

BAB II

GAMBARAN PT. TJENDANA MANDRA SAKTI TOURS AND TRAVEL

A. Deskripsi Umum PT. Tjendana Mandra Sakti Tours & Travel

1. Sejarah PT. Tjendana Mandra Sakti *Tours and Travel*

PT Tjendana Mandra Sakti *Tours*, didirikan pada tahun 1989 dan telah menjalankan bisnis biro perjalanan untuk pasar Asia & Asean. Pada tahun 1998, perusahaan memulai beberapa perkembangan dengan menyediakan produk berkualitas tinggi untuk industri perjalanan dan mengembangkan sistem biro perjalanan untuk mendukung kinerja perusahaan. Bergerak di bidang rekreasi keluarga, MICE, acara pernikahan dan sangat didukung oleh hotel dan lebih dari seratus mitra partai besar di Bali dan di Asia, kini PT Tjendana Mandra Sakti *Tours* telah menjadi salah satu operator tur terbesar di Bali, didukung oleh sistem B2B-nya.

Perkembangan pesat perusahaan ini tidak hanya di industri travel, tapi juga dalam pengembangan perusahaan perusahaan Tjendana Corporation. Perusahaan ini mengelola beberapa unit untuk mendukung PT.Tjendana Mandra Sakti dengan standar kualitas industri perhotelan dan pariwisata. Tjendana Corporation adalah perusahaan induk untuk unit di bawah ini.

2. Visi dan Misi PT. Tjendana Mandra Sakti *Tours and Travel*

a. Visi

Menjadi Pelopor dan pemimpin di dalam industri perhotelan dan penanganan perusahaan yang memberikan seluruh kebutuhan *customer* selama masa liburan mereka. Menjamin loyalitas bagi seluruh *customer* dan konsumen menerima pelayanan yang unggul dan berkualitas.

b. Misi

- Perusahaan dapat memberikan sistem marketing yang terintegrasi
- Perusahaan dapat memberikan kualitas manajemen yang terbaik untuk semua konsumen
- Perusahaan dapat menyediakan produk yang unik dan inovatif

- Perusahaan menyediakan tempat yang nyaman untuk bekerja bagi seluruh karyawan
- Perusahaan menyediakan layanan terbaik bagi semua konsumen
- Perusahaan menghasilkan keuntungan yang performance terbaik untuk pemilik dan organisasi

