

I. PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Lampung Barat merupakan kabupaten yang terletak di Provinsi Lampung yang daerahnya di dominasi perbukitan, karena berada di daerah dataran tinggi. Lampung Barat menjadi penghasil kopi terbesar yang ada di Lampung, dengan lahan perkebunan kopinya yang luas. Lampung Barat juga memiliki potensi berupa keindahan alam, kuliner khas, dan adat budayanya yang masih dijunjung tinggi oleh masyarakat Lampung Barat. Potensi yang dimiliki Lampung Barat tersebut dimanfaatkan dan dikelola dengan baik sehingga memunculkan tempat-tempat wisata yang menarik, salah satunya wisata alam Temiangan Hill Lampung Barat.

Temiangan Hill merupakan salah satu destinasi wisata di Lampung Barat yang berada di Desa Tri Mulyo, Kecamatan Gedung Surian, Lampung Barat. Temiangan Hill dibuka pada bulan agustus 2018. Nama Temiangan Hill ini diambil dari nama bukit Temiangan, dan Hill yang artinya bukit atau puncak. Jadi, arti nama Temiangan Hill adalah bukit Temiangan. Jarak Tempuh dari ibu kota Lampung Barat (liwa) 70 km, sedangkan Jarak tempuh dari ibu kota Povinsi Lampung ke Temiangan Hill 200 km.

Temiangan Hill merupakan destinasi wisata yang memiliki daya tarik keindahan alam berupa hamparan pepohonan yang hijau dan gumpalan kabut tebal yang menyerupai awan, yang membuat Temiangan Hill juga dikenal dengan destinasi wisata negeri di atas awan. Selain itu, wisatawan yang berkunjung atau berwisata juga dapat menyaksikan keindahan alam *sunrise* dan *sunset* di Temiangan Hill sekaligus melakukan kegiatan wisata seperti mengadakan *camping* dan menyalakan api unggun atau kegiatan bakar-bakar. Daya tarik Temiangan Hill berupa pemandangan alam dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pemandangan alam Temiangan Hill Lampung Barat
Sumber: Penulis, 2021

Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) Temiangan Hill sudah menyediakan paket wisata untuk wisatawan yang ingin berwisata di Temiangan Hill, yang mana didalam paket wisata tersebut sudah mencakup biaya tiket masuk, sewa tenda, jasa ojek Temiangan Hill pulang dan pergi, serta makan-dan minum. Tujuan dibuatnya paket wisata oleh Pokdarwis untuk memudahkan wisatawan mendapatkan informasi dan membantu wisatawan melakukan kegiatan wisatanya menjadi lebih terarah. Namun, kebanyakan wisatawan yang berkunjung ke Temiangan Hill lebih memilih mandiri dan belum maksimal dalam memanfaatkan paket wisata.

Data kunjungan yang diperoleh penulis dari dinas pariwisata menunjukkan wisatawan yang berkunjung ke Temiangan Hill cukup banyak namun, disebabkan merebabnya virus covid-19 yang meningkat maka, terjadilah penurunan kunjungan wisatawan. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara dengan Pokdarwis Temiangan Hill terkait banyaknya wisatawan yang memanfaatkan paket wisata. Pokdarwis mengaku belum banyak wisatawan yang memanfaatkan paket wisata. Data pengguna paket wisata tersebut dapat dilihat pada tabel 1, yang menunjukkan penurunan pengguna paket wisata.

Tabel 1. Data kunjungan wisatawan dari tahun 2020-2022

No.	Tahun	Data kunjungan Wisatawan	Data Wisatawan yang memanfaatkan paket wisata.	
			Jumlah	Persen
1.	2020	10.163	700	6,8%
2.	2021	6.869	400	6,1%
3.	2022 (januari-april)	4.605	0	0%
Total		21.637	1.100	12,9 %

Sumber: Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Lampung Barat dan Pokdarwis 2021

