

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata adalah salah satu sektor penyokong pendapatan negara tertinggi di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2018, sektor pariwisata sudah menyokong devisa negara sebesar US\$ 16,426 miliar yang dihasilkan dari kunjungan wisatawan mancanegara. Industri pariwisata termasuk diantaranya perusahaan perjalanan wisata (*travel agent*). Dengan berkembangnya industri pariwisata, biro perjalanan menjadi lembaga yang menunjang peningkatan industri pariwisata. Biro Perjalanan Wisata sendiri memegang peranan penting karena dapat memberikan jasa kepada konsumen. Biro Perjalanan Wisata mempromosikan paket wisatanya dengan cara membuat penawaran dan mengunjungi ke sekolah, universitas, kantor, instansi pemerintah, serta masyarakat luas.

Biro Perjalanan Wisata memegang peran penting dalam pengembangan industri pariwisata. Di dalam Biro Perjalanan Wisata itu sendiri terdapat *tour planner* yang bertugas membuat paket wisata yang menarik dan memberikan informasi destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi wisatawan. *Tour planner* memegang peranan penting di dalam Biro Perjalanan Wisata sehingga perlu adanya inovasi dan kreasi agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas.

PT. Fres Indonesia Wisata (Frestour Travel Agency) merupakan salah satu Biro Perjalanan Wisata di Bandung yang beralamat Komplek GBA 1 Blok i No. 46 Bojongsoang, Kabupaten Bandung. Banyaknya Biro Perjalanan Wisata, membuat Frestour Travel Agency harus bersaing dan membuat paket wisata yang lebih menarik dan inovatif. Sebagai *tour planner* di Frestour Travel Agency, *tour planner* dituntut dapat memberikan pelayanan yang terbaik dan membuat paket wisata yang menarik agar dapat dipasarkan kepada konsumen.

Metode pemasaran yang dilakukan oleh Frestour Travel Agency adalah melalui permintaan langsung dari konsumen via telepon. Terkadang permintaan konsumen dapat berubah sewaktu-waktu dan dapat terjadi sehari sebelum *tour* atau pada saat *tour*

berlangsung. Metode pemasaran lain yang dilakukan oleh Frestour Travel Agency yang dinilai cukup efisien dan dapat dilakukan adalah pemasaran melalui internet. Kemajuan teknologi internet yang terus berkembang memberikan dampak negatif pada industri Biro Perjalanan Wisata. Sekarang, informasi seputar paket wisata yang sebelumnya hanya bisa didapatkan melalui Biro Perjalanan Wisata, kini lebih mudah diakses melalui internet. Akibatnya, banyak biro perjalanan wisata yang mulai memasarkan dan mempromosikan produk wisatanya secara online.

Kurangnya *update* mengenai destinasi wisata yang juga merupakan masalah yang sering dialami *tour planner* di Frestour Travel. Banyak konsumen yang ingin paket wisata dengan destinasi wisata yang baru atau sedang tren, tetapi *tour planner* belum mengetahui tentang destinasi wisata tersebut.

