

## **Penerapan Manajemen Operasional Paket Wisata *Tailor Made Tour* Di PT. Tunas Indonesia Tours And Travel Yogyakarta**

**Rahmat Abdullah**

Program Studi Agrowisata Bahari Politeknik Perikanan Negeri Tual  
[rahmat.abd@polikant.ac.id](mailto:rahmat.abd@polikant.ac.id)

**Yunita Prihastuti**

Travel Consultant PT. Tunas Indonesia Torus and Travel Yogyakarta  
[yunita.prihastuti@gmail.com](mailto:yunita.prihastuti@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*This research aims to determine the application of operational management of tailor made tour packages at PT. Tunas Indonesia Tours & Travel Yogyakarta. This research used a qualitative descriptive approach, the data were collected through observation, interviews and literature studies. The informants in this research are the company's staffs who are involved in, command or understand the operational management of tour packages. Data analysis used the model of Miles and Huberman, namely data reduction, data display and conclusion drawing. The results of the research showed there are four operational stages of tailor made tour packages making by Travel Consultant staff, the first stage is the planning stage consists of receiving the package tour reservations, following up the package tour reservations, determining payment policies according to company regulations, and issuing travel documents for the tour. The next stage, the organizing stage is conducting in tour preparation proceed. The directing stage is taking out during the tour. And the last stage, the controlling stage is taking out by the travel consultant staff during the post-tour evaluation.*

**Keywords:** *Travel Agent, Operational Management, Tour Package*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan manajemen operasional paket wisata tailor made tour di PT. Tunas Indonesia Tours & Travel Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Informan dalam penelitian ini ialah staf perusahaan yang berkecimpung, menguasai atau memahami tentang manajemen operasional paket wisata. Analisis data menggunakan model Miles and Huberman yaitu data reduction, data display dan conclusion drawing. Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat tahapan dalam operasional paket wisata tailor made tour yang dilakukan oleh staf Travel Consultant, yang pertama yaitu tahap perencanaan yang dimulai dari menerima order paket wisata, memfollow up permintaan paket wisata, menentukan kebijakan pembayaran dan menerbitkan dokumen perjalanan. Tahap berikutnya yaitu pengorganisasian, yang dilakukan pada saat persiapan tour. Kemudian tahapan pengarahan yang dilakukan saat pelaksanaan tour berlangsung. Dan tahapan yang terakhir yaitu pengendalian, yang dilakukan oleh travel consultant pada saat evaluasi pasca tour.

**Kata kunci :** Usaha Perjalanan Wisata, Manajemen Operasional, Paket Wisata

## PENDAHULUAN

COVID-19 telah meluluhlantakkan sendi-sendi perekonomian, industri, dan bisnis yang memaksa kita memasuki dunia yang sama sekali baru: *A WHOLE NEW WORLD*. Pada tahun 2021, kita telah memasuki perubahan peta industri besar, mungkin terbesar dalam sejarah peradaban umat manusia, yaitu pergeseran industri maha dahsyat dan ekstrim, yang disebut *Industry Megashift* (*trend* pariwisata 2021).

Sektor pariwisata termasuk sektor pertama yang terpukul langsung oleh dampak pandemi, hal ini diakibatkan dari sepihnya wisatawan mancanegara maupun lokal menyusul penerapan kebijakan pembatasan berskala besar maupun pembatasan kegiatan masyarakat di banyak daerah di Tanah Air (Gunteja, et al., 2021). Namun sejak adanya vaksin, ancaman resiko kesehatan sanggup ditekan. Begitu muncul titik terang tentang vaksin, maka sentimen konsumen akan cepat pulih, *spending* masyarakat (khususnya kelas menengah) mulai bangkit dan perekonomian kembali menggeliat (OTA industry outlook 2021). Saat kebijakan PSBB berangsur dilonggarkan, konsumen mulai melakukan aktifitas di luar rumah, seperti berkunjung di daya tarik wisata, berbelanja di *Mall*, melakukan *dine-in* di restoran/kafe dan melakukan kegiatan wisata meskipun hanya di dekat area tempat tinggal.

Situasi tersebut akan memberi peluang bagi industri pariwisata dengan menawarkan layanan paket wisata *mini group* atau paket wisata eksklusif. Menurut (Yuswohady, et al., 2021) layanan paket wisata kedepannya akan menjadi *booming*, sebab masyarakat cenderung lebih nyaman pergi dengan orang yang mereka kenal dekat, sehingga potensi penularan virus dari wisatawan lain lebih bisa dihindari. Berangkat dari fenomena tersebut diatas, maka industri perjalanan wisata mulai

melakukan peningkatan kualitas pelayanan, dengan terlebih dahulu mengidentifikasi semua kebutuhan dan keinginan wisatawan, baik sebelum (*before*) selama (*during*) dan setelah (*after*) perjalanan tersebut dilakukan dalam upaya agar konsumen mendapatkan kepuasan maksimal. Hal ini senada dengan Oliveira dan Kusnanta (2018) yang menyatakan bahwa pelayanan yang memuaskan dapat memberikan kepuasan bagi pengguna jasa.

Menurut Prihastuti & Widayanti (2019), bahwa industri pariwisata merupakan aktivitas ekonomi yang berbasis pada perjalanan manusia. Salah satu perusahaan penyelenggara perjalanan wisata yaitu biro perjalanan wisata (BPW). Menurut Foster (2000), Biro Perjalanan Wisata adalah sebuah perusahaan perjalanan yang menjual sebuah rancangan perjalanan dan menjual produk-produk wisata lain yang berhubungan dengan perjalanan tersebut secara langsung kepada masyarakat. Perusahaan tersebut membuat dan mendesain berbagai macam produk wisata dari berbagai jasa pariwisata yang ada, menjadi sebuah paket perjalanan wisata yang menarik untuk wisatawan. Produk wisata yang terdapat dalam paket tersebut umumnya berupa jasa akomodasi dan transportasi.

PT. Tunas Indonesia *Tours and Travel* Yogyakarta merupakan salah satu BPW di Indonesia yang berbasis di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Perusahaan yang umum disapa Tunas Jogja ini, tergabung dalam keanggotaan ASITA (*association of the Indonesia travel agency*), IATA (*international air transport association*) dan PATA (*pacific area travel association*) dan beberapa kali mengikuti kegiatan promosi pariwisata di ajang *Internationale Tourismus Borse* (ITB) Berlin. Selain di Yogyakarta, BPW yang berdiri sejak tahun 1974 ini, telah memiliki kantor cabang di beberapa kota besar di Indonesia, seperti Medan, Padang,

Surabaya Bali dan Makassar, serta melakukan kerja sama dengan beberapa perusahaan yaitu VIP *Travel* Jakarta, PT. Lezax Nesia Jaya Yogyakarta, Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Bioteknologi dan Pemuliaan Tanaman Hutan, ITB Bandung, Mitra Travelindo, Gema Haromas Buana, dan beberapa perusahaan lainnya, sehingga memudahkan perusahaan dalam mendistribusikan produk-produknya.

Dalam menjalankan operasionalnya, Tunas Jogja menawarkan beberapa produk jasa kepada calon wisatawan, yaitu pengurusan dokumen perjalanan seperti tiket (kapal laut, kereta api dan pesawat terbang), *passport*, visa, kegiatan MICE, *Voucher* hotel, *Voucher* daya tarik wisata, *voucher* transportasi, serta paket wisata. Menurut Ismayanti (2010), paket wisata itu komponen pariwisata, seperti transportasi, hotel, makan dan minum, obyek wisata, pertunjukan, yang dirangkai menjadi satu paket perjalanan dan dijual dalam satu kesatuan harga.

