

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata di Indonesia untuk sekarang sedang mengalami kemajuan yang pesat. Pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia telah menjadikannya sebagai salah satu keperluan yang vital bagi masyarakat yang ingin melakukan perjalanan wisata, baik di destinasi domestik maupun luar negeri. Di Indonesia, peningkatan sektor pariwisata menjadi sangat penting, karena negara ini kaya akan beragam budaya dan kesanggupan dari beragam daerah yang sebagian besar masih belum dieksplorasi dan dikembangkan dengan baik.

Industri pariwisata merupakan suatu bidang yang melibatkan berbagai sektor pendukung, mulai dari transportasi, akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, hingga layanan tambahan seperti perbankan, asuransi, dan keamanan. Selain itu, pariwisata juga menawarkan berbagai jenis pengalaman, termasuk tempat istirahat, eksplorasi budaya, petualangan, dan pengalaman unik. Berbagai negara, termasuk Indonesia, sangat mengandalkan sektor pariwisata sebagai pemasukan utama melalui pajak dan pendapatan bagi perusahaan yang menawarkan layanan kepada para pelancong.

Salah satu kota yang terkenal dengan daya tarik pariwisatanya adalah Bandung. Kota ini memiliki sejumlah tempat wisata yang menarik, termasuk destinasi buatan. Bandung telah melengkapi dirinya dengan fasilitas pendukung pariwisata seperti infrastruktur transportasi, akomodasi, makanan, minuman, dan juga jasa Biro Perjalanan Wisata. Di antara beragam biro perjalanan wisata di Bandung, Frestour Travel Agency telah membedakan diri sebagai salah satu yang unggul.

Frestour Travel Agency adalah penyedia layanan perjalanan wisata yang berbasis di Bandung, Jawa Barat. Biro perjalanan ini telah memperoleh sertifikasi dan beroperasi di bawah pengawasan Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata (Asita) Jawa Barat. Meskipun dalam kondisi Era *New Normal*, Frestour Travel Agency tetap aktif dalam menjual paket-paket wisata domestik meskipun jumlah

penjualan mungkin tidak setinggi pada periode normal sebelumnya. Keputusan penulis untuk menjalani program praktik kerja atau magang selama 4 bulan di Frestour Travel Agency didasari oleh alasan ini. Frestour Travel Agency mengutamakan *service* yang unggul untuk *customer*, terutama saat *new normal* seperti saat ini. Mereka menawarkan berbagai layanan, termasuk paket wisata, pemesanan hotel, tiket kereta api, tiket pesawat, serta berbagai opsi kendaraan, baik melalui layanan konvensional maupun platform *online*.

Setelah mengalami penurunan kasus covid-19, banyak negara telah memulai penerapan kondisi baru (*new normal*) dan meringankan pembatasan untuk masuknya wisatawan. Dalam konteks ini, agen perjalanan wisata seperti Frestour Travel Agency mulai merancang dan memasarkan paket-paket wisata yang menarik dan inovatif kepada calon pelanggan. Tidak jarang pula terdapat pelanggan yang mengajukan permintaan khusus mengenai tujuan maupun lokasi wisata yang hendak mereka kunjungi. Sedangkan untuk biaya dari paket wisata tersebut akan disetarakan berdasarkan lama menetap di daerah wisata tersebut, musim pariwisata (*high season, low season*), dan juga fasilitas yang mereka inginkan. Frestour Travel agency tidak hanya menjual paket wisata domestik tetapi menjual juga paket wisata internasional. Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa paket wisata memberikan kontribusi utama dalam operasional agen perjalanan wisata seperti Frestour Travel Agency.

Tabel1 Data Penjualan Frestour September-Desember 2021

No	Bulan	Jumlah (Paket)
1	September	34
2	Oktober	28
3	November	52
4	Desember	61
Jumlah		174

Sumber : Frestour Travel Agency

Berdasarkan data penjualan paket wisata di Frestour Travel Agency, paket wisata yang sering terjual yaitu paket *Rafting* yang dimana terjual sebesar 41%

dan paket *Outbound* sebesar 37%. Selain penjualan paket wisata juga Frestour Travel Agency memberikan jasa sewa transportasi yang dimana selama 4 bulan tersebut tersewa sebesar 22%.