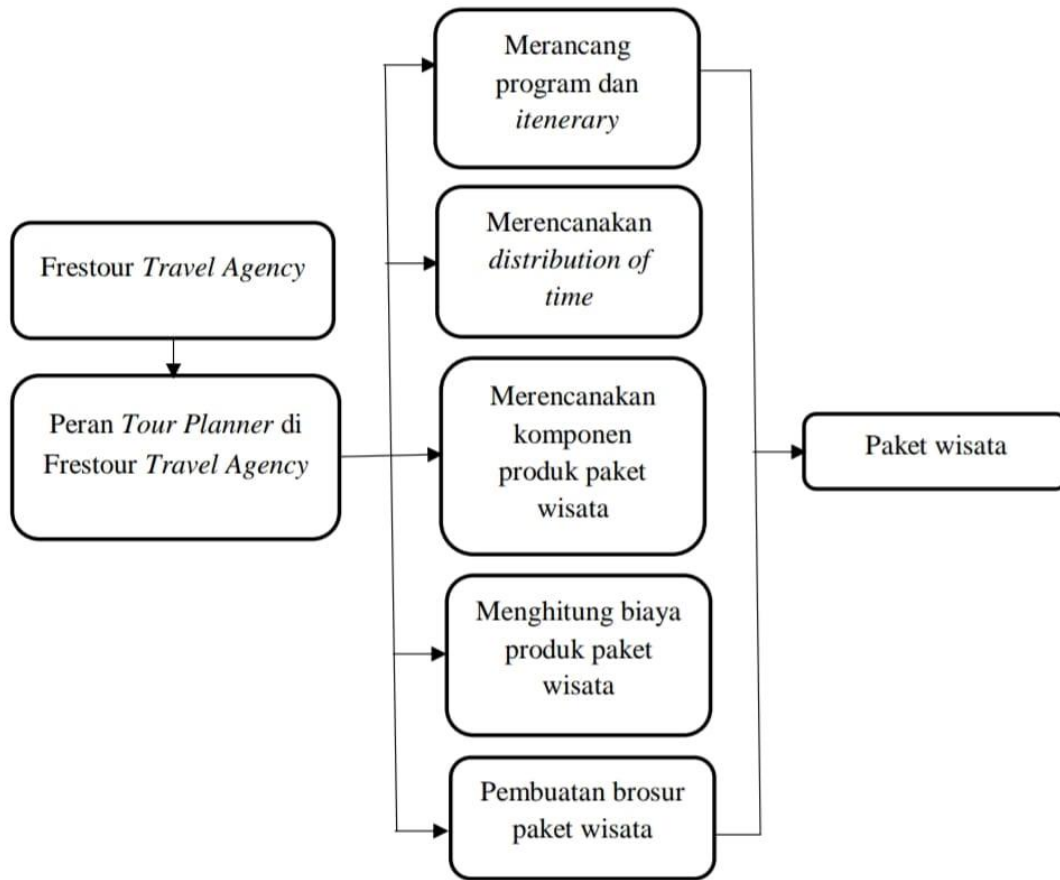
Tour planner di Frestour Travel Agency diharuskan dapat membuat paket wisata yang menarik yang dapat diterima dan dipasarkan ke masyarakat luas khususnya dipasarkan ke internet. Oleh karena itu, seorang *tour planner* di Frestour Travel Agency dituntut harus memiliki inovasi dalam menyusun sebuah produk paket wisata dan produk yang ditawarkan memiliki ciri khasnya tersendiri dibandingkan dengan Biro Perjalanan Wisata yang lain. Berdasarkan permasalahan tersebut, penulis melakukan penelitian mengenai “Peran *Tour Planner* di Frestour Travel Agency”.

1.2 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini yaitu :

1. Mendefinisikan peran *tour planner* di Frestour Travel Agency.
2. Mengetahui faktor pendorong dan penghambat *tour planner* di Frestour Travel Agency.

1.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
(Sumber : Hasil olahan pribadi)

Tour planner mempunyai peran yang sangat penting di suatu biro perjalanan wisata dalam pembuatan paket wisata. Peran yang dimaksud adalah merancang program *itinerary*, merencanakan *distribution of time*, merencanakan komponen produk paket wisata, menghitung biaya perjalanan wisata, dan pembuatan brosur paket wisata. Disamping itu, kreatifitas dan juga inovasi dari seorang *tour planner* sangat berpengaruh dalam menghasilkan paket wisata yang menarik bagi wisatawan.

1.4 Kontribusi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

a. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan dan evaluasi kerja agar lebih baik lagi kedepannya.

b. Bagi Penulis

Meningkatkan wawasan dan pengetahuan khususnya di bidang *tour planner* agar siap menghadapi dunia kerja.

c. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat menjadi perbandingan dalam pengaplikasian hubungan antara materi dan pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti pelajaran.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Pariwisata adalah suatu bentuk perpindahan sementara dari satu lokasi ke lokasi lain, tidak dilakukan untuk tujuan pekerjaan atau mencari penghasilan di tempat yang dikunjungi. Tujuan utamanya adalah untuk menikmati pengalaman perjalanan, bersantai, dan memenuhi berbagai keinginan rekreasi, sebagaimana diungkapkan oleh Yoeti dalam Amalyah (2016).

