauk-pauk (aneka gorengan, sate & baceman); aneka minuman. sedangkan sisanya disuplai dari pemasok lain.

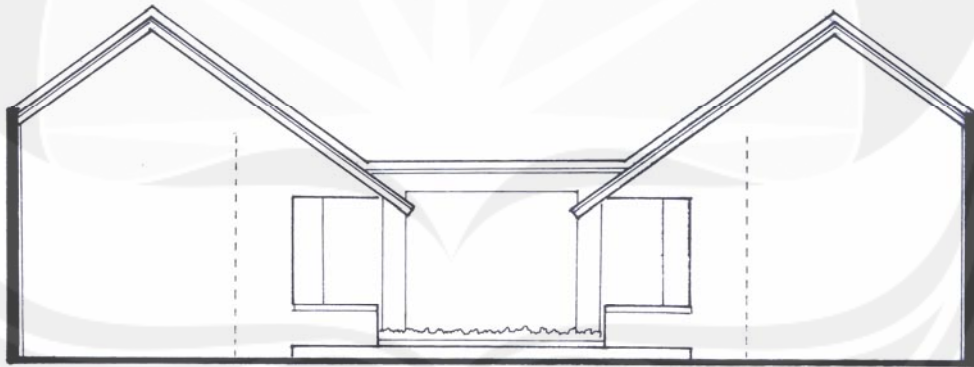
# DENAH BIRO PERJALANAN WISATA PUNOKAWAN