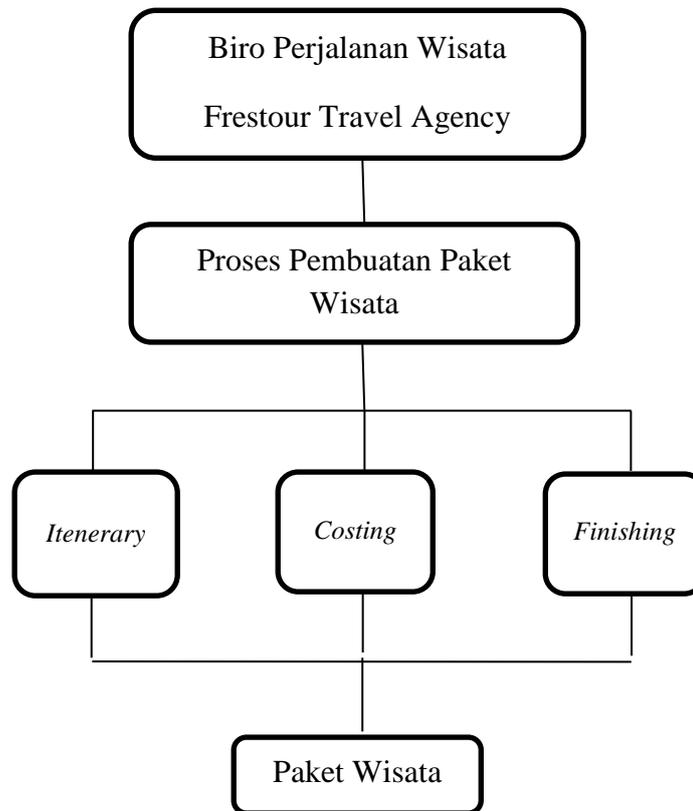
Dalam laporan tugas akhir ini, akan dijelaskan terkait proses pembuatan paket wisata yang tidak terfokus pada satu paket wisata khusus, melainkan lebih kepada mekanisme atau tahapan dalam membuat paket wisata di sebuah agen perjalanan seperti proses rinci dalam pembuatan paket wisata di Frestour Travel Agency, yang mencakup langkah-langkah mulai dari merancang *itinerary* perjalanan hingga menghitung harga (*pricing*) paket wisata menggunakan formula yang dikembangkan oleh Frestour Travel Agency. Berlandaskan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis memilih untuk memilih judul "Proses Pembuatan Paket Wisata di Frestour Travel Agency" sebagai fokus laporan tugas akhir ini..

## **1.2 Tujuan**

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi jenis-jenis paket wisata PT. Fres Indonesia Wisata (Frestour Travel Agency).
2. Untuk mengetahui proses pembuatan paket wisata PT. Fres Indonesia Wisata (Frestour Travel Agency).

### 1.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Biro perjalanan wisata usana penyedia produk paket wisata dalam pembuatannya terdapat proses untuk menghasilkan sebuah produk paket wisata. Setiap perusahaan biro perjalanan wisata sebelum membuat paket wisata terdapat beberapa proses yang harus dilakukan agar menghasilkan paket wisata yang menarik yang diharapkan dapat lebih membuat wisatawan tertarik untuk membeli paket wisata yang telah dibuat. Dalam proses pembuatan tersebut terdapat 3 hal yang perlu dilakukan, yaitu pembuatan *itinerary*, *costing*, *finishing*. Setelah melalui tiga langkah dalam pembentukan paket wisata tersebut, akan tercipta sebuah paket wisata yang menarik. Hal ini akan memiliki dampak terhadap minat konsumen untuk memperoleh dan membeli paket wisata dari Frestour Travel Agency.