3. Logo PT Tjendana Mandra Sakti *Tours and Travel*



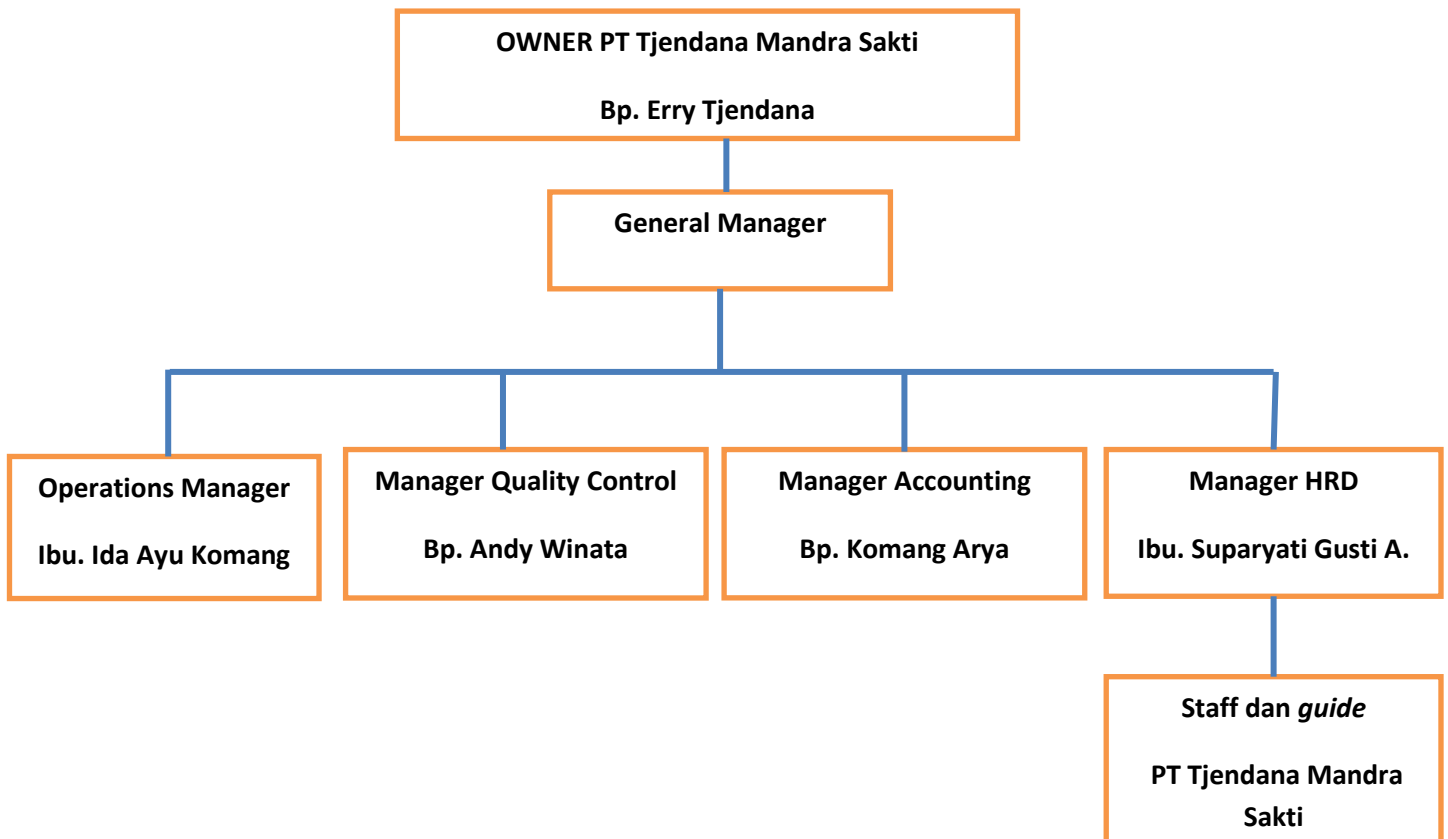
Gambar di atas merupakan logo dari PT Tjendana Mandra Sakti yang menjadi identitas bagi perusahaan. Identitas perusahaan merupakan penanda atau pembeda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. PT Tjendana Mandra Sakti dapat ditemui sebagai berikut:

Alamat : Jl. Buluh Indah 99X Denpasar Barat, Bali, Indonesia.

Email : info@tmstours.net

Phone : 0361 414 252

B. Deskripsi Struktur PT. Tjendana Mandra Sakti



PT Tjendana Mandra Sakti dalam menjalankan aktivitasnya memiliki struktur organisasi yang bertujuan untuk mengatur jalannya perusahaan. Seperti gambar struktur di atas berikut penjelasan terkait dengan struktur dan nama yang menjabat:

1. *Owner* PT Tjendana Mandra Sakti

Adapun *owner* dari PT Tjendana Mandra Sakti yakni Bapak Erri Tjendana. Adapun tugas dan tanggung jawab seorang *owner* yakni selain sebagai pemilik perusahaan utama, namun *owner* juga sebagai pengawas keberlangsungan bisnis PT. Tjendana Mandra Sakti. Selain itu *owner* juga sering melakukan kontroling dan kunjungan langsung ke perusahaan. Adapun tujuan kunjungan tersebut untuk dapat langsung memberikan saran atau pembenahan secara langsung kepada bawahannya.

2. **General Manager**

General Manager merupakan penanggung jawab utama di dalam perusahaan, demi keberlangsungan dan kelancaran segala aktivitas di dalam keseharian. Tugas dan tanggung jawab dari seorang General Manager adalah sebagai penanggung jawab utama dalam mencapai profit yang diinginkan oleh owner PT. Tjendana Mandra Sakti. Sebagai seorang General Manager harus dapat memastikan bahwa tidak ada masalah yang di alami oleh seluruh karyawan.