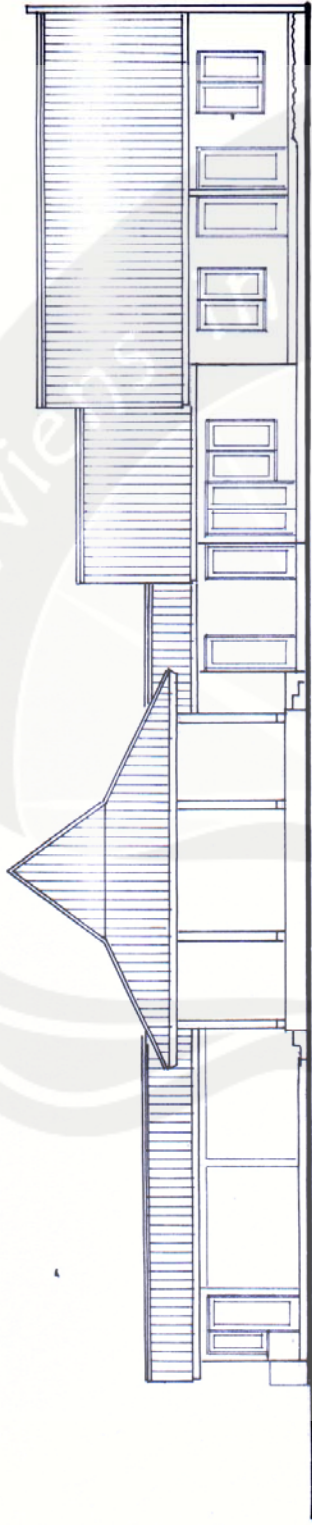
TAMPAK DEPAN

1:100

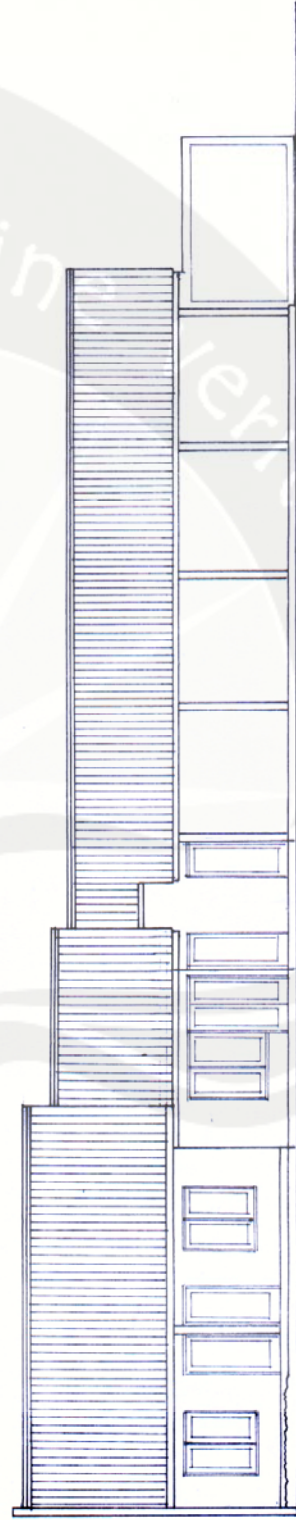


POTONGAN A-A

1:100



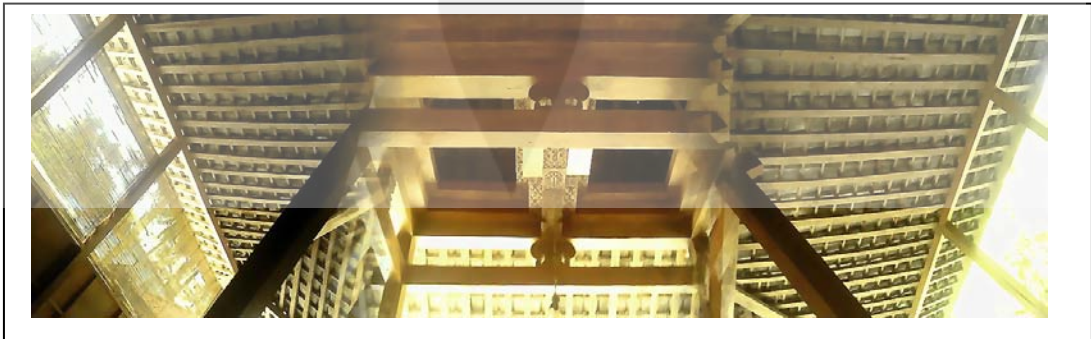
TAMPAK SAMPING KIRI  
1:100



TAMPAK SAMPING KANAN  
1:100

## PENDOPO JOGLO





## LAMPIRAN 2

### Hasil In-Depth Interview

**SAPTA PARI Tours & Travel**

**Jalan Tamansiswa MG II/1201**

**Yogyakarta | INDONESIA | 55151**

**Phone : +62 274 388810**

**Mobile : +6281 2270 0145 ( Trivi )**

**+6285 729 100 479 ( Sapti )**

**Fax : +62 274 412384**

[saptapari@yahoo.com](mailto:saptapari@yahoo.com) / [tour@saptapari.co.id](mailto:tour@saptapari.co.id)

[www.saptapari.co.id](http://www.saptapari.co.id)

#### **SAPTA PARI**

Agen Perjalanan Wisata

#### **Apa?**

Agen perjalanan Pariwisata di Jogjakarta

#### **Siapa?**

Target pasar ⇒ Wisatawan lokal, keluarga dan bisnis (lokal & international),

SDM ⇒ Triviandini S - General Manager

Wishnu Aji - Tour Manager & Marketing

Gunawan Wibisono - Operation & Finance Manager Transportasi

Karyawan : 4 Orang

SAPTA PARI adalah sebuah agen perjalanan wisata yang melayani permintaan paket wisata keluarga, paket bulan madu, dan paket wisata eksklusif, SAPTA PARI telah berdiri sejak tahun Agustus 2001, Dipimpin oleh 3 orang yang berawal dari sebuah

kelompok yang tergabung dalam sebuah EO di Batam, kemudian mereka membentuk sebuah usaha wisata bersama.

Dengan 2 kegiatan utama yakni Tour Agent dan Travel Agent, SAPTA PARI juga memiliki banyak relasi dengan perusahaan transportasi.

### **Promosi dan Periklanan**

SAPTAPARI menggunakan media iklan berupa Koran Nasional, Majalah Pariwisata, Media Internet dan Relasi.