### 1.4 Kontribusi

Kontribusi yang diharapkan akan memberikan manfaat terhadap:

a. Bagi Perusahaan

Menjadi pedoman kepada pihak biro perjalanan wisata sebagai penyedia paket wisata agar lebih memperhatikan strategi penyusunan paket wisata dalam menyusun paket wisata.

b. Bagi penulis

Memperluas keahlian yang berhubungan dengan strategi penyusunan paket wisata.

c. Bagi pembaca

Sebagai bahan perbandingan serta dapat mengaplikasikan hubungan antara materi dan ilmu yang diperoleh selama mengikuti pelajaran.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Pariwisata

Pariwisata menurut Burkat dalam Damanik (2006), konsep pariwisata merujuk pada suatu bentuk perjalanan yang bersifat sementara dan berdurasi pendek menuju lokasi yang bukan merupakan tempat tinggal atau tempat kerja individu. Aktivitas ini melibatkan beragam kegiatan selama masa kunjungan di lokasi tersebut.

Menurut Hidayah (2019), pariwisata diartikan sebagai sebuah aktivitas perjalanan wisata yang dapat diulang secara berkala dalam periode waktu tertentu, baik yang direncanakan maupun spontan. Aktivitas ini mampu memberikan pengalaman komprehensif bagi para pelakunya. Sementara menurut Youti (1991), asal-usul kata "pariwisata" terdiri kata "pari" menggambarkan arti banyak, berulang-ulang, berputar-putar, atau menyeluruh, dan "wisata" yang merujuk pada perjalanan atau pergerakan. Dengan demikian, istilah ini merujuk pada perjalanan yang diulang-ulang atau berulang dari satu lokasi ke lokasi lain, yang dalam bahasa Inggris sering disebut sebagai "*tour*".

#### A. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut Muljadi (2009), terdapat beberapa variasi kategori pariwisata yang diakui oleh masyarakat, yang meliputi berbagai kategori berikut:

1. Berlandaskan total orang yang melancong
  - a) Pariwisata *individual*, merujuk pada perjalanan wisata yang dilaksanakan oleh *individu* atau sekelompok orang secara mandiri, dengan memilih destinasi dan mengatur program perjalanan sendiri.
  - b) Pariwisata *kolegial*, terkait dengan perusahaan perjalanan yang memasarkan paket wisata terhadap siapa pun yang tertarik, serta biaya yang sudah ditentukan.
2. Berdasarkan dorongan kunjungan
  - a) Pariwisata hiburan adalah jenis wisata untuk melepas lelah dan menyembuhkan kesehatan fisik dan mental.

- b) Pariwisata untuk menikmati perjalanan, merujuk pada perjalanan wisata yang dilakukan untuk liburan, mencari udara segar, dan menikmati hiburan.
  - c) Pariwisata budaya (*Cultural tourism*), melibatkan motivasi seperti ingin mempelajari budaya dan kehidupan masyarakat di negara lain, studi riset, kunjungan ke tempat bersejarah, dan sejenisnya.
  - d) *Sport tourism*, Jenis pariwisata ini dapat dipecah menjadi dua kategori:  
 Pertama: Acara Olahraga Besar (*Big Sports Events*), yang mencakup peristiwa olahraga dalam rasio besar yang menarik perhatian baik para atlet maupun penggemar (*supporter*).  
 Kedua: *Sporting Tourism of the Practitioners*, yang merujuk pada wujud olahraga yang ingin dilatih atau dipraktikkan oleh individu, seperti menaiki gunung, bersepeda, berkuda, berburu, memancing, dan aktivitas serupa.
  - e) Pariwisata bisnis, merujuk pada perjalanan yang dilakukan oleh pelaku bisnis atau industri, seringkali rangka menghadiri pameran atau pertemuan bisnis.
  - f) Pariwisata konvensi (*Convention tourism*), berkaitan dengan orang-orang yang mengikuti konferensi akademik atau politik. Area konferensi harus memiliki sarana modern yang memadai untuk acara tersebut.
3. Berdasarkan lamanya bertamu
- a) *Seasonal tourism* yaitu wisata yang hanya terjadi pada waktu-waktu tertentu, seperti saat musim panas atau musim dingin.
  - b) *Occasional tourism* yaitu aktivitas wisata yang dilakukan berdasarkan acara peristiwa tertentu, seperti Galungan di Bali atau Sekaten di Yogyakarta.
4. Berdasarkan objeknya
- a) Pariwisata budaya, muncul karena keberadaan daya tarik seni dan budaya di suatu lokasi, misalnya situs warisan nenek moyang atau artefak kuno.