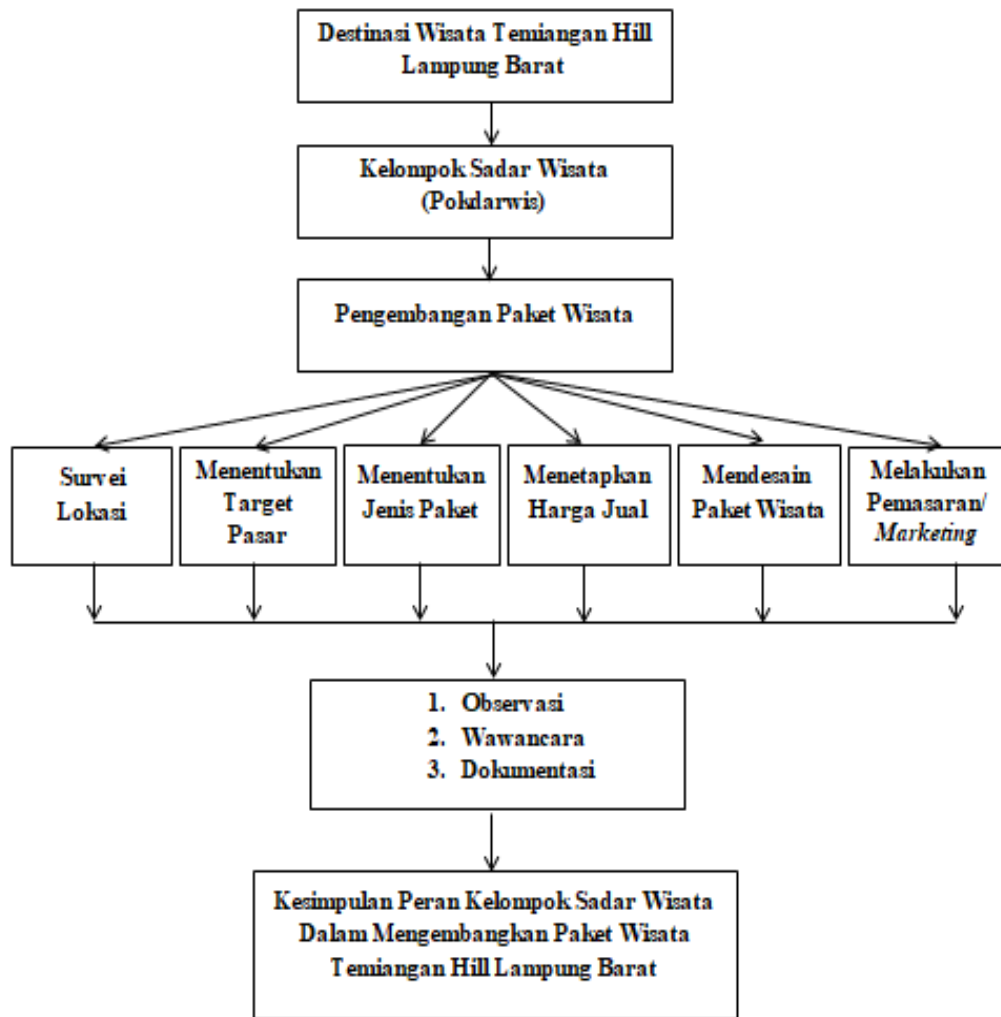
Dari penjelasan diatas dan data yang diperoleh penulis terkait pemanfaatan paket wisata, menunjukkan banyak wisatawan yang berwisata ke Temiangan Hill lebih memilih mandiri dan belum memanfaatkan paket wisata yang dibuat oleh Pokdarwis. sehingga penulis terdorong untuk membahas pengembangan paket wisata dengan judul “Peran Kelompok Sadar wisata Dalam Mengembangkan Paket Wisata Temiangan Hill Lampung Barat”. Diharapkan Tugas Akhir ini dapat menjadi referensi dan bahan evaluasi dalam mengembangkan paket wisata.

1.2.Tujuan

Tujuan penulisan laporan Tugas Akhir ini adalah:

1. Mendeskripsikan peran kelompok sadar wisata dalam mengembangkan paket wisata Temiangan Hill
2. Mendeskripsikan paket wisata yang dibuat kelompok sadar wisata Temiangan Hill.

1.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Kerangka pemikiran peran kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dalam mengembangkan paket wisata Temiangan Hill Lampung Barat.

