

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata yang berkembang dengan sangat pesat di manfaatkan dengan baik oleh orang dengan membuat sebuah *travel agent* atau biro perjalanan. Biro perjalanan wisata sudah banyak tersebar di berbagai daerah di Indonesia khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Perusahaan *travel agent* terdiri dari beberapa bagian salah satu bagian yang terdapat di *travel agent* yaitu *tour planner*. Seorang *tour planner* dalam pembuatan paket wisata tentunya dibutuhkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki pengalaman, pengetahuan, serta wawasan yang luas dalam manajemen operasional penyusunan paket wisata. *Tour planner* bertugas untuk merencanakan, menghitung, serta menyusun sebuah paket wisata yang sesuai dengan kebutuhan paket wisata. Kebutuhan paket wisata terdiri dari perencanaan transportasi, akomodasi, restoran, dan lain-lain.

Tour planner dalam menjalankan sebuah pekerjaan tentu memiliki tugas dan kewajiban. Tugas seorang *tour planner* dalam sebuah biro perjalanan seperti membuat paket wisata, menyusun perjalanan wisata, dan lain-lain. Salah satu biro perjalanan wisata atau *travel agent* di Yogyakarta yang bernama Happy Tour Jogja yang dibawah lindungan PT Happy Cahya Haryadi yang memiliki divisi *tour planner*. Happy Tour Jogja dalam divisi *tour* terdapat seorang *tour planner* yang memiliki tugas membuat paket wisata, merancang *itinerary* perjalanan wisata, menghitung paket wisata, dan lain-lain. Salah satu tugas dari seorang *tour planner* yaitu membuat paket wisata. Sebuah ide kreatif dari seorang *tour planner* dibutuhkan dalam pembuatan paket wisata. Menurut Diane dan Hendry (2020) jenis paket wisata terbagi menjadi dua yaitu *ready made* dan *tailor made*. Paket wisata *ready made* yaitu produk paket wisata disusun tidak berdasarkan permintaan wisatawan melainkan disusun oleh *tour planner* dan paket wisata *ready made* untuk FIT (*Free Independent Travelers*) atau *individual tourist*, minimal dua orang. Sedangkan, paket *tailor made* yaitu paket wisata yang disusun berdasarkan permintaan dari calon wisatawan dan paket wisata *tailor made* untuk GIT (*Group Inclusive Tour*) paket wisata grup atau rombongan. Oleh sebab itu,

dalam pembuatan paket wisata *tailor made*, *tour planner* berperan dalam membuat paket dengan mengikuti keinginan dari calon wisatawan. Seorang *tour planner* hal ini *travel agent* harus mengulik minat serta keinginan dari calon wisatawan mengenai destinasi wisata yang ingin dikunjungi, transportasi, akomodasi, dan lain-lain. Oleh karena itu, paket wisata *tailor made* menguntungkan pihak perusahaan dan pihak wisatawan, harapannya wisatawan yang puas dengan tour yang berjalan nantinya dapat memesan paket wisata kembali.

Happy Tour merupakan biro perjalanan wisata yang berlokasi di Jl.Imogiri Barat No.06 Glagah Kidul, Tamanan, Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Happy Tour satu diantara biro perjalanan wisata yang bergerak di bidang perjalanan wisata. Dengan banyaknya biro perjalanan wisata, Happy Tour harus siap untuk bersaing dengan biro perjalanan wisata lainnya dengan membuat paket wisata yang menarik dan inovatif. Tugas *tour planner* dalam hal ini dituntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik serta menarik sehingga menarik calon konsumen untuk membelinya. Paket wisata yang ditawarkan tidak hanya paket wisata yang siap jual namun juga menawarkan paket wisata *tailor made* dengan memperhatikan permintaan dari calon wisatawan. *Tour planner* dalam paket *tailor made* dari Happy Tour tidak hanya berfokus pada Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) saja, melainkan dapat di luar Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) contohnya Jawa Tengah, Bali, Jawa Timur, dan lain-lain karena disesuaikan dengan permintaan dari calon wisatawan yang ingin berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Data yang diperoleh dari PT Happy Cahya Haryadi mengenai laporan penjualan paket wisata *tailor made* dari periode September 2022 – Januari 2023 yaitu terdapat sembilan paket yang terjual dengan keseluruhan jumlah pax yaitu 422 pax dengan tujuan destinasi yang dikunjungi berbeda. Seorang *tour planner* dalam menjaga hubungan yang baik untuk melaksanakan sebuah kegiatan tour akan mendapatkan hasil yang baik dengan mendapatkan komentar-komentar yang positif bahkan mendapatkan *repeat order*.