### **Fasilitas Usaha**

Kantor dan Lobby

---

### **PACTO Ltd.**

Inna Garuda Hotel,

Jl. Malioboro No.60

Yogyakarta | INDONESIA | 55203

Phone : + 62-274 566328

+ 62-274 517748

Fax : + 62-274 565345

[jog@pactoltd.com](mailto:jog@pactoltd.com)

[pactojog@indosat.net.id](mailto:pactojog@indosat.net.id)

**HEAD OFFICE: Wisma Agung**

Jl. Taman Kemang No.21

Jakarta Selatan

INDONESIA | 12730

Phone : + 62-21 7196550

Fax : + 62-21 7193132

+ 62-21 7193133

[info@pactoltd.com](mailto:info@pactoltd.com)

**PACTO Ltd.**

International Network Tourism

### **Apa?**

Agen perjalanan wisata bertingkat International yang membuka cabang usaha di Indonesia (Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan, Jogjakarta, Bali, Makassar), Reservasi Hotel Internasional, Agen tiket Internasional dan domestik, Agen Transportasi dan Tour Planner.



## Siapa?

Target pasar ⇒ Wisatawan asing dan lokal, individu, keluarga, Bisnis (Lokal & International).

SDM ⇒ (*Tidak bersedia memberikan Kejelasan*)

Perkiraan pengelola manajemen : 4 Orang

Perkiraan jumlah karyawan : ± 10 karyawan dan 3 tenaga lapangan

PACTO DMC (Destinations Management Company) adalah sebuah jaringan bisnis yang bergerak dalam industri penyedia jasa kepariwisataan bertaraf Internasional. Berdiri sejak tahun 1967, dan masuk ke Jakarta pada 11 Februari 1995. Dua tahun berselang, Pacto Ltd membuka kantor di Bali dan Jogjakarta.

## Promosi dan Periklanan

PACTO DMC dan PACTO TMS mempergunakan Media Internet dan sponsorship bagi event-event internasional, Jalinan kerjasama dengan berbagai usaha akomodasi seperti Hotel, jaringan transportasi udara dan kapal laut.

## Fasilitas Usaha

Kantor Pemasaran

Unit Bisnis Sarana Pendukung Pariwisata

---

## PURA KENCANA Tours & Travel

Jl. Kaliurang Km.6 Gg.Pandega Padma

Yogyakarta | INDONESIA | 55283

Phone : + 62-274 882020

Fax : + 62-274 885745

[kencana@yahoo.com](mailto:kencana@yahoo.com)

[pura\\_kencana@indosat.net.id](mailto:pura_kencana@indosat.net.id)

## PURA KENCANA

Agen Perjalanan Wisata

### **Apa?**

Agen perjalanan wisata bertingkat Nasional yang melayani jasa perjalanan wisata di Indonesia (Jogjakarta, Bali, Lombok). Reservasi Hotel Internasional, Agen tiket Internasional dan domestik dan Agen Transportasi.

### **Siapa?**

Target pasar ⇒ Wisatawan asing dan lokal, individu, keluarga.

SDM ⇒ *(Tidak bersedia memberikan Kejelasan)*

Perkiraan jumlah karyawan : ± 5 karyawan dan 2 tenaga lapangan

### **Promosi dan Periklanan**

PURA KENCANA mempergunakan media internet seperti blog dan media iklan gratis serta sponsorship penyelenggaraan event kepariwisataan. Hubungan kerjasama usaha yang dijalin antara pura kencana tours & travel dengan berbagai usaha akomodasi seperti Hotel, penginapan, dll

### **Fasilitas Usaha**

Kantor Pemasaran

Rental Mobil

---

### **BEPE Tours**

**Legal Entity: PT. Bumi Pahala Wisata Internatinal**

**Jl. Laksda Adisucipto km.8 No. 156**

**Yogyakarta | INDONESIA |55283**

**Phone : + 62-274 487058**

**Fax : + 62-274 487064**

**Mobile Phone : +62 811 293580**

[www.bepetur.com](http://www.bepetur.com)

[www.expatexplore.com](http://www.expatexplore.com)

[bepe@indo.net.id](mailto:bepe@indo.net.id)

## **BEPE TOURS**

### **Agen Perjalanan Wisata**

#### **Apa?**

Agen perjalanan wisata bertingkat Nasional yang melayani jasa perjalanan wisata di Indonesia, Asia dan International, yang mempunyai berbagai unit bisnis di berbagai lokasi. Bepe Tours telah berdiri sejak tahun 1995, Mereka melayani wisatawan di berbagai daerah kunjungan, berawal dari Jogjakarta, Bali hingga Asia dan Eropa.

