

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri yang sangat berpengaruh dalam dunia pariwisata yaitu biro perjalanan wisata dimana peran dari biro perjalanan wisata sebagai badan usaha yang memberikan pelayanan perjalanan wisata, mulai dari keberangkatan hingga kepulangan sehingga wisatawan akan mendapatkan kenyamanan. Biro perjalanan wisata menurut Annisa & Alvianna (2017) juga memiliki peran sebagai perencana yang akan menyusun rencana suatu perjalanan mulai dari mencari akomodasi, transportasi, destinasi, dan restoran. Keseluruhan komponen tersebut akan disatukan dalam sebuah paket wisata yang disusun sesuai dengan tahapan – tahapan agar paket wisata tersebut dapat dipasarkan.

PT Savana Persada Gemilang adalah salah satu biro perjalanan wisata yang sudah lama berdiri di Provinsi Lampung. Biro perjalanan wisata PT. Savana Persada Gemilang menyediakan berbagai permintaan paket wisata mulai dari *fieldtrip*, *study tour*, *outbound*, kunjungan kerja, serta reservasi hotel dan transportasi. PT Savana Persada Gemilang melakukan promosi paket wisata pada instansi pendidikan, instansi pemerintahan, instansi swasta serta umum. PT Savana Persada Gemilang dengan slogan *We Exist To Serve You* yang sangat mementingkan dalam kualitas pelayanan konsumen dengan tujuan agar konsumen yang telah memakai jasa biro PT Savana Persada Gemilang dapat kembali lagi sewaktu mereka membutuhkan jasa pelayanan tour.

Produk paket wisata *study tour* direncanakan oleh *tour planner* dengan melalui beberapa tahapan. Setiap tahapan penyusunan paket wisata perlu diperhatikan untuk menjaga kepuasan dari pelayanan yang akan diterima oleh wisatawan. *Tour planner* akan memberikan informasi destinasi unggulan di daerah tujuan wisata, membuat paket wisata yang menarik, hingga melakukan pelayanan

secara maksimal kepada wisatawan. Menurut Arthamevia (2022) *tour planner* juga harus memiliki inovasi dalam menyusun sebuah produk paket wisata dan produk yang ditawarkan harus memiliki khas yang dapat diunggulkan dibanding produk wisata biro perjalanan wisata lainnya.

Paket wisata *study tour* adalah salah satu paket wisata yang banyak diminati dikalangan konsumen sebab banyak instansi pendidikan yang memerlukan jasa biro perjalanan wisata dalam melaksanakan program sekolah mereka. Menurut Sormin et al. (2022), program karya wisata atau *study tour* berdampak positif terhadap peningkatan pemahaman belajar siswa. Berdasarkan jumlah data Dapodik Kemendikbud tahun 2023 jumlah data sekolah SMP Negeri di Provinsi Lampung mencapai 1.418 sekolah sedangkan jumlah data SMA Negeri adalah 478 sekolah. Berdasarkan data tersebut biro perjalanan wisata melihat adanya peluang untuk merencanakan penawaran paket wisata *study tour*. Sekolah yang mempunyai jumlah peserta banyak dapat menjadi prioritas pangsa pasar bagi biro perjalanan wisata.

Dalam paket wisata *study tour*, tentunya terdapat beberapa kunjungan ke berbagai industri besar sebagai program sekolah. Sehingga peran *tour planner* dibutuhkan untuk menyiapkan kunjungan industri tersebut. Serta dibutuhkan fasilitas yang memadai didapat agar siswa merasa nyaman dan aman selama perjalanan. PT Savana Persada Gemilang melakukan penawaran paket wisata *study tour* ke berbagai sekolah khususnya yang ada di Provinsi Lampung. Paket wisata *study tour* cukup banyak diminati dikalangan konsumen khususnya di instansi pendidikan karena berbagai sekolah yang ada di lampung mempunyai program *study tour* di dalam kurikulum sekolah. Selain itu dengan pelayanan yang baik serta ramah dan didukung dengan harga yang terjangkau menjadi penyebab utama PT. Savana Persada Gemilang banyak diminati di kalangan konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk membuat laporan tugas akhir dengan judul “Tahapan dalam Pembuatan Paket Wisata *Study Tour* di PT Savana Persada Gemilang”.

