

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri yang sangat berpengaruh dalam dunia pariwisata salah satunya yaitu biro perjalanan wisata. Menurut Pendit (2009), biro perjalanan wisata merupakan perusahaan yang memiliki tujuan untuk menyiapkan suatu perjalanan bagi seseorang yang merencanakan untuk mengadakannya. Biro perjalanan wisata berperan sebagai perencana yang dimana akan menyusun rencana suatu perjalanan bagi seseorang mulai dari mencari tujuan wisata, transportasi, akomodasi, serta restoran. Seluruh komponen tersebut dirangkai menjadi sebuah paket wisata sehingga dapat dipasarkan kepada konsumen.

PT. Tampia Star Life merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang ada di Kota Bandar Lampung. PT. Tampia Star Life melayani konsumen dalam memenuhi kebutuhan perjalanan mulai dari paket wisata, transportasi, akomodasi, serta reservasi tiket pesawat. Sebagai perusahaan penyedia jasa wisata, tentunya PT. Tampia Star Life berkomitmen untuk memberikan pengalaman wisata yang menarik dan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Dalam biro perjalanan wisata, terdapat seorang *tour planner* yang memiliki peranan penting dalam merancang paket wisata yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga layak untuk dipasarkan kepada konsumen.

Banyak wisatawan yang mencari pengalaman wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen atau disebut dengan paket wisata *tailor made*. Menurut Hendry (2020) paket wisata *tailor made* adalah paket wisata yang disusun berdasarkan permintaan dari calon wisatawan. Salah satu paket wisata *tailor made* yang sering kali menjadi permintaan konsumen PT. Tampia Star Life adalah paket wisata *tailor made* ke Bandung. Kota Bandung dikenal dengan keindahan alam, kekayaan budaya, dan atraksi wisata yang beragam. Paket wisata *tailor made* Bandung ini merupakan permintaan konsumen mulai dari instansi pendidikan, instansi swasta dan umum. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka laporan

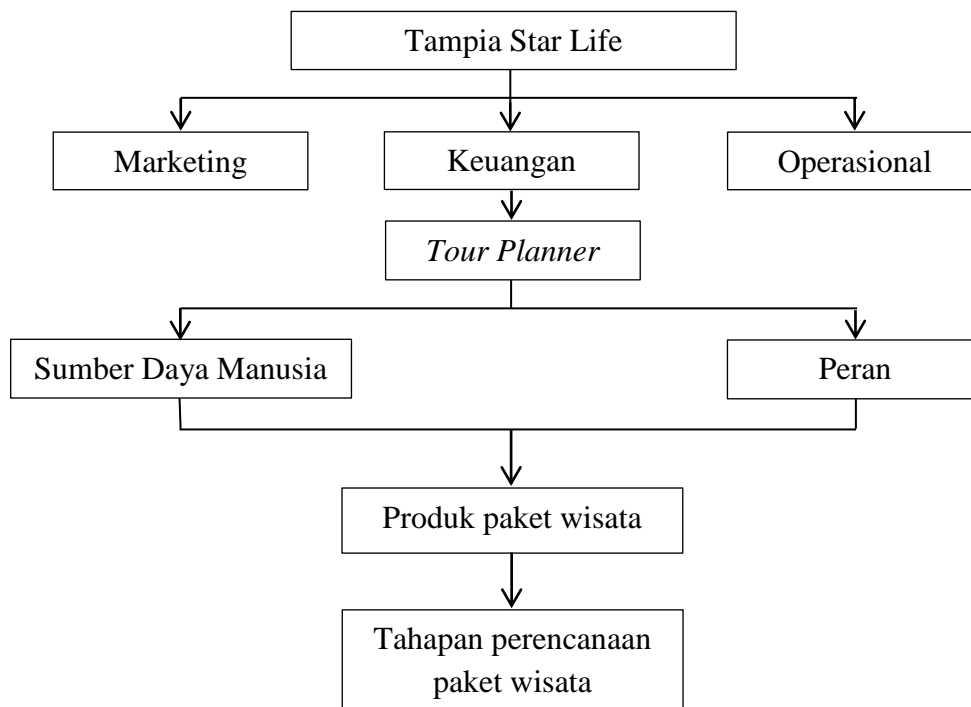
tugas akhir ini membahas “Tahapan Perencanaan Paket Wisata *Tailor Made* ke Bandung oleh *Tour Planner* di PT. Tampia Star Life”.