Sumber: Penulis, 2022

Temiangan Hill merupakan destinasi wisata yang memiliki potensi keindahan alam yang mempesona berupa hamparan pepohonan yang hijau, gumpalan kabut yang menyerupai awan, juga keindahan alam berupa *sunset* dan *sunrise*. Dalam mengembangkan destinasi wisata Temiangan Hill selain pemerintah, kelompok sadar wisata (Pokdarwis) juga sebagai mitra pemerintah turut mengembangkan destinasi Temiangan Hill. Dan dengan berkembangnya destinasi Temiangan Hill, Pokdarwis

melihat adanya peluang usaha pariwisata yang dapat dikembangkan yaitu membuat produk paket wisata namun, paket wisata yang dibuat oleh Pokdarwis kurang dimanfaatkan dengan maksimal sehingga paket wisata tersebut perlu dikembangkan. Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini untuk Mendeskripsikan peran Pokdarwis dalam mengembangkan paket wisata Temiangan Hill dan Mendeskripsikan paket wisata yang dibuat Pokdarwis Temiangan Hill. Dalam penulisan Tugas Akhir ini penulis memperoleh informasi melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. sehingga, dari pembahasan Tugas Akhir ini penulis dapat menyimpulkan dan memberikan saran kepada Pokdarwis dalam mengembangkan paket wisata Temiangan Hill yang baik.

1.4. Kontribusi

Laporan Tugas Akhir ini diharap dapat memberikan pemahaman mengenai peran kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dalam mengembangkan paket wisata Temiangan Hill dan mampu memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi penulis, Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dalam memperluas wawasan, pengalaman, dan juga menjadi salah satu penerapan ilmu yang didapat selama menjalani perkuliahan.
2. Bagi pembaca, Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dalam memperluas wawasan terkait perencanaan dalam menyusun paket wisata.
3. Bagi perguruan tinggi Politeknik Negeri Lampung, sebagai sumber informasi dan referensi bacaan untuk kebutuhan akademisi khususnya Program Studi Perjalanan Wisata.
4. Bagi Pokdarwis Temiangan Hill sebagai bahan masukan terkait peran Pokdarwis dalam mengembangkan paket wisata Temiangan Hill Lampung Barat.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)

2.1.1. Pengertian Pokdarwis

Pengertian Pokdarwis menurut undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, Kelompok sadar wisata atau disingkat Pokdarwis merupakan kelompok swadaya dan swakarsa yang tumbuh dari, oleh, dan untuk masyarakat yang bertujuan dalam meningkatkan pengembangan kegiatan pariwisata didaerahnya dan mendukung kesuksesan pembangunan pariwisata nasional. Sehingga kelompok sadar wisata dapat dipahami sebagai kelompok yang tumbuh atas inisiatif, kemauan, dan kesadaran masyarakat sendiri guna ikut berpartisipasi aktif memelihara dan melestarikan berbagai obyek dan daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan pembangunan kepariwisataan di daerah tempat tinggalnya.

Menurut Rahim (2012), Kelompok sadar wisata (Pokdarwis) adalah suatu organisasi masyarakat di daerahnya yang dengan kepedulian dan peran sebagai penggerak untuk memajukan pertumbuhan dan perkembangan pariwisata menjadi agen pariwisata dan mampu meningkatkan pembangunan dan pemanfaatan di daerahnya. Adapun tujuan dari pembentukan Pokdarwis ini adalah:

1. Memperkuat peran masyarakat sebagai subjek dalam pembangunan kepariwisataan serta memiliki sinergi dan kemampuan bermitra dalam pembangunan kepariwisataan di bidangnya.
2. Membangun sikap suportif dari tuan rumah melalui penerapan nilai-nilai sapta pesona untuk mengembangkan pariwisata di daerah tersebut.
3. Pelestarian dan pemanfaatan secara rasional potensi daya tarik wisata di daerahnya.