3. **Operational Manager**

Operational Manager bertugas memimpin & mengawasi staff operasional/karyawan serta menentukan kegiatan jangka pendek dan jangka panjang guna memberikan kepuasan yang maksimal terhadap *customer*. *Operational Manager* mengatur jalannya operasi dari segi pemesanan dari pihak *customer*. Biasanya Pada bagian ini memastikan tidak ada kendala apapun terhadap pemesanan *restaurant*, *activity customer* selama berlibur menggunakan jasa perusahaan, terkait dengan pemilihan dan penggunaan transportasi selama *customer* menggunakan jasa kita. *Operational Manager* PT. Tjendana Mandra Sakti juga memiliki turunan divisi yaitu *marketing* atau *producting* untuk menjalankan fungsi dan kegiatan pemasaran dan penjualan produk. Yang kemudian memiliki divisi turunan lagi yaitu *staff sales promotion* untuk melaksanakan program penjualan di lapangan.

4. **Quality Control Manager**

Quality Control Manager memiliki tugas dan tanggung jawab lebih bersifat secara teknis. Adapun maksud secara teknis tersebut bahwa manager lebih memperhatikan terkait dengan *complain* atau *request* tambahan dari *customer*. Salah satu contohnya yakni tidak jarang customer meminta adanya penggantian *driver* atau *type* mobil yang membawa mereka selama *tour* berlangsung. Terkadang request tersebut harus ditangani dengan cepat agar menghindari *complain* lebih buruk lagi dari *customer*.

5. **Accounting Manager**

Accounting Manager memiliki tugas dan tanggung jawab terkait dengan pembukuan yang ada di PT. Tjendana Mandra Sakti. Selain itu *Accounting Manager* juga bertugas mengawasi & mengarahkan kegiatan-kegiatan para staf dibawahnya/unit kerja dalam hal tertib administrasi dan masalah keuangan perusahaan. *Accounting Manager*

bertanggung jawab terhadap hutang piutang yang dimiliki oleh PT. Tjendana Mandra Sakti. Pada intinya bahwa *accounting* harus dapat menghindarkan perusahaan dari kerugian dalam menjalankan bisnis penyedia jasa.

6. Human Resources Development (HRD) Manager

Human Resources Development (HRD) merupakan salah satu divisi utama yang harus dimiliki pada setiap perusahaan. Begitu juga PT. Tjendana Mandra Sakti yang memiliki divisi HRD dalam merekrut calon karyawan potensial. Adapun tugas dan tanggung jawab dari HRD adalah memastikan bahwa seluruh karyawan mendapatkan hak dan kewajiban sesuai dengan aturan yang ada di PT. Tjendana Mandra Sakti. Tidak hanya berkaitan dengan karyawan HRD juga menjalankan sebagai humas atau praktisi PR.

Adapun tugas dan tanggung jawab seorang humas yakni harus dapat menjadi jembatan komunikasi antara Top Management dengan staff dan guide. Dapat dikatakan bahwa sebagai seorang praktisi PR harus dapat menjadi representative bagi perusahaan di lingkungan luar perusahaan.

7. Staff dan Guide

Staff dan Guide merupakan penggerak roda perputaran perusahaan PT. Tjendana Mandra Sakti. Staff dan Guide juga merupakan ujung tombak dari keberhasilan perusahaan mencapai tujuan dan cita-cita yang telah ditentukan oleh perusahaan. Sebagai staff dan guide juga memiliki aturan yang mengikat yakni berupa kontrak kerja yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Terdapat beberapa aturan yang harus diikuti dan ditaati oleh staff dan guide dalam bekerja di PT. Tjendana Mandra Sakti.