1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mendeskripsikan tahapan perencanaan paket wisata *tailor made* ke Bandung oleh *tour planner* di PT. Tampia Star Life.

1.3 Kerangka Pemikiran

Tampia Star Life adalah salah satu biro perjalanan wisata di Bandar Lampung yang menyediakan paket wisata. Dalam tahapan perencanaan paket wisata tentunya melibatkan seorang *tour planner* untuk menghasilkan paket wisata yang dapat ditawarkan ke konsumen. Kerangka pemikiran mengenai tahapan perencanaan paket wisata *tailor made* ke Bandung oleh *tour planner* di PT. Tampia Star Life dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

1.4 Kontribusi

Laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Politeknik Negeri Lampung

Menjadi sumber informasi dan referensi bagi program studi D3 Perjalanan Wisata.

2. PT. Tampia Star Life

Menjadi bahan masukan serta saran untuk mengembangkan kualitas paket wisata pada perusahaan.

3. Pembaca

Memberikan informasi dan pengetahuan kepada pembaca mengenai paket wisata dan *tour planner* dalam perencanaan sebuah paket wisata.

4. Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan terkait tahapan perencanaan paket wisata.

II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Industri Pariwisata

Menurut Undang-Undang Pariwisata No. 10 tahun 2009, Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang atau jasa untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan pada penyelenggaraan pariwisata. Usaha pariwisata meliputi daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan (*meeting*), insentif (*incentive*), konferensi (*conferences*), dan pameran (*exhibition*), jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta, dan SPA.

Pariwisata merupakan perpindahan orang untuk sementara dalam jangka waktu yang singkat untuk tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka dapat hidup, bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan (Burkart, 2006). Pada dasarnya pariwisata merupakan perjalanan dengan tujuan untuk menghibur yang dilakukan diluar kegiatan sehari-hari yang dilakukan untuk memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara. Tetapi apabila dilihat dari segi konteks, pariwisata bertujuan untuk menghibur dan juga mendidik.

Pengelolaan sektor pariwisata terus dikembangkan oleh pemerintah, melalui berbagai kebijakan untuk membuat pariwisata Indonesia lebih maju dan dikenal di mata dunia. Sektor-sektor perekonomian yang bergerak pada sektor pariwisata jika pariwisata sudah berkembang, seperti sektor pertanian (subsektor pangan, perkebunan, perikanan, dan peternakan, bahkan subsektor kehutanan), sektor perindustrian terutama kerajinan, industri rumah tangga dan ekonomi kreatif, dan pembangunan infrastruktur (Arjana, 2016).

2.2 Biro Perjalanan Wisata

Biro perjalanan wisata adalah usaha yang menyelenggarakan kegiatan dan jasa lain yang terkait dengan penyelenggaraan perjalanan wisata baik dari

dalam ke luar negeri maupun sebaliknya (Ismayanti, 2010). Selaras dengan pendapat Camilleri (2019), bahwa biro perjalanan wisata menyiapkan paket wisata yang lengkap untuk dijual, seperti transportasi, akomodasi dan berbagai pengaturan obyek wisata.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa biro perjalanan wisata adalah perusahaan yang menyediakan berbagai layanan terkait dengan perjalanan wisata, baik dalam negeri maupun luar negeri. Paket wisata yang ditawarkan mencakup transportasi, akomodasi dan pengaturan obyek wisata. Menurut Ismayanti (2010), ruang lingkup usaha biro perjalanan wisata antara lain, membuat atau menyusun paket wisata, menjual paket wisata kepada wisatawan dan memberikan pelayanan kepada wisatawan yang membeli paket wisata.

Menurut Haq (2009), fungsi biro perjalanan wisata terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Fungsi Umum

Biro perjalanan wisata merupakan suatu badan yang dapat memberikan penerangan atau informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata pada khususnya.

