

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang memiliki banyak potensi wisata, ditambah dengan dukungan dari pemerintah setempat menjadikan kota Yogyakarta sebagai salah satu tujuan wisata di Indonesia. Terbukti dari tahun ke tahun jumlah kunjungan wisatawan ke Yogyakarta semakin meningkat, selain jumlah wisatawannya itu sendiri penyedia layanan wisata di seperti biro perjalanan wisata juga ikut meningkat.

Widyaloka Wisata merupakan salah satu dari banyaknya biro perjalanan di Yogyakarta yang berdiri sejak tahun 2013. Sampai saat ini, Widyaloka Wisata mampu membuktikan kehadirannya karena banyak permintaan tour dari para konsumen. Memiliki banyak jenis paket wisata menjadi salah satu alasan Widyaloka mampu bertahan hingga saat ini. Hal tersebut terbukti dari banyaknya paket wisata yang telah dipasarkan dan dijual. Proses pembuatan paket wisata pada Widyaloka sendiri merupakan tugas dari seorang *tour planner*. *Tour planner* Widyaloka Wisata nantinya akan bertanggung jawab untuk membuat paket wisata. Paket wisata merupakan suatu perjalanan dengan beberapa tujuan daerah kunjungan yang disusun berdasarkan berbagai fasilitas perjalanan tertentu yang dijual dengan harga tunggal yang telah menyangkut seluruh komponen dari seluruh rangkaian perjalanan, Utama (2014).

Dalam Tugas Akhir ini nantinya penulis tidak akan menjabarkan satu proses pembuatan paket wisata saja, tetapi penulis akan mendalami seluruh proses mekanisme cara pembuatan paket di Widyaloka Wisata secara detail, mulai dari melakukan riset pasar, kemudian menentukan destinasi yang akan dikunjungi oleh calon wisatawan, setelah itu membuat kontrak kepada industri pariwisata atau komponen yang dibutuhkan dalam pembuatan paket wisata, melakukan perhitungan harga paket wisata, tahapan kelima membuat brosur atau alat promosi lainnya, dan yang terakhir adalah pembuatan itinerary perjalanan. Oleh karena itu, untuk dapat

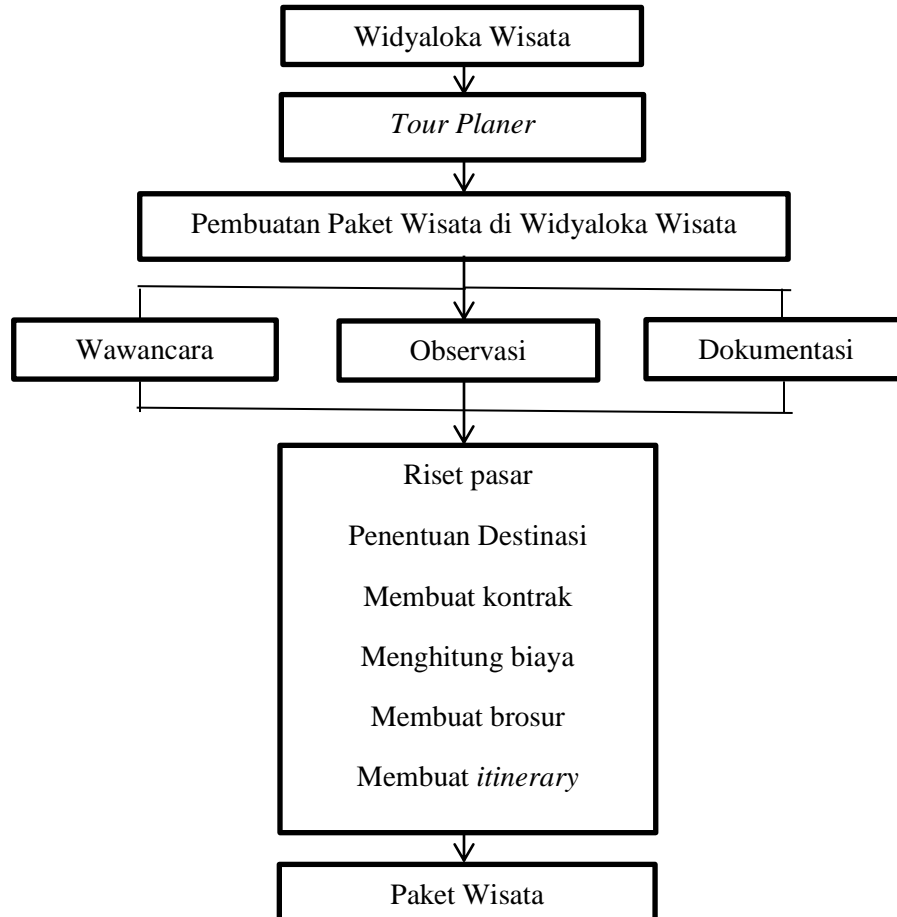
mendalami proses pembuatan paket wisata dari Widyaloka Wisata, maka penulis memutuskan untuk menulis laporan tugas akhir dengan judul “ Penyusunan Paket Wisata *Ready Made Tour* di Widyaloka Wisata Yogyakarta”.