C. Deskripsi Operasional Manager Sebagai Divisi yang Bertanggung Jawab Terhadap Fungsi *Marketing (Producting)*

Operasional Manager atau Manajemen Operasional secara umum adalah sebuah usaha pengelolaan secara maksimal dalam penggunaan berbagai faktor produksi, mulai dari sumber daya manusia (SDM), mesin, peralatan (tools), bahan mentah (raw material), dan faktor produksi lainnya dalam proses mengubahnya menjadi beragam produk barang atau jasa.

Manajemen Operasional menjadi hal penting dalam organisasi atau bisnis. Dan tugasnya pun tergantung pada ukuran perusahaan. Pengelolaan manajemen operasional jelas memberi pengaruh pada kinerja perusahaan.

Manajemen Operasional PT. Tjendana Mandra Sakti memegang peranan penting seperti persoalan isu strategis dalam menentukan rencana produksi (manufacturing) juga metode manajemen proyek serta implementasi struktur jaringan teknologi informasi. Di sisi lain, mereka juga melakukan beberapa hal penting berikut ini:

1. Mengatur level proses level pengerjaan
2. Meng-organise produk
3. Mengontrol kualitas
4. Meng-handle staff Sales Promotion
5. Menjaga dan merawat kebijakan yang dibutuhkan sehingga sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Menurut poin-poin diatas bisa dijabarkan bahwa setelah menentukan rencana produksi, lalu memproduksi produk, Manajemen Operasional perusahaan ini juga bertanggung jawab sekaligus untuk memasarkannya. Dan dibawah naungan divisi ini, *sales promotion* dijadikan metode utama dalam hal pencapaian target penjualan perusahaan.

D. Deskripsi Bidang Terkait Penelitian

Operational Manager PT Tjendana Mandra Sakti merupakan salah satu bagian penting di dalam struktur perusahaan. *Operational Manager* pada perusahaan ini memiliki beberapa *job desk* yakni terkait dengan sistem produksi dan pemasaran. Dalam menjalankan tugasnya *Operational Manager* memiliki beberapa program kerja yang wajib dilaksanakan demi pencapaian cita-cita perusahaan. Adapun pemaparan terkait dengan tugas dan tanggung jawabnya sebagai berikut:

1. *Operational Manager* terkait dengan Pemasaran/ *Marketing (Producing)* PT Tjendana Mandra Sakti

a. *Operational Manager* PT Tjendana Mandra Sakti Melakukan Seleksi *Staff Sales Marketing* Dibantu Oleh HRD

Tugas utama HRD terkait dengan kepegawaian yang pertama yakni bertanggung jawab mencari dan menyeleksi calon pegawai yang akan bergabung dalam PT Tjendana Mandra Sakti. Dalam pelaksanaannya HRD wajib mengetahui kepribadian calon pegawai yang juga memenuhi kualifikasi dari PT Tjendana Mandra Sakti. Salah satu contohnya yakni pencarian calon karyawan untuk menjadi seorang *guide* atau *tour leader*, dan *staff*

Marketing dibidang *sales promotion*. Kualifikasi yang diutamakan oleh HRD yakni individual yang mampu dan fasih untuk berbahasa mandarin untuk *guide* di lapangan. Jika individu yang melamar tidak memiliki persyaratan tersebut secara tidak langsung akan digugurkan oleh pihak. Dissamping itu, HRD berfungsi untuk menemukan pribadi-pribadi yang mumpuni untuk menjadi *sales promotor*, melatihnya dengan berbagai training agar calon karyawan baru mengerti dan memahami budaya organisasi dari PT. Tjendana Mandra Sakti yang kemudian akan dimasukkan kedalam divisi pemasaran atau *marketing (producting)* dibawah naungan *Operational Manager*.

b. Operational Manager PT. Tjendana Mandra Sakti Memberikan Materi Sales Promotion Kepada Sales Promotor

