

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pariwisata

Di tinjau dari etimologi, pariwisata berasal dari bahasa Sangsekerta. Kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu “pari dan wisata” pari berarti berkali-kali atau berulang-ulang sedangkan wisata berarti perjalanan. Maka pariwisata adalah sebagai perjalanan yang dilakukan berulang - ulang dari satu tempat ke tempat yang lain.

Pariwisata memiliki banyak istilah-istilah atau batasan pariwisata seperti berikut ini: batasan pariwisata secara umum berdasarkan Undang-Undang No 10 tahun 2009 tentang pariwisata adalah pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Pariwisata memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh Spillane dalam Sampelan, (2015: 6) mendefinisikan pariwisata sebagai perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan seni.

Sedangkan menurut Norval dalam Muljadi, (2012: 8) pariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal, dan pergerakan penduduk asing di dalam atau diluar suatu negara, kota atau wilayah tertentu.

Selanjutnya definisi menurut Hunziker dan Kraf dalam Muljadi (2012: 8) pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah.

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk sementara waktu dari suatu tempat ke tempat yang lainnya dengan maksud untuk menikmati perjalanan tersebut guna untuk rekreasi atau memenuhi keinginan yang beranekaragam.

2.2 Pramuwisata

2.2.1 Pengertian Pramuwisata

Berdasarkan keputusan Menparpostel nomor KM.82/PW/.102/MPPT-88, pramuwisata adalah seseorang yang bertugas memberikan bimbingan, penerangan dan petunjuk tentang objek wisata, serta membantu segala sesuatu yang di perlukan wisatawan.

Menurut Nuriata dalam Irawati (2013: 20) pramuwisata berasal dari bahasa Sansekerta yaitu *pramu*, *wis*, dan *ata*. *Pramu* berarti pelayan atau orang yang melayani, *wis* berarti tempat dan *ata* berarti banyak. Pendapat umum mengartikan wisata sebagai keliling atau perjalanan sehingga dalam hal ini pramuwisata dapat dikatakan sebagai petugas yang melayani orang yang sedang melakukan perjalanan wisata.

Selanjutnya menurut Yoeti dalam Sampelan (2015: 8) pramuwisata secara umum adalah seseorang yang dibayar untuk menemani wisatawan dalam perjalanan mengunjungi, melihat serta menyaksikan objek dan atraksi wisata sedangkan dari sudut pandang wisatawan pramuwisata adalah seseorang yang bekerja pada suatu biro perjalanan atau suatu kantor pariwisata (*tourism office*) yang bertugas memberikan informasi, petunjuk secara langsung kepada wisatawan sebelum dan selama perjalanan berlangsung.

Sedangkan menurut Sampelan (2015: 7) pramuwisata adalah seseorang yang memiliki kesenangan *travelling*, memiliki minat pada masalah kebudayaan tradisional Indonesia, memiliki kesenangan bergaul dengan orang asing memiliki ketrampilan bahasa asing yang bagus paling tidak satu, memiliki kesehatan fisik dan mental yang prima, memiliki niat untuk memberikan pelayanan yang prima kepada wisatawan, memiliki selera humor, memiliki pengetahuan yang luas dalam hal sosial, budaya, ekonomi, bisnis, politik dan lain-lain.

Sampelan (2015: 7-8) pramuwisata atau *tour guide* diartikan sebagai setiap orang yang memimpin kelompok yang terorganisir untuk jangka waktu singkat maupun jangka waktu yang panjang. Tugas

pramuwisata memiliki beberapa spesifikasi tergantung dari tugas apa yang sedang dia lakukan (sesuai dengan kemampuannya).

Menurut Udoyono dalam Tanjung (2015: 6) pramuwisata adalah seseorang yang memiliki keterampilan khusus meliputi bahasa asing (salah satu atau beberapa dari Bahasa Inggris, Perancis, Jerman, Jepang, Belanda, Italia, Korea, Cina, dan sebagainya), pengetahuan tentang sejarah, kondisi sosial, politik, ekonomi, dan budaya Indonesia, pengetahuan tentang tempat - tempat wisata di Indonesia (dan luar negeri), memiliki sikap mental yang positif untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan baik asing maupun domestik.

