Bab 4
Identifikasi Dan Perumusan Masalah

4.1. Analisis Industri

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Mil Indonesia *Tours* & *Travel* berdiri di Bandung pada tahun 2007 dengan pendiri H. Muhammad Indra Legawa, ST. Semua para pemegang saham harus tunduk kepada Anggaran Dasar dan semua keputusan yang diambil dengan sah dalam rapat umum pemegang saham serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Perusahaan ini didirikan untuk membangun kerja sama yang memiliki reputasi yang baik dalam hal pelayanan dan efisiensi bisnis *travel*. Dengan memberikan pelayanan perorangan maupun rombongan dengan regular dan program spesialisasi yang berkualitas. Dengan mempublikasikan hal tersebut maka PT. Mil Indonesia mencoba untuk memenuhi kebutuhan informasi. PT. Mil Indonesia menyediakan informasi perjalanan wisata beserta penyediaan fasilitas, dimana selalu ada perkembangan mengenai informasi pariwisata.

Didukung oleh berbagai jaringan yang dapat dihubungi, PT. Mil Indonesia menyediakan produk yang komprehensif dan menyediakan pelayanan yang terbaik. Khususnya untuk perusahaan dalam memberikan pelayanan jasa perjalanan dan wisata didukung oleh manajemen profesional yang disatukan dalam pelayanan berkualitas dan teknologi informasi yang "*up to date*" sehingga dapat memaksimalkan usaha kami dalam mencapai target dan tujuan untuk memberikan pelayanan yang fleksibel sesuai dengan permintaan atau keinginan para konsumen atau pelanggan baik secara perorangan atau rombongan.

Secara ringkasnya profil dari PT. Mil Indonesia *Tours* & *Travel* adalah sebagai berikut:

Alamat	: Jl. Surapati No.61 Bandung Jawa Barat – Indonesia
Telepon	: 022 – 7321149 – 7321150
Fax	: 022 – 7321150
E-Mail	: mil_*tours*@yahoo.com
Kontak Person	: Direktur/H. Muhammad Indra Legawa, ST *Ticketing*/Yosa *Tour Manager*/Kunkun Solehudin, SE
Bisnis Utama	: Domestik dan Internasional *tours* *Travel Document* (*Passport*, *Visa*, Kim's dll) *Meeting*, *Incentive*, *Conference* & *Exhibition* (MICE) *Transportation*
Keanggotaan	: ASITA (*Assosiation of the Indonesian Tours & Travel Agencies*)

4.1.2. Tujuan Perusahaan

Beberapa tujuan pokok didirikannya perusahaan yaitu:

1. Memperoleh laba
2. Meningkatkan volume penjualan
3. Mempertahankan kelangsungan hidup untuk mencapai tujuan

4.1.3. Visi Dan Misi Perusahaan

- **Visi:**

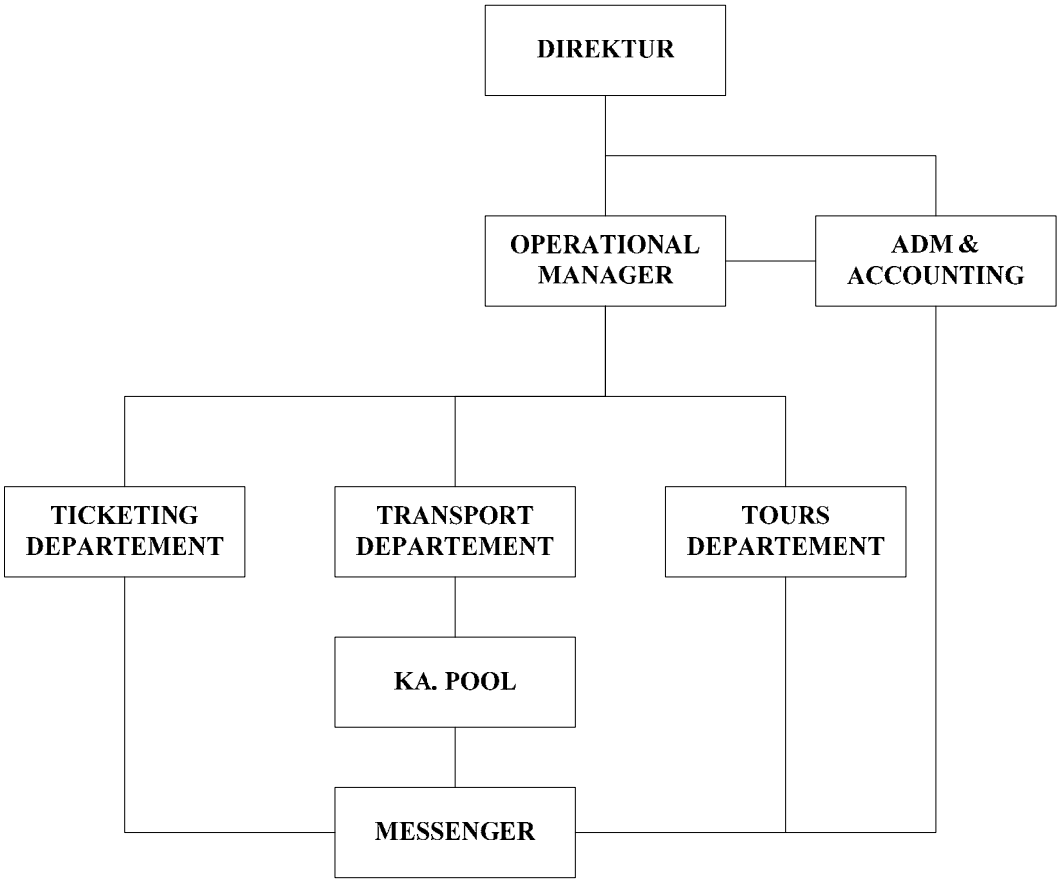
Menjadi barometer kualitas dalam bisnis industri jasa pariwisata, khususnya dalam bidang jasa transportasi dan *tour* & *travel*.

- **Misi:**

1. Melayani konsumen dengan profesional secara kualitas.
2. Menjadi sarana penghubung (*intermediary*) bagi pengguna jasa transportasi dan *tours* & *travel* untuk menjawab tantangan dan perkembangan selera pasar.

4.1.4. Sturuktur Organisasi

Struktur organisasi yang terdapat pada PT. Mil Indonesia *Tours* & *Travel* adalah :



Gambar 4.1. Struktur organisasi perusahaan

4.1.5. Uraian Fungsi dan Tugas (*Job Description*)

1. *Transport Departement*

   Fungsi:

   - Mempertanggungjawabkan bidangnya kepada pimpinan perusahaan
   - Mengadakan koordinasi secara vertilkal maupun horizontal
   - Menjual dan melaksanakan kegiatan bidang *travel*

   Tugas:

   - Menjual/menyewakan bus pariwisata
   - Membuat Surat Perintah Jalan (SIP)
   - Membuat perkiraan jumlah produk selama 1 tahun mendatang
   - Membuat laporan penjualan di bidang transportasi secara berkala
   - Menjalin hubungan baik dengan para *principles* dan para pelanggan

- Menjalin hubungan baik dengan instansi pemerintah sesuai bidangnya

2. *Ticketing Departement*

   Fungsi:

   - Mempertanggungjawabkan kegiatan kepada atasan langsung
   - Mengadakan koordinasi secara vertikal maupun horizontal
   - Manjual dan melaksanakan kegiatan bagian reservasi tiket

   Tugas:

   - Memberikan informasi kepada tamu mengenai harga tiket, rute dan jadwal keberangkatan pesawat dengan kondisi serta persyaratannya
   - Memberikan saran dan cara terbaik kepada tamu/pelanggan dalam menggunakan jasa angkutan udara, laut dan darat.
   - Mengadakan kontak pemesanan tiket kepada maskai penerbangan yang bersangkutan yang diminta oleh tamu kemudian memberitahukan konfirmasinya dengan segera
   - Memeriksa semua order pemesanan dan memberitahukan perkembangannya baik kepada tamu maupun kepada pihak maskapai penerbangan
   - Merencanakan rute perjalanan dan menghitung biayanya
   - Mengeluarkan tiket untuk untuk pemesanan yang sudah memperoleh kepastian dari tamu/pelanggan
   - Menarik pembayaran dan mengeluarkan tanda terima/*invoice*
   - Melaksanakan administrasi reservasi tiket dengan baik dan rapi
   - Menjaga dan membina hubungan baik dengan pihak maskapai penerbangan dan lain-lain
   - Membuat laporan harian penjualan
   - Meningkatkan volume penjualan serta memberikan servis yang terbaik kepada setiap tamu/pelanggan

3. *Tours Departement*

   Funsi:

   - Mempertanggungjawabkan kegiatannya kepada atasan langsung
   - Mengadakan koordinasi secara vertikal maupun horizontal
   - Menjual dan melaksanakan kegiatan bidang *tour*

Tugas:

- Membuat dan menjual berbagai macam produk *tour* baik dalam negeri maupun luar negeri
- Membuat perkiraan jumlah penjualan *tour* untuk satu tahun mendatang
- Menjalin hubungan baik dengan para *principles* dan para pelanggan di dalam dan luar negeri
- Melayani semua permintaan informasi dan pengurus *tour* dari calon tamu/pelanggan
- Memesan sarana dan kebutuhan lainnya yang diperlukan setiap produk *tour* dan menyampaikan konfirmasi pengurus dan kepada tamu/pelanggan
- Membuat laporan penjualan di bidang *tour* secara berkala
- Mengatur semua penugasan pimpinan perjalanan/guide serta memantau semua kegiatan *tour* yang sedang berlangsung
- Mengatur anggaran biaya operasional *tour* berupa deposit, donation fee, airport tax dan pengeluaran lainnya yang diperlukan untuk satu kegiatan *tour*
- Melaksanakan administrasi *tour* dengan cermat dan teliti
- Melayani dan menyelesaikan setiap keluhan/komplain dari tamu/pelanggan dengan sebaik-baiknya
- Menjalin hubungan baik dengan para *principles* dan para pelanggan
- Menjalin hubungan baik dengan instansi pemerintahan sesuai dengan bidangnya

4. *Accounting*

Fungsi:

- Mempertanggungjawabkan kegiatan kepada atasan langsung
- Mengadakan koordinasi secara vertikal maupun horizontal
- Melaksanan penggunaan keuangan operasional secara keseluruhan agar sesuai dengan anggaran perusahaan

Tugas:

- Mengkoordinir pencatatan aktifitas pembukuan keuangan sesuai dengan mutasi setiap hari

- Meneliti kebenaran *invoice* dari pihak ketiga dan membuat persetujuan atas pembayaran
- Memeriksa *check* dan seluruh bukti-bukti pengeluaran biaya operasional perusahaan sehari-hari serta menginventarisir masing-masing penggunaan nomor *check* yang dikeluarkan
- Menjalin hubungan baik dengan pihak perbankan dan bagian akunting sasama *tour* dan *travel*
- Memeriksa dan menelitikebenaran penerimaan pembayaran dari pihak ketiga sebelum disetorkan ke kasir bank yang ditunjuk oleh perusahaan
- Mengevaluasi daftar saldo utang piutang secara berkala atau sesuai permintaan
- Memenuhi kebutuhan stasionary perusahaan
- Melaporkan semua masalah yang timbul dibagiannya sedini mungkin kepada atasannya langsung
- Melaksanakan tugas-tugas lainnya sesuai bidangnya