#### **Siapa?**

Target pasar ⇒ Wisatawan asing dan lokal, individu, keluarga.

SDM ⇒ Bpk. Herry Rudyanto

Perkiraan jumlah karyawan : ± 8 karyawan

Open Hours ⇒ Senin – Jum’at : 09:00 am - 18:00 pm

Sabtu : 09:00 am - 15:00 pm

Minggu/Hari Libur : Hanya dilayani melalui operator

#### **Promosi dan Periklanan**

BEPE Tours mempergunakan media internet seperti website, blog dan media iklan gratis serta sponsorship penyelenggaraan event kepariwisataan. Hubungan kerjasama usaha yang dijalin antara Bepe tours dengan berbagai usaha akomodasi seperti hotel reservation, daily land, optional & overland tours, sports, adventures, golfing, spa & leisure holidays, full content of package tours, transfer service, car rental and air ticket reservation, any fits, groups, conference & incentives.

#### **Unit Bisnis**

Dwidaya Travel & HK Disney; SanFran Shuttle Tours

#### **Fasilitas Usaha**

Kantor Pemasaran

---

## **SOSRO Tours**

**Jln. Sosrowijayan Wetan GT 1/62 Gg. PTPM**

**Yogyakarta | INDONESIA |55271**

**Phone : + 62 274 512054**

**Mobile Phone : + 62 274 7163987**

[www.iogjajourney.com](http://www.iogjajourney.com)

### **SOSRO TOURS**

Agen Perjalanan Wisata dan Café

#### **Apa?**

Sosro Tours merupakan agen perjalanan wisata Lokal yang melayani jasa perjalanan wisata di Jogjakarta dan sekitarnya. Sosro tours mempunyai satu unit bisnis berupa mini café di depan kantornya. Mereka melayani wisatawan di berbagai daerah kunjungan, khususnya di Jogjakarta.

#### **Siapa?**

Target pasar ⇒ Wisatawan asing dan lokal (Backpackers)

Perkiraan jumlah karyawan : ± 4 karyawan

Open Hours ⇒ Senin – Jum'at : 09:00 am - 18:00 pm

Sabtu/ Minggu : 09:00 am – 20.00 pm

#### **Promosi dan Periklanan**

Sosro Tours mempergunakan media internet seperti blog dan media iklan gratis. Hubungan kerjasama usaha yang dijalin antara Sosro tours & travel dengan berbagai usaha akomodasi seperti hotel/ motel reservation dan tiketing.

#### **Unit Bisnis**

Café Sosrowijaya, dan Rental Mobil

#### **Fasilitas Usaha**

Kantor Pemasaran,Mini Café dan Car Rental

---

## **LOSARI Tours**

**JL. Prawirotaman No. 24**

**Yogyakarta | INDONESIA |55153**

**Phone : + 62 274 374645**

**Mobile Phone : + 62 274 374645**

[www.yogyes.com](http://www.yogyes.com)

[losari\\_jogja@yahoo.com](mailto:losari_jogja@yahoo.com)

### **LOSARI TOURS**

Agen Perjalanan Wisata dan Tiketing

#### **Apa?**

Losari Tours merupakan agen perjalanan wisata Lokal yang melayani jasa perjalanan wisata di Jogjakarta dan sekitarnya. Losari tours mempunyai satu unit bisnis berupa agen tiketing yang menyatu kantornya. Mereka melayani wisatawan di berbagai daerah kunjungan, khususnya di Jogjakarta Magelang, Solo, Bali, Lombok.

#### **Siapa?**

Target pasar ⇒ Wisatawan asing dan lokal (Backpackers)

SDM ⇒ Bpk. Galuh Giri Perwitasari

Jumlah karyawan : ± 4 karyawan

Open Hours ⇒ Senin – Jum'at : 09:00 am - 20:00 pm

Sabtu/ Minggu : 09:00 am – 21.00 pm

#### **Promosi dan Periklanan**

Losari Tours mempergunakan media internet seperti blog dan media iklan gratis. Hubungan kerjasama usaha yang dijalin oleh Losari tours adalah usaha akomodasi seperti hotel/ motel reservation dan tiketing.