Paket wisata merupakan produk yang paling memegang peran penting oleh Tunas Jogja. Terdapat dua jenis paket wisata yang di tawarkan perusahaan kepada calon wisatawan yaitu paket wisata *ready made tour* dan *tailor made tour*. *Tailor made tour* yang paling sering di pesan oleh calon wisatawan, jenis paket ini tergolong memiliki tingkat kompleksitas yang cukup tinggi karena berbasis pada permintaan, artinya paket yang akan ditawarkan harus disesuaikan dengan permintaan calon wisatawan, berdeda dengan *ready made tour* yang berbasis penawaran, artinya calon wisatawan siap mengkonsumsi paket wisata yang telah disediakan oleh perusahaan. Keuntungan yang dihasilkan atas penyelenggaraan paket wisata *tailor made tour* juga sangat signifikan dalam meningkatkan laba penjualan, sebab wisatawan pada *segment*

ini biasanya memiliki tingkat ekonomi menengah keatas. Oleh karena itu, *multiplier effect* yang dihasilkan pun sangat besar bagi industri pariwisata sebagai menyuplai komponenen paket wisata dalam meningkatkan laba penjualan, serta sebagai katalisator guna membantu pemerintah daerah setempat untuk menarik kunjungan wisatawan ke objek wisata dalam pembangunan daerah sebagai sebuah destinasi pariwisata atau dengan kata lain, penyelenggaraan paket wisata turut membantu promosi suatu objek wisata (Aini et al., 2019).

Menurut Desky (2001), perencanaan paket wisata menyangkut berbagai perhitungan, pertimbangan dan perkiraan yang rumit. Pertimbangan dan perkiraan tersebut terkait dengan keunggulan dan fasilitas di destinasi pariwisata dan daya tarik wisata, aksesibilitas, transportasi, akomodasi, *event*, musim, situasi politik dan keamanan, keimigrasian, kebijakan harga dan jarak tempuh. Atas dasar itu, maka dibutuhkan orang yang memiliki pengalaman, pengetahuan, imajinasi, serta wawasan yang luas serta mampu menjalankan konsep manajemen operasional dalam penyusunan paket wisata, agar pada saat pelaksanaannya berbagai kendala yang mungkin terjadi dapat dihindari.

Beberapa penelitian tentang operasional paket wisata telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, Atmaja (2017), dalam penelitiannya berjudul Manajemen Operasional Paket Wisata *City Tour* Surakarta di PT. Kirana Surya Gemilang Yogyakarta (Studi Kasus Rombongan Ikatan Wanita Bank Yogyakarta), menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa, tanpa adanya manajemen yang baik maka operasional paket wisata dilapangan tidak dapat berjalan dengan baik sebagaimana mestinya. Lumanuw (2020), dalam penelitiannya berjudul Manajemen

Operasional Paket Wisata Perjalanan Insentif Di PT. Golden Kris Tours (Studi Kasus Rombongan Perusahaan Gunung Madu Lampung) menyatakan dalam hasil penelitiannya bahwa manajemen operasional pada tahap persiapan teknis tidak dilaksanakan dengan maksimal. Tidak ada pertemuan khusus antara pemandu wisata, sopir yang akan bertugas dan bagian produk selaku pembuat program paket wisata perjalanan insentif. Persiapan teknis yang tidak maksimal tersebut mengakibatkan munculnya permasalahan pada tahap pelaksanaan program. Koordinasi bagian operasional di kantor dan tim di lapangan serta ketua rombongan tidak terjalin lancar, dikarenakan perubahan mendadak yang diinginkan rombongan. Aini, et al (2019), dalam penelitiannya berjudul Perencanaan Paket Wisata Sejarah Lembah Bakkara Kecamatan Baktiraja Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara, menemukan bahwa perencanaan paket wisata di Kecamatan Baktiraja digolongkan kepada paket wisata sejarah, karena objek-objek wisata yang dikunjungi didominasi oleh situs-situs sejarah peninggalan Raja Sisingamangaraja. Akan tetapi seluruh objek wisata tersebut belum semuanya memiliki ketersediaan fasilitas-fasilitas seperti toilet. Lubis (2017) dalam penelitiannya berjudul perencanaan *tailor made tour* untuk meningkatkan kepuasan konsumen oleh tour departemen Pacto Ltd Medan. Hasil penelitian perencanaan paket wisata *tailor made tour* memiliki beberapa kendala dimana adanya perbedaan permintaan seperti hotel, bus dan restoran, serta kurangnya survei terhadap obyek wisata di luar Sumatera. Sehingga menurut peneliti, paket *tailor made tour* yang dibuat perlu dilakukan tes pasar terlebih dahulu sebelum paket tersebut benar-benar siap untuk di konsumsi wisatawan. karena melalui tes pasar, *tour departement* dapat

mengevaluasi kurang-kekurangan yang terjadi dari paket tersebut.

Kurangnya persiapan teknis dan koordinasi antara staf yang bertugas serta pengetahuan yang minim tentang komponen pariwisata dan fasilitas di obyek wisata oleh staf di biro perjalanan wisata, merupakan masalah serius bagi perusahaan penyelenggara paket wisata. wisatawan akan sangat kecewa atas pelayanan yang tidak maksimal selama *tour* berlangsung akan mengakibatkan kekecewaan bagi wisatawan dan berujung pada kerugian perusahaan sebab wisatawan yang kecewa tidak akan kembali lagi mengkonsumsi paket wisata tersebut. Agar masalah ini tidak terjadi, maka diperlukan manajemen operasional paket wisata yang baik dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan wisatawan agar pada saat pelaksanaannya, hal-hal yang tidak diinginkan dapat dihindari.

Berdasarkan uraian peneliti sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang bagaimana penerapan manajemen operasional paket wisata *tailor made tour* di PT. Tunas Indonesia Tours and Travel Yogyakarta.

## TINJAUAN LITERATUR

### Manajemen Operasional

Menurut Robinson, et al (2016), manajemen operasional diartikan sebagai bagian dalam perusahaan dengan kegiatan mengelola berbagai proses, selanjutnya menciptakan dan memberikan layanan serta produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan organisasi. Pada perusahaan manufaktur yang menghasilkan *output* berupa produk dalam bentuk barang, secara fisik nampak (*tangible*) bagi konsumen. Sedangkan pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa, produk yang dihasilkan berupa pelayanan yang bersifat tidak nampak atau tidak berwujud (*intangible*)

bagi konsumen. Namun demikian, menurut Ariani (2014), apapun hasil akhir yang diciptakan, baik barang maupun jasa, kegiatan produksi yang berlangsung dalam organisasi ditunjukkan sebagai kegiatan operasi. Menurut Wright dan Race (2004), manajemen operasi jasa didefinisikan sebagai fungsi di dalam sebuah organisasi jasa yang berinteraksi dengan pelanggan dan memberikan pelayanan kepada pelanggan. Manajer operasi berperan penting dalam proses transformasi dengan menjalankan fungsi-fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, koordinasi dan pengarahan) dalam mengatur sumber daya (*input*) agar dapat digunakan seefisien mungkin demi terciptanya kepuasan pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (*output*). Menurut Utama, et al (2019) manajemen operasi adalah proses penciptaan nilai tambah terbentuk karena adanya faktor-faktor produksi, seperti bahan-bahan, orang-orang, mesin, dan peralatan lainnya, serta metode. Dalam kegiatan ini, faktor-faktor produksi tersebut dikoordinasi, digabungkan, bahkan sering kali dipecah, kemudian digabungkan kembali untuk menjadi wujud yang berbeda dari wujud asalnya. Bagaimana agar penciptaan nilai tambah tersebut efisien merupakan tugas dari kegiatan manajemen, seperti merencanakan (*planning*), mengorganisasi (*organizing*), menentukan orang-orang (*staffing*), mengarahkan (*directing*), melaporkan (*reporting*), dan menilai (*evaluating*).

Manajer operasi pada PT. Tunas Indonesia Tours & Travel Yogyakarta merupakan staf *Travel Consultant* yang menjalankan fungsi-fungsi manajemen dalam mentransformasikan *input* menjadi *output* dalam operasional paket wisata sesuai dengan permintaan konsumen. *input* merupakan seluruh fasilitas perusahaan yang disediakan untuk ditransformasikan

menjadi paket wisata yang diselenggarakan dengan harapan, atas penyelenggaraan tersebut, wisatawan mendapatkan kepuasan.