Berdasarkan pengertian diatas menunjukkan bahwa pramuwisata memiliki tugas yang cukup berat dalam rangka memberikan pelayanan dan informasi kepada wisatawan dengan sebaik-baiknya. Pramuwisata dituntut memiliki wawasan yang luas, menguasai medan perang dan memiliki keterampilan kerja yang menunjang tugas-tugasnya yaitu memimpin pelaksanaan suatu kegiatan kunjungan/wisata mulai dari persiapan sampai pada akhir kegiatan sesuai dengan ketentuan dalam fasilitas paket tur atau peraturan yang telah disepakati antara biro perjalanan wisata dengan wisatawan.

2.2.2 Kode Etik Pramuwisata

Kode etik pramuwisata Indonesia ditetapkan melalui Keputusan Musyawarah Nasional I Himpunan Pramuwisata Indonesia dengan Keputusan Nomor 07/MUNAS.I/X/1988, meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Pramuwisata harus mampu menciptakan kesan penilaian yang baik atas daerah, negara, bangsa, dan kebudayaan.
2. Pramuwisata dalam menjalankan tugasnya harus mampu menguasai diri, senang, segar, rapi, bersih serta berpenampilan yang simpatik (menghindari bau badan, perhiasan, dan parfum yang berlebihan).
3. Pramuwisata harus mampu menciptakan suasana gembira dan sopan menurut kepribadian Indonesia.
4. Pramuwisata harus mampu memberikan pelayanan dan perlakuan yang sama kepada wisatawan dengan tidak meminta tip, tidak menjajakan barang dan tidak meminta komisi.

5. Pramuwisata mampu memahami latar belakang asal usul wisatawan serta mengupayakan untuk meyakinkan wisatawan agar mematuhi hukum peraturan, adat kebiasaan yang berlaku dan ikut melestarikan objek
6. Pramuwisata mampu menghindari timbulnya pembicaraan serta pendapat yang mengundang perdebatan mengenai kepercayaan, adat istiadat, agama, ras dan system politik sosial negara asal wisatawan.
7. Pramuwisata berusaha memberikan keterangan yang baik dan benar. Apabila ada hal-hal yang belum dapat dijelaskan maka pramuwisata harus berusaha mencari keterangan mengenai hal tersebut dan selanjutnya menyampaikan kepada wisatawan dalam kesempatan berikutnya.
8. Pramuwisata tidak dibenarkan mencemarkan nama baik perusahaan, teman seprofesi dan unsur-unsur pariwisata lainnya.
9. Pramuwisata tidak dibenarkan untuk menceritakan masalah pribadinya yang bertujuan untuk menimbulkan rasa belas kasihan dari wisatawan.
10. Pramuwisata saat perpisahan mampu memberikan kesan yang baik agar wisatawan ingin berkunjung kembali.

Seorang pemandu wisata harus mentaati kode etik sebagai pengikat dan acuan dari pramuwisata berlisensi untuk melaksanakan tugas serta tindakan jika melakukan kesalahan dalam menjalankan tugas profesinya sebagai pramuwisata. Selain itu, ia harus memiliki kemampuan yang terus menerus ditingkatkan, serta memiliki pengetahuan, keterampilan dan sikap dalam melaksanakan kewajibannya sebagai pemandu wisata. Hal-hal apa yang harus ditunjukkan dan hal-hal apa yang tidak boleh dilakukan sudah diatur dalam kode etik pemandu wisata, ini demi kenyamanan wisatawan saat melakukan perjalanan wisata.

Difinisi kesimpulan diatas tentang pramuwisata tersebut dapat dikatakan bahwa pramuwisata adalah orang yang bertugas memberikan bimbingan, informasi, dan petunjuk tentang atraksi atau destinasi.

2.2.3 Tugas Pramuwisata

Pemandu wisata merupakan pemimpin dalam suatu perjalanan wisata, secara umum tugas seorang pemandu wisata adalah sebagai berikut:

1. *To conduct/to direct*, yaitu mengatur dan melaksanakan kegiatan perjalanan wisata bagi wisatawan yang ditanganinya berdasarkan program perjalanan yang telah ditetapkan.
2. *To point out*, yaitu menunjukkan dan mengantarkan wisatawan ke objek-objek dan daya tarik wisata yang dikehendaki.
3. *To inform*, yaitu memberikan informasi dan penjelasan mengenai objek dan daya tarik wisata yang dikunjungi, informasi sejarah dan budaya, dan berbagai informasi lainnya.