#### **Unit Bisnis**

Airlines Ticketing

#### **Fasilitas Usaha**

Kantor Pemasaran dan Agen Ticketing

---

## LAMPIRAN 3

### Hasil Observasi

(Sapta Pari, Pacto.Ltd, Pura Kencana, Bepe Tours, Sosro Tours, Losari Tours)\*

#### Tampak Muka

Bagian ini mendeskripsikan bagaimana kondisi lingkungan dari lokasi usaha yang telah kami observasi, apakah lokasi usaha tersebut mudah dicapai dan ditemukan, serta mendeskripsikan sebagian kelengkapan usaha yang dimiliki.

1. *Apakah anda mudah dalam menemukan lokasi usaha tersebut?*

Sapta Pari	<u>Y</u> / N
Pacto Ltd.	<u>Y</u> / N
Pura Kencana	Y / <u>N</u>
Bepe	<u>Y</u> / N
Sosro	Y / <u>N</u>
Losari	<u>Y</u> / N

2. *Apakah bangunan usaha tersebut mudah dilihat dari jalan?*

Sapta Pari	<u>Y</u> / N
Pacto Ltd.	Y / <u>N</u>
Pura Kencana	Y / <u>N</u>
Bepe	<u>Y</u> / N
Sosro	Y / <u>N</u>
Losari	<u>Y</u> / N

3. *Apakah terdapat papan nama usaha yang dapat memberi sinyal lokasi?*

Sapta Pari Y / N

Pacto Ltd. Y / N

Pura Kencana Y / N

Bepe Y / N

Sosro Y / N

Losari Y / N

4. *Apakah lokasi usaha tepat berada di pinggir jalan?*

Sapta Pari Y / N

Pacto Ltd. Y / N

Pura Kencana Y / N

Bepe Y / N

Sosro Y / N

Losari Y / N

5. *Apakah disediakan tempat parkir khusus tamu?*

Sapta Pari Y / N

Pacto Ltd. Y / N

Pura Kencana Y / N

Bepe Y / N

Sosro Y / N

Losari Y / N

6. *Apakah tempat usaha tersebut meyakinkan dan menarik untuk dikunjungi?*

Sapta Pari	<u>Y</u> / N
Pacto Ltd.	<u>Y</u> / N
Pura Kencana	Y / <u>N</u>
Bepe	<u>Y</u> / N
Sosro	<u>Y</u> / N
Losari	Y / <u>N</u>

7. *Lokasi Usaha:*

Sapta Pari – Berlokasi di pinggir jalan raya Tamansiswa, dengan bangunan yang cukup besar ditambah dengan lahan parkir yang cukup luas, menjadikan area ini sangat layak sebagai tempat usaha.

Pacto Ltd. – Bangunan usaha ini tidak berada di pinggir jalan manapun, namun terletak di dalam kompleks bangunan Hotel Inna Garuda. Meskipun terdapat didalam area hotel, namun lokasi kantoenya cukup sulit ditemukan. Area ini memiliki fasilitas berupa ruangan, dengan fasilitas yang lengkap layaknya kantor pemasaran. Lahan parkir yang tersedia menyatu dengan area parkir hotel.

Pura Kencana – Lokasi usaha ini terletak di daerah Jl. Kaliurang meskipun tidak di jalan utama, yakni di jalan Pandega Padma. Banyaknya gang bernama Pandega (Pandega Rini, Pandega Marta, dll) di daerah ini dan tidak dicantumannya nomer bangunan serta lokasi usaha yang sedikit menjorok ke dalam membuat lokasi usaha ini sulit ditemukan.



Bepe – Bangunan usaha ini berada tepat di sebelah utara jalan raya Jogja-Solo, dengan papan petunjuk yang cukup besar, membuat usaha ini mudah untuk ditemukan.

Sosro – Lokasi usaha yang kecil, tanpa tanda petunjuk usaha terlebih dengan banyaknya usaha sejenis biro wisata, café dan sejenisnya membuat usaha ini cukup sulit di temukan. Namun apabila kita bejalan menyusuri jalan Sosrowijayan tanpa tergesa-gesa, kita bisa menjumpai biro wisata ini dengan melihat namanya di dinding bangunan.