2.1.2. Peran Pokdarwis

Menurut Rahim (2012), Kelompok sadar Wisatawan adalah sebuah organisasi atau lembaga yang ada sebagai kelompok pengelola pariwisata di masyarakat. Peran Pokdarwis adalah sebagai penggerak, motivator, dan komunikator untuk

meningkatkan kesadaran masyarakat di daerah dan memahami peluang yang ada di daerahnya. Seperti yang dikatakan Riannada (2021), Sebagai penggerak, Pokdarwis bertanggung jawab untuk memastikan pemahaman publik tentang pariwisata untuk meningkatkan pengembangan pariwisata di daerah. Sebagai Motivator, Pokdarwis memiliki tanggung jawab untuk meyakinkan masyarakat akan manfaat pariwisata di daerahnya, terutama dalam bidang ekonomi. Sebagai komunikator, Pokdarwis harus mampu berkomunikasi dengan baik dengan masyarakat dan pelaku pariwisata di daerahnya serta berkolaborasi dengan masyarakat untuk mengembangkan pariwisata di daerahnya. Pokdarwis Temiangan Hill berupaya untuk meningkatkan daya saing dalam persaingan di bidang pariwisata melalui pembuatan paket wisata. Seperti yang dikatakan Frinces dalam putra (2013), Persaingan dalam pariwisata didefinisikan sebagai proses memperoleh khalayak strategis seperti pasar, konsumen dan peluang yang dirasakan lebih luas.

2.2. Paket Wisata

Paket wisata menurut Desky dalam Fajri (2022), paket wisata adalah kombinasi dari beberapa komponen pariwisata yang dikemas dalam satu harga dan tidak dapat dipisahkan. Sedangkan, paket wisata menurut Utama dalam Lumanauw (2021), adalah suatu perjalanan wisata yang terdiri dari beberapa tujuan kunjungan lengkap dengan fasilitas yang memadai yang mencakup komponen pariwisata. Adapun . Keunggulan dari paket wisata adalah harga dan kenyamanan selama liburan. Harga paket wisata yang terjangkau dibandingkan pembelian komponen pariwisata secara terpisah dan kenyamanan yang didapat konsumen dari layanan paket wisata yang ditawarkan. Kombinasi antara harga yang menarik dan kenyamanan yang diberikan untuk menikmati liburan akan mempermudah penjualan paket wisata yang ditawarkan.

Sedangkan menurut Darmajati dalam Wahyuni (2018), Paket wisata adalah suatu perjalanan yang berkaitan dengan biaya transportasi, akomodasi, darmawisata, atraksi wisata yang sudah tersedia di dalam kegiatan ini. Pokdarwis Temiangan Hill juga telah menyediakan souvenir untuk wisatawan yang berkunjung. Seperti yang

dikatakan Wilkins dalam Wulandari (2019), souvenir memiliki tiga peran. Peran souvenir adalah souvenir sebagai hadiah, souvenir sebagai kenangan, dan souvenir sebagai bukti pengalaman.

2.3. Syarat Dalam Membuat Paket Wisata

Sulistiyawati (2016), Saat menyusun tur, kondisi berikut harus dipenuhi agar tur dapat dilakukan:

1. Biaya perjalanan, yaitu biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk membeli produk paket wisata atau paket perjalanan yang mencakup fasilitas dan layanan terkait biaya yang termasuk (*include*) dan biaya yang tidak termasuk (*exclude*) dalam harga *tour* produk paket wisata.
2. Waktu, yaitu lamanya kegiatan perjalanan wisata, harus diperhitungkan agar kegiatan wisata dapat terkoordinasi dengan lancar.
3. Tempat penginapan atau akomodasi adalah tempat dimana wisatawan dapat tinggal dan beristirahat, termasuk fasilitas dan pelayanan untuk melayani wisatawan.
4. Alat angkut yang digunakan untuk bepergian, alat angkut yang digunakan untuk mengangkut wisatawan dan barang-barangnya dari suatu tempat ke tempat lain. Misalnya bus, sepeda motor, dan mobil.
5. Obyek dan daya tarik wisata yang dilihat dan disaksikan di daerah tujuan, yaitu tempat wisata yang akan dikunjungi memiliki daya tarik wisata karena bersifat wisata.
6. Jumlah barang yang harus dibayar dengan biaya tambahan, yaitu biaya tambahan yang dikeluarkan wisatawan untuk menggunakan sesuatu dalam bentuk barang atau jasa.

2.4. Langkah Membuat Paket Wisata

Adapun langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam membuat paket wisata sebagai berikut:

1. Melakukan Survei

Membuat paket wisata perlu terlebih dahulu melakukan survei tempat atau survei lapang. Seperti yang dikatakan Morissan (2012), survei adalah metode untuk menganalisis fenomena tertentu yang memiliki arti khusus. Tujuannya adalah untuk membuat gambaran rinci tentang realitas terkait isu-isu yang muncul untuk digunakan sebagai dokumen penilaian dan menjadi bahan evaluasi.