2.2.4 Kriteria Pramuwisata

Berikut ini adalah 10 Kriteria Pramuwisata:

1. Menarik penampilannya; menarik diartikan disini adalah yang tidak berlebihan dalam berpenampilan. Biasanya pemandu yang berpenampilan menarik, unik, bersih, dan menyenangkan akan disukai wisatawan. Bila sudah menarik wisatawan akan merasakan kenyamanan.
2. Luas pengetahuannya; Pemandu wisata yang berpengetahuan luas bukan hanya seputar objek wisata yang dikunjungi namun juga banyak hal lain, biasanya mendapat pujian lebih wisatawan dan akan mendapat nilai lebih dari *travel agent* yang memakai jasanya.
3. Pengalaman atau jam terbangnya tinggi; Pemandu yang jam terbangnya tinggi sudah pasti punya wawasan yang jauh lebih baik ketimbang junior dan itu mendapat nilai plus tersendiri. Biasanya yang sudah lanjut usia akan lebih banyak pengalamannya.
4. Punya *skill* khusus; misalnya dia juga seorang *travel writer* dan atau *travel photographer*. Biasanya seorang *travel writer/photographer* terbiasa mengeksplorasi suatu obyek lebih dalam sebelum bisa menghasilkan suatu karya yang layak untuk dipublikasikan dengan begitu pengetahuannya otomatis lebih luas dan dalam pula.
5. Ramah; Pemandu yang ramah dengan setiap wisatawan tentu akan disenangi daripada yang sok tahu karena keramah-tamahan merupakan faktor yang paling utama dalam memandu.

6. Humoris; Pemandu yang berjiwa humoris hingga membuat wisatawan tertawa minimal tersenyum akan membuat perjalanan jadi berkesan.
7. Cekatan; Pemandu yang dinamis, gesit atau cekatan pasti lebih disukai dari pada lamban dan malas.
8. Kreatif; Pemandu yang kreatif dalam menyampaikan ceritanya atau mengemas perjalanannya hingga berkesan akan mendapat sanjungan lebih dari wisatawan.
9. Lancar dan cakap berkomunikasi; Pemandu yang rapi dalam menyampaikan ceritanya dengan bahasa dan suara yang memikat akan disenangi wisatawan.
10. Jujur dan tulus; Kedua sifat ini menjadi modal dasar pemandu. Kalau dan prilakunya. Dan itu amat disukai wisatawan. Karena kesan yang baik akan berdampak pada citra suatu perusahaan yang memakai jasa pemandu tersebut.

Dalam memandu seorang pemandu harus menguasai berbagai materi atau topik yang akan disampaikan kepada wisatawan, paling tidak tau sedikit tentang semua yang mengandung unsur perjalanan wisata, dengan begitu apalagi ada wisatawan yang bertanya pramuwisata tidak perlu gugup dan tahu harus menjawab pertanyaan yang disampaikan oleh wisatawan.

2.2.5 Tanggung Jawab Pramuwisata

Menurut Andrianto (2014; 35) Tanggung jawab pramuwisata yang paling penting adalah bagaimana memenuhi keinginan dan kepuasan dari para pengunjung dalam hal ini wisatawan yang aman dan bebas melaksanakan kunjungan wisatanta. Untuk itu diperlukan beberapapersiapan dasar yang harus dilakukan para pramuwisata, yang akan dijelaskan lebih detail dibawah ini. Ada beberapa tanggung jawab yang sebaiknya pramuwisata patuhi yaitu:

1. Tanggung jawab terhadap diri sendiri
2. Tanggung jawab terhadap wisatawan
3. Tanggung jawa terhadap negara
4. Tanggung jawab terhadap atraksi yang dikunjungi
5. Tanggung jawab terhadap masyarakat setempat (budaya dan stabilitas)
6. Tanggung jawab terhadap atasan/partner/biro perjalanan wisata

2.2.6 Materi Pramuwisata

Adapun materi yang harus dikuasi dalam memandu, dalam bukunya Udoyono (2013:6-11) adalah sebagai berikut:

1. Bahasa Asing

Pramuwisata harus memiliki keterampilan bahasa asing paling tidak satu dengan tingkatan kefasihan yang tinggi, karena kita hanya membahas pramuwisata untuk orang asing bukan yang khusus untuk orang Indonesia. Keterampilan bahasa yang paling penting adalah kemahiran berbicara, mendengarkan dalam bahasa asing.