Menurut Kadim (2017) Dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sering kali perusahaan di hadapkan oleh berbagai masalah seperti terbatasnya faktor-faktor produksi. Untuk itu faktor-faktor produksi itu harus di kelola melalui manajemen perusahaan yang baik yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Menurut Krisnandi, et al (2019) dalam proses manajemen, manajer operasi akan menjalankan empat fungsi berikut:

#### 1. Perencanaan.

Perencanaan merupakan suatu proses yang ditunjukkan untuk menentukan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai dan mengambil langkah-langkah strategis guna mencapai tujuan tersebut. Dengan kata lain perencanaan adalah menentukan tujuan dan bagaimana mencapai tujuan tersebut. Perencanaan dilakukan setelah staf *Travel Consultant* menerima informasi pemesanan (*order*) paket wisata dari calon wisatawan dan menindak menindaklanjuti (*follow up*) permintaan tersebut, menerbitkan dokumen perjalanan yang diperlukan serta menentukan kebijakan pembayaran hingga menjadi sebuah paket wisata.

#### 2. Pengorganisasian.

Pengorganisasian ialah suatu proses penugasan, pengalokasian sumber daya, serta pengaturan dan pengkoordinasian kegiatan kepada setiap individu dan/atau kelompok yang akan berperan dalam pelaksanaan rencana. Pada tahap ini, staf *Travel Consultant* melakukan persiapan *tour* dengan berkoordinasi dengan semua

staf yang bertugas pada saat pelaksanaan *tour* di lapangan.

3. Pengarahan.

Pengarahan ialah suatu proses mengarahkan, membimbing dan menyemangati karyawan dalam pelaksanaan suatu rencana untuk mencapai tujuan. Staf *Travel Consultant* akan memberikan pengarahan kepada semua staf lapangan pada saat pelaksanaan *tour*, jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan atau terjadi permintaan wisatawan diluar program *tour* (*itinerary*).

4. Pengendalian.

Pengendalian ialah suatu proses mengawasi dan mengevaluasi kesesuaian antara kegiatan yang dilakukan oleh suatu organisasi beserta hasil yang diperolehnya dengan rencana yang telah disusun oleh organisasi tersebut beserta tujuan yang telah ditetapkannya. Pada tahap ini staf *Travel Consultant* melakukan evaluasi pasca *tour* berdasarkan laporan *post tour* yang diterima oleh staf lapangan.

Selain pemahaman fungsi-fungsi manajemen, seorang staf *Travel Consultant* wajib mengetahui aspek-aspek dunia perjalanan pada umumnya dan kepariwisataan secara khususnya terkait dengan objek wisata atau *events*, fasilitas yang akan digunakan (transportasi, akomodasi dan restoran), serta harus pintar membayangkan pelaksanaannya dilapangan. Hal ini dimaksudkan agar pada saat proses transformasi, berbagai kendala yang mungkin terjadi dapat dihindari.

### Paket Wisata

Menurut Holloway & Humphreys (2016), paket wisata adalah kombinasi atau gabungan dari komponen-komponen pariwisata yang terdiri dari transportasi, akomodasi, atraksi wisata, dan makanan,

serta jasa *Tour Leader* itu sendiri yang dijual kepada wisatawan dalam satu harga. Menurut Nuriata (2014), paket wisata sebagai sebuah produk, terbentuk melalui proses peleburan dari komponen-komponen paket wisata lain seperti transportasi, hotel, restoran, atraksi wisata dan komponen wisata lainnya. Menurut Yoeti (2003), Paket wisata adalah hasil kemas dari beberapa produk perusahaan kelompok industri pariwisata seperti atraksi wisata, transportasi, akomodasi, restoran dan pemandu wisata, kemudian ditawarkan dalam satu harga (*all inclusive*), dengan mengklaim sebagai produk biro perjalanan wisata itu sendiri. Jadi baruan produk (*product mix*) dari beberapa industri pariwisata dijadikan sebagai bahan baku (*raw material*) oleh Tunas Jogja, kemudian melalui staf *Travel Consultant*, *product mix* tersebut dikoordinasikan, digabungkan dengan fasilitas perusahaan yang dikemas dan diselenggarakan dalam bentuk paket wisata.

### Jenis-Jenis Paket Wisata

Menurut Nuriata dalam Lubis (2017), terdapat dua jenis paket perjalanan wisata, yaitu:

1. *Ready Made Tour*.

*Ready Made Tour* adalah suatu produk paket wisata dimana komponen-komponennya sudah ditetapkan, tidak dapat diubah-ubah dan dapat langsung dibeli oleh wisatawan, dengan kata lain produk sewaktu-waktu dapat diselenggarakan.

2. *Tailor Made Tour*.

*Tailor Made Tour* merupakan paket wisata disiapkan atas permintaan dan sifat wisatanya dapat diubah-ubah komponen-komponennya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sebagian besar permintaan calon wisatawan Tunas Jogja yaitu paket wisata jenis *Tailor Made Tour*, karena sebagian besar pelanggan berasal dari kalangan ekonomi menengah ke atas, sehingga calon wisatawan lebih mengutamakan pelayanan dan jasa yang diterima daripada harga yang dikeluarkan.

## **METODE, DATA, DAN ANALISIS**

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dimana peneliti bertujuan mengkonstruksi fenomena pada situasi sosial, menggambarkan dan menginterpretasikan hasil penelitian berdasarkan data-data yang ditemukan dilapangan (Sugiyono, 2020). Menurut Spradley dalam Sugiyono (2017) Situasi sosial diantaranya dapat berupa tempat kerja yang terdiri atas tiga elemen, yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*) dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Dalam konteks penelitian ini, PT. Tunas Indonesia *Tours and Travel* Yogyakarta merupakan situasi sosial atau obyek penelitian, yang didalamnya terdapat staf-staf perusahaan (*actors*) yang menjalankan manajemen operasional paket wisata (*activity*) pada tempat-tempat tertentu (*place*) yang diamati peneliti secara mendalam.

Informan dalam penelitian ini ialah orang-orang yang berkecimpung, menguasai atau memahami sekaligus aktor yang menjalankan aktivitas manajemen operasional paket wisata di PT. Tunas Indonesia *Tours & Travel* Yogyakarta, yang terdiri dari *Branch Manager, Travel Consultant, Supervisor Human Resource and Marketing, Accounting Supervisor, Document Supervisor, Driver* dan *Guide*.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti sekaligus ikut terlibat dalam aktivitas perusahaan yang dilakukan oleh pelaku aktor tersebut yang menjalankan

aktivitas perusahaan terkait dengan manajemen operasional paket wisata. Untuk itu, dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Teknik pengumpulan data tersebut bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan yaitu observasi partisipatif dengan pendekatan pasif, wawancara mendalam dan studi dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak, dengan tujuan agar data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti. Serta akan lebih meningkatkan kekuatan data, bila dibandingkan dengan hanya satu pendekatan (Sugiyono, 2017).

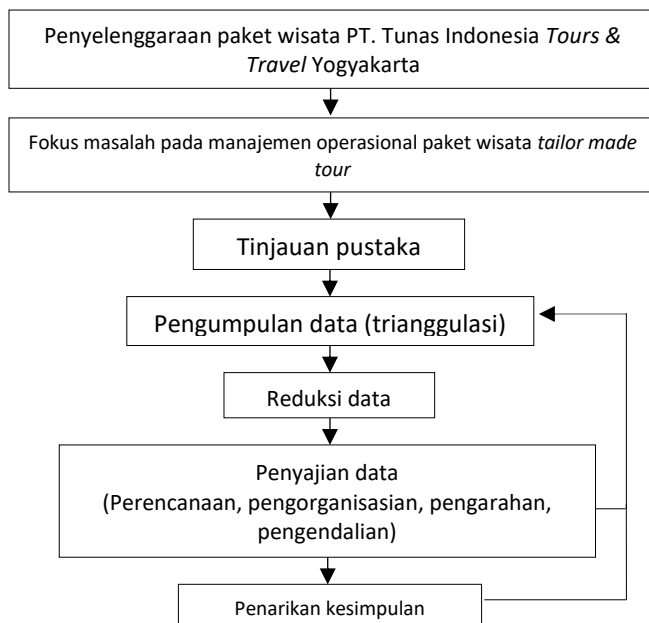
Setelah data diperoleh dengan teknik triangulasi yang dilakukan terus-menerus sampai benar-benar jenuh sehingga mengakibatkan variasi data yang tinggi, maka selanjutnya dilakukan analisis data. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles and Huberman dalam Sugiyono (2017) yaitu reduksi data (*data reduction*) dimana data yang diperoleh di lapangan cukup banyak dan kompleks, untuk itu perlu segera dilakukan reduksi data. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu, sehingga dengan data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Setelah data direduksi, maka selanjutnya dilakukan penyajian data (*data display*). Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Rijali, 2018). Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan dalam pola hubungan, dalam bentuk teks yang bersifat narasi, sehingga akan semakin

memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali.