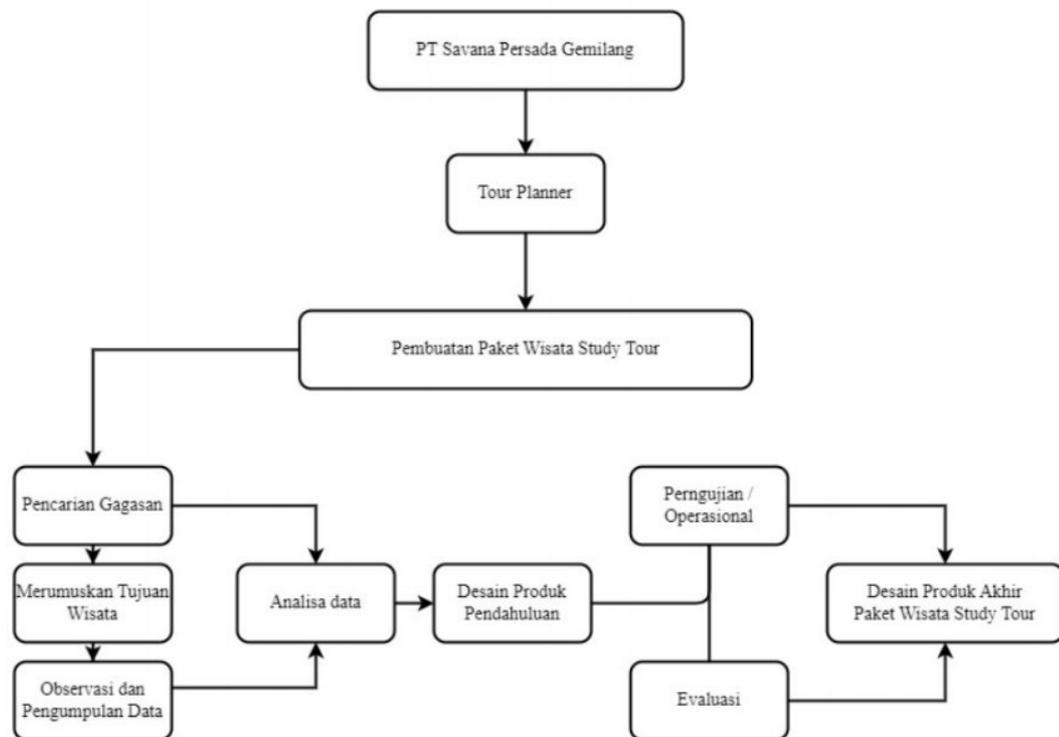
1.2 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk mendeskripsikan tahapan pembuatan paket wisata *study tour* pada biro perjalanan wisata PT. Savana Persada Gemilang.

1.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada tulisan ini menjelaskan tentang biro perjalanan wisata PT. Savana Persada Gemilang yang menyediakan paket wisata *study tour*. Dalam merencanakan sebuah paket wisata diperlukan tahapan mulai dari awal sampai ke tahap akhir menjadi sebuah paket wisata.

Kerangka pemikiran dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka pemikiran
Sumber: Penulis 2023

Dengan adanya tahapan perencanaan paket wisata, seorang *tour planner* dapat menyusun paket wisata yang layak untuk dipasarkan. Perencanaan paket wisata khususnya *study tour* berdasarkan komunikasi sesuai permintaan dan kebutuhan dari

instansi pendidikan tersebut. Dengan tahapan perencanaan paket wisata di atas, seorang *tour planner* dapat menentukan harga yang akan dijual pada konsumen.