Menurut Margenroth dalam Catur (2022), pengertian pariwisata adalah aktivitas perpindahan orang-orang dari tempat tinggal mereka untuk sementara waktu, dengan tujuan berwisata ke lokasi lain. Mereka melakukan perjalanan ini sebagai konsumen dari hasil ekonomi dan kebudayaan setempat, memenuhi kebutuhan hidup, dan memuaskan beragam keinginan budaya atau pribadi mereka.

2.2 Biro Perjalanan Wisata

Undang-Undang No. 9 Tahun 1990 bagian kedua pasal 11, sebagaimana dijelaskan dalam Yulianto (2021), mengamanatkan bahwa Biro Perjalanan Wisata adalah entitas usaha yang menyediakan jasa perencanaan dan/atau layanan serta penyelenggaraan perjalanan wisata.

Pendapat Nyoman dalam Fidya (2022) mendefinisikan Biro Perjalanan Wisata sebagai perusahaan yang bertujuan menyusun perjalanan bagi individu yang berencana untuk mengadakannya. Sementara menurut Damardjati dalam Fidya (2022), Biro Perjalanan Wisata adalah perusahaan khusus yang mengkoordinasikan dan melaksanakan perjalanan dan persinggahan, termasuk kelengkapan perjalanannya, dari satu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri, dari dalam negeri ke luar negeri, atau sebaliknya. Dengan kata lain, Biro Perjalanan Wisata bertanggung jawab atas seluruh aspek perjalanan, mulai dari persiapan hingga kelengkapan selama perjalanan, baik itu dalam negeri maupun luar negeri, untuk individu atau kelompok yang memiliki tujuan tertentu.

Menurut Ismayanti dalam Rondonuwu (2016), Biro Perjalanan Wisata adalah usaha yang mengorganisir kegiatan wisata dan jasa terkait penyelenggaraan perjalanan, baik dari dalam negeri ke luar negeri maupun sebaliknya.

Secara keseluruhan, ruang lingkup usaha Biro Perjalanan Wisata mencakup pembuatan atau penyusunan paket wisata, penjualan paket wisata kepada konsumen, dan pemberian pelayanan kepada wisatawan yang membeli paket wisata.

2.3 Peran Tour Planner

Definisi peran menurut Soerjono yang dikutip dalam Solahudin (2022) menyatakan bahwa peran adalah dimensi dinamis dari posisi atau status seseorang. Apabila individu tersebut melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia sedang menjalankan suatu peranan.

Menurut Arthamevia (2022) yang merujuk pada pandangan Yoeti, seorang tour planner dapat dijelaskan sebagai individu yang memiliki pemahaman menyeluruh terhadap berbagai aspek dalam industri perjalanan dan pariwisata. Hal ini mencakup pengetahuan mendalam tentang objek atau acara, fasilitas yang akan digunakan, hingga perhitungan biaya yang diperlukan untuk menentukan harga tour yang akan dipasarkan. Dalam konteks tertentu, tour planner juga diharapkan dapat menetapkan persyaratan khusus untuk suatu tur, serta menentukan parameter seperti apa yang harus diimplementasikan.

Seorang *tour planner* memegang penting peranan dalam penyusunan paket wisata, maka dari itu seorang *tour planner* terlebih dahulu harus mengetahui aspek-aspek yang terdapat di dalam sebuah paket wisata tersebut. Menurut Yoeti dalam Arthamevia (2022), aspek-aspek yang terdapat di dalam sebuah paket wisata adalah sebagai berikut :

a. Destinasi Wisata

Untuk menentukan suatu perjalanan, tour planner harus menentukan terlebih dahulu destinasi utama yang akan dikunjungi. Seorang *tour planner* dalam menentukan objek wisata yang akan dikunjungi harus bisa menyusun urutan

prioritas tentang objek-objek yang akan dikunjungi. Terdapat tiga faktor yang perlu diperhatikan dalam suatu tempat wisata sebagai berikut :