Berdasarkan dari latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa penulis tertarik untuk membuat tugas akhir dengan judul “ **Tugas *Tour Planner* Dalam Perencanaan Paket *Tailor Made* Di PT. Happy Cahya Haryadi**”. Dikarenakan judul

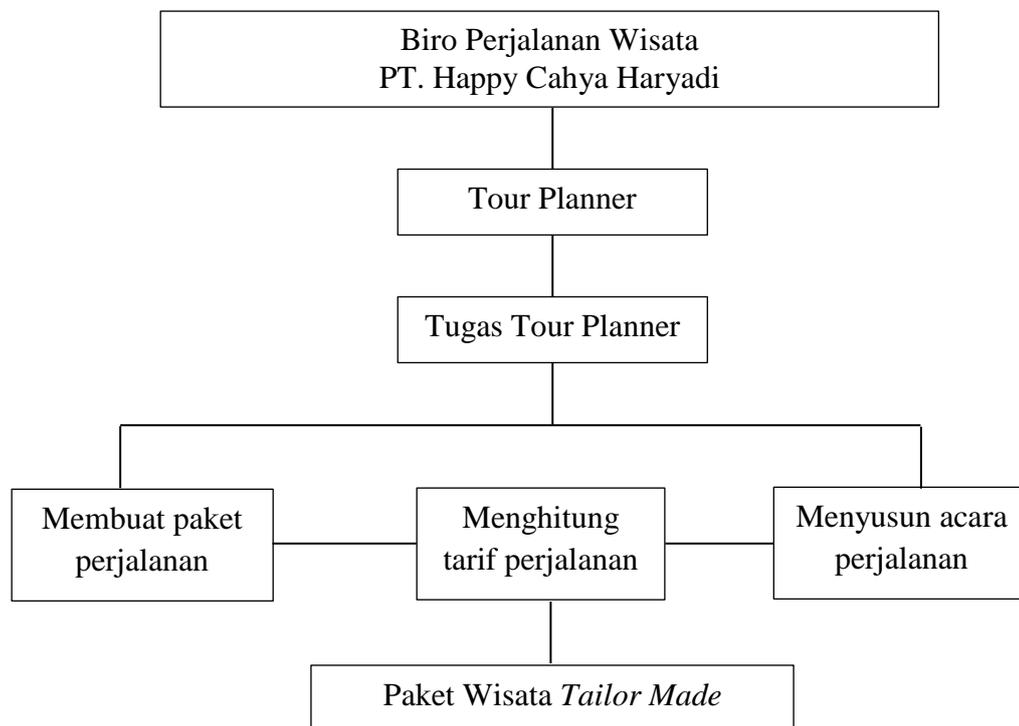
tersebut sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis dalam proses Pratik Kerja Lapangan (PKL).

1.2 Tujuan

Mendeskripsikan tugas *tour planner* dalam perencanaan paket wisata *tailor made* di PT.Happy Cahya Haryadi.

1.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dibuat agar adanya batasan terkait pembahasan mengenai tugas *tour planner* di PT Happy Cahya Haryadi.



1.4 Kontribusi

Penulis dalam tugas akhir ini dapat bermanfaat yaitu:

1. Bagi kampus Politeknik Negeri Lampung sebagai contoh pembelajaran mengenai tugas *tour planner*
2. Bagi perusahaan PT. Happy Cahya Haryadi memberikan support dengan memberikan ilmu dan pengalaman
3. Bagi pembaca menjadi tambahan ilmu dengan adanya informasi mengenai tugas *tour planner* dalam perusahaan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Secara umum pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan seseorang untuk rekreasi atau liburan ke suatu tempat yang memiliki potensi dan dapat dinikmati. Menurut Undang-Undang No.10 tahun 2009 pasal 1 ayat 4 tentang pariwisata yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Menurut Sugiana (2011) mengungkapkan bahwa pariwisata adalah rangkaian aktivitas, dan penyediaan layanan baik untuk kebutuhan atraksi wisata, transportasi, akomodasi, dan layanan lain yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan seseorang atau sekelompok orang. Perjalanan yang dilakukannya hanya untuk sementara waktu saja meninggalkan tempat tinggalnya dengan maksud beristirahat, berbisnis, atau untuk maksud lainnya. Hunziker dan Kraft dalam Muljadi (2009) menyatakan bahwa pariwisata adalah keseluruhan hubungan dan gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing dan perjalanannya itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah. Sehingga dalam melakukan perjalanannya tersebut hanya mencari hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

2.2 Biro Perjalanan Wisata

Pengertian biro perjalanan wisata menurut Damardjati (2010) adalah perusahaan yang khusus mengatur dan menyelenggarakan perjalanan dan persinggahan orang-orang termasuk kelengkapan perjalanannya, dari satu tempat ke tempat lain, baik di dalam negeri, dari dalam negeri, ke luar negeri atau dalam negeri itu sendiri. Definisi biro perjalanan wisata menurut Ismayanti (2010) biro perjalanan wisata adalah usaha yang menyelenggarakan kegiatan wisata dan jasa lain yang terkait dengan penyelenggaraan perjalanan wisata baik dari dalam ke luar negeri maupun sebaliknya.