1.4 Kontribusi

Penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak yaitu:

1. Politeknik Negeri Lampung
Sebagai sumber referensi dan informasi bagi mahasiswa untuk kebutuhan penyusunan tugas akhir pada tahun ini dan berikutnya.
2. PT Savana Persada Gemilang
Sebagai masukan mengenai tahapan dalam perencanaan penyusunan paket wisata dalam negeri yang dilakukan *tour planner* pada biro perjalanan
3. Penulis
Menambah wawasan dan pengetahuan dengan perencanaan sebuah paket wisata.
4. Pembaca
Sumber pengetahuan dan wawasan mengenai paket *study tour* dan peran *tour planner* di dalamnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Industri Pariwisata

Industri pariwisata menurut Nugraha (2020), merupakan sektor unggulan di berbagai negara. Industri pariwisata menjual banyak jasa pelayanan untuk konsumen sehingga tidak banyak mengeksploitasi sumber daya alam. Melalui industry ini banyak budaya daerah yang secara tidak langsung dibantu untuk dipromosikan. Hal ini menjadi keuntungan bagi suatu daerah kunjungan wisata dan dapat meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian sekitar. Pendapat lain dijelaskan oleh Fiatiano (2009), industri pariwisata ini identik dengan sebuah perjalanan wisata. Industri pariwisata juga dijelaskan oleh Hakim (2010), sebagai suatu usaha yang menghasilkan suatu produk mengenai kegiatan wisata yang berkenaan dengan usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia untuk memperoleh kesenangan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan membagi usaha pariwisata menjadi beberapa bidang yaitu:

- a. Daya tarik wisata
- b. Kawasan pariwisata
- c. Jasa transportasi wisata
- d. Jasa perjalanan wisata
- e. Jasa makanan dan minuman
- f. Penyedia akomodasi
- g. Penyelenggara kegiatan hiburan dan rekreasi
- h. Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran
- i. Jasa informasi pariwisata
- j. Jasa konsultan pariwisata
- k. Jasa pramuwisata
- l. Wisata tirta
- m. Spa

2.2 Jenis Pariwisata

Berdasarkan motivasi dan tujuannya, Swabawa et al. (2022), berpendapat bahwa pariwisata terbagi menjadi beberapa jenis yaitu:

a. *Pleasure tourism*

Pariwisata ini bertujuan untuk menikmati suasana perjalanan. Pada umumnya, jenis pariwisata *pleasure tourism* biasanya wisatawan akan pergi meninggalkan daerah asalnya menuju daerah lain untuk tujuan berlibur, memenuhi rasa keingintahuan, menikmati keindahan alam, serta untuk mendapatkan ketenangan juga kedamaian yang tidak didapatkan di daerah asalnya.

b. *Recreation tourism*

Pariwisata ini bertujuan untuk rekreasi atau hiburan. Biasanya kegiatan wisata ini dilaksanakan ketika liburan dengan kegiatan seperti beristirahat dan memulihkan kesegaran jasmani dan rohaninya. Umumnya wisatawan yang melakukan *recreation tourism* lebih menyukai health resort.

c. *Cultural tourism*

Kegiatan wisata untuk kebudayaan. Biasanya wisatawan yang melakukan kegiatan ini memiliki ciri ciri seperti rasa keingintahuan untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, atau cara hidup masyarakat lain di daerah yang berbeda, mengunjungi monumen atau lokasi bersejarah, pusat kesenian atau keagamaan, festival kebudayaan, dan sejenisnya.

d. *Sport tourism*

Pariwisata ini bertujuan untuk kegiatan berolahraga. Jenis pariwisata ini terbagi menjadi dua yaitu *big sport event* yang mana merupakan peristiwa olahraga besar seperti olympiade games, kejuaraan internasional, atau sejenisnya yang memiliki daya tarik bagi penonton atau penggemarnya dan *sporting tourism of practitioners*, yaitu pariwisata olahraga untuk wisatawan yang memiliki keinginan untuk mencoba mempraktikkan sendiri kegiatan olahraga tersebut.

e. *Business tourism*

Pariwisata ini bertujuan untuk kepentingan usaha dalam berbisnis. Perjalanan wisata ini adalah bentuk dari professional travel dikarenakan adanya hubungan antara pekerjaan atau jabatan seseorang yang tidak memberikan kepada orang tersebut untuk memilih tujuan atau waktu kegiatannya.

f. *Convention tourism*

Pariwisata konvensi merupakan pariwisata yang cukup diminati di beberapa negara karena dengan adanya pelaksanaan wisata konvensi ini akan banyak peserta atau wisatawan yang hadir dan berkunjung serta tinggal dalam waktu yang cukup lama di daerah pelaksanaan konvensi sehingga meningkatkan perekonomian setempat.