## **1.2 Tujuan**

Mendeskripsikan cara pembuatan paket wisata *ready made tour* di Widyaloka Wisata Yogyakarta.

## **1.3 Kerangka Pemikiran**

Penulis akan mendeskripsikan proses pembuatan paket wisata pada Widyaloka Wisata. Untuk dapat mendeskripsikan keseluruhan rangkain proses pembuatan paket wisata tersebut, nantinya penulis akan menggunakan 3 metode cara pengumpulan data. Mulai dari wawancara kemudian observasi dan juga wawancara. Setelah menggunakan tiga metode pengumpulan data tersebut, penulis mendapatkan enam tahapan proses pembuatan paket wisata pada Widyaloka Wisata. Tahapan tersebut mulai dari melakukan riset pasar, penentuan destinasi, membuat kontrak, menghitung biaya, membuat brosur, dan tahapan terakhir melakukan penyusunan itinerary. Setelah melalui enam tahapan barulah didapatkan sebuah paket wisata. Kerangka pemikiran mengenai proses pembuatan paket wisata di Widyaloka Wisata ini disajikan pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## **1.4 Kontribusi**

1. Penulis
  - a. Memenuhi syarat kelulusan program studi D3 Perjalanan wisata.
  - b. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai penyusunan paket wisata.
2. Politeknik Negeri Lampung  
Sebagai referensi pembelajaran mengenai proses pembuatan paket wisata.
3. Pembaca  
Memberikan informasi dan gambaran terkait cara penyusunan paket wisata.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Biro Perjalanan Wisata

Menurut Darmadjati (2010) Pengertian biro perjalanan wisata adalah suatu perusahaan yang dikhususkan untuk mengatur dan membuat perjalanan untuk orang lain, dari seluruh kelengkapan dalam perjalanannya dari satu tempat ke tempat lainnya baik dalam ruang lingkup dalam negeri maupun sampai ke luar negeri. Sedangkan menurut Rachman (2013) Pengertian biro perjalanan wisata adalah perusahaan yang dikhususkan untuk mengatur seluruh kegiatan orang-orang dari satu tempat ke tempat lainnya baik untuk perjalanan dalam negeri maupun luar negeri. Menurut (Swabawa dkk, 2022) Biro perjalanan wisata merupakan suatu perusahaan yang menjual dan menciptakan suatu produk perjalanan dalam bentuk paket dan dituangkan dalam *flyer* dan akan bertanggung jawab sepenuhnya atas produk yang dibuat.

### 2.2. Paket Wisata

Menurut Utama (2014) Paket wisata merupakan suatu perjalanan dengan beberapa tujuan daerah kunjungan yang disusun berdasarkan berbagai fasilitas perjalanan tertentu yang dijual dengan harga tunggal yang telah menyangkut seluruh komponen dari seluruh rangkaian perjalanan. Menurut Hanief, dkk (2018) paket wisata adalah kumpulan dari berbagai produk maupun layanan yang diatur sedemikian rupa oleh penyelenggara tour atau sering disebut dengan tour operator. Layanan yang diberikan oleh penyelenggara tour tersebut mulai dari transportasi, destinasi wisata, pramuwisata, akomodasi, dan juga konsumsi. Sedangkan menurut Nuriata (2014) paket wisata adalah sebuah produk yang disediakan oleh agen atau biro perjalanan wisata, dimana didalamnya terdapat seluruh detail mengenai komponen perjalanan wisata untuk mengunjungi berbagai tempat wisata dan juga telah tersedia berbagai fasilitas yang menunjang kenyamanan peserta tour sesuai dengan harga yang diberikan oleh agen tour.