- b) Pariwisata pemulihan, melibatkan perjalanan untuk menyembuhkan penyakit tertentu.
  - c) Pariwisata komersial (*Commercial tourism*), terkait dengan perdagangan dan pameran.
  - d) Pariwisata politik (*Political tourism*), bertujuan untuk melihat peristiwa yang terikat dengan aktivitas politik suatu negara.
5. Berdasarkan alat angkutan
- a) Pariwisata darat, menggunakan kendaraan darat seperti bus, kereta api, mobil pribadi, dan taksi.
  - b) *Sea or river tourism*, menggunakan sarana transportasi air seperti kapal laut dan feri.
  - c) *Air tourism*, menggunakan pesawat terbang dan helikopter.
6. Menurut umur
- a) Pariwisata remaja (*Youth tourism*), dikembangkan untuk remaja dengan harga terjangkau dan akomodasi youth hostel.
  - b) *Adult tourism*, diikuti oleh orang-orang yang telah memasuki usia lanjut atau masa pensiun.

## 2.2 Biro Perjalanan Wisata

Menurut Kemenparekraf No.18 tahun 2016, definisi dari biro perjalanan wisata merupakan perusahaan yang menyediakan layanan perencanaan pelancongan, layanan *service*, dan pengelolaan pariwisata, termasuk pengelolaan perjalanan ibadah. Sementara Damardjati (2010), berpendapat Biro Perjalanan Wisata yaitu industri yang khususnya bertugas mengelola perjalanan serta akomodasi individu dari satu lokasi ke lokasi lain, dalam negeri maupun luar negeri.

Haq (2009), menyatakan bahwa Biro Perjalanan Wisata memiliki dua peran yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Manfaat Biasa: Dalam konteks ini, Biro Perjalanan Wisata berperan sebagai entitas bisnis yang memberikan informasi serta pengetahuan mengenai aspek-aspek perjalanan umum dan khususnya perjalanan wisata.
2. Manfaat Spesial:

- a. Biro Perjalanan Wisata berfungsi selaku perantara, tugasnya adalah melakukan representasi untuk perusahaan lain dan memasarkan layanan dari perusahaan yang diwakilinya kepada wisatawan serta industri pariwisata.
- b. BPW berperan sebagai badan usaha yang merancang dan menyelenggarakan *tour* dengan mengambil tanggung jawab dan risiko yang dikelola sendiri.
- c. BPW berfungsi selaku pengorganisir, di mana perannya adalah berkolaborasi aktif dengan perusahaan lain, dalam negeri maupun internasional, dan memanfaatkan fasilitas yang dimilikinya sebagai produk dagangan.

### **2.3 Pengertian dan Jenis-Jenis Paket Wisata**

Utama (2014), menjelaskan sebuah perjalanan wisata yang mencakup satu atau beberapa lokasi yang akan dikunjungi dapat dikategorikan sebagai paket wisata apabila terdiri dari beragam layanan perjalanan yang spesifik yang diatur di rangkaian kunjungan yang telah ditentukan dan dijual dengan harga tunggal yang mencakup semua elemen perjalanan tersebut. Camilleri (2019), sepakat bahwa paket wisata melibatkan penyediaan semua layanan termasuk pengaturan transportasi dan akomodasi yang dipesan oleh wisatawan dengan satu harga keseluruhan. Secara umum, karakteristik yang melekat pada paket wisata adalah bahwa perencanaan dan pengaturannya terjadi sebelumnya, baik dalam bentuk gabungan berbagai produk atau rangkaian program yang lengkap.