2. Fungsi Khusus

- Biro perjalanan wisata sebagai perantara yang bertindak atas nama perusahaan lain dan menjual jasa-jasa perusahaan yang diwakilinya. Biro perjalanan wisata bertindak diantara wisatawan dan industri wisata.
- Biro perjalanan wisata sebagai badan usaha yang merencanakan dan menyelenggarakan *tour* dengan tanggung jawab dan resikonya sendiri.
- Biro perjalanan wisata sebagai pengorganisasi, yaitu aktif dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan lain baik dalam maupun luar negeri. Fasilitas yang dimiliki dimanfaatkan sebagai dagangannya.

2.3 Perencana Wisata (*Tour Planner*)

Tour planner menurut Suyitno (2001) adalah individu yang bertanggung jawab atas semua aspek terkait perencanaan suatu perjalanan wisata. Menurut

Yoeti (1990), seorang *tour planner* merupakan seseorang yang memiliki pengetahuan luas dan menguasai berbagai aspek dalam industri perjalanan wisata seperti objek wisata, fasilitas yang akan digunakan hingga perhitungan biaya untuk menentukan harga dari kegiatan wisata yang akan dijual dan persyaratan khusus yang mungkin diperlukan untuk beberapa jenis perjalanan. Secara garis besar dapat disimpulkan bahwa *tour planner* adalah seseorang yang memiliki tugas dan tanggung jawab seperti menguasai proses perencanaan wisata, menguasai berbagai aspek pariwisata, menghitung biaya perjalanan, dan menentukan aturan dan persyaratan dalam perjalanan yang sedang direncanakan.

Tugas dan fungsi *tour planner* menurut Arthamevia (2022) adalah sebagai berikut:

a. Merancang program dan *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.

c. Merancang komponen produk paket wisata

Komponen-komponen tersebut yaitu:

- Akomodasi

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

- Transportasi

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

- Makan dan minum

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

- Objek wisata dan daya tarik wisata

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

- 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 dan detail komponen. *Tour planner* harus dapat memperhatikan harga yang ditawarkan kepada konsumen.

e. Pembuatan brosur paket wisata

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

2.4 Paket Wisata

Menurut Yoeti (1990), paket wisata merupakan suatu perjalanan wisata yang telah direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu *travel agent* atau *tour operator*, yang bertanggung jawab sepenuhnya atas aspek-aspek seperti jadwal acara, durasi perjalanan, tujuan wisata, akomodasi, transportasi, serta makanan dan minuman yang telah ditentukan dalam suatu harga yang sudah ditentukan pula jumlahnya. Selaras dengan pendapat Humpreys (2019), Paket wisata merupakan kumpulan dari beberapa komponen pariwisata yang terdiri dari transportasi, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, serta jasa *tour leader* yang dijual ke wisatawan dalam satu harga.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa paket wisata adalah hasil dari penggabungan beberapa komponen dalam perjalanan wisata, yang dikemas

menjadi suatu produk yang tersedia dalam satu harga yang mencakup semua fasilitas yang termasuk didalamnya.

Menurut Nugraha (2020), secara umum paket wisata dibagi menjadi 2 jenis, yaitu :

- *Ready made tour* adalah suatu produk paket wisata yang dipersiapkan atas dasar dari survei atau pengamatan mengenai kebutuhan dari konsumen dengan memperhatikan segmentasi pasar tujuan. Harga paket ini disusun berdasarkan jumlah wisatawan, misalnya 1-10 *pax*, 11-20 *pax* dan seterusnya, disesuaikan dengan kapasitas transportasi yang digunakan. Oleh karena itu, semakin banyak jumlah wisatawan akan mempengaruhi harga dari paket wisata tersebut.
- *Tailor made tour* adalah suatu produk paket wisata yang diproduksi karena adanya permintaan dari calon wisatawan. Proses penyusunan paket wisata ini diperlukan kemampuan, ketelitian dan kejelian dari seorang *tour planner* untuk memahami kebutuhan, keinginan serta kemampuan finansial dari calon konsumen. *Tour planner* berperan menyelaraskan antara kebutuhan, keinginan serta kemampuan daya beli konsumen sehingga paket wisata yang diproduksi tetap berkualitas.