Langkah terakhir dari analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman yaitu penarikan kesimpulan (*conclusion drawing* atau *verification*). Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus-menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan itu juga diverifikasi selama penelitian berlangsung, dengan cara memikir ulang selama penulisan, tinjauan ulang catatan lapangan, tinjauan kembali dan tukar pikiran antarteman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif serta upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain (Rijali, 2018).

Berikut disajikan alur penelitian yang dilakukan peneliti pada gambar 1 dibawah ini:



**Gambar 1. Alur penelitian**  
**Sumber: Analisis peneliti, 2022**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Perusahaan

PT. Tunas Indonesia *Tours and Travel* Yogyakarta merupakan salah satu BPW di Indonesia yang berbasis di DIY yang berdiri sejak tahun 1974, yang pertama kali memiliki ruang usaha di Ambarukmo *Palace* Hotel yang sekarang menjadi Royal Ambarukmo Hotel. Karena tahun 2004 hotel tersebut berhenti beroperasi maka BPW ini kemudian berganti lokasi di Jalan Kapas 26-27 Kledokan, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta.

Selain di Yogyakarta, Perusahaan yang umum disapa Tunas Jogja ini, memiliki kantor cabang di beberapa kota besar di Indonesia, seperti Medan, Padang, Surabaya Bali dan Makassar, serta melakukan kerja sama dengan beberapa perusahaan yaitu *VIP Travel* Jakarta, PT. *Lezax Nesia Jaya* Yogyakarta, Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Bioteknologi dan Pemuliaan Tanaman Hutan, ITB Bandung, *Mitra Travelindo*, *Gema Haromas Buana*, dan beberapa perusahaan lainnya dalam upaya pendistribusian produk-produknya paket wisatanya. Selain itu, perusahaan tersebut juga tergabung dalam keanggotaan *ASITA (association of the Indonesia travel agency)*, *IATA (international air transport association)* dan *PATA (pacific area travel association)* serta beberapa kali mengikuti kegiatan promosi pariwisata bergengsi di ajang *Internationale Tourismus Borse (ITB)* Berlin guna menambah kredibilitas perusahaan.

PT. Tunas Indonesia *Tours & Travel* Yogyakarta di pimpin oleh seorang *Branch Manager* yang membawahi empat departemen, yaitu *Tour Department*, *Marketing and HRD Departement*, *Document Departement* dan *Accounting Departement*. Ruang lingkup usaha PT.

Tunas Indonesia *Tours & Travel* Yogyakarta yaitu:

1. Perencanaan dan pengemasan komponen perjalanan wisata meliputi saran wisata, daya tarik wisata.
2. Penyelenggaraan dan penjualan paket wisata dengan cara menyalurkan melalui agen-agen dan atau langsung ke konsumen.
3. Menyediakan pramuwisata.
4. Menyediakan angkutan wisata bagi perorangan maupun rombongan.
5. Pemesanan akomodasi, restoran dan komponen industri pariwisata lainnya.
6. Pengurusan dokumen perjalanan.
7. Penyelenggaraan *Meeting, Incentive, Convention* dan *Incentive* (MICE).

### Fasilitas Perusahaan

Untuk kelancaran operasional paket wisata, BPW ini di dukung dengan staf-staf yang kompeten dan berpengalaman dibidangnya yaitu *Travel Consultant* yang telah tersertifikasi *tour planner* dari Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Pariwisata serta staf lapangan yaitu *driver* dan pemandu wisata yang telah diakui oleh HPI. Selain dukungan SDM, didukung fasilitas seperti ruang kerja yang cukup luas, meja dan kursi bagi staf maupun tamu, 1 unit komputer yang dilengkapi dengan akses internet, *website* penjualan, 1 buah *printer* dan telepon yang dilengkapi dengan alat *fax*, rak untuk arsip, alat tulis, kamera, sepeda motor, serta dua buah mobil yaitu kijang inova dan toyota Avanza guna memperlancar operasional staf *Travel Consultant*. Selain itu, bentuk lain dari fasilitas perusahaan ialah kerja sama dengan banyak industri pariwisata didalam maupun luar negeri (akomodasi, restoran, transportasi, daya tarik wisata, BPW sejenis, serta *offline* dan *online travel agent* lainnya) sebagai *supplier* komponen paket wisata. Semua itu dilakukan oleh perusahaan sebagai masukan (*input*) untuk

menyusun dan menyelenggarakan paket wisata serta sebagai strategi untuk mendistribusikan paket wisata kepada calon wisatawan yang tidak dapat dijangkau secara langsung.

### Jenis Paket Wisata

Salah satu produk jasa yang ditawarkan oleh Tunas Jogja yang paling dimintai wisatawan adalah paket wisata. Paket wisata tersebut berjenis *Ready Made Tour* dan *Tailor Made Tour*. Untuk harga dan komponen paket wisata, *Ready Made Tour* lebih kaku jika dibandingkan dengan *Tailor Made Tour*, karena jenis pelayanan dan tanggal pelaksanaan *tour* terikat ketentuan pada ketentuan perusahaan. Sedangkan untuk *Tailor Made Tour* lebih fleksibel, misalnya dari segi harga dan komponen paket wisata bisa murah maupun mahal, semua tergantung permintaan dari calon wisatawan. Pada Tunas Jogja, permintaan paket wisata lebih banyak datang dari wisatawan dengan kondisi ekonomi menengah ke atas dan cenderung memilih *Tailor Made Tour*. Dalam permintaanya, calon wisatawan biasanya lebih percaya dengan biro perjalanan dari daerah asal wisatawan, dengan alasan ini maka Tunas Jogja perlu melakukan kerja sama *bussiness to bussiness* (B to B) dengan beberapa BPW yang ada di daerah asal wisatawan, sehingga peluang untuk mendapatkan calon wisatawan menjadi lebih besar dari pada harus mencari calon wisatawan sendiri. Disamping itu, dengan strategi ini seperti ini maka dapat menekan biaya promosi.

### Perencanaan

#### 1. Proses Order Paket Wisata

Permintaan paket wisata di PT. Tunas Indonesia *Tours and Travel* Yogyakarta berasal dari 2 saluran distribusi, yang pertama sekitar 30% berasal dari calon

wisatawan langsung (*Business to Customer*) yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, yang sering menggunakan jasa perusahaan sehingga tidak perlu menggunakan perantara rekanan BPW yang menjalin kerja sama, yang kedua sekitar 70% ialah calon wisatawan yang menggunakan perantara rekanan BPW (*Business to Business*) dan lebih banyak memilih jenis paket *Tailor Made Tour*. Sebagai contoh, salah satu rekanan perantara yang paling sering melakukan permintaan paket wisata sejak tahun 2010 yaitu *VIP Travel Jakarta (klien)*.

Bagi Tunas Jogja, peran rekanan perantara atau *Klien* sangat berperan penting. Staf *tour planner* dari *kline* yang *menghandle* tamu-tamu dari daerahnya sering mengirim tamu-tamu tersebut kepada Tunas Jogja. Staf tersebut selalu berkomunikasi *via* telepon dan *email* kepada staf *Travel Consultant* Tunas Jogja jika ada permintaan paket wisata. Di dalam email yang berisikan permintaan tersebut, biasanya tertera jumlah calon wisatawan yang akan melakukan *tour*, baik secara individu maupun *group*, lama waktu *tour*, daya tarik wisata yang ingin dikunjungi, *detail* permintaan hotel, jadwal kedatangan, serta beberapa permintaan atraksi wisata tertentu dengan fasilitas tertentu.

Atas permintaan tersebut, maka komponen-komponen paket wisata yang harus diperhatikan oleh staf *Travel Consultant* Tunas Jogja dalam melakukan perencanaan dalam memberikan penawaran *tour* yaitu :

a. Daya Tarik Wisata.