Suyitno (2001), menyatakan bahwa terdapat berbagai jenis paket wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Dalam hal penggolongan, paket wisata terdapat dua jenis, yaitu:

1. *Ready Made Tour*, merupakan paket yang sudah dirancang oleh *tour operator* tanpa harus menunggu *request* dari calon *customer*.
2. *Tailored Made Tour*, yaitu jenis paket wisata yang disusun setelah ada permintaan dari calon peserta wisata.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan yaitu terdapat dua jenis paket wisata, yaitu paket wisata yang sudah tersedia sebelumnya (*Ready*

Made Tour), dan paket wisata yang disusun berdasarkan permintaan calon *customer* (Tailored Made Tour). Dalam Tailored Made Tour, seluruh detail perjalanan seperti tujuan wisata, akomodasi, makanan, dan rute perjalanan disesuaikan dengan permintaan calon peserta wisata.

### **2.3.1 Komponen Paket Wisata**

Menurut Hegde (2012), terdapat beberapa komponen dalam membuat paket wisata, yaitu:

- a) Transportasi: Tiket transportasi yang diperlukan untuk mencapai tempat wisata. Ini dapat mencakup tiket pesawat, kereta api, bus, atau transportasi lokal.
- b) Akomodasi: Hotel, resort, villa, atau jenis akomodasi lainnya yang akan ditinggali selama perjalanan wisata.
- c) Makanan: Makanan dan minuman yang termasuk dalam paket wisata, biasanya mencakup *breakfast, lunch, and dinner*.
- d) Aktivitas: Aktivitas yang dijadwalkan dalam paket wisata, seperti kunjungan ke tempat wisata, kegiatan olahraga, atau pertunjukan seni dan budaya.
- e) Pemandu Wisata: Seseorang yang akan memandu wisatawan selama perjalanan wisata, memberikan informasi tentang tempat wisata, dan membantu dengan pengaturan perjalanan.
- f) Tiket masuk: Biaya masuk ke tempat-tempat wisata atau atraksi yang termasuk dalam paket wisata.
- g) Asuransi perjalanan: Asuransi perjalanan yang dapat memberikan perlindungan bagi wisatawan dari risiko yang tidak terduga selama perjalanan.
- h) Tips: Biaya untuk memberi tip kepada pemandu wisata, sopir, dan staf hotel.
- i) Pengeluaran pribadi: Biaya tambahan yang mungkin timbul selama perjalanan wisata, seperti belanja souvenir atau pengeluaran pribadi lainnya.

### 2.3.2 Proses Pembuatan Paket Wisata

Menurut Nuriata (2014), aspek yang sangat krusial di perancangan paket wisata pertama kali yaitu penyusunan. Penyusunan yang komprehensif diperlukan untuk mengatur *itinerary* dengan baik, supaya tidak ada kekurangan dalam paket wisata. Hal ini ditekankan karena penyusunan memiliki dua tujuan utama, yakni sebagai alat untuk mencapai tujuan perjalanan dan sebagai langkah-langkah yang dilakukan di masa depan tetapi dapat diatur sekarang dengan dasar pengalaman dan pengetahuan yang memadai.