Losari – Lokasi usaha ini tepat berada di gang Prawirotaman, dengan lokasi usaha yang cukup kecil dan tidak memiliki area parkir.

### **Memasuki Lokasi Usaha**

Bagian ini mendeskripsikan bagaimana atmosfer ruangan dari lokasi usaha yang kami observasi.

1. Apakah ruang usaha tersebut bersih?

Sapta Pari Y / N

Pacto Ltd. Y / N

Pura Kencana Y / N

Bepe Y / N

Sosro Y / N

Losari Y / N

2. Apakah suasana usaha tersebut membuat kita santai, bersahabat dan merasa nyaman?

Sapta Pari Y / N

Pacto Ltd. Y / N

Pura Kencana Y / N

Bepe Y / N

Sosro Y / N

Losari Y / N

3. Apakah terdapat fasilitas pendukung usaha seperti ruangan ber-ac, yang menambah kenyamanan pengunjung?

Sapta Pari Y / N

Pacto Ltd. Y / N

Pura Kencana Y / N

Bepe Y / N

Sosro Y / N

Losari Y / N

### **Staf dan Pelayanan**

Bagian ini memberikan beberapa point yang diterima pelanggan ketika kita menggunakan fasilitas pelayanan dari usaha tersebut.

1. Apakah kita disambut dengan baik?

Sapta Pari Y / N

Pacto Ltd. Y / N

Pura Kencana Y / N

Bepe Y / N  
Sosro Y / N  
Losari Y / N

2. Apakah orang yang menemui anda adalah pemilik usaha tersebut (Y) atau hanya staf (T) kantor?

Sapta Pari Y / N  
Pacto Ltd. Y / N  
Pura Kencana Y / N  
Bepe Y / N  
Sosro Y / N  
Losari Y / N

3. Apakah mereka berpengalaman di bidang ini?

Sapta Pari Y / N  
Pacto Ltd. Y / N  
Pura Kencana Y / N  
Bepe Y / N  
Sosro Y / N  
Losari Y / N

4. Apakah jawaban yang diberikan dirasa bisa menjawab pertanyaan kita?

Sapta Pari Y / N  
Pacto Ltd. Y / N  
Pura Kencana Y / N

Bepe	<u>Y</u> / N
Sosro	<u>Y</u> / N
Losari	Y / <u>N</u>

5. Apakah mereka membuat kita nyaman untuk bertanya?

Sapta Pari	<u>Y</u> / N
Pacto Ltd.	Y / <u>N</u>
Pura Kencana	<u>Y</u> / N
Bepe	<u>Y</u> / N
Sosro	<u>Y</u> / N
Losari	Y / <u>N</u>

#### **Meninggalkan Lokasi Usaha**

Bagian ini memberikan beberapa point yang diterima pelanggan ketika kita menggunakan fasilitas pelayanan dari usaha tersebut.

1. Apakah pemilik atau staff usaha memberikan ucapan terima kasih saat meninggalkan ruangan?

Sapta Pari	<u>Y</u> / N
Pacto Ltd.	<u>Y</u> / N
Pura Kencana	<u>Y</u> / N
Bepe	<u>Y</u> / N
Sosro	<u>Y</u> / N
Losari	<u>Y</u> / N