Dalam jenis paket wisata *Tailor Made Tour*, jenis daya tarik wisata ditentukan berdasarkan permintaan calon wisatawan. Staf *Travel Consultant* Tunas Jogja akan memeriksa kondisi daya tarik wisata yang diinginkan,

apakah daya tarik wisata tersebut umum dikunjungi para wisatawan ataukah jarang dikunjungi. Jika daya tarik wisata yang diinginkan sudah umum dikunjungi wisatawan, maka staf *Travel Consultant* tidak perlu melakukan *survey* terlebih dahulu. Sebaliknya, jika daya tarik wisata yang diinginkan spesifik, tidak layak dan jarang dikunjungi wisatawan, maka akan dilakukan *survey* terlebih dahulu guna menilai kondisi kelayakan dan kesesuaian. Sehingga dalam penyusunan paket wisata, staf tersebut dapat menyesuaikan dengan komponen paket wisata lainnya.

b. Jadwal Perjalanan Yang Menarik.

Dalam mengakomodir permintaan dari calon wisatawan, jadwal perjalanan (*itinerary*) harus disusun secara sistematis atau secara berurutan, berdasarkan daya tarik wisata yang ingin dikunjungi dan daya tarik wisata tersebut harus dideskripsikan dalam *itinerary* secara singkat dan menarik. Hal ini memiliki daya tarik tersendiri dalam meningkatkan minat calon wisatawan.

c. Jarak Lokasi.

Dalam menyusun *itinerary*, staf *Travel Consultant* wajib memperhatikan dan mengkalkulasi jarak antara hotel dengan daya tarik wisata, antara daya tarik wisata satu dengan yang lain, serta antara daya tarik wisata dengan restoran (makan siang maupun makan malam). Hal ini dilakukan dalam rangka efisiensi waktu dan efektifitas dalam pelaksanaan *tour*.

d. Update Informasi.

Dalam menyusun paket wisata, *update* mengenai kondisi terkini juga harus diperhatikan, misalnya bencana alam, perayaan hari-hari besar agama, kondisi cuaca, *event* lokal di daerah sekitar daya tarik wisata, situasi politik dan

keamanan, informasi harga komponen-komponen paket wisata, *kurs* mata uang, serta informasi lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan *tour*. Hal ini dilakukan agar pada saat penyelenggaraannya, tidak terjadi masalah yang dapat merugikan perusahaan.

Email perusahaan khususnya bagi staf *Travel Consultant* harus selalu dalam kondisi *login*, hal ini dimaksudkan agar staf tersebut dapat merespon dengan cepat email yang masuk terkait dengan permintaan dari *klien*. Setelah email permintaan *tour* diterima, staf tersebut kemudian mereply email tersebut kepada *klien* dengan jawaban bahwa email sudah diterima dan akan segera ditindak lanjuti sesuai *inquiry* dari calon wisatawan.

Setelah memeriksa permintaan dari calon wisatawan, staf *Travel Consultant* kemudian melakukan penyusunan *itinerary* dan menghitung harga permintaan *tour* dan selanjutnya penawaran harga dan *itinerary* tersebut dikirimkan kepada *Klien* dan diteruskan kepada calon wisatawan.

Calon wisatawan yang menerima penawaran tersebut biasanya melakukan revisi dan staf *Travel Consultant* akan menyesuaikan atas permintaan tersebut. Tetapi jika calon wisatawan tidak melakukan revisi atas penawaran tersebut, maka pihak *klien* akan memberikan konfirmasi pemesanan secara tertulis via email kepada staf *Travel Consultant*, dan konfirmasi tersebut sebagai dasar untuk melakukan *follow up* permintaan.

## 2. *Follow Up* Permintaan

Langkah pertama yang dilakukan dalam mem*follow up* permintaan ialah dengan menulis data pemesanan calon wisatawan tersebut ke dalam kantong *file*. Kantong *file* tersebut berisi semua data dari calon wisatawan yang terdiri dari

nama calon wisatawan, jenis pelayanan yang dipesan misalnya *Jogja Tour 3 Hari 3 Malam*, semua komponen paket wisata yang dipilih, *detail* jam kedatangan dan keberangkatan, serta jika ada pemesanan khusus dari calon wisatawan seperti *vegetarian food*, *transportasi captain seat* dan lain-lain. Fungsi kantong *file* tersebut adalah untuk memudahkan proses koordinasi antar staf terkait perusahaan dengan reservasi tersebut, misalnya bagian *transport* dapat mengetahui jenis *transport* yang akan digunakan untuk pelaksanaan *tour*, sehingga memudahkan operasional staf terkait, tanpa harus bertanya kepada staf *Travel Consultant*.

Langkah kedua yaitu melakukan reservasi semua komponen paket *tour* yang telah dipilih oleh calon wisatawan, meliputi akomodasi, restoran, transportasi, daya tarik atau atraksi wisata, serta pemandu wisata. Semua *supplier* komponen-komponen paket wisata telah memiliki kontrak kerja sama Tunas Jogja dalam bentuk harga kontrak (*contract rate*). *Contract rate* merupakan perjanjian kerjasama antara *supplier* dan produsen, dimana *supplier* merupakan industri pariwisata yang menyuplai komponen-komponen paket wisata kepada Tunas Jogja yang bertindak sebagai produsen paket wisata. Dalam perjanjian kerjasama tersebut tertera ketentuan harga, ketentuan pembayaran, pinalti pembatalan dan ketentuan lain yang diperlukan. Semua data terkait proses reservasi harus tertulis, sehingga jika terjadi reservasi *via* telepon, staf *Travel Consultant* wajib meminta konfirmasi balasan dari *supplier* secara tertulis. Semua data tersebut harus *diprint* dan dimasukkan dalam kantong *file* dan diurutkan berdasarkan tanggal pemesanan, guna meminimalkan terjadinya *miscommunication* antar staf terkait.

Pemilihan akomodasi disesuaikan dengan jumlah, jenis kelamin dan

keinginan calon wisatawan, misalnya jika calon wisatawan berjumlah dua orang dan merupakan pasangan suami istri, maka *Travel Consultant* akan memilih kamar dengan 1 tempat tidur besar (*double room*). Calon wisatawan dengan jumlah dua orang dan bukan pasangan suami istri, maka akan dipilih dengan tipe *twin room*, yaitu satu kamar dengan fasilitas 2 tempat tidur, berukuran masing-masing satu orang (*single bed*), dengan asumsi kamar tersebut digunakan oleh dua orang dengan jenis kelamin yang sama. Calon wisatawan dengan kategori *group* dan menghendaki satu kamar digunakan untuk tiga orang dengan jenis kelamin yang sama, maka staf *Travel Consultant* akan memesan kamar dengan tipe *triple room* atau kamar dengan fasilitas tiga tempat tidur *single bed*. Kamar dengan tipe *triple room* terkadang sulit dijumpai di tiap-tiap hotel, sehingga pihak hotel biasanya melakukan *set* kamar *twin room* dengan tambahan 1 buah *extra bed*. Catatan lain bagi calon wisatawan yang merupakan satu keluarga, untuk alasan kenyamanan, maka diberikan tipe kamar *family room* yaitu tipe kamar dengan fasilitas untuk satu keluarga. Atas dasar tersebut, maka staf *Travel Consultant* harus menguasai dengan baik tipe-tipe kamar hotel dengan segala fasilitasnya masing-masing. Lokasi hotel dan posisi kamar yang strategis pun perlu diperhatikan, sebab calon wisatawan terkadang menginginkan lokasi hotel dan posisi kamar yang strategis, misalnya lokasi hotel berada jauh dari keramaian atau berdekatan dengan daya tarik wisata yang akan dikunjungi, atau posisi kamar yang memiliki *view* yang indah.

Pemilihan restoran disesuaikan dengan permintaan dan *budget* calon wisatawan, serta jarak dan lokasi yang harus berdekatan dengan daya tarik wisata yang akan dikunjungi. Reservasi bertujuan agar calon wisatawan *individu* maupun

*group*, terhindar dari antrian pada saat makan siang maupun makan malam, serta untuk memastikan ketersediaan restoran untuk menyiapkan permintaan khusus calon wisatawan, misalnya calon wisatawan dengan alergi *seafood* atau vegetarian.