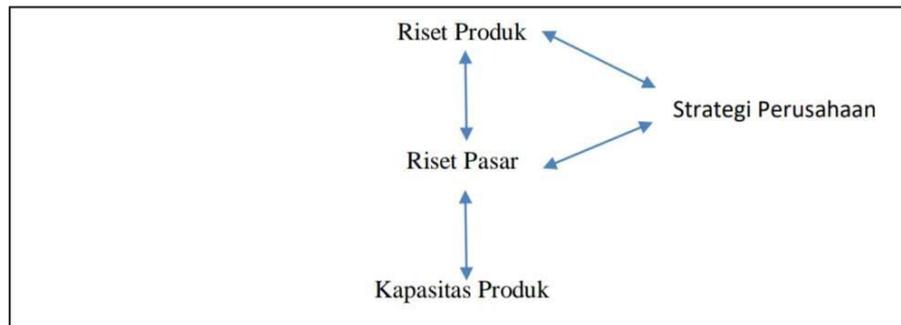
Perencanaan paket wisata adalah suatu cara untuk memberikan pandangan umum menyeluruh tentang akan perjalanan yang dijalani. Nuriata (2014) menguraikan serangkaian tahapan dalam perencanaan paket wisata adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan jalur perjalanan yang akan diikuti.
- b) *Tour package* diperinci di suatu pola, sebagaimana yang diperlihatkan pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. Sistem Paket Wisata  
Sumber : Nuriata (2014)

- c) Tujuan dari penggolongan *tour package* ditentukan berdasarkan:
  - 1) Daya muat *tour package*.



Gambar 3. Kapasitas Produk Paket Wisata  
Sumber : Nuriata (2014)

- 2) Keadaan
  - a) Akomodasi
  - b) Tempat tujuan
- 3) Penentuan harga
  - a) Pengedaran produk
  - b) Pencitraan merek
- d) Pengenalan wisatawan, dengan memperhatikan:
  - 1) *Profile*
  - 2) Psikografi
  - 3) Konsistensi & Kompleksitas
  - 4) Pendapat
  - 5) Motivasi
  - 6) Tipe Pariwisata
- e) Penilaian kepuasan wisatawan terhadap daya tarik wisata  
Daya tarik wisata yang menarik merupakan daya tarik bagi *customer* yang membawa kepuasan. Kepuasan ini muncul saat kesesuaian nilai.
- f) Penelusuran mengenai objek atraksi wisata, dengan mempertimbangkan:
  - 1) Identifikasi dan kategorisasi objek wisata
  - 2) Keterangan dari objek wisata
  - 3) Sarana objek wisata
  - 4) Durasi kunjungan
  - 5) Jangka antara objek wisata
  - 6) Tipe wisata
- g) Menetapkan susunan objek wisata setelah penelitian.

- h) Memilih objek wisata dengan mempertimbangkan:
  - 1) Arah dan keadaan daerah
  - 2) Sarana
  - 3) Waktu durasi kunjungan
  - 4) Daya tarik wisata
- i) Menyusun objek dan sarana yang dipilih dalam rute perjalanan, sampai menghasilkan deretan perjalanan sementara.
- j) Mengatur alokasi waktu dalam penyusunan paket wisata.
- k) Menentukan hambatan dalam program perjalanan berdasarkan kendala yang melibatkan wisatawan, faktor waktu, dan ketersediaan fasilitas.
- l) Menyesuaikan rencana perjalanan wisata dengan kendala yang telah diidentifikasi.

Menurut Nuriata (2014), mengungkapkan sebuah paket wisata efektif harus memenuhi standar perjalanan wisata yang telah ditetapkan, yang meliputi:

- a) Rute Perjalanan  
Rute perjalanan sebaiknya bersifat melingkar atau berbentuk lingkaran, kecuali jika kondisi atau jarak tidak memungkinkan.
- b) Urutan perjalanan  
Urutan perjalanan harus memperhatikan faktor-faktor seperti waktu senggang, aktivitas wisata, waktu, dan kekuatan fisik.
- c) Variasi perjalanan  
Perjalanan harus memiliki variasi dalam hal atraksi wisata, moda transportasi, dan durasi (jadwal dan waktu luang).
- d) Pengungkapan berat dan Warna Perjalanan.
- e) Memilih waktu dan lokasi yang sesuai.