2.3 Biro Perjalanan Wisata

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan merumuskan bahwa yang dimaksud dalam usaha biro perjalanan wisata atau agen perjalanan wisata adalah usaha-usaha yang meliputi penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, termasuk penyelenggaraan perjalanan ibadah. Menurut Fiatiano (2009), biro perjalanan umum atau biro perjalanan wisata adalah penyelenggara tour yang secara legal yang memiliki hak untuk merencanakan dan menyelenggarakan suatu perjalanan yang dikemas di dalam paket wisata yang terorganisir dan diselenggarakan secara profesional. Pendapat serupa dijelaskan oleh Nugraha (2020), mengenai biro perjalanan wisata adalah suatu usaha yang bersifat komersial yang menyediakan jasa pelayanan yang mengatur seseorang atau lebih untuk melakukan perjalanan wisata di dalam maupun ke luar negeri. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa biro perjalanan wisata adalah usaha yang bersifat komersil yang menyediakan jasa perencanaan dan penyelenggaraan kegiatan wisata yang dikemas dalam paket wisata baik dilaksanakan di dalam maupun di luar negeri.

2.4 Paket Wisata

Paket wisata adalah suatu produk perjalanan wisata yang memiliki satu atau lebih tujuan kunjungan yang disusun dari beberapa, minimal dua, fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga yang tunggal meliputi keseluruhan komponen di perjalanan wisata (Nuriata, 2019). Sedangkan menurut (Utama, 2014), paket wisata adalah perjalanan wisata dengan satu atau beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari berbagai fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga tunggal menyangkut keseluruhan komponen dari perjalanan wisata.

Dari pendapat beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa paket wisata adalah gabungan dari berbagai komponen dalam kegiatan wisata yang dikemas menjadi suatu produk yang dijual dalam satu harga yang sudah termasuk fasilitas atas komponen di dalamnya.

2.5 Jenis Paket Wisata

Jenis paket wisata menurut Nugraha (2020), secara umum terbagi menjadi dua yaitu:

a. *Ready made tour*

Paket wisata jenis ini adalah produk paket wisata yang sudah direncanakan dan diproduksi berdasarkan hasil pengamatan terhadap kebutuhan konsumen dengan melihat segmen pasar tujuan. Kunci keberhasilan dari penjualan paket wisata jenis ini adalah luasnya relasi perusahaan dalam menentukan penyedia komponen di dalam paket wisata dan kemampuan negosiasi harga, sehingga paket wisata jenis ini dapat dijual dengan harga yang lebih kompetitif.

Menurut Nugraha (2020), adapun tahapan dari penyusunan *ready made tour* ini, yaitu:

- 1) Biro perjalanan menyusun paket wisata untuk dijual kepada konsumen secara langsung maupun lewat travel agent sebagai retailernya.

- 2) Pelanggan dapat memesan produk secara langsung ke biro perjalanan wisata atau melalui agen perjalanan yang diinginkan.
- 3) Biro perjalanan memberikan respons seluruh pesanan melalui proses reservasi.
- 4) Menyelenggarakan perjalanan wisata sesuai dengan program yang sudah dipersiapkan.

b. *Tailor made tour*

Tailor made tour adalah paket wisata yang direncanakan dan diproduksi dikarenakan adanya permintaan dari calon konsumen. Kemampuan penyusunan paket wisata sangat ditentukan dari ketelitian dan kejelian dari *tour planner* untuk menganalisis kebutuhan, keinginan, serta kemampuan finansial dari calon konsumen. Bagaimana seorang *tour planner* dapat menyelaraskan antara kebutuhan, keinginan dan kemampuan daya beli konsumen sehingga paket wisata yang disusun tetap berkualitas.

Menurut Nugraha (2020), ada beberapa tahapan yang dilakukan dalam menyusun *tailor made tour* ini, antara lain:

- 1) Konsumen menghubungi *tour operator* untuk bertanya dan memesan produk paket wisata.
- 2) *Tour Operator* menghubungi biro perjalanan wisata untuk menyampaikan permintaan dari calon konsumen.
- 3) Biro perjalanan wisata memproses dan memberikan penawaran dan harga sesuai yang diinginkan calon konsumen.
- 4) Penawaran paket wisata tersebut disampaikan kepada calon konsumen dan terjadi negosiasi harga sehingga mencapai kesepakatan dan konfirmasi dari calon konsumen.
- 5) *Tour Operator* mengkonfirmasi seluruh penawaran dari biro perjalanan wisata.
- 6) Biro perjalanan wisata mengadakan kerja sama dengan *tour operator* lokal daerah tujuan wisatawan untuk melanjutkan proses reservasi.