1. *Something to see*
2. *Something to do*
3. *Something to buy.*

b. Kejadian (*event*)

Dalam perencanaan perjalanan, keberadaan event menjadi faktor yang sangat signifikan dalam meningkatkan daya tarik bagi calon peserta. Oleh karena itu, penting untuk menjaga keseimbangan antara penyelenggaraan event dan aspek daya tarik perjalanan itu sendiri. Dengan demikian, diharapkan adanya sinergi antara keduanya yang akan saling melengkapi, berkontribusi pada keberhasilan pelaksanaan tour.

c. Transportasi

Pemilihan transportasi yang tepat untuk suatu *tour* apakah akan menggunakan angkutan udara, darat dan laut. Hal tersebut bergantung pada pertimbangan terhadap biaya.

d. Akomodasi

Akomodasi sangat penting dalam suatu perjalanan wisata karena akomodasi adalah suatu penunjang suksesnya dalam *tour*. Fasilitas yang diberikan harus sesuai dengan yang sudah direncanakan oleh seorang *tour planner*. Selain fasilitas yang diperlukan juga bergantung pada harga yang diinginkan.

e. Makan dan Minum

Dalam pemilihan menu makan dan minum, seorang *tour planner* harus bisa berhati-hati dalam hal ini. Untuk menentukan pilihan, maka hendaklah memperhatikan mayoritas anggota yang akan dibawa.

Dyota Dalam Arthamevia (2020), menjelaskan peran *tour planner* sebagai berikut :

a.) Merancang Program *Itinerary*

Merancang program perjalanan adalah sebuah dasar dalam pembuatan paket wisata. Program perjalanan menjadi hal utama dalam paket wisata, selain itu program perjalanan dapat berfungsi dalam menentukan *itinerary*.

b.) Merencanakan *Distribution of Time*

Distribution of time adalah suatu cara untuk memperkirakan kendala yang mungkin terjadi dalam sebuah perjalanan wisata. Biasanya berupa tinjauan langsung ke lapangan seperti area fisik jalan, kemacetan, jalur alternatif yang dikaitkan dengan jarak yang akan ditempuh, pembagian waktu kunjungan masing-masing destinasi wisata agar *tour* yang dilaksanakan berjalan dengan maksimal.

c.) Merencanakan Komponen Produk Paket Wisata

Adapun komponen-komponen yang dimaksud yaitu :

1. Akomodasi

Akomodasi merupakan komponen penting dalam penyusunan sebuah paket wisata. Akomodasi terdapat beberapa jenis seperti hotel, *villa*, *homestay*, *cottage*, *guest house*, dan lainnya.

2. Transportasi

Dalam memilih jenis transportasi tepat yang akan digunakan selama perjalanan merupakan sesuatu yang perlu diperhatikan, seperti memilih menggunakan transportasi darat, laut, maupun udara.

3. Makan dan Minum

Hal utama dan hal yang harus diperhatikan adalah makan dan minum bagi wisatawan. Hal yang harus diperhatikan adalah dalam hal pemesanan dan sesuai dengan permintaan konsumen.

4. Destinasi dan Daya Tarik Wisata

Sebelum *tour planner* melakukan perencanaan perjalanan wisata, harus menentukan terlebih dahulu objek utama yang akan dikunjungi.

5. Biaya Operasional

Dalam merencanakan perencanaan perjalanan wisata, *tour planner* harus merangkum biaya pengeluaran untuk melaksanakan kegiatan pokok.

d.) Menghitung Biaya Perjalanan Wisata

Tour planner dapat menghitung biaya perjalanan wisata setelah merancang program wisata dan detail komponen, *tour planner* harus dapat memperhatikan harga yang ditawarkan kepada konsumen.

e.) Pembuatan Brosur Paket Wisata

Tour planner berperan dalam pembuatan brosur paket wisata karena dalam menjual sebuah paket wisata, konsumen dapat menilai produk paket wisata yang ditawarkan dengan menggunakan brosur.