Transportasi yang digunakan disesuaikan dengan jumlah wisatawan. Wisatawan dengan Jumlah 1-3 orang biasanya menggunakan mobil Toyota Avanza atau kijang Innova yang dimiliki perusahaan, lebih dari jumlah tersebut, *Travel Consultant* akan menggunakan jasa *supplier* transportasi, dengan ketentuan, jumlah wisatawan 4-6 orang, maka tipe kendaraan yang dipilih ialah Elf atau Prona, wisatawan dengan berjumlah 7-10 orang menggunakan tipe Hi-Ace dan 15-28 orang, perusahaan akan menggunakan bus dan diutamakan *supplier* yang sudah memiliki *contract rate* dengan Tunas Jogja.

Sebagain besar daya tarik wisata khususnya di Yogyakarta tidak memerlukan reservasi terlebih dahulu, sebab daya tarik wisata tersebut telah umum untuk dikunjungi, namun ada daya tarik wisata yang terkendala daya dukung fasilitas, sehingga memerlukan reservasi terlebih dahulu, misalnya desa wisata dengan atraksi mengelilingi desa dengan sepeda sepeda ontel yang terbatas dan atraksi Ramayana Balet yang tidak diselenggarakan setiap hari dengan fasilitas tempat duduk yang terbatas pula. Disini staf *Travel Consultant* harus mengetahui waktu operasional dan seluruh fasilitas yang disediakan oleh daya tarik wisata, agar dapat disesuaikan dengan jumlah dan *itinerary* calon wisatawan.

Untuk pemandu wisata, Tunas Jogja mewajibkan menggunakan jasa pemandu wisata yang merupakan anggota Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI). HPI telah menjamin semua anggotanya

telah memiliki lisensi pemandu wisata yang memegang tinggi etika pemandu wisata sesuai ketentuan dari HPI. Kebutuhan akan pemandu wisata disesuaikan dengan kebutuhan calon wisatawan atau negara asalnya. Bila calon wisatawan yang melakukan reservasi paket wisata berasal dari Jerman, maka pemandu wisata yang disediakan adalah pemandu wisata yang mampu berbahasa Jerman (*guide* Jerman). Reservasi pemandu wisata harus dilakukan setelah *Travel Consultant* menerima reservasi dari calon wisatawan. Hal ini dikarenakan pemandu wisata adalah seorang ‘pekerja bebas’ (*freelance*), memiliki ‘jam terbang’ yang cukup tinggi, serta tidak terikat pada satu perusahaan, sehingga dikhawatirkan staf *Travel Consultant* akan kesulitan mendapatkan pemandu wisata ketika mendekati hari pelaksanaan *tour*.

### 3. Kebijakan Pembayaran

Terdapat dua kebijakan pembayaran yang ditentukan oleh Tunas Jogja. Kebijakan pembayaran yang pertama yaitu kebijakan *Business to Business* (B to B), antara Tunas Jogja dengan rekanan perantara yang menyuplai tamu atau *klien*. Kebijakan tersebut ialah pembayaran dilakukan setelah terjadinya kesepakatan harga yaitu ‘sekian persen’ dari total biaya pelaksanaan *tour*, pembayaran ‘sekian persen’ dilakukan sebelum pelaksanaan *tour* dan pembayaran ‘sekian persen’ dilakukan satu minggu setelah penyerahan berita acara pelaksanaan *tour*. Sedangkan untuk kebijakan pembayaran yang kedua yaitu kebijakan pembayaran langsung kepada calon wisatawan (*direct customer*) atau *Business to Customer* (B to C). Kebijakan tersebut adalah pembayaran setelah terjadinya kesepakatan harga ‘sekian persen’ dari total biaya pelaksanaan *tour* dan pelunasan sebesar

‘sekian persen’ yang dilakukan satu minggu sebelum pelaksanaan *tour*.

### 4. Penerbitan Dokumen Perjalanan

Setelah semua pengecekan dan pemesanan dilakukan, atas komponen paket wisata, staf *Travel Consultant* Tunas Jogja harus menerbitkan dokumen perjalanan yang diperlukan dalam pelaksanaan *tour*. Dokumen tersebut adalah:

#### a *Guide Order*.

Dokumen ini merupakan surat tugas bagi pemandu wisata yang berisi semua data calon wisatawan meliputi, nama, *detail* kedatangan dan keberangkatan, nama dan nomor telpon *driver* yang bertugas, jenis transportasi yang akan digunakan, serta *itinerary*. *Guide order* merupakan pedoman bagi pemandu wisata dalam melaksanakan kegiatan *tour* dan pelayanan yang harus diberikan kepada wisatawan. *Guide order* harus diserahkan kembali ke perusahaan setelah pelaksanaan *tour* selesai.

#### b *Voucher*.

*Voucher* merupakan dokumen sebagai ganti alat bukti pembayaran yang diterbitkan oleh Tunas Jogja kepada *supplier* komponen paket wisata. *Voucher* yang diterbitkan antara lain *voucher* akomodasi, *voucher* restoran, serta *voucher* pertunjukkan atraksi wisata. *Voucher* yang diterbitkan Tunas Jogja memiliki tiga salinan dengan warna yang berbeda, warna putih diberikan kepada wisatawan melalui pemandu wisata, warna kuning untuk arsip departemen *tour*, serta warna *pink* untuk data lampiran ke bagian keuangan yang akan menangani tagihan dari pihak *supplier* tersebut.

#### c *Guide Expenses*.

Merupakan dokumen yang berisikan informasi keuangan terkait kegiatan

*tour*. Informasi yang ada dalam dokumen ini antara lain, informasi uang tunai yang diterima oleh pemandu wisata sebelum kegiatan *tour*, *budget* yang ditentukan oleh perusahaan dan ketentuan-ketentuan lainnya terkait keuangan saat pelaksanaan *tour*.

d *Name Board*.

Merupakan dokumen yang berisi nama lengkap calon wisatawan. Dokumen ini digunakan oleh pemandu wisata pada saat hari pertama penjemputan wisatawan, misalnya di bandara ataupun di stasiun kereta api, agar bisa dikenali oleh wisatawan. Untuk memudahkan wisatawan melihat dokumen ini, Tunas Jogja selalu menggunakan kertas yang *eye catching* dengan tulisan yang dicetak besar dan tebal. Penulisan nama dan gelar wisatawan harus sesuai untuk meminimalkan *complain* dari calon wisatawan.

e *Tour Statement*.

Merupakan dokumen yang menyatakan bahwa wisatawan telah menggunakan semua jasa sesuai pemesanan. Dalam dokumen ini terdapat rincian perjalanan dan komponen-komponen paket wisata yang diberikan, seperti akomodasi, *meals*, daya tarik wisata yang dikunjungi, tabel penilaian pelayanan yang diberikan, pemandu wisata yang bertugas, *driver* yang bertugas, transportasi yang digunakan, serta catatan *complain* dari wisatawan. *Tour Statement* akan diberikan kepada wisatawan oleh pemandu wisata di hari terakhir acara *tour*. Dokumen ini akan diisi oleh wisatawan dalam hal ini pemimpin *tour* (*tour leader*) dan digunakan sebagai bahan evaluasi Tunas Jogja dalam menilai kepuasan wisatawan terkait kinerja staf *Travel Consultant*, serta staf terkait yaitu staf perusahaan yang ditunjuk untuk

membantu jalannya operasional penyelenggaraan *tour*. Dokumen tersebut juga harus diemail kepada *klien* VIP *Travel* dengan tujuan memberitahukan bahwa kegiatan *tour* telah selesai, serta dokumen tersebut juga akan digunakan sebagai bahan evaluasi atas kinerja kerjasama yang telah dilakukan.

## **Pengorganisasian**

### **Persiapan *Tour***

Sebelum pelaksanaan *tour* dilakukan, staf *Travel Consultant* akan membagi tugas dan melakukan koordinasi kepada semua staf yang bertugas, yaitu pemandu wisata, *driver* dan staf lapangan. Koordinasi antar staf tersebut terkait perihal jadwal kedatangan calon wisatawan, mekanisme penjemputan, mekanisme *tour*, tipe kendaraan, serta nomor telepon darurat yang bisa dihubungi apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Tunas Jogja tidak memiliki ketentuan khusus berapa hari sebelum pelaksanaan *tour* koordinasi dilakukan. Koordinasi bersifat fleksibel, dengan menyesuaikan jadwal pemandu wisata ataupun *driver*, yang pasti koordinasi dilakukan sebelum hari pelaksanaan *tour* dan tidak diperbolehkan melakukan koordinasi pada saat hari pelaksanaan *tour*.