Setelah melakukan seleksi terhadap calon karyawan oleh HRD, maka Manajemen Operasional wajib memberikan materi untuk pembekalan bagi *staff sales promotion*. Dalam hal ini fokus aktivitas yang dilakukan oleh Manajemen Operasional lebih kepada pemilihan materi untuk *sales promotion training* agar calon karyawan baru mengerti dan memahami pemasaran yang disusun oleh PT Tjendana Mandra Sakti. Harapannya dengan pemberian materi juga bisa membimbing calon karyawan yang baru memasuki dunia pemasaran *sales promotion* namun memiliki potensi *public speaking* yang menjadi pendorongnya. Materi biasa diberikan minimal sebulan baik secara teori maupun lapangan, sehingga calon karyawan mendapat gambaran tentang produk dan jasa yang dijual oleh PT Tjendana Mandra Sakti.

c. Fungsi Operational Manager PT. Tjendana Mandra Sakti Mengelola Pemasaran

Dalam perencanaan, Manajemen Operasional menentukan tujuan subsistem operasi dari organisasi dan mengembangkan suatu program, kebijakan dan prosedur yang diperlukan guna mencapai tujuan tersebut. Tahap ini mencakup penentuan peranan dan fokus operasi termasuk perencanaan produk, fasilitas dan penggunaan sumber daya produksi.

Dalam perusahaan ini, Manajemen Operasional menentukan struktur individu, grup, seksi, bagian, divisi atau departemen dalam subsistem operasi untuk mencapai tujuan perusahaan. Selain itu Manajer Operasional juga menentukan kebutuhan sumberdaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan operasi dan juga mengatur wewenang dan tanggung jawab yang dibutuhkan dalam pelaksanaannya.

Manajemen Operasional berfungsi memimpin, mengawasi dan memotivasi karyawan untuk melaksanakan tugasnya. Dalam hal ini, manajemen operasi berfungsi mengembangkan standar dan jaringan komunikasi yang dibutuhkan agar pergerakan sesuai dengan yang telah direncanakan dan juga mencapai tujuan.

Dalam hal pemasaran, Manajemen Operasional mengatur dan mengembangkan kegiatan program karyawan terutama bagian bidang *sales promotion* yang dipilih PT Tjendana Mandra Sakti sebagai langkah utama strategi promosi pemasaran pengembangan produk baru untuk menarik minat kembali wisatawan China. Manajemen Operasional bertugas dan bertanggung jawab menyusun program kerja sesuai dengan target pencapaian perusahaan.

2. *Operational Manager Merangkap Menjadi Marketing Pemasaran dari PT Tjendana Mandra Sakti*

Menjadi praktisi Manajemen Operasional pada PT Tjendana Mandra Sakti tidak hanya bersangkutan dengan pemasaran, namun juga melakukan tugas sebagai seorang praktisi pemasaran, dalam hal ini disebut divisi *marketing (producing)*. Berikut pemaparan terkait tugas dan tanggung jawab yang dilakukan oleh HRD sebagai humas di PT Tjendana Mandra Sakti:

a. *Marketing (Producing) PT Tjendana Mandra Sakti Melakukan Identifikasi Strategi Promosi, Penyusunan Program, Dan Varian Produk*

Adapun definisi Marketing Pemasaran (Producing) Pt Tjendana Mandra Sakti yakni bentuk tanggung jawab divisi akan pencapaian target perusahaan. Menentukan strategi promosi yang tepat karena adanya beban lebih besar akibat erupsi Gunung Agung. Beberapa langkah yang dipilih adalah sama, yaitu tetap membuat iklan media non media seperti memasang iklan berupa baliho di titik-titik terbaik kota, menggunakan media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk menebarkan promo paket wisata. Namun, Manajemen Operasional telah memantapkan pilihan untuk fokus memberi ruang dan biaya dalam melaksanakan kegiatan *sales promotion*. Hal ini dianggap perusahaan akan lebih mengenai sasaran langsung tanpa perantara sehingga ukurannya jelas dan mempermudah proses evaluasi. Demikian halnya produk, produk baru akan dibuat lebih variatif yakni beragam promo diskon sesuai momentum seperti hari-hari besar agama atau perayaan-perayaan umum, diskon untuk tanggal ulang tahun atau perayaan pernikahan, hadiah-hadiah untuk konsumen yang membeli paket wisata di

bulan-bulan tertentu dan hadiah khusus untuk lima puluh konsumen pertama yang membeli paket wisata di bulan-bulan yang tidak memiliki perayaan umum.