#### 2.2.1 Jenis – Jenis Paket Wisata

Ditinjau dari penyusunannya, menurut Nuriata (2017) paket wisata dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. *Ready Made Tour*

Merupakan paket wisata yang langsung dirancang oleh tour operator dimana seluruh komponennya sudah ditetapkan dan tidak dapat diubah, untuk itu produknya dapat kapanpun dilaksanakan.

2. *Tailored Made Tour*

Merupakan paket wisata yang rancang oleh tour operator setelah menerima permintaan dari calon peserta wisata. Untuk itu seluruh komponennya dapat berubah -ubah sesuai permintaan wisatawan.

Walaupun penyusunan paket wisata dilakukan secara berbeda, tetapi keduanya tetap sama - sama membutuhkan perencanaan yang matang agar paket wisata yang dihasilkan minim akan kekurangan. Selain itu, perencanaan yang matang dalam penyusunan paket wisata juga bertujuan untuk kepuasan wisatawan terhadap fasilitas – fasilitas yang ditawarkan.

### **2.2.2 Komponen Dalam Paket Wisata**

Komponen paket wisata merupakan bahan dasar dari pembuatan sebuah paket wisata dan dapat diartikan sebagai rangkaian, menyusun, dan dijadikan satu kesatuan dalam produk paket wisata Nuriata (2014). Dalam paket wisata terdapat komponen – komponen yang harus ada dalam sebuah paket wisata. Komponen – komponen tersebut antara lain:

1. Transportasi

Menurut Alkheder (2015), transportasi merupakan modal utama yang dibutuhkan wisatawan untuk keluar masuk wisatawan menuju daerah wisata. Transportasi merupakan komponen pertama yang dibutuhkan dalam sebuah paket wisata. Fungsi transportasi dalam sebuah tour adalah sebagai alat penghubung yang dapat membawa wisatawan ke lokasi tujuan kunjungan wisata.

2. Akomodasi

Akomodasi merupakan sarana untuk wisatawan menginap atau beristirahat dengan berbagai fasilitas, Sirait (2015). Akomodasi biasanya dibutuhkan pada paket wisata dengan durasi perjalanan lebih dari 24 jam. Akomodasi tersebut dapat berupa Homestay, Hotel, Villa, dan lain sebagainya.

3. Objek Wisata

Objek wisata merupakan komponen yang sangat penting dalam suatu paket wisata karena menjadi tujuan utama dalam perjalanan wisata. Objek Wisata sendiri nantinya akan digunakan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan wisata. Menurut Siregar (2017), objek wisata diartikan sebagai segala sesuatu yang menjadi sasaran utama wisata. Untuk itu, daerah yang menjadi objek wisata haruslah memiliki daya tarik yang dapat menjadi sasaran atau alasan utama untuk berkunjung ke daerah tersebut.

4. Restoran

Restoran adalah sebuah industri jasa yang menyediakan makanan atau minuman. Pemilihan sarana restoran dapat berdasarkan dari akomodasi yang digunakan atau berdasarkan rute perjalanan. Menurut Ninemeier dan Hayes (2006), restoran adalah suatu layanan yang menjual berbagai makanan atau minuman sebagai basis utamanya.

5. Toko Cenderamata

Cinderamata merupakan oleh oleh yang akan dibawa pulang oleh wisatawan. Perjalanan wisata merupakan kegiatan dimana wisatawan hanya menghabiskan uangnya pada daerah kunjungan wisata. Oleh karena itu toko cinderamata sangat berkaitan erat dalam suatu perjalanan wisata, baik dalam bentuk barang maupun makanan. Toko cinderamata atau toko oleh oleh biasanya akan menjadi tujuan akhir dalam sebuah perjalanan. Menurut Imaniar dan Ningrum (2014) Cendramata adalah oleh oleh yang menjadi kenang kenangan dari daerah kunjungan wisata yang disinggahi dan biasanya mencerminkan kekhasan daerah tersebut.