Adapun pendapat ahli yaitu Ismayanti (2010) dalam ruang lingkup usaha biro perjalanan wisata meliputi :

- a. Membuat atau menyusun paket wisata
- b. Menjual paket wisata kepada wisatawan
- c. Memberikan pelayanan kepada wisatawan yang membeli paket wisata

Menurut Sari, et. al. (2020) biro perjalanan wisata memiliki fungsi yang dapat dibedakan menjadi dua fungsi yaitu:

a. Fungsi Umum

Biro perjalanan wisata merupakan sebuah perusahaan jasa pariwisata yang mempunyai tujuan untuk mempersiapkan atau menguruskan perjalanan seorang dengan segala kebutuhan dari perjalanan itu. Oleh karenanya BPW berfungsi untuk dapat memberikan penerangan informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan masalah perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata pada khususnya.

b. Fungsi Khusus

1. Travel biro sebagai *intermediary* (prantara)

Travel biro berfungsi sebagai perantara antara wisatawan dengan perusahaan industri pariwisata. Untuk kepentingan wisatawan, ia bertugas melengkapi segala informasi tentang berbagai hal menyangkut perjalanan wisatawan terutama daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi memberikan petunjuk tentang acara perjalanan yang baik termasuk pemilihan hotel, transportasi, bar dan restoran, pertunjukan, dan lain-lain. Ia juga mengatur atau menyiapkan perencanaan perjalanan, dan menyelenggarakan perjalanan wisata sesuai dengan keinginan wisata. Dari sisi perusahaan industri pariwisata sebagai produsen, travel biro merupakan saluran distribusi untuk menjual produk-produk jasa perusahaannya.

2. Travel biro sebagai *organisor*

Travel biro harus bisa menciptakan kerja sama yang baik antara wisatawan dengan perusahaan industri pariwisata sebagai *supplier*. Untuk maksud tersebut perusahaan harus aktif melakukan kontrak dan kerja sama dengan pihak *supplier*, membuat perjanjian-perjanjian yang khusus mengatur

hubungan kerja yang akan dilaksanakan untuk kegiatan wisata, sehingga jelas hak dan kewajiban masing-masing. Fungsi lain sebagai organisator yang penting adalah menyiapkan bermacam-macam paket wisata, baik berupa *tailor made* maupun *ready made* yang ditawarkan ke calon wisatawan.

2.3 Tour Planner

Pengertian *tour planner* dalam buku “Perencanaan Wisata” adalah orang yang bertugas melakukan segala kegiatan yang berhubungan dengan perencanaan sebuah wisata (Suyitno, 2001). Ahli lain yaitu Sari & Yanita (2020) mengatakan dalam buku Perencanaan Perjalanan Wisata tentang “*Inbound Tour Planning*” menjelaskan bahwa *tour planner* dapat digambarkan sebagai seorang dalang dalam sebuah pertunjukan wayang. *Tour planner* yang mengatur alur cerita dan menentukan menarik tidaknya sebuah paket wisata. Karena pentingnya peran seorang *tour planner*, maka seorang *tour planner* yang baik seharusnya memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- a. Dapat berfikir secara logis, kreatif, dan reflektif
- b. Sabar, teliti, dan penuh kehati-hatian
- c. Memiliki pengalaman atas wisata yang akan diselenggarakan
- d. Mengetahui kondisi yang sebenarnya atas komponen yang terlibat dalam wisata
- e. Memiliki visi dan imajinasi yang kuat
- f. Memiliki pengetahuan yang luas yang baik tentang produk wisata maupun teknik perencanaan.

2.4 Tugas Tour Planner

Menurut Sari, et al. (2020) adapun tugas-tugas yang dilakukan oleh seorang *tour planner* antara lain yaitu menyusun paket perjalanan, menghitung tarif perjalanan, dan menyusun acara perjalanan. Berikut penjelasan masing-masing tugas tersebut.

2.4.1 Menyusun paket wisata (*tour package*)

Paket perjalanan atau disebut paket wisata terbagi menjadi dua jenis yaitu paket wisata *ready made* dan *tailor made*. Paket wisata disusun oleh *tour planner* dan penyusunan suatu paket wisata dapat dilakukan dengan 2 cara sebagai berikut:

1. Paket yang disusun atas keinginan dari perusahaan perjalanan yang disebut *ready made* yaitu paket yang disusun berdasarkan ide dari perusahaan atau sering disebut "*tour package*".
2. Paket yang disusun berdasarkan dengan permintaan calon wisatawan yang disebut *tailor made* yaitu paket yang baru disusun apabila ada permintaan dari konsumen baik mengenai jangka waktu, rencana perjalanan, jenis fasilitas, dan lain-lain.