2. Menentukan Target

Membuat paket wisata sebaiknya menentukan target pasar terlebih dahulu, untuk diidentifikasi target pasar bagi pelaku usaha atau perusahaan untuk menjangkau wisatawan sehingga wisatawan pada akhirnya dapat membeli produk yang ditawarkan oleh tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Widjaya (2017), yang menjelaskan bahwa target pasar adalah sekelompok pembeli dengan kebutuhan atau karakteristik yang sama yang dipilih perusahaan untuk dilayani. Target pasar harus dapat menilai minat setiap segmen di pasar dan memilih satu atau lebih segmen untuk dimasuki.

3. Menentukan Jenis Paket Wisata

Membuat paket wisata perlu terlebih dahulu menentukan jenis paket wisata yang akan ditawarkan kepada wisatawan. seperti yang dikatakan Suyitno dalam Sofianiadi (2005), Dari segi persiapan, paket wisata dibagi menjadi dua kategori: 1. *Ready Made Tour*, adalah paket wisata yang disiapkan tanpa menunggu kebutuhan calon peserta wisata dan disusun oleh *tour operator*. 2. *Tailor made tour* adalah paket wisata yang disusun sesuai dengan kebutuhan calon konsumen kemudian dirangkai sesuai kebutuhan calon wisatawan.

4. Memperhitungkan Biaya / Harga

Membuat paket wisata memerlukan penentuan biaya untuk mencapai keuntungan usaha yang maksimal dan meminimalisir terjadinya penurunan harga ketika terjadi penurunan permintaan produk. Seperti yang dikemukakan Kuswandi dalam Winarso (2014), biaya adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa dari pihak ketiga. Dalam hal ini, biaya adalah uang tunai atau kas (aset nonmoneter yang dapat dinilai dengan barang atau jasa yang diinginkan) yang dikorbankan untuk barang atau jasa yang diharapkan,

menghasilkan keuntungan sekarang dan di masa depan. Adapun penggolongan biaya menurut Nafarin dalam Winarso (2014), Biaya dikelompokkan menjadi biaya tetap (*variable cost*) adalah biaya yang berubah dengan perubahan volume aktivitas, tetapi biaya variabel per unit tetap sama meskipun volume aktivitas berubah. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang tetap dalam volume aktivitas tertentu, tetapi biaya tetap per unit berubah seiring dengan perubahan volume aktivitas. Biaya semivariabel adalah biaya yang jumlahnya berubah secara tidak proporsional dengan perubahan volume aktivitas. Biaya semivariabel memiliki elemen biaya variabel dan elemen biaya tetap, sehingga biaya penjualan variabel juga dikenal sebagai biaya campuran (*mixed cost*).

5. Desain Paket Wisata

Membuat paket wisata juga dibutuhkan kemampuan desain grafis untuk merancang paket wisata yang menarik berupa brosur atau flyer bagi calon wisatawan yang berminat menggunakan paket wisata yang ditawarkan. Seperti yang dikatakan Riyanto (2006), desain grafis adalah bentuk terapan lukisan atau gambar yang memungkinkan desainer atau perancang untuk secara bebas memilih, membuat atau mengedit elemen visual seperti ilustrasi, foto, teks, dan garis dalam gambar untuk memunculkan dan menyampaikan sebuah pesan.

6. Pemasaran / *Marketing*

Membuat paket wisata juga pembisnis atau pengusaha harus memiliki kemampuan di bidang pemasaran (*marketing*) untuk memasarkan dapat memasarkan produk paket wisatanya. seperti yang dikemukakan Kotler dalam Hartono (2012), pemasaran adalah suatu sosial dan manajemen dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan. kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menyediakan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan orang lain. Pemasaran produk paket wisata juga dapat dilakukan dengan menggunakan pemasaran digital, seperti yang dikatakan Agus (2012), pemasaran digital adalah pemasaran yang menggunakan platform internet untuk melakukan kegiatan promosi untuk menjangkau para target konsumen.