2.5 Tahapan Perencanaan Paket Wisata

Menurut Fiatiano (2009), dalam merencanakan sebuah paket perjalanan wisata *tour planner* harus menguasai tahapan-tahapan perencanaan paket wisata sebagai berikut:

1. Pencarian gagasan

Sumber utama gagasan-gagasan produk paket wisata adalah pasar. Adapun pasar adalah kebutuhan dan keinginan para wisatawan yang belum terpenuhi. Sehingga seorang *tour planner* dapat mengarahkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan dengan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata.

2. Merumuskan tujuan wisata

Hasil dari pengidentifikasi kebutuhan konsumen, yang diperoleh melalui observasi secara langsung maupun tidak langsung, menjadi pedoman dasar

dalam menyusun paket wisata. Hasil yang dirumuskan tersebut harus dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan general yang biasa dikenal dengan rumusan 5W2H, yaitu:

- Apa (*What*): wisata apa yang akan disusun?
- Mengapa (*Why*): mengapa wisata tersebut disusun?
- Siapa (*Who*): siapa saja yang akan terlibat dalam wisata tersebut?
- Dimana (*Where*): dimana wisata tersebut dilaksanakan?
- Kapan (*When*): kapan wisata tersebut diselenggarakan?
- Bagaimana (*How*): bagaimana teknis penyelenggaraan wisata itu?
- Berapa banyak (*How Much*): berapa besar kira-kira biaya yang akan dikeluarkan oleh wisatawan?

3. Observasi dan pengumpulan data

Adapun hal yang diobservasi oleh seorang *tour planner* adalah masalah-masalah yang dipertanyakan dalam rumusan tujuan wisata. Saat melakukan observasi, *tour planner* harus memeriksa komponen utama dalam paket wisata, seperti *tour leader*, *tour guide*, transportasi, akomodasi, restoran, daya tarik wisata dan atraksi wisata dan *souvenir*.

4. Analisis data

Data yang diperoleh melalui observasi akan diolah dan dianalisis. Tujuan analisis data ini adalah untuk menemukan strategi yang akan membantu dalam mencapai tujuan, dan mencari alternatif-alternatif yang mungkin akan ditempuh.

5. Desain produk pendahuluan

Desain produk pendahuluan umumnya digunakan untuk mengembangkan beragam opsi desain yang memenuhi karakteristik konseptual produk terpilih, seperti contoh: jenis paket wisata, komponen pokok dan penunjang kelengkapan suatu paket perjalanan, faktor keamanan, kenyamanan, dan lainnya. Desain produk yang optimal tentu akan dapat menarik wisatawan dan menjadi sebuah produk yang memiliki nilai jual bersaing dengan produk lainnya.

6. Pengujian atau operasional

Pengujian atas alternatif diatas ditujukan pada pengujian pemasaran dan kemampuan dalam pelaksanaan dilapangan, melalui uji pasar dengan dilemparkan ke sekelompok wisatawan untuk dicoba, untuk mengetahui pendapat mereka. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengumpulkan data terkait pendapat wisatawan terhadap produk tersebut.

7. Evaluasi

Setelah kegiatan wisata dilaksanakan sebagai bahan evaluasi maka seorang *tour leader* akan mengumpulkan data mengenai tanggapan wisatawan terhadap paket wisata yang telah mereka ikuti, baik melalui kuesioner maupun bertanya langsung kepada wisatawan. Tanggapan ini kemudian dianalisis dan dievaluasi untuk mengidentifikasi dimana letak kekurangan paket wisata yang diselenggarakan. Hal ini bertujuan untuk segera memperbaiki aspek-aspek yang perlu diperbaiki, sehingga paket wisata berikutnya dapat menjadi lebih berkualitas.

8. Desain terakhir

Hasil dari evaluasi paket wisata yang telah dilaksanakan akan menjadi pedoman untuk memperbaiki kekurangan atau kelemahan dalam paket wisata tersebut dengan melakukan modifikasi-modifikasi. Kemudian, hasil dari modifikasi tersebut dijadikan desain akhir untuk segera dipasarkan sesuai dengan target pasar yang dituju. Pada tahapan ini, standard an prosedur pelayanan juga akan ditetapkan.