Pendapat menurut Nugraha (2020) mengungkapkan bahwa jenis paket wisata terbagi menjadi dua, yaitu:

1. *Ready made tour*

Paket wisata *ready made tour* merupakan sebuah produk paket wisata yang telah disiapkan dengan melihat kebutuhan wisatawan serta melihat segmen pasar yang akan dituju. Perusahaan yang memiliki relasi akan memudahkan dalam proses negosiasi terkait harga sehingga mendapatkan harga kompetitif hal tersebut merupakan kunci keberhasilan dari sebuah paket wisata.

2. *Tailor made tour*

Paket wisata *tailor made* merupakan sebuah produk paket wisata yang disusun berdasarkan dengan permintaan dari calon wisatawan. Seorang *tour planner* memiliki kemampuan dalam hal ketelitian dan kejelian untuk mengetahui keinginan, kebutuhan, serta mempertimbangkan *budget* dari calon wisatawan. *Tour planner* dapat menyelaraskan antara kebutuhan, keinginan, serta kemampuan *budget* dari calon wisatawan tersebut.

2.4.2 Menghitung tarif wisata

Peran *tour planner* dalam hal ini yaitu harus mampu membuat paket wisata yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan harga yang terjangkau. Harga merupakan salah satu aspek penting bagi wisatawan dalam memutuskan untuk membeli atau tidaknya sebuah paket wisata karena wisatawan akan mempertimbangkan keinginan, kebutuhan, dan kemampuannya. Harga jual paket wisata merupakan sebuah hal yang berpengaruh dan menjadi menarik dalam sebuah paket wisata.

Untuk menentukan harga jual suatu paket wisata harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Harga *neet* yaitu harga tetap yang tidak ada pengurangan harga pada saat melakukan penjualan.
- b. Harga *commissionable* yaitu harga yang masih ada pengurang pada saat melakukan penjualan. Harga ini biasanya diperuntukkan bagi agen penjual.
- c. *Complimentary* yaitu pemberian *Free of Charge* (FOC) atau yang disebut pembebasan pembayaran untuk jumlah peserta tertentu. Ketentuan ini biasanya berlaku untuk rombongan jika persyaratan syarat yang ditentukan oleh *tour planner* terpenuhi.

2.4.3 Menyusun jadwal perjalanan (itinerary)

Beberapa pengetahuan yang harus dikuasai oleh *tour planner* dalam menyusun sebuah *itinerary*:

- a. Geografi pariwisata dan penerbangan
- b. Objek-objek wisata beserta aksesibilitasnya
- c. Atraksi wisata beserta event-event yang ada
- d. Pengetahuan tentang transportasi (udara, laut, dan darat) meliputi harga yang berlaku
- e. Pengetahuan tentang peraturan makanan (menu) meliputi harga dan jenis makanan

Adapun dokumen tersebut berisikan informasi-informasi mengenai waktu penyelenggaraan, tempat objek kunjungan, maupun tempat makan. *Itinerary* ini memiliki manfaat dan tujuan berikut ini:

- a. Memotivasi wisatawan untuk membeli paket wisata.
- b. Memberikan gambaran yang pasti kepada wisatawan tentang suatu perjalanan.
- c. Memberikan informasi kepada wisatawan tentang kebutuhan atau fasilitas apa saja yang akan diperoleh dengan membeli paket wisata.

2.5 Komponen Paket Wisata

Sari, et al. (2020) menjelaskan komponen paket wisata yang menunjang dalam sebuah produk paket wisata sebagai berikut:

1. Akomodasi

Akomodasi adalah suatu bangunan atau sebagian bangunan yang disediakan secara khusus, dan setiap orang dapat menginap, makan, serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran. Akomodasi terdiri dari berbagai bentuk. Bentuk akomodasi lainnya dapat berupa motel, vila, *bungalow* dan *cottage*, pondok wisata, dan lain-lain.

2. Transportasi

Transportasi adalah sarana untuk mencapai tujuan wisata dan juga sarana pergerakan di tempat tujuan wisata. Transportasi wisata digunakan wisatawan meliputi transportasi udara, transportasi darat, dan transportasi air.

3. Restoran

Restoran adalah tempat usaha yang dikelola secara komersial yang menyediakan hidangan makanan dan minuman.

4. Hiburan

Hiburan seperti tempat, benda, perilaku, dan lain-lain yang menunjang sebagai penghibur. Hiburan biasanya musik, film, pertunjukan, drama dan lain-lain.

5. Rekreasi

Rekreasi merupakan kegiatan yang dipilih oleh seseorang sebagai fungsi dalam memperbaiki kondisi dan rekreasi tidak berarti sebagai tidak membuang waktu.