4.1.6. Ruang Lingkup Perusahaan

1. Faktor Eksternal (lingkungan bisnis)
   - Lingkungan Industri
   - Lingkungan Makro
     - Lingkungan ekonomi
     - Lingkungan teknologi
     - Lingkungan politik
     - Lingakungan hukum
     - Lingkungan kependudukan
     - Lingkungan sosial budaya
2. Faktor Internal
   - Manajemen Fungsional
     - Manajemen Pemasaran
     - Manajemen Keuangan
     - Manajemen Operasional
     - Manajemen SDM

- Penelitian dan Pengembangan
- Sistem Informasi Manajemen

- Budaya Perusahaan

4.2. Analisisi *Audience*

4.2.1. Keunggulan *E-commerce* Menurut Konsumen

Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap konsumen yang memberikan jawaban, faktor informasi menjadi alasan utama bagi konsumen untuk menggunakan internet, disusul faktor fasilitas dan kecepatan pengiriman. Konsumen juga mengungkapkan bahwa mereka sangat tertarik ketika sebuah *website* merespons pilihan, perintah, dan kesukaan yang mereka inginkan. Salah satu aspek penting dari situs *e-commerce* menurut mereka adalah kemudahan dalam penggunaan dan interaksi. Kombinasi antara prosedur dan partisipasi akan menciptakan interaktivitas, karena partisipasi menyediakan umpan balik antara pengguna dan *website*.

Salah satu konsumen yang ditemui mengungkapkan situs *e-commerce* juga tentunya harus ditunjang dengan sistem *database* yang baik dan terpelihara sehingga konsumen bisa dengan mudah mengetahui apakah barang yang diinginkannya masih tersedia untuk dipesan, berapa lama ia harus menunggu kedatangan barang yang dipesan, dan sebagainya. Pemilihan nama sebuah situs juga sangat diperlukan, sebaiknya sebuah nama situs mudah diingat dan unik. Dengan menggnakan nama situs yang mudah diingat, sebuah situs akan selalu mudah diakses, bahkan oleh orang-orang awam sekalipun. Perlu diperhatikan juga bahwa agar sebuah situs dapat tampil dengan cepat dalam layar *browser* pengunjung, penggunaan gambar dan animasi haruslah dilakukan dengan bijaksana. Dengan menggunakan gambar atau animasi secukupnya, sebuah situs tidak akan kehilangan daya tariknya, karena gambar dan animasi hanya merupakan komponen yanng menyusun sebuah situs. Tidak boleh dilupakan pula adalah penggunaan *search engine*. Hal ini jangan sampai dilupakan, karena dengan menggunakan *search engine* konsumen dapat menemukan situs kita dengan cepat dan akurat, kita harus memilih kata kunci yang tepat, dan

menggunakan kombinasi logika yang sesuai agar calon konsumen bisa menemukan situs tanpa berlama-lama menjelajahi *search engine*.

4.2.2. Keamanan Menurut Konsumen

Pikiran utama yang masih tertanam dibenak para konsumen untuk melakukan transaksi di internet, yaitu mengenai masalah keamanan dalam pembayarannya. Para konsumen ingin agar *provider* memberikan jaminan keamanan ketika bertransaksi ke situs mereka. Mungkin di Indonesia budaya penggunaan kartu kredit masih sedikit, maka PT. Mil Indonesia *Tours* & *Travel* akan menawarkan cara konvensional, yaitu melalui telepon, melakukan transaksi dan penambilan tiket langsung di kantor PT. Mil Indonesia *Tour* & *Travel* atau pembayaran ketika tiket telah sampai di konsumen/diantarkan, sementara halaman *web* hanya menawarkan jenis jasa yang akan ditawarkan, dan transaksi dilakukan dengan kontak langsung via telepon, email ataupun fasilitas *chat* yang telah disediakan. Pembuatan *web* ini diharapkan akan memberikan kemudahan kepada masyarakat khususnya pelanggan yang memerlukan informasi mengenai tiket pesawat, harga hotel/*room*, harga sewa bus pariwisata dan informasi seputar objek wisata. *Website* ini juga merupakan salah satu alat untuk memasarkan produk-produknya.