#### 6. Pramuwisata

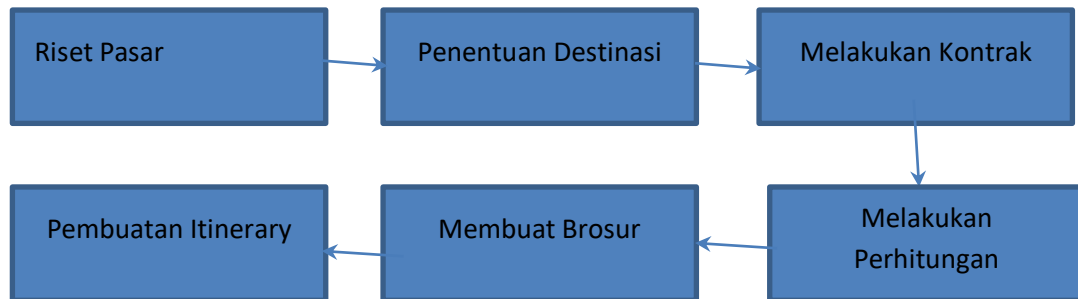
Tour leader dan tour guide merupakan petugas yang mendampingi wisatawan selama kegiatan wisata berlangsung. Menurut Yoeti (2013) tour leader merupakan seseorang yang memiliki kualifikasi khusus untuk mendampingi wisatawan dalam perjalanan wisata. Sedangkan tour guide atau pramuwisata menurut Nurita (2013) berasal dari bahasa sansekerta, pramu memiliki arti orang yang melayani, kemudian wis yang berarti tempat dan ata yang berarti banyak. Secara umum pramuwisata merupakan seseorang yang memberi penjelasan mengenai sebuah objek wisata kepada wisatawan.

#### **2.2.3 Proses Pembuatan Paket Wisata**

Menurut Archer (2003) dalam proses pembuatan paket wisata dibagi menjadi enam tahapan. Dimulai dari melakukan riset pasar yang berfungsi untuk mengenali karakteristik, kebutuhan, keinginan, dan pola perjalanan dari wisatawan. Kemudian tahap kedua adalah menentukan destinasi yang akan dikunjungi oleh calon wisatawan. Setelah menemukan tempat tempat atau destinasi wisata yang akan dikunjungi, selanjutnya adalah membuat kontrak kepada industri pariwisata atau komponen yang dibutuhkan dalam pembuatan paket wisata, mulai dari transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, toko cinderamata, pramuwisata, dan lain sebagainya. Tahap selanjutnya adalah melakukan perhitungan harga paket wisata



sesuai dengan target pasar yang dituju ataupun sesuai dengan permintaan dari para calon konsumen. Tahapan kelima adalah membuat brosur atau alat promosi lainnya, dan yang terakhir adalah pembuatan itinerary perjalanan. Dibawah ini merupakan gambar dari proses pembuatan paket wisata.



Gambar 2. Proses Pembuatan Paket Wisata (Archer 2003)

### 1. Riset Pasar

Riset pasar adalah seluruh kegiatan yang menyediakan informasi untuk digunakan sebagai pedoman dalam pembuatan keputusan pemasaran (Sudman dan Blair). Riset pasar perlu dilakukan karena memiliki tujuan yang penting, yaitu guna mengeksplorasi tingkat penerimaan pasar atas kualitas produk yang dipasarkan terlebih untuk pasar tertentu, Clow & James (2014). Jadi tujuan akhir dari dilakukannya riset pasar adalah didapatkannya informasi yang bermanfaat untuk kelanjutan sebuah bisnis. Berdasarkan jenisnya, menurut Prasetya (2016) sumber data riset pasar dibagi menjadi 2 :

a. Riset pasar primer

Riset pasar primer adalah proses pengumpulan informasi langsung tentang pasar. Riset primer dapat dilakukan menggunakan dua cara, yaitu kualitatif yang berkaitan dengan data seperti trend atau informasi yang berasal dari pencatatan publik. Sedangkan secara kualitatif berkaitan dengan perasaan dari konsumen atau berdasarkan opini public. Metode kualitatif yang digunakan biasanya adalah wawancara dan fokus diskusi grup.