7) *Tour* dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah disiapkan saat penyusunan paket wisata.

Paket wisata *study tour* di PT Savana Gemilang Persada merupakan hasil kolaborasi antara jenis paket wisata *ready made tour* dan *tailor made tour*. Paket *study tour* direncanakan berdasarkan hasil analisa kebutuhan konsumen namun tidak menutup kemungkinan dalam proses pembuatannya terdapat perubahan detail yang menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

2.6 Komponen Paket Wisata

Nugraha (2020), menjelaskan bahwa komponen wisata meliputi fasilitas yang tersedia dan terlibat dalam penyelenggaraan wisata yang terjadi karena adanya kesatuan dan gabungan antara berbagai fasilitas yang saling mendukung dan berkesinambungan. Komponen wisata tersebut antara lain:

a. Sarana transportasi

Sarana transportasi ini terkait dengan mobilisasi wisatawan dari suatu daya tarik menuju daya tarik wisata lainnya. Namun saat ini, transportasi juga digunakan sebagai salah satu atraksi wisatawan yang menarik. Transportasi yang dijadikan atraksi wisata biasanya dikarenakan memiliki keunikan karakter yang khas dan otentik yang tidak bisa dijumpai di daerah asal wisatawan.

b. Sarana akomodasi

Sarana akomodasi merupakan lokasi penginapan yang akan digunakan ketika kegiatan wisata lebih dari 24 jam seperti hotel, losmen, motel, dan lainnya.

c. Sarana makanan dan minuman

Sarana makanan dan minuman ini apabila ditinjau dari lokasinya ada yang berada dan menjadi bagian dari sarana akomodasi dan ada juga yang berdiri sendiri secara independen. Sarana ini tentu sangat dibutuhkan oleh wisatawan dalam memenuhi kebutuhan makan dan minum saat melakukan kegiatan perjalanan wisata. Adapun sarana makanan dan minuman ini antara lain: restoran, kedai, angkringan, dan lain lain.

d. Atraksi dan daya tarik wisata

Atraksi dan daya tarik wisata merupakan komponen utama di dalam paket wisata. Dalam menyusun atraksi dan daya tarik wisata, seorang *tour planner* harus menyesuaikan atraksi dan daya tarik wisata yang akan dikunjungi dengan karakteristik konsumen yang akan melakukan kegiatan wisata. Adapun karakteristik daya tarik wisata tersebut yaitu, wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata ziarah, dan wisata hiburan. Jangan sampai atraksi dan daya tarik wisata yang di masukan ke dalam paket wisata tidak sesuai dengan keinginan dan karakter calon konsumen, karena diyakini hal tersebut akan menurunkan kepuasan konsumen.

e. Toko cinderamata

Sarana ini merupakan komponen pendukung paket wisata di mana keberadaannya akan membantu wisatawan untuk mencari cinderamata khas daerah tujuan wisata dan juga membeli oleh-oleh yang akan diberikan kepada kerabat mereka setelah kembali dari kegiatan wisata.

2.7 Tahapan Pembuatan Paket Wisata

Tahapan dalam pembuatan paket wisata menurut Fiatiano (2009), meliputi beberapa tahapan yaitu:

1. Pencarian gagasan

Tour planner berperan dalam mengarahkan produk paket wisata yang direncanakannya sesuai dengan keinginan wisatawan dengan cara mengidentifikasi terlebih dahulu apa saja kebutuhan dan permintaan wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata. Analisis pasar adalah sumber informasi utama dalam pencarian gagasan dalam proses pembuatan produk paket wisata.

2. Merumuskan tujuan wisata

Hasil identifikasi akan kebutuhan konsumen yang didapat dari observasi baik secara langsung ataupun tidak langsung, digunakan sebagai pedoman dasar untuk menyusun paket wisata. Hasil yang dirumuskan tersebut harus

bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan umum 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?
- Di mana (*Where*): di mana 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 dikeluarkan oleh wisatawan ?