2. Mengenali Medan
Mengetahui tempat-tempat wisata yang akan dikunjungi, lengkap dengan jalan menuju kesana, fasilitas penunjang dan sebagainya.
3. Sejarah Indonesia
Mengetahui tempat-tempat bersejarah yang merupakan salah satu materi pokok presentasi kepada wisatawan.
4. Keadaan Sosial-Budaya
Ada kalanya, pramuwisata melewati daerah yang tidak banyak materi sejarahnya, tetapi jangan khawatir karena ada materi lain yang tidak kalah menarik untuk dipaparkan kepada wisatawan, yaitu keadaan sosial, ekonomi, politik, dan budaya masyarakat setempat. Kebudayaan Indonesia, terutama daerah yang dilewati juga harus dikuasai dengan baik agar bisa memaparkan yang menarik menjelang dan pada saat menonton pertunjukan kesenian atau menonton peristiwa budaya.
5. Etika
Etika bergaul dengan wisatawan. Pramuwisata harus juga mengetahui etika pergaulan dengan wisatawan asing. Hal ini sebenarnya tidak terlalu sulit karena dalam pelatihan bahasa asing yang pernah dijalaninya pasti sudah diajarkan juga masalah tata karma berbahasa asing tersebut.
6. Budaya Wisatawan Asing
Budaya wisatawan, misalnya etika makan, berpakaian, berbicara, dan sebagainya.
7. Pengetahuan Perhotelan
Seorang pramuwisata tidak harus menjadi pakar perhotelan, tetapi paling tidak dia harus tahu tentang perhotelan, baik itu dari fasilitas, tipe kamar, harga per malam, restoran yang ada di hotel tersebut, dll.
8. Pengetahuan Kuliner
Pengetahuan tentang kuliner Indonesia dan asing, terutama asal wisatawan. Pengetahuan tentang masakan Indonesia yang beraneka ragam akan membantu pramuwisata untuk memberikan keterangan yang efektif kepada wisatawan tentang aneka ragam masakan Indonesia.

9. *Ticketing*

Pengetahuan tentang *ticketing* dan penerbangan sangat diperlukan

karena pramuwisata juga harus membantu rekonfirmasi tiket pesawat tamunya atau bahkan kadang-kadang harus membantu tamunya merubah jadwal penerbangan tamunya.

2.3 Pelayanan

Dalam kamus besar bahasa indonesia, pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

Tentang pengertian pelayanan para ahli mengemukakan pendapatnya masing-masing satu sama lain. Diantaranya para ahli yang mengemukakan pendapat pelayanan yaitu sebagai berikut:

Menurut Moenir dalam Rizkiyadi (2016: 21) pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung diterima. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan orang lain dan masing-masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapat kepuasan.

Menurut Kotler dalam Rizkiyadi (2016: 21). pelayanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak kepada pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemilikan apapun kepada yang menerimanya.

Menurut Gerson dalam Sucihati (2011: 2) Pelayanan adalah sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan pengertian ini memberi tujuan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan setia.

Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu aktifitas yang terjadi diantara konsumen dan karyawan yang bersifat tidak kasat mata dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

2.4 Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Malayu dalam Hersona (2012: 718) manajemen Sumber Daya Manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat.

Menurut Simamora dalam Hersona (2012 : 718) “manajemen Sumber Daya Manusia adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja”.

Menurut Dessler (2015: 4) manajemen sumber daya manusia adalah proses untuk memperoleh, melatih, menilai, dan mengompensasi karyawan dan untuk mengurus relasi tenaga kerja mereka, kesehatan dan keselamatan mereka, serta hal-hal yang berhubungan dengan keadilan.

Sementara itu menurut Rachmawati dalam Hersona (2012 : 718) manajemen sumber daya manusia merupakan suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan kegiatan pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pelepasan sumber daya manusia agar tercapai tujuan individu, organisasi dan masyarakat.

Dari definisi diatas manajemen sumber daya manusia merupakan ilmu dan seni yang mengatur tenaga kerja untuk membantu mewujudkan tujuan pada organisasi.

2.5 Pengertian Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016:20) analisis SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal yang berupa *strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal yang berupa *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal yang berupa peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal yang berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).

