

Pengukuran kinerja biro perjalanan wisata di DKI Jakarta dengan pendekatan balanced scorecard : studi kasus pada Pantravel dan Vayatour

Iis Mariam, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=87474&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Besarnya pengaruh krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak tahun 1997 terhadap industri pariwisata Indonesia, telah menyebabkan adanya perubahan kinerja perusahaan Biro Perjalanan Wisata. Di wilayah DKI Jakarta, perusahaan Biro Perjalanan Wisata yang mengalami perubahan kinerja diantaranya adalah Pantravel dan Vayatour. Untuk itu, pembahasan dalam tesis ini yang menggunakan metode Balanced Scorecard, diharapkan dapat diketahui : (a) bagaimana kinerja Biro Perjalanan Wisata Pantravel dan Vayatour, (b) aspek pengukuran yang paling menentukan dan (c) bagaimana strategi untuk meningkatkan kinerja pada Biro Perjalanan Wisata Pantravel dan Vayatour.

Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dan teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara secara terperinci dengan pihak informan perusahaan sebagai nara sumber, juga pihak di luar perusahaan seperti pihak Deparsenibud dan ASITA. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa melalui penggunaan metode Balanced Scorecard, kinerja perusahaan BPW Pantravel dan Vayatour tersebut dapat diukur bukan hanya aspek keuangan saja namun juga dapat diukur dari aspek lain yaitu: aspek proses bisnis internal, aspek pelanggan dan aspek pembelajaran dan bertumbuh. Baik BPW Pantravel maupun Vayatour dalam penelitian ini memberikan gambaran bahwa aspek yang terpenting di dalam mengukur kinerja perusahaannya adalah aspek 'Pelanggan'. Hal ini sangat logis karena dengan pelayanan pegawai yang profesional dan memuaskan akan menentukan keberhasilan kinerja perusahaan jasa semacam Biro Perjalanan Wisata.

Selanjutnya penelitian ini telah menghasilkan beberapa rekomendasi untuk kedua perusahaan tersebut, yaitu :

Untuk Pantravel :

Pantravel perlu meningkatkan efektivitas sosialisasi Visi dan Misi perusahaan, dalam rangka peningkatan produktivitas dan profesionalisme pegawai serta peningkatan daya inovasi pegawai agar perusahaan dapat memenangkan persaingan.

Dalam pemasaran produk maka Pantravel harus lebih memfokuskan pada pangsa pasar selain golongan menengah dan golongan atas juga pelanggan yang berasal dari instansi baik pemerintah maupun swasta. Selanjutnya untuk lebih mengefisienkan biaya maka pihak Pantravel perlu melakukan penjualan dari beberapa aktiva tetap yang kurang berperan di dalam kegiatan operasional perusahaan.

Untuk Vayatour.

Pemahaman mengenai Visi dan Misi perusahaan yang sudah baik oleh pegawai Vayatour yaitu : "Menjadi Pelaku Pariwisata di Indonesia yang Terbaik" perlu dipertahankan di masa yang akan datang sehingga kemampuan pegawai di dalam mendapatkan dan mempertahankan pelanggan akan semakin baik.

Bentuk penanaman citra atau image perusahaan perlu diperluas dengan cara lebih mensosialisasikannya dengan promosi pada media cetak dan peristiwa - peristiwa penting lainnya baik peristiwa olah raga maupun kesenian.

<hr>