2. Apakah ada yang menyampaikan selamat jalan kepada anda?

Sapta Pari Y / N

Pacto Ltd. Y / N

Pura Kencana Y / N

Bepe Y / N

Sosro Y / N

Losari Y / N

3. Apakah anda merasa senang dengan pengalaman menggunakan jasa tersebut?

Sapta Pari Y / N

Pacto Ltd. Y / N

Pura Kencana Y / N

Bepe Y / N

Sosro Y / N

Losari Y / N

## **LAMPIRAN 4**

### **Profil FGD**

1. Nama : Bp. Gatot Guritno, SE.  
Alamat : Jl. Kaliurang km.7,1 Kav. 34 Colombo, Depok, Sleman  
Pekerjaan : Pensiunan PNS  
Deskripsi : Beliau senang dengan berbagai hal terkait dengan industri pariwisata, terutama hasil kerajinan dan kesenian daerah khususnya Jogjakarta.
2. Nama : Bp. Pipo Arokh Manuri S.  
Alamat : Jetis, Yogyakarta (belakang Gereja Katholik - Jetis)  
Email : arokhmanuris@ahoo.com  
Pekerjaan : PNS  
Jabatan : Kasi ODTW Dinas Pariwisata Prov. DIY  
Deskripsi : Beliau adalah seorang pegawai di Badan Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DIY yang mendedikasikan pekerjaannya hanya untuk mengelola industri pariwisata melalui jabatannya khususnya dalam pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata di Jogjakarta.
3. Nama : Bp. Bambang Arya  
Alamat : Jln. Nogomudo I/90 Gowok, Catur Tunggal Depok Sleman  
Email : yogyaryatur@indo.net.id  
Pekerjaan : Pemilik BPW Arya Wisata  
Deskripsi : Beliau adalah seorang pengusaha yang bergerak di bidang biro perjalanan wisata yang gemar mendidik para pelajar kepariwisataan (pkl) dan senang melakukan perjalanan wisata yang belum dia ketahui. Beliau mempunyai hoby memancing di laut.
4. Nama : Bp. Eko Sugeng  
Alamat : Jl. Kaliurang km 7.1 Kav 25 Colombo Baru Depok Sleman  
Email : sugengchevro@yahoo.co.id

Pekerjaan : Wiraswasta di bidang kuliner

Deskripsi : Beliau merupakan seorang yang menghabiskan masa mudanya hingga sekarang untuk menggeluti hoby mengkoleksi kendaraan tua, baik mobil, motor dan sepeda onthel. Beliau masih aktif dalam kegiatan touring Harley Davidson, event terakhir adalah touring Jogja – Jakarta – Aceh.

5. Nama : Bp. Petrus Sudiarto

Alamat : Jl. Kaliurang km 7.1 kav 35, Colombo, Depok, Sleman

Email : sudiartopetrus@yahoo.com

Pekerjaan : Wiraswasta

Deskripsi : Beliau merupakan pemilik dari usaha perlengkapan adventure Alamku - Jl. Kaliurang, dan Dewata - Jl.Malioboro seluruh anggota keluarganya juga bergerak dalm bidang yang sama seperti Eiger (Jl. Simanjutak dan Jl. Affandi), Sepatu dan Tas Dallas – Jl Solo, Remaja Vip – Jl. Malioboro,dll

6. Nama : Bp. Kemiskidi

Alamat : Kreet - Bantul

Email : kemiskreet\_68@yahoo.com

Pekerjaan : Wiraswasta

Deskripsi : Beliau merupakan pemilik Industri Kerajinan Batik Kayu di Desa Wisata Kreet, dahulu beliau merupakan rekanan kerja yang diorbitkan oleh Bp. Gatot Guritno ketika masih menjabat sebagai Kasubbag Pemasaran di Dinas Pariwisata melalui pameran nasional di Indonesia.

7. Nama : Arya Lukito Sudjarwo

Alamat : Perum Banteng 3, Condong Catur, Depok, sleman

Email : lucky\_8strike@yahoo.com

Education : Mahasiswa Swiss German University

Pekerjaan : Karyawan LSM Geres

Deskripsi : Pria beretnis tionghoa ini gemar menghabiskan malam untuk berinteraksi dengan dunia malam. Dia tidak membatasi status dan tingkatan perekonomian. Kemampuan berbahasa asingnya bisa dibilang sangat baik, sehingga memudahkan kami untuk berinteraksi dengan wisatawan asing.