3. Observasi dan pengumpulan data

Tour planner berperan untuk mengobservasi masalah yang dipertanyakan pada proses merumuskan tujuan wisata. Ketika melakukan observasi, *tour planner* perlu memperhatikan komponen-komponen pokok paket wisata, seperti *tour leader*, pemandu wisata, transportasi, akomodasi, restoran, daya tarik wisata dan atraksi wisata, dan souvenir. Observasi utamanya difokuskan kepada fasilitas akomodasi seperti kelas hotel, jumlah kamar, dan ketersediaan kamar, sarana transportasi meliputi tahun pembuatan mobil, jumlah armada, dan fasilitas yang ada di dalam transport. Untuk restoran, observasi biasanya difokuskan pada menu makanan, kapasitas restoran, kebersihan, pelayanan, dan sistem pembayarannya.

4. Desain produk pendahuluan

Desain produk pendahuluan biasanya dilakukan untuk mengembangkan beberapa alternatif desain untuk 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 baik tentu akan dapat menarik wisatawan dan menjadi sebuah produk yang memiliki nilai jual bersaing dengan produk lainnya.

5. Pengujian atau operasional

Pengujian atas produk pendahuluan pada pengujian pemasaran dan kemampuan dalam pelaksanaan di lapangan, melalui uji pasar dengan dilemparkan ke sekelompok wisatawan untuk dicoba, untuk mengetahui pendapat wisatawan. Maksud pengujian ini adalah untuk mendapatkan data tentang pendapat wisatawan terhadap produk tersebut.

6. Evaluasi

Setelah melakukan pengujian atau operasional dari paket wisata yang dicobakan pada wisatawan, maka akan memperoleh data tentang tanggapan -tanggapan atas paket wisata yang dicobanya. Tanggapan-tanggapan yang masuk itu dianalisis dan dievaluasi kembali agar mengetahui akan kekurangan atau kelebihan atas produk paket wisata yang diujikan

7. Desain terakhir

Hasil dari evaluasi paket wisata yang telah diujikan atau dioperasionalkan akan dipakai sebagai rujukan untuk memperbaiki kekurangan atau kelemahan paket wisata tersebut dengan melakukan modifikasi-modifikasi. Selanjutnya hasil dari modifikasi tersebut dijadikan desain akhir untuk segera dipasarkan sesuai dengan pasar -pasar yang dituju. Dalam tahap ini pula penetapan standar dan prosedur pelayanan ditentukan

Tabel 1. Tampilan itinerary dengan metode matrik/ tabel

<i>Day</i>	<i>Time</i>	<i>Description</i>
01	05.30	Sarapan pagi di hotel
	06.00	<i>Start from</i> Ibis Style Hotel – Tangkuban Perahu
	06.00 – 06.10	Pengarahannya dari <i>tour leader</i> sebelum perjalanan dimulai
	09.10 – 11.30	Tangkuban Perahu Mt Perjalanan menuju Tangkuban Perahu Mt- Aktivitas di Tangkuban Perahu- Foto bersama di Photo stop Tangkuban Perahu
	11.30 – 18.30	Menuju objek wisata <i>outbound</i> Cikole – Pasar Terapung (<i>Floating Market</i>) – <i>Lunch</i> di Pasar Apung – Menuju Pasar Baru – Kembali ke Hotel – Makan malam di restoran local
	20.00	<i>Check in hotel</i> – Acara bebas

Sumber: (Nugraha, 2020)

2.8 Study Tour (Pariwisata Pendidikan)

Pariwisata pendidikan merupakan bagian dari industri pariwisata yang bertujuan untuk meningkatkan pengembangan pariwisata, program kegiatan ini dapat menjadi alat dalam memperbaiki pariwisata nasional (Samah & Ahmadian, 2013). *Study tour* adalah salah satu bentuk kegiatan dari pariwisata pendidikan yang bertujuan untuk mempelajari destinasi wisata langsung di lapangan. Program wisata ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan bagi siswa agar memiliki pengalaman langsung mengenai situasi di suatu daya tarik wisata. Hal ini dilakukan karena tidak memungkinkan menghadirkan setiap peristiwa ke dalam kelas pelajaran untuk dipelajari dan diamati (Mahika, 2011).