*Itinerary* sangat penting dalam pelaksanaan perjalanan wisata karena memberikan sketsa objek wisata yang akan didatangi dan perkiraan durasi kunjungan. Dalam konteks ini, itinerari menjadi langkah awal dalam menyusun produk paket wisata dan berfungsi sebagai penghubung antara berbagai komponen produk tersebut. Nuriata (2014) juga menggarisbawahi bahwa untuk membuat itinerari paket wisata yang sukses, beberapa pertimbangan perlu diambil, termasuk kesesuaian dengan kekuatan wisatawan, memperhatikan

preferensi, kebutuhan, dan harapan wisatawan, distribusi waktu perjalanan, rute yang efisien, manajemen waktu untuk makanan, istirahat, dan aktivitas lainnya, serta perhatian terhadap detail dan biaya perjalanan.

### 2.3.3 Perencanaan Biaya Paket Wisata

Suyitno (2001), menjelaskan biaya perjalanan meliputi seluruh pengeluaran yang dapat diukur dengan uang yang terlibat dalam menyelenggarakan perjalanan. Selaku unsur yang membentuk biaya perjalanan, biaya perjalanan perlu sepenuhnya merefleksikan semua pengeluaran yang terlibat dalam pengelolaan perjalanan. Untuk mengestimasi total biaya yang diperlukan dalam sebuah kegiatan perjalanan, diperlukan pendekatan yang tepat dalam menghitung harga perjalanan. Pendekatan ini melibatkan pembagian jenis biaya menjadi dua kategori, yaitu biaya tetap yang juga dikenal sebagai biaya pokok, dan biaya variabel yang juga dikenal sebagai anggaran tidak tetap. Berikut adalah tabel yang menjelaskan cara menghitung harga wisata, yang dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

#### Perhitungan Harga *Tour Packages*

Nama Tour/Transfer :..... FOC/AC :.....  
 Jumlah Peserta :..... Mata Uang :.....

Tabel 2. Perhitungan Harga Wisata

No	Uraian	Biaya Tetap	Biaya Tidak Tetap
		(1)	(1)
	Jumlah Biaya	(1)	(1)
	Biaya per Peserta		(2)
	Surcharge (...%)		(3)
	Harga per peserta ( <i>net price</i> )		(4)
	Dibulatkan		(5)

Sumber: Suyitno, 2001 dalam Ginanjar

Tabel 2 menguraikan langkah-langkah untuk menghitung harga suatu paket wisata, yang mencakup:

- a. Memecah biaya ke dalam dua klasifikasi, *fix cost* dan *variable cost*, kemudian menjumlahkannya.
- b. Menghitung total biaya per individu dari rincian *fix cost* dan *variable cost*.
- c. Melakukan perhitungan terhadap Surcharge atau tambahan *cost*. Setiap perusahaan mungkin memiliki biaya tambahan yang berbeda.
- d. Menghitung harga per individu untuk paket wisata (harga bersih per orang) dengan menambahkan total biaya per orang dengan biaya tambahan.
- e. Melakukan pembulatan.

#### **2.4 Penyiapan Produk Paket Wisata**

Langkah penutup dalam proses pembuatan *tour package* adalah mencetak produk yang telah disusun. Cetakan ini dapat berupa brosur, atau booklet. Hanya saja, saat merencanakan atau menciptakan produk ini, ada aspek yang terkait "desain produk" yang perlu dipertimbangkan, termasuk:

- a) Penggunaan kombinasi pilihan warna
- b) Penempatan sketsa yang estetik dan memukau
- c) Penggolongan *layout* yang terstruktur dan seimbang
- d) Penetapan bahan produk yang sesuai, seperti jenis kertas dan jenis huruf.

Semua faktor di atas perlu dipertimbangkan untuk memastikan bahwa produk paket wisata memiliki daya tarik untuk *customer*, baik ketika pengedaran secara *luring* maupun *daring*. Dalam rangkaian proses penyusunan paket wisata, berkesimpulan bahwa semua elemen, baik yang dipilih secara langsung maupun tidak langsung, perlu dipilih dengan cermat dan diatur secara efektif. Sehingga *tour package* ini mampu membagikan kepuasan kepada *customer*, baik dalam hal pengalaman perjalanan maupun dari aspek nilai biaya (Suyitno, 2001).