Staf perusahaan yang bertugas maupun pemandu wisata, harus memeriksa kondisi dan kebersihan transportasi yang akan digunakan, serta pelayanan lain yang diberikan oleh perusahaan, misalnya disediakan air mineral per botol untuk masing-masing wisatawan setiap harinya, *tissue* basah dan *tissue* kering juga turut disediakan di dalam kendaraan. Hal ini dilakukan demi kenyamanan dan kepuasan wisatawan, yang mana hal tersebut merupakan prioritas utama bagi perusahaan.

## **Pengarahan**

### **Pelaksanaan *Tour***

Pada saat pelaksanaan kegiatan *tour* hari pertama, dimana wisatawan datang dari daerah mereka dan dijemput di lokasi penjemputan (badara atau stasiun kereta api) 45 menit sebelum jadwal kedatangan wisatawan (*transfer in*). Staf yang terlibat akan diarahkan oleh *travel consultant* dalam penjemputan dan disesuaikan disesuaikan dengan jumlah wisatawan dan barang bawaannya. Jika wisatawan dengan barang bawaan banyak, maka penjemputan dilakukan oleh pemandu wisata, staf lapangan, serta dibantu dengan *driver*. Jika sebaliknya, wisatawan yang dijemput dengan jumlah barang bawaan sedikit, maka yang terlibat dalam proses tersebut hanya pemandu wisata dan *driver* yang bertugas. Pemandu wisata tersebut harus sudah membawa dokumen perjalanan yang diperlukan yaitu *name board*, *guide order*, *voucher* dan *tour statement* dan untuk memberi kesan profesional, pemandu wisata dan staf lapangan harus memakai seragam Tunas Jogja, serta khusus untuk *driver* menggunakan kemeja batik. Setelah proses penjemputan selesai, staf lapangan akan kembali ke kantor untuk melakukan rutinitas pekerjaan mereka masing-masing seperti biasa, sekaligus memantau berlangsungnya pelaksanaan *tour*, sedangkan pemandu wisata dan *driver* yang akan *handle* jalannya pelaksanaan *tour* hingga selesai.

Selama kegiatan *tour* berlangsung, selain melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya (*guiding*), perlu diketahui bahwa pemandu wisata disini merupakan ‘ujung tombak’ bagi perusahaan, karena kepuasan wisatawan bergantung kepada pelayanan yang diberikan olehnya. Kurang maksimal dalam memberikan pelayanan, perusahaan dalam hal ini Tunas Jogja sendiri yang akan memperoleh citra buruk dari wisatawan. Oleh sebab itu, selain

mematuhi etika profesi, pemandu wisata harus menguasai materi *guiding* dan informasi umum lainnya seperti daftar nomor darurat, tindakan pertolongan pertama pada kecelakaan (P3K), *update* kegiatan yang sedang terjadi dan semua informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan *tour*.

Semua daya tarik wisata yang terdapat dalam *itinerary* harus dikunjungi oleh wisatawan, pemandu wisata harus bisa mengatur waktu kunjungan selama berada di daya tarik wisata. Jika wisatawan meminta waktu lebih lama dari waktu yang diberikan oleh pemandu wisata yang dapat menyebabkan daya tarik wisata lain tidak dapat dikunjungi, maka pemandu wisata wajib meminta izin terlebih dahulu kepada staf *Travel Consultant*. *Travel consultant* akan memberikan arahan kepada *guide* atas permintaan dari wisatawan. Setelah disetujui, maka selanjutnya pemandu wisata menyampaikan informasi tersebut dan meminta bukti persetujuan tertulis kepada wisatawan. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi permasalahan atau *complain* dari wisatawan ketika ada daya tarik wisata tertentu yang tidak dapat dikunjungi, baik pada hari itu, maupun di hari berikutnya.

Dalam pelaksanaan *tour*, ada hal-hal yang tidak diinginkan biasanya terjadi, misalnya terjadi masalah pada transportasi yang tiba-tiba mengalami kerusakan (mogok) dan harus dilakukan perbaikan sebelum melanjutkan perjalanan kembali. Dalam kondisi seperti ini, pemandu wisata harus melakukan koordinasi dan meminta arahan secara cepat dengan *Travel Consultant* untuk segera mendapatkan solusi atas permasalahan tersebut. Kondisi tersebut juga akan berdampak pada ketidaknyamanan wisatawan dan atas ketidaknyamanan tersebut, maka Tunas Jogja biasanya akan memberikan *privilege* dalam bentuk makan malam gratis,

pemberian *voucher* Spa, atau *upgrade* tipe kamar yang lebih tinggi.

Pelaksanaan *tour* akan berjalan sesuai dengan program atau *itinerary*, yaitu mengunjungi daya tarik wisata, melihat atraksi wisata, sarapan, makan siang dan malam, kembali ke hotel dan beristirahat. Perusahaan melalui staf yang *Travel Consultant* harus selalu melakukan komunikasi dengan pemandu wisata selama kegiatan *tour* berlangsung. Pemandu wisata biasanya melakukan komunikasi dengan staf *Travel Consultant* melalui aplikasi *whatsapp*, dengan mengupdate kegiatan *tour* dengan mengirimkan foto-foto dan informasi lainnya kepada staf tersebut.

Catatan lain yang sering terjadi saat pelaksanaan *tour* ialah pemandu wisata menghubungi staf *Travel Consultant* untuk meminta bantuan menghubungi pihak hotel yang digunakan wisatawan bahwa mereka akan tiba terlambat untuk *check-in*. Ada beberapa kasus di hotel, jika diatas jam 18.00 tidak ada pemberitahuan keterlambatan *check-in* oleh pemandu wisata kepada pihak hotel, maka hotel akan *merelase* dan menjual kamar tersebut untuk tamu atau wisatawan lain. Untuk itu, seorang pemandu wisata yang bertugas perlu memprediksi apakah terjadi keterlambatan atau tidak dan mengkonfirmasi hal tersebut kepada pihak hotel, agar tidak terjadi *room release*.

Pada hari terakhir pelaksanaan *tour*, pemandu wisata akan membagikan *tour statement* yang harus diisi oleh *tour leader*. Dokumen tersebut berisi penilaian tingkat kepuasan wisatawan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Tunas Jogja. Dokumen tersebut merupakan dasar evaluasi kinerja seluruh staf yang bertugas dan akan diberikan dan diisi oleh *tour leader* pada saat perjalanan menuju ke bandara atau stasiun kereta api untuk

kembali ke daerah asal wisatawan (*transfer out*).

*Transfer Out* merupakan pengantaran wisatawan dari hotel atau tempat terakhir pelaksanaan *tour* ke bandara atau stasiun kereta api, karena telah selesai melaksanakan *tour* dan akan pulang ke daerah asalnya. Tibanya wisatawan di bandara atau stasiun kereta api minimal 1-2 jam sebelum keberangkatan, tergantung banyaknya jumlah wisatawan dan barang bawaannya. Semakin banyak jumlah wisatawan dan barang bawaannya, semakin banyak pula waktu yang dibutuhkan di bandara, karena terkait dengan proses *check in* dan pengurusan *baggage*. Staf yang terlibat dalam proses ini pun ikut menyesuaikan, wisatawan individu dengan jumlah barang bawaan sedikit, maka yang terlibat dalam proses ini hanya *driver* dengan pemandu wisata saja, tetapi jika barang bawaan wisatawan tersebut banyak, maka staf lapangan akan ikut membantu proses ini. Lain halnya bagi wisatawan *group* yang secara otomatis akan melibatkan staf lapangan dalam membantu *driver* dan pemandu wisata, guna kelancaran proses *transfer out*.

## **Pengendalian**

### **Evaluasi Pasca *Tour***

Setelah *tour* selesai dilaksanakan, Pemandu wisata Tunas Jogja melakukan laporan *post tour* kepada staf *Travel Consultant*, dengan menyerahkan kembali *guide order*, *guide expenses*, serta *tour statement* untuk kelengkapan administrasi perusahaan.