b. *Marketing (Producting) PT Tjendana Mandra Sakti Melakukan Hubungan Simbiosis Mutualisme Dengan Agen Travel Lain untuk Bekerja Sama*

Salah satu fungsi Manajemen Operasional yakni berkaitan dengan usaha membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pihak luar. Dengan melakukan komunikasi secara rutin oleh Manajemen Operasional kepada *tenant* dan agen-agen lain merupakan bentuk apresiasi PT Tjendana Mandra Sakti atas hubungan kerjasama yang telah dibangun paska erupsi Gunung Agung selama ini untuk sama-sama bangkit dari kemerosotan pendapatan perusahaan. Salah satu *tenant* dari PT Tjendana Mandra Sakti adalah hotel-hotel yang biasa menjadi langganan para *customer* untuk menginap selama liburan. Kemudian menjalin hubungan kerjasama dengan agen-agen *travel* dan *tours* lainnya dengan mengajak untuk saling berbagi informasi mengenai pameran pariwisata dan bahkan mengajak untuk berkolaborasi dalam mengadakan pameran dengan tujuan agar adanya pertukaran konsumen yang kompetitif dan menciptakan sistem “*jemput bola*” yang professional. Bentuk komunikasi tersebut dibangun secara kekeluargaan dan tidak bersifat kaku, sehingga kedekatan yang terjalin seperti rekan dekat namun tetap bersifat profesional. Dari pemaparan ini Manajemen Operasional telah menjalankan salah satu fungsinya dengan baik dan profesional.

c. *Marketing (producting) PT Tjendana Mandra Sakti Menjadi Jembatan Komunikasi Produk dan Perusahaan Melalui Sales Promotion terhadap pasar*

Salah satu fungsi dari praktisi Manajemen Operasional yakni harus dapat menjadi jembatan komunikasi antara produk dengan pasar/konsumen melalui *sales promotion*. *Sales Promotion* (promosi penjualan) merupakan suatu tindakan persuasif secara langsung yang menawarkan insentif atau nilai lebih untuk suatu produk pada sales force, distributor atau konsumen dengan tujuan utama untuk menciptakan penjualan yang segera. Pada intinya kegiatan *sales promotion* bermanfaat, untuk membujuk calon pembeli agar membeli produk atau jasa yang

ditawarkan. Artinya, *sales promotion* berfungsi sebagai jembatan antara produk dan pelanggan. Lewat *sales promotor* semua detail produk akan dijelaskan secara terbuka dengan komunikasi dua arah. Promosi penjualan menggambarkan insentif-insentif dan hadiah-hadiah untuk membuat para pelanggan membeli barang-barang perusahaan secara langsung.

Kemudian Manajemen Operasional juga menjadi jembatan komunikasi dengan cara menampung seluruh kritik dan saran dari pelanggan terlebih dahulu terkait produk dan pelayanan. Adanya kritik dan saran tersebut kemudian akan dipelajari terlebih dahulu kemudian baru dilakukan diskusi lebih lanjut. Adanya diskusi tersebut harapannya bisa menciptakan program produk yang lebih menjangkau target pasar dan adanya peningkatan pelayanan berupa pelayanan saat melakukan penjualan ataupun pelayanan saat pelanggan.

d. *Operational Manager Melakukan Evaluasi Terhadap Divisi Marketing (Producing) Bagian Sales Promotion*

Manajemen Operasional juga memiliki tugas lain terkait dengan kepegawaian bidang *sales promotion* yakni memastikan keberlangsungan kinerja karyawan dengan evaluasi. Sebagai praktisi Manajemen Operasional bertanggung jawab melakukan evaluasi terhadap kinerja perusahaan. Evaluasi dilakukan agar karyawan bekerja sesuai dengan alur dan ketentuan yang berlangsung di perusahaan. Evaluasi dimaksudkan agar kinerja dan performa karyawan dapat berkembang dari waktu ke waktu. Evaluasi ini tidak hanya dilakukan dari pihak Manajemen Operasional, namun juga dilakukan dengan mendengarkan pendapat dan masukan dari berbagai pihak. Adapun hasil dari masukan tersebut akan kembali didiskusikan ke level yang lebih tinggi.