b. Riset pasar sekunder

Riset pasar sekunder adalah informasi dari sumber luar seperti lembaga pemerintahan atau media yang dapat digunakan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan keputusan. Misalnya, laporan tren, laporan penggunaan media sosial, laporan pengguna internet, statistik pasar, data penjualan, dan lainnya

Menurut Prasetya (2016), dalam menentukan riset pasar dibagi menjadi 5 tahapan, yaitu

a). Merumuskan Masalah

Langkah pertama dalam melakukan riset pasar adalah membuat rumusan masalah. Rumusan masalah berfungsi agar memiliki tujuan yang jelas dalam melakukan riset pasar. Jadi pada tahap ini harus sudah mengetahui pertanyaan apa yang ingin diketahui jawabannya melalui riset pasar.

b). Menentukan Metode Riset

Langkah kedua dalam melakukan riset pasar adalah menentukan metode. Penentuan metode mulai dari, diskusi grup, wawancara, observasi, kuesioner, dan survey.

c). Menentukan Sampel dan Mengumpulkan Data

Dalam menentukan sampel dapat dilakukan dengan dua cara, yang pertama dengan menggunakan sampel secara acak atau *probability sampling* dan *nonprobability sampling* atau pemilihan sampel nya tidak dilakukan secara acak.

d). Analisis Hasil

Setelah berhasil mendapatkan data, langkah selanjutnya adalah mengolah data tersebut untuk dijadikan sebagai informasi yang bermanfaat guna pengambilan keputusan.

e). Menyusun Laporan Hasil Riset

Langkah terakhir dalam melakukan riset pasar adalah menyusun hasil laporan riset, mulai dari hasil, kesimpulan, dan rekomendasi atau saran yang harus dilakukan dalam langkah selanjutnya dalam perusahaan.

## 2. Penentuan Destinasi

Menurut Goeldner & Ritchie (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan destinasi wisata adalah fasilitas utama dan pendukung pariwisata, seperti akomodasi, makanan dan minuman, hotel dan lain sebagainya. Selain itu, transportasi serta akses jalan juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pemilihan destinasi wisata, karena beberapa segmen ada yang tidak menyukai tempat-tempat yang sukar untuk ditempuh, walaupun beberapa dari mereka juga ada yang menyukai tantangan. Menurut Horner dan Swarbrooke (2007), ada dua faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen pariwisata dalam menentukan destinasi pariwisata yaitu faktor-faktor yang menentukan apakah konsumen akan bisa mengambil liburan atau tidak dan faktor-faktor yang menentukan jenis tipe perjalanan dan pengalaman apabila liburan wisata diambil oleh mereka. Secara lebih detail lagi mereka merinci faktor-faktor tersebut seperti: motivasi personal, ketersediaan obyek-obyek dan produk wisata yang menarik, nasehat-nasehat dan rekomendasi dari travel agent, informasi-

informasi yang diperoleh tentang tujuan wisata dari organisasi turisme dan travel agent, rekomendasi dari teman.

Yusendra (2015) juga menambahkan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan penentuan destinasi wisata, mulai dari komitmen terhadap keluarga, tingkat pendapatan, kepribadian konsumen, transportasi dan akses jalan, serta infrastruktur fasilitas pendukung akomodasi, makanan dan minuman hotel dan lain lain. Biro Perjalanan Wisata sebagai stakeholder tentunya perlu memahami faktor – faktor dalam penentuan destinasi yang akan dipilih oleh konsumen.

### **3. Melakukan Kontrak**

Menurut *Oxford Dictionary*, kontrak atau negosiasi adalah pembicaraan dengan orang lain dengan maksud untuk mencapai kompromi atau kesepakatan, untuk mengatur atau mengemukakan. Selain itu pihak-pihak yang terlibat harus mau saling mengalah sampai suatu batas tertentu dengan tujuan untuk menemukan win-win solution, sehingga kesepakatan yang didapat tanpa ada pihak yang merasa inferior atau merasa kalah. Negosiasi yang dianggap berhasil dan solid jika kesepakatan yang diraih tanpa ada pihak yang merasa dirugikan. Negosiasi dan perjanjian atau kontrak merupakan dua hal yang berhubungan erat, dalam setiap pembuatan suatu kontrak idealnya selalu diawali dengan kegiatan negosiasi. Fase kontrak ada 3, yaitu pra kontrak, pelaksanaan kontrak dan pasca kontrak. Fase pra kontrak atau *precontractual* merupakan fase dimana persiapan membuat atau menyusun kontrak, dalam fase inilah negosiasi dilakukan oleh para pihak. Pada fase pra kontrak, terjadi yang namanya negosiasi.