Penyerahan kembali dokument *guide order* oleh pemandu wisata kepada staf *Travel Consultant* harus sudah ditandatangani oleh pemandu wisata. Hal ini merupakan pengakuan pemandu wisata bahwa *tour* dan pelayanan yang diberikan berjalan sesuai dengan program yang ditentukan dan dokumen tersebut

merupakan dasar pemberian *guide fee* yang jumlahnya telah ditentukan oleh HPI. Staf *Travel Consultant* wajib menanyakan kondisi dan hambatan yang berlangsung saat pelaksanaan *tour*, kondisi terkini di lapangan, serta temuan-temuan yang terkait operasional *tour*, misalnya, rute masuk ke daya tarik wisata yang telah berubah, perubahan biaya parkir kendaraan, serta temuan terkait lainnya. Biasanya pemandu wisata juga akan memberikan masukan-masukan tertentu, terkait pelaksanaan *tour*, misalnya: efisiensi dan efektifitas waktu kunjungan ke daya tarik wisata yang terkait dengan kenyamanan wisatawan saat menikmati daya tarik wisata, pilihan fasilitas-fasilitas yang nyaman, serta informasi-informasi lainnya. Staf *Travel Consultant* wajib mencatat informasi-informasi tersebut dan melakukan sistem arsip guna kepentingan staf terkait, serta menjadi bahan evaluasi dan pengendalian atas pelaksanaan *tour* berikutnya.

*Guide expenses* yang berisikan informasi informasi uang tunai yang diterima oleh pemandu wisata sebelum kegiatan *tour*, *budget* yang ditentukan oleh perusahaan dan ketentuan-ketentuan lainnya terkait keuangan saat pelaksanaan *tour*, dikembalikan kepada staf *Travel Consultant* beserta dengan seluruh bukti biaya pengeluaran saat kegiatan *tour* (tanda masuk daya tarik wisata, kertas parkir, struk pembelian air mineral dan lain-lain). Semua dokumen terkait biaya pengeluaran saat kegiatan *tour* berlangsung akan diteruskan kepada departemen keuangan dan departemen keuangan akan melakukan pengecekan ulang semua bukti pengeluaran biaya sesuai dengan program yang ada dalam *itinerary* serta ketentuan-ketentuan pelayanan yang ada dalam *guide order*. Ketentuan Tunas Jogja, jika terdapat perbedaan pengeluaran tanpa persetujuan dari pihak perusahaan, maka perusahaan

tidak wajib mengganti biaya tersebut kepada pemandu wisata.

Dokumen *tour statement* menjadi dokumen penting bagi Tunas Jogja dalam kegiatan evaluasi pelaksanaan *tour*. Sebagian besar wisatawan yang menggunakan jasa paket wisata selalu memberi masukan tentang kualitas pelayanan yang diberikan, catatan *complain*, saran kepada staf yang terlibat dalam penyelenggaraan *tour*, serta masukan tentang kondisi daya tarik wisata. Misalnya ketidakpuasan wisatawan terhadap pelayanan makanan di hotel, perjalanan yang tidak nyaman karena terjadi kerusakan transportasi dan kemacetan, khususnya pelaksanaan *tour* pada saat periode *peak season* maupun *high season*. Dengan adanya masukan-masukan tersebut, menjadi dasar bagi staf *Travel Consultant* Tunas Jogja sebagai bahan evaluasi dan akan berupaya mencari solusi untuk meminimalkan kejadian tersebut agar tidak terjadi kembali pada pelaksanaan *tour* di masa yang akan datang.

## KESIMPULAN

Dalam menyusun dan menyelenggarakan paket wisata, staf *Travel Consultant* memanfaatkan fasilitas yang disediakan perusahaan serta kerja sama dengan berbagai industri pariwisata sebagai *supplier* komponen paket wisata. Fasilitas-fasilitas tersebut kemudian digunakan sebagai *input* oleh staf *Travel Consultant* dalam operasional paket wisata *tailor made tour*. Ada beberapa tahapan dalam operasional paket wisata yang dilakukan oleh staf *Travel Consultant* Tunas Jogja, yang pertama yaitu perencanaan, yang diawali dengan proses *order* paket wisata oleh calon wisatawan, *Travel Consultant* melakukan *follow up* semua permintaan calon wisatawan, *travel*

*consultant* menentukan kebijakan pembayaran paket wisata sesuai ketentuan perusahaan, dan kemudian menerbitkan dokumen perjalanan yang diperlukan dalam pelaksanaan *tour* berupa *Guide order, Voucher, Guide Expenses, Name Board* dan *Tour Statement*. Selanjutnya yaitu pengorganisasian yang dilaksanakan pada saat persiapan *tour* melalui koordinasi *Travel Consultant* dengan semua staf yang bertugas. Selanjutnya pengarahan yang biasanya dilakukan pada saat pelaksanaan *tour*, dimana *tour* harus berjalan sesuai dengan *itinerary* dan pemandu wisata harus bisa mengatur waktu kunjungan selama berada di daya tarik wisata. Staf *Travel Consultant* harus selalu melakukan komunikasi dan mengarahkan pemandu wisata dalam mengawasi selama kegiatan *tour* berlangsung, dan pada akhir pelaksanaan *tour*, pemandu wisata harus membagikan *tour statement* kepada *Tour Leader* guna keperluan penilaian tingkat kepuasan wisatawan atas pelayanan yang telah diberikan (*feedback*). Dokumen tersebut merupakan dasar evaluasi kinerja operasional seluruh staf PT. Tunas Indonesia Tours and Travel Yogyakarta, terkait fungsi pengendalian dalam penyelenggaraan operasional paket wisata.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aini, W., Ridwan, M., & Emrizal, E. (2019). *Perencanaan Paket Wisata Sejarah Lembah Bakkara Kecamatan Baktiraja Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara. Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 1(2), 59-63.
- Ariani, D. W. (2009). *Manajemen operasi jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Atmaja, E. H. (2017). *Manajemen Operasional Paket Wisata City Tour Surakarta di PT. Kirana Surya Gemilang Yogyakarta (Studi Kasus Rombongan Ikatan Wanita Bank Yogyakarta)*. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(2), 140-155.
- Desky, M. A. (2001). *Pengantar Bisnis Biro Perjalanan Wisata*. Yogyakarta : Adi Cipta.
- Foster, D. L. (2000). *“First Class an Introduction to Travel & Tourism, Second Edition (Edisi Bahasa Indonesia)”*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Gunteja, B. P., Mulyantari, E., & Saputra, A. D. (2021). Pengaruh Daya Tarik Terhadap Kepuasan Wisatawan di Coffee On The Bus PO. Rejeki Transport Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 4(2), 176-186.
- Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2016). *The business of tourism*. Pearson Education.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Kadim, A. (2017). *Penerapan Manajemen Produksi & Operasi Di Industri Manufaktur*. Bogor: Mitra Wacana Media
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: LPU-UNAS
- Oliveira, M. H. F. D. C., & Kusnanta, G. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Transportasi Jasa Pt Sriwijaya Air. *Journal of Tourism and Economic*, 1(1).
- Lubis, K. (2017). *Perencanaan Tailor Made Tour untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen oleh Tour Department Pacto Ltd Medan*. Program Studi D-III Perjalanan Wisata Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara
- Lumanauw, N. (2020). *Manajemen Operasional Paket Wisata Perjalanan Insentif Di PT. Golden Kris Tours*.

- In Journey (Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management) (Vol. 2, No. 2, pp. 47-62).
- Nuriata. (2014). *Paket Wisata, Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga*. Bandung: Alfabeta.
- Prihastuti, Y., & Widayati, E. (2019). *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pt. Tunas Indonesia Tours And Travel Cabang Yogyakarta)*. *Journal of Tourism and Economic*, 2(1).
- Rijali, A. (2018). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Robinson, P., Fallon, P., Cameron, H., & Crofts, J. C. (Eds.). (2016). *Operations management in the travel industry*. Cabi.
- Sugiyono (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Tim Kemenparekraf (2021) *Trend Industri Pariwisata 2021*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Utama, R. E., Gani, N. A., Priharta, A., dan Jaharuddin. (2019) *Manajemen Operasi*. Jakarta: UM Jakarta Press.
- Utama, I. (2014). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wright, J. N., & Race, P. (2004). *The Management of Service Operations*. Kroasia: Thomson Learning.
- Yoeti, O. A. (2003). *Tours And Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yuswohady, et al., (2021) *OTA Industry Outlook 2021*. Jakarta: Invent.ure knowledge