e. *Manajemen Operasional PT Tjendana Mandra Sakti Memberikan Target dan Penghargaan Terhadap Staff Sales Promotion*

Selain humas PT Tjendana Mandra Sakti juga memberikan perhatiannya kepada pihak internal yakni karyawan yakni kepada para *guide* yang telah bekerja dan memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh *customer* dikarenakan

perusahaan menganggap kepuasan *customer* menjadi hal utama dalam menjual jasa bagi PT Tjendana Mandra Sakti. Begitu pula Manajemen Operasional terkait kinerja divisi pemasaran terutama *sales promotor*. Karena dalam memberikan dan menjaga kestabilan pelayanan kepada *customer* tersebut tidak lah mudah, oleh karenanya sebagai bentuk apresiasi kepada para *sales promotor*, Manajemen Operasional dan seluruh jajaran perusahaan memberikan penghargaan kepada “*best employee of the month*”. Harapannya dengan pemberian penghargaan ini dapat meningkatkan semangat bagi para *sales promotor* untuk menghadapi *customer* selama kegiatan pemasaran seperti pameran diadakan.

3. *Jobdesk* atau Daftar Agenda Kegiatan Sales Promotion Dibawah Divisi Marketing (Producing) Operational Manager PT Tjendana Mandra Sakti

PT Tjendana Mandra Sakti memilih fokus kegiatan sebagai langkah strategi promosi melalui metode sales promotion untuk menarik kembali minat wisatawan China, mendatangkan lagi target pasar perusahaan paska erupsi Gunung Agung. Fokus PT. Tjendana Mandra Sakti adalah membuat atau memanfaatkan pameran khusus tours and travel. Mengadakan pameran dengan mengajak seluruh agen tours and travel besar maupun kecil yang diharapkan bahwa agen-agen lain itu akan membawa agen-agen kecil yang baru maupun lama. Dipandang bahwa masing-masing agen memiliki massa yang perlu diperlihatkan secara langsung produk paket wisata dari perusahaan dengan kekuatan komunikasi dari para *sales* untuk menjelaskan detail produk sehingga konsumen beralih untuk melakukan pembelian produk jasa wisata PT. Tjendana Mandra Sakti. Adapun kegiatan sales promotion yang dilakukan PT Tjendana Mandra Sakti adalah sebagai tabel berikut :

- | | | |
|----|--------------------------------|---|
| 1. | pen/Gelar pameran | O |
| 2. | engenalkan Produk Paket Wisata | M |

3. M
emberi informasi sedetil-detinya di lapangan
4. M
eneliti kepuasan pelanggan
5. T
anya Jawab dan penawaran solusi
6. M
embagikan hadiah untuk pembeli
7. M
encari, mengamati, dan mengumpulkan informasi
8. M
elakukan pemantauan antusias konsumen
9. M
elakukan transaksi data