### **4. Melakukan Perhitungan Harga**

Menurut Yunus (2016), harga wisata merupakan semua pengeluaran yang harus ditanggung oleh wisatawan dalam melakukan rangkaian kegiatan wisata.

Sedangkan menurut Nuriata (2014), biaya wisata diklasifikasikan menjadi dua yaitu:

1. Biaya Tetap (*fixed cost*)

Biaya tetap merupakan biaya yang tidak berubah karena jumlah atau frekuensi. Misalnya biaya untuk transportasi, parkir, guide, dan lain sebagainya..

2. Biaya Tidak Tetap (*variable cost*)

Biaya tidak tetap merupakan biaya yang dapat berubah sesuai dengan jumlah frekuensi.

Dibawah ini merupakan contoh perhitungan harga menurut Nuriata (2014):

Table 1. Perhitungan harga paket wisata menurut, Nuriata (2014)

Biaya Komponen Paket Wisata	F	V
Makan Siang		Rp. 20.000
Tiket Masuk		Rp. 25.000
Local Guide Fee	Rp. 95.000	
Tour Guide Fee	Rp. 200.000	
TOTAL	Rp. 295.000	Rp.45.000
Total Cost/Pax		
Hitungnya $F/Q+V = 295.000 /5+ 45.000$		Rp.104.000
Sucharge 10% $10/100 \times 104.000$		Rp. 114.400
FOC RP. $71.500/Q = 114.000/5$		Rp.137.000

Keterangan:

F = *Fixed cost*

V = *Variabel cost*

Q = Jumlah Pax

FOC = *Free of charge*

## 5. Membuat Brosur

Brosur merupakan bahan informasi secara tertulis yang dicetak dan hanya terdiri atas beberapa halaman yang dilipat tanpa dijilid kemudian hanya berupa selebaran cetakan berisi keterangan singkat tetapi lengkap, Prastowo (2011). Menurut LSUP (Lembaga Sertifikasi Usaha Pariwisata) terdapat beberapa komponen yang wajib ada dalam sebuah brosur, yaitu:

1. Nama paket wisata
2. Durasi Perjalanan Wisata
3. Rute dan Kegiatan Perjalanan Wisata
4. Harga paket wisata dalam mata uang rupiah (2016)
5. Moda Transportasi
6. Jenis Akomodasi
7. Perlindungan asuransi perjalanan wisata bagi wisatawan
8. Biro perjalanan wisata menyediakan jasa pengurusan paspor dan visa

## 6. Pembuatan Itinerary

Menurut Wardhani dkk (1992), *Tour itinerary* merupakan susunan jadwal perjalanan wisata yang sudah diatur sedemikian rupa untuk memberikan kenyamanan atau kepuasan kepada wisatawan. Itinerary sendiri berupa urutan perjalanan, penentuan waktu, keterangan singkat berisi mengenai lokasi yang dikunjungi atau dilalui. Kemudian Yoeti (2006), memberikan pendapatnya bahwa untuk dapat sukses dalam menyusun suatu *tour itinerary* dianjurkan mengikuti beberapa ketentuan berikut:

- b. Menentukan dengan pasti destinasi apa saja yang akan dikunjungi

- c. Menentukan dimana peserta wisata akan menginap serta dimana tempat untuk makan malam atau siang.
- d. Menentukan transportasi yang akan digunakan peserta tour.
- e. Menentukan objek dan atraksi wisata apa yang dapat dilihat selama perjalanan berlangsung dan juga waktu sampai pada objek wisata tersebut.
- f. Menentukan apakah peserta tour akan makan malam di hotel atau tidak.
- g. Menentukan kegiatan setelah makan malam, atau memberikan *free* program bagi peserta tour.

Berdasarkan penjelasan mengenai tour itinerary diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa *itinerary* merupakan suatu dokumen yang berisi segala sesuatu yang memuat mengenai perjalanan wisata. Mulai dari keberangkatan sampai berakhirnya perjalanan wisata tersebut.