Menurut Utama dan Mahadewi (2012:150) analisis SWOT atau Tows adalah alat analisis yang umumnya digunakan untuk merumuskan strategi atas identifikasi berbagai faktor lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan atau dianggap perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah membandingkan antara faktor eksternal, yang berupa peluang dan ancaman, dengan faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan, sehingga dari hasil analisisnya dapat diambil suatu keputusan strategis bagi perusahaan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi studi literature juga dilakukan untuk mempelajari dan memperoleh informasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan nama, tahun, judul, jenis penelitian, dan hasil penelitian skripsi yaitu :

No	Nama	Judul/ Tahun	Alat Analisis	Hasil
1.	Anik Purwati	Alternatif Pemilihan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT Pada CV. Bimo Krisno Tour & Travel Jember./ 2013	Analisis SWOT	<p>a. Posisi perusahaan dalam penelitian ini adalah terdapat pada kuadran 1 yaitu kuadran yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif, maksudnya perusahaan harus lebih giat dalam mengatasi perkembangan pasar yang kompetitif dalam rangka memperluas pangsa pasar.</p> <p>b. Pemilihan strategi pemasaran yang tepat pada perusahaan CV. Bimo Krisno Tour dan Travel Jember adalah sebagai berikut:</p> <p>1. Meningkatkan Pangsa Pasar</p> <p>Dilihat dari banyaknya wisata yang potensial di Jember, maka perlu adanya perluasan pangsa pasar untuk meningkatkan volume penjualan. 2.</p>

				<p>Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Hal ini bermaksud agar pelanggan tetap nyaman menggunakan produk perusahaan yang ditunjang dengan kualitas layanan yang memuaskan.</p> <p>3. Melakukan Promosi Yang Efektif dan Tepat Sasaran peningkatan promosi penjualan perlu dilakukan bagi perusahaan agar konsumen banyak semakin tahu tentang produk-produk jasa yang ditawarkan. Upaya yang dilakukan adalah melalui media cetak atau elektronik dan sebagai sponsor dalam suatu acara atau event</p> <p>4. Mengembangkan Kualitas Sumber Daya Manusia Kualitas sumber daya manusia merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan. Dimana kualitas sumber daya manusia yang baik dapat mempercepat suatu proses produksi.</p>
2.	1.Ahmad Ramadhan ₁ 2.Fivi	Analisis SWOT sebagai landasan dalam	Analisis SWOT	Berdasarkan analisis lingkungan internal dengan matriks IFE dapat dilihat

	Rahmatus Sofiyah	menentukan strategi pemasaran (studi McDonald's Ring Road)	Bahwa McDonald's Ring Road memiliki posisi internal yang kuat. Hal ini berarti restoran telah mampu menggunakan kekuatan untuk mengatasi kelemahan dengan cukup baik. Kekuatan yang dimiliki <i>McDonald's Ring Road</i> adalah lokasi usaha yang strategis, adanya pengakuan atas merek, kesuksesan dalam periklanan seperti adanya kata " I'm loving it " dalam setiap pemasarannya, adanya kekuatan kerja sama dengan perusahaan lain seperti dengan Cocacola, tempat yang bersih dan adanya tempat bermain untuk anak-anak, aktif dalam kegiatan amal untuk anak-anak, adanya sistem <i>delvery order</i> . Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah harga yang kurang kompetitif, inovasi terhadap produk kurang memiliki spesifikasi tertentu, manajemen of franchises kurang
--	------------------	---	---

				<p>memperhatikan integritas klien, periklanan hanya diutamakan pada anak-anak, area parkir yang kurang luas. Berdasarkan analisis lingkungan eksternal dengan matriks EFE dapat dilihat bahwa McDonald's Ring Road memiliki posisi eksternal yang kuat. Hal ini berarti restoran telah mampu memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman dengan cukup baik. Peluang yang dimiliki berupa perusahaan dapat melakukan penjualan online sehingga memberikan kemudahan bagi pelanggan, perubahan trend kebiasaan makan masyarakat yang lebih memilih instan, perkembangan pangsa pasar terutama untuk generasi muda dan kelompok yang telah berumur, melakukan pengawetan dengan bahan-bahan alami sebagai bagian dari strategi pemasaran dan periklanan, menciptakan</p>
--	--	--	--	--