2.4 Paket Wisata

Produk paket wisata, atau yang dikenal sebagai *package tour*, merujuk pada suatu perjalanan wisata yang memiliki satu atau beberapa tujuan kunjungan. Paket tersebut dirancang dari beberapa fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang telah ditetapkan, dan dijual sebagai satu harga tunggal yang mencakup seluruh komponen perjalanan wisata (Nuriata dalam Pasaribu, 2014).

Menurut Yoeti dalam Marus (2021), paket wisata dapat diartikan sebagai tur yang direncanakan dan diselenggarakan oleh travel agent atau tour operator. Mereka bertanggung jawab atas risiko penuh, termasuk aspek-acara, durasi perjalanan, destinasi kunjungan, akomodasi, transportasi, serta makanan dan minuman. Semua ini ditetapkan dengan harga yang sudah ditentukan dan bersifat tetap.

Nuriata dalam Pasaribu (2014) mengklasifikasikan paket wisata berdasarkan sifat pembuatannya menjadi dua jenis. Pertama, *Ready Made Tour*, yang merupakan paket wisata yang disusun tanpa menunggu permintaan dari calon konsumen. Dengan demikian, jumlah peserta dan rute perjalanan sudah ditentukan oleh *tour operator*. Kedua, *Tailor Made Tour*, adalah paket wisata yang dibuat setelah menerima permintaan dan pemesanan dari calon konsumen. Penyusunannya dilakukan

berdasarkan keinginan khusus calon konsumen yang akan melakukan perjalanan wisata.

Produk paket wisata memiliki berbagai unsur-unsur yang tidak dapat dipisahkan di dalamnya. Menurut Dyota dalam Arthamevia (2022), unsur-unsur paket wisata yang sempurna adalah sebagai berikut :

- a. Objek wisata yang ada di daerah tujuan wisata, menarik perhatian orang-orang yang datang berkunjung ke wilayah tersebut.
- b. Sarana yang diperlukan di lokasi tujuan, termasuk akomodasi, restoran, bar, hiburan, dan fasilitas rekreasi.
- c. Sistem transportasi yang menghubungkan negara asal wisatawan dengan destinasi tujuan wisata, termasuk transportasi di lokasi tujuan yang menuju destinasi wisata.

Paket wisata memiliki komponen-komponen fasilitas yang digunakan dalam penyelenggaraan perjalanan wisata. Komponen-komponen tersebut meliputi :

a. Fasilitas Wisata

Fasilitas wisata menjadi penunjang yang perlu dipersiapkan di destinasi, mendampingi keberadaan objek wisata.

b. Fasilitas Akomodasi

Akomodasi merupakan fasilitas penting dalam menyusun program paket wisata, memberikan landasan yang kuat untuk perencanaan perjalanan.

c. Fasilitas Restoran

Restoran memegang peran signifikan sebagai fasilitas wisata, karena menyediakan kebutuhan makanan dan minuman bagi wisatawan selama perjalanan wisata.

d. Fasilitas Transportasi

Transportasi menjadi fasilitas krusial, karena tanpa adanya sarana transportasi, perjalanan wisata tidak dapat berjalan dengan lancar.

e. Fasilitas Pertunjukan

Pertunjukan yang menarik bagi wisatawan adalah pertunjukan yang bersifat autentik atau tradisional, tanpa kesan yang rumit.

f. Fasilitas Tempat Perbelanjaan

Berbelanja merupakan kegiatan yang amat digemari oleh wisatawan karena membeli oleh-oleh seperti makanan khas atau kerajinan khas yang tidak ada di tempat tinggal asal.

g. Fasilitas Prasarana Wisata

Komponen ini juga perlu diperhatikan karena sebuah perjalanan wisata dengan prasarana yang baik maka akan berdampak baik juga dalam sebuah perjalanan wisata, seperti jalan yang halus, kecepatan yang diperhatikan, jarak yang sudah diperhitungkan, dan rute yang sudah diperkirakan.