Jenis Kegiatan	Lokasi	Durasi	Susunan Kegiatan			Nama Produk		
			Waktu Mulai	Durasi	Jumlah Sales Promotor	Nama	Jumlah Target	Jumlah Terjual Dalam Persen
Pameran	Discovery Shopping Mal	Desember 2017-5 Hari	11:00:00 AM	10 jam. 2 Shift.	3 Sales dan 1 Pendamping Manajer SP/Shift. 2 Sales Jalan- 1 Sales	Paket <i>HOT DEALS</i> yaitu : <i>Lembongan Vilage</i> dan <i>Honeymoon Offer</i>	1000/ produk	55% dari total produk selama 5 Hari
	Maldan Hotel	Desember 2017-3 Hari	9:00:00 AM	9 Jam. 1 Full Shift	2 sales dan 1 Pendamping Manajer SP/Shift	Paket Momentum yaitu : End Of Year Spectaculer	1000/ produk	60% dari total produk selama 3 hari
		November 2017 - 3 hari	9:00:00 AM	9 Jam. 1 Full Shift	2 sales dan 1 Pendamping Manajer SP/Shift	Paket Momentum yaitu : Valentine	1000/ produk	
	Beachwalk Shopping Center	November 2017 - 7 hari	11:00:00 AM	10 jam. 2 Shift.	3 Sales dan 1 Pendamping Manajer SP/Shift. 2 Sales Jalan- 1 Sales	Year End Promotion Lembongan Beach Resort 50% OFF	1000/ produk	70% dari total produk selama 7 hari
	Maldan Hotel	Januari 2018 - Minggu Pertama dan minggu terakhir- total 6 hari	9:00:00 AM	9 Jam. 1 Full Shift	4 sales dan 1 Pendamping Manajer SP/Shift	Snorkling 3 Spots Package, Fun Dive, Escape To Treasure Island	600/ produk	40% dari total produk selama 3 hari
	Lippo Mall Kuta	Januari 2018 - 10 hari	11:00:00 AM	10 jam. 2 Shift.	4 sales dan 1 Pendamping Manajer SP/Shift	Leasure Trip, Treasure Hunt	1000/ produk	40% dari total produk selama 10 hari
April 2018 - 7 hari		11:00:00 AM	Harga Khusus Escape To Treasure Island dan Treasure Hunt untuk minimal 2 pax			1000/ produk	60% dari total produk selama 7 hari	

E. Fasilitas dan Sarana Pendukung



Gambar. 2.1 Equator Beach Club Lembongan
Br. Jungut Batu, Ds. Lembongan, Jungutbatu, Kec. Klungkung, Kabupaten Klungkung,
Bali 87500



Gambar 2.2 Tjendana Villa Nusa Dua
Jl. Gedong Sari No.1, Benoa, Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali 80363



Gambar 2.3 Tjendana Kuntil Villas Seminyak
Jl. Kunti II, Seminyak, Kuta, Kabupaten Badung, Bali 80361



Gambar 2.4 Toro-Toro Beach Restaurant
Jl. Cemara, Sanur Kauh, Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali



*Gambar 2.5 Oceana Bar and Restaurant Jimbaran
Jl. Segara Madu, Pantai Kelan, Jimbaran Bay, Bali, Indonesia, Jimbaran, Bali*



*Gambar 2.6 Surf and Turf Beach Club Nusa Dua
Surf&Turf, The Bay Lot C-0, Nusa Dua, South Kuta, Kuta Selatan, Bali 80363*



***Gambar 2.7 Equator Pontoon Lembongan
Br. Jungut Batu, Ds. Lembongan, Jungutbatu, Kec. Klungkung, Kabupaten Klungkung,
Bali 87500***



***Gambar 2.8 Dewata Transport
Jl. By Pass Ngurah Rai No.377, Sanur, Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali 80228***



Gambar 2.9 Equator Fast Boat

Jalan Sunset Road No.88X, Pemecutan Klod, Badung, Legian, Kuta, Bali, 80361



Gambar 2.10 Waroend Dadong Kuta

Jl. By Pass Ngurah Rai No.20, Tuban, Kuta, Kabupaten Badung, Bali 80361



***Gambar 2.11 Bayleaf Restaurant and Lounge at Tjendana Villas Nusa Dua
Jl. Gedong Sari No.1, Benoa, Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali 80363***



***Gambar 2.12 Mangrove Beach Club Lembongan
jl. pantai jungutbatu, Nusa Lembongan, Jungutbatu, Nusapenida, Klungkung Regency,
Bali 87500***



Gambar 2.13 Dempati Villas Sanir
Jl. Segara Ayu, Sanur, Denpasar Sel., Kota Denpasar, Bali 80227



Gambar 2.14 Jungle Adventure Park
Banjar, Payungan, Selat, Kabupaten Klungkung, Bali 80716



*Gambar 2.15 Bali Jungle Adventure Park
Banjar, Payungan, Selat, Kabupaten Klungkung, Bali 80716*