8. Nama : Yusuf Kempol  
Alamat : Lojisari, Tegaltirto, Berbah, Sleman  
Email : btis\_yusuf@yahoo.co.id  
Pekerjaan : kolektor sepeda onthel  
Deskripsi : Pria ini sangat gemer dengan sepeda ontel, pengalamannya malang melintang di dunia sepeda membuatnya banyak relasi baik dengan sesama penyuka sepeda hingga wisatawan. Kegiatannya di dunia pariwisata berawal dari keikutsertaannya dalam membuka paket wisata minat khusus bersama mas Towil.
9. Nama : Pádraig Ouien (Patrick Owen)  
Alamat : Monaghan, Ireland  
Alamat Jogja : Paingan, Maguwoharjo, Depok Sleman.  
Email : patricklicious@yahoo.com  
Educations : Pascasarjana UGM  
Pekerjaan : karyawan LSM Geres  
Deskripsi : Dia adalah pria berkewarga negaraan Irlandia, yang tinggal di Indonesia, berawal dari rekan kerja di lembaga Geres (Arya Lukito, Aryo). Berawal dari kedekatan ini, kami sering melakukan traveling bersama-sama.
10. Nama : Willem (William) Linders – Elisabeth Linders (Yayuk)  
Alamat : 's-Hertogenbosch, Netherland  
Email : linders@wlqc.com  
Pekerjaan : Fotografer & Tourism organiser in Indonesia (Jogjakarta)  
Deskripsi : Beliau adalah seorang tourism organiser dari Belanda untuk pariwisata di Indonesia, Memiliki Istri kelahiran Malang – Jawa Timur, memberikannya kemahiran dalam berkomunikasi bahasa indonesia. Kegiatan lainnya adalah pelatih fotografi landscape.



## **LAMPIRAN 5**

### **Pertanyaan Pemandu Focus Group Discussion**

#### **Idea Generation**

1. Kebutuhan wisatawan yang seperti apa yang hingga kini belum dikelola oleh Biro Perjalanan Wisata yang ada di Jogjakarta?
2. Bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan wisatawan tersebut?
3. Jenis Biro Perjalanan Wisata yang seperti apa yang dapat dijadikan alternatif yang dapat memenuhi keinginan wisatawan domestik maupun mancanegara yang ada di Jogjakarta?
4. Bisakah anda memberika sebuah ide/gagasan atau saran untuk sebuah konsep bisnis biro perjalanan wisata yang anda kehendaki di Yogyakarta?
5. Fasilitas apa dan pelayanan yang seperti apa yang akan kita sediakan dalam sebuah konsep biro perjalanan wisata yang baru?
6. Produk produk seperti apa yang anda inginkan dari sebuah biro perjalanan wisata?
7. Suasana seperti apa yang anda inginkan yang mungkin ditemukan dalm sebuah biro perjalanan wisata?
8. Apa harapan anda apabila terdapat biro perjalanan wisata baru yang akan dibentuk di Jogjakarta?

## **LAMPIRAN 6**

### **Pertanyaan Uji Pasar**

Para responden yang terhormat,

Setelah mendapatkan penjelasan konsep biro perjalanan wisata ini, mohon menjawab pertanyaan di bawah ini. Coret pilihan yang tidak perlu.

1. Pertanyaan seputar konsep BPW:

a. Apakah konsep BPW ini mampu memenuhi kebutuhan anda selama berwisata di Jogjakarta yang belum tersedia oleh BPW yang lain?

YA / TIDAK

b. Apakah fasilitas yang diberikan dari BPW ini menarik perhatian anda?

YA / TIDAK

c. Apakah fasilitas tersebut memberikan kenyamanan kepada anda?

YA / TIDAK

d. Apakah anda merasa tertarik mengunjungi BPW ini?

YA / TIDAK

2. Pertanyaan seputar produk BPW:

a. Apakah anda akan membeli produk jasa dan produk sarana wisata dari BPW ini apabila berkunjung?

YA / TIDAK

b. Apakah anda akan melakukan pembelian produk BPW ini pada kunjungan berikutnya?

YA / TIDAK

Terima Kasih.

Dear Respondent,

After getting a presentation about the travel agency concept, please answer the following questions with yes/ no answers.

1. Questions about travel agency concept:

- a. What is the concept of BPW was able to meet your needs during a trip in Jogjakarta?  
YES / NO
- b. Are the facilities provided from this Travel Agency attract your attention?  
YES / NO
- c. Does the facility provide comfort to you?  
YES / NO
- d. Do you feel interested in visiting this Travel Agency?  
YES / NO

2. Questions about travel agency product:

- a. Are you going to buy this product and services from this Travel Agency when visiting?  
YES / NO
- b. Are you going to make a purchase this product Travel Agency at the next visit?  
YES / NO

Thank You.