				<p>produkproduk baru. Sedangkan ancaman yang dihadapi adalah industri makanan cepat saji merupakan sektor yang sangat kompetitif, persamaan strategi pemasaran dengan perusahaan makanan cepat saji lainnya, adanya ancaman dari pendatang baru, tingkat persaingan dalam industri restoran tinggi, bagi konsumen yang sadar akan gizi makanan cepat saji merupakan makanan yang kurang sehat. Berdasarkan hasil analisis QSPM, dapat dilihat bahwa strategi terbaik yang harus dilakukan sekarang adalah salah satu strategi SO yaitu melakukan promosi dan periklanan bersama-sama dengan Coca-cola untuk menarik penggemar Cocacola, Meningkatkan efektivitas promosi melalui iklan, media, dan website serta meningkatkan <i>sponsorship event-event</i> dengan Coca-cola.</p>
--	--	--	--	--

3.	Linda Irawati	Pelaksanaan pendidikan dan pelatihan (diklat) pemandu wisata untuk meningkatkan kompetensi pemandu wisata di dewan pimpinan daerah himpunan pramuwisata indonesia (dpd hpi) yogyakarta	Reduksi data	<p>1. Pelaksanaan program pendidikan dan pelatihan (diklat) pemandu wisata di Dewan Pimpinan Daerah Himpunan Pramuwisata Indonesia (DPD HPI) Yogyakarta untuk mencetak pemandu wisata yang berkompeten dan profesional meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi, dimana ketiganya saling berkaitan.</p> <p>a. Tahap Persiapan Dalam tahap ini setelah tim penyelenggaran melakukan identifikasi kebutuhan di lapangan dan menyusun program diklat, kemudian melakukan sosialisasi program diklat kepada masyarakat. Setelah itu dilanjutkan dengan seleksi peserta diklat dengan cara disesuaikan dengan kriteria peserta yang</p>
----	---------------	--	--------------	--

				<p>sudah ditentukan. Proses seleksi peserta diklat melalui tes kemampuan bahasa secara lisan sesuai dengan pilihan bahasa saat mendaftar.</p> <p>b. Tahap Pelaksanaan Pelaksanaan program diklat pemandu wisata di HPI menggunakan pendekatan andragogi dimana pelatihan dilakukan dengan pola yang lebih komunikatif yang mengarah pada hasil pelaksanaan program. Hal ini juga disesuaikan dengan peserta diklat yang semuanya adalah orang dewasa yang sudah memiliki pengalaman masing-masing.</p> <p>c. Tahap Evaluasi Evaluasi pelaksanaan kegiatan diklat pemandu wisata dilakukan melalui dua cara yaitu uji teori atau materi dan uji praktek. Kegiatan</p>
--	--	--	--	--

			<p>evaluasi tersebut digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan keterampilan yang diterima oleh peserta setelah mengikuti kegiatan diklat pemandu wisata di HPI Yogyakarta.</p> <p>2. Tingkat keberhasilan peserta dalam pelaksanaan program diklat pemandu wisata di DPD HPI Yogyakarta Pelaksanaan program pendidikan dan pelatihan (diklat) pemandu wisata ini dapat disimpulkan cukup berhasil. Dapat dilihat dari banyaknya peserta yang lulus uji kompetensi atau sertifikasi yang dilakukan oleh Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP). Dari 56 peserta yang mengikuti uji kompetensi ada 54 peserta yang lulus dan 2 peserta tidak lulus sertifikasi. Selain itu,</p>
--	--	--	---

				<p>tingkat keberhasilan dari program diklat pemandu wisata di HPI dapat dilihat juga dari perubahan peserta diklat (terkait pengetahuan, keterampilan, dan sikap) sebelum mengikuti dengan setelah mengikuti kegiatan diklat. Dimana sebelum mengikuti kegiatan diklat peserta masih malu-malu dan kurang percaya diri, namun setelah mengikuti kegiatan diklat peserta lebih percaya diri.</p> <p>3. Faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program diklat pemandu wisata di DPD HPI Yogyakarta Faktor pendukung dalam pelaksanaan kegiatan diklat pemandu wisata yaitu adanya dukungan dari pemerintah, motivasi yang tinggi dari peserta diklat,</p>
--	--	--	--	--

				<p>narasumber yang berkompeten di bidangnya, lingkungan belajar yang kondusif serta sarana prasarana yang memadai. Sedangkan faktor penghambat dalam pelaksanaan diklat pemandu wisata yaitu jumlah jam pelajaran yang dilaksanakan tidak sesuai dengan yang direncanakan dan biaya pelaksanaan diklat.</p>
--	--	--	--	---