Pendapat lain disampaikan oleh Goh (2011), bahwa *study tour* merupakan alat dalam pendidikan yang berguna untuk mengubah pengalaman belajar di luar kelas pada umumnya. Informasi tambahan dari Juniarta et al. (2018), bahwa kegiatan *study tour* ini dapat bermanfaat bagi sekolah atau instansi dengan memberikan pengalaman berharga terutama bagi pendidikan pariwisata. Siswa sebagai peserta *study tour* mampu memperluas pemahaman mereka terkait fenomena budaya dan sosial yang kompleks dan belajar pentingnya bersosialisasi dengan mendengarkan cerita dan perspektif masyarakat di daerah tujuan *study tour* mereka (Naka, 2016).

Kegiatan *study tour* merupakan proses belajar yang dapat mendorong untuk mencari sumber pembelajaran di luar kelas melalui tujuan memberikan pemahaman dan wawasan kepada mereka mengenai materi yang kemudian mereka pelajari di kelas Husamah dalam (Sormin et al., 2022) .

2.8.1 Pengaruh dan Dampak dari Kegiatan Study Tour

Pengaruh dari penerapan metode karya wisata atau *study tour* menurut Darmani & Renaldi (2018), lebih unggul jika dibandingkan dengan metode pembelajaran yang hanya mengandalkan teori tanpa adanya kegiatan langsung. Pada hal ini siswa akan memiliki pengalaman baru kegiatan belajar mengajar menjadi lebih berkesan dan diharapkan akan berdampak pada proses belajar siswa.

Penilaian yang dimaksud untuk mengukur serta untuk mengetahui kinerja belajar siswa. Tujuannya yang diharapkan nantinya dibagi menjadi tiga kelompok seperti: sikap, pengetahuan, dan keterampilan.

2.8.2 Manfaat dari Kegiatan *Study Tour*

Manfaat serta kelebihan yang akan dirasakan oleh wisatawan khususnya siswa dalam kegiatan *study tour* menurut Zainal Aqib dan Ali Muradlo dalam Sormin et al. (2022) yaitu :

- 1) Murid bisa melihat secara spontan kehidupan hewan di kebun binatang.
- 2) Peserta didik dapat mengajukan pertanyaan, mengamati, mencatat, menarik kesimpulan, dan menjawab pertanyaan atau bertanya secara langsung tentang hal yang tidak dipahami.
- 3) Program karyawisata memiliki prinsip pedagogik terkini yang menggunakan lingkungan nyata dalam proses pendidikan dan pembelajaran.
- 4) Menjadikan apa yang dipelajari di lingkungan sekolah lebih relevan dengan kenyataan dan kebutuhan masyarakat.
- 5) Pembelajaran disertai dengan program *study tour* bisa memotivasi kreativitas siswa.
- 6) Dapat menambah bahan pembelajaranyang lebih banyak, lebih dalam, dan lebih mutakhir.
- 7) Peserta didik memperoleh pengalaman yang aktual.
- 8) Pengetahuan siswa terintegrasi.
- 9) Untuk media hiburan yang menyenangkan yang bisa memotivasi siswa untuk lebih giat dalam pembelajaran di kelas.
- 10) Menciptakan pemikiran yang lebih dalam dan intuitif

Manfaat lain dari kegiatan *study tour* juga dijelaskan oleh Putri et al. (2019), bahwa terdapat manfaat pada kesehatan psikologi dan sosial pada komponen motivasi dan depresi yang dirasakan pada kegiatan rekreasi *study tour* dari perspektif siswa, guru dan orang tua. Kegiatan *study tour* akan menambah wawasan mengenai kebudayaan, sosial, dan adat istiadat di Indonesia (kognitif), menghilangkan

kejenuhan setelah belajar terus menerus secara intrakurikuler (afektif) dan mengisi liburan siswa. Hal ini sesuai dengan tujuan kegiatan pendidikan rekreasi dalam dunia pendidikan untuk keterampilan jasmani (psikomotor dan fisik), sikap sosial, mental atau kebiasaan (afektif), keterampilan intelektual (kognitif).