

PENGEMBANGAN PAKET WISATA DI HABIBI TOUR AND TRAVEL DAERAH BANDUNG

Development of Habibi Tour and Travel Bandung Area Tour Packages

Jamie Louie¹, Lisnini², Marieska Lupikawaty³

¹Politeknik Negeri Sriwijaya

¹Jamielouie05@gmail.com, ²Lisnini21@gmail.com, ³marieska@polsri.ac.id

Diterima: 06-09-2022 / Disetujui: 25-07-2023 / Dipublikasikan: 07 2023

DOI : <https://doi.org/10.5281/zenodo.8198033>

Abstrak

Paket wisata adalah perjalanan yang direncanakan dan dilaksanakan oleh agen perjalanan dengan menentukan lamanya perjalanan, tempat-tempat yang dikunjungi, akomodasi, transportasi, makanan dan minuman. Adanya paket wisata menjadi alternatif bagi wisatawan karena lebih hemat energi, mengefisienkan waktu, harga yang bersaing dan pelayanan prima. Tujuan penelitian ini adalah untuk merencanakan biaya paket wisata tujuan Bandung. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pengumpulan data 5 tahun terakhir melalui wawancara dan studi kepustakaan, yang kemudian diolah dengan menggunakan metode *forecast* untuk mengetahui kemungkinan kenaikan pengguna jasa pada tahun 2022 di Habibi Tour And Travel. Hasilnya menyatakan bahwa wisatawan yang menggunakan biro perjalanan Habibi Tour And Travel cenderung memilih paket perjalanan wisata dengan daya tarik alamnya. Hasil peramalan ini juga berhasil mendapatkan jumlah pengguna jasa pada tahun 2022, yakni sebanyak 102 orang dengan harga Rp.1.329.600,-/ orang, dimana biaya tersebut dilengkapi dengan semua fasilitas dan akomodasi selama perjalanan wisata yang sesuai dengan subsistem yang ada.

Kata Kunci : Paket Umum Wisata Bandung, Perencanaan Paket Umum Wisata, Wisata Alam

Abstract

A tour package is a trip planned and carried out by a travel agent by specifying the length of the trip, the places visited, lodging, transportation, food and drinks. The existence of tour packages is an alternative for tourists because they are more energy efficient, time efficient, competitive prices and excellent service. The purpose of this research is to plan the cost of tour packages to Bandung. This research is qualitative in nature by collecting data for the last 5 years through interviews and literature studies, which then uses the forecast method to determine the possibility of an increase in service users in 2022 at Habibi Tour And Travel. The results state that tourists who use the Habibi Tour And Travel travel agency tend to choose travel packages with natural attractions. The results of this forecasting also succeeded in getting the number of service users in 2022, namely as many as 102 people at a price of IDR 1,329,600 / person, where the fee is equipped with all facilities and lodging during tourist trips in accordance with the existing subsystems.

Keywords: Bandung General Tour Packages, Natural Tourism, Planning General Tour Packages

PENDAHULUAN

Istilah pariwisata massal di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan tur (*tour*) Penyelenggaraan tur secara legal ditangani oleh biro perjalanan umum/biro perjalanan wisata (BPW). Habibi *Tour and Travel* adalah salah satu perusahaan yang bekerja di bidang perencanaan dan perjalanan wisata. PT Habibi duta wisata memiliki berbagai macam paket wisata yang dibuat dengan tujuan dalam negeri maupun luar negeri.

Paket wisata merupakan kumpulan berbagai produk dan layanan wisata yang diatur oleh penyelenggara *tour*, yang terdiri dari transportasi, destinasi wisata, *guide*, makanan dan akomodasi (Cetin & Yarcin, 2017). Namun, masih banyak biro perjalanan wisata yang tidak mampu membuat paket wisata yang terorganisir dan diselenggarakan secara profesional. Perencanaan yang tidak matang dalam mengemas suatu paket wisata dapat mengakibatkan banyak kerugian, seperti kecelakaan (Fiatiano, 2004).

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, banyak permintaan dari pengguna jasa biro perjalanan ini untuk membuat paket dengan harga yang minimalis. Pada perancangan paket wisata, perlu memperhatikan latar belakang dalam melaksanakan perjalanan wisata, manfaat dari produk dan keunikannya, sehingga dapat mencapai tujuan tertentu, yaitu mewujudkan wisata yang efektif dan efisien. Dalam pembuatan paket wisata memerlukan komponen-komponen wisata untuk membuat paket wisata tersebut menjadi sebuah paket yang lengkap (Hoyle, 2006).

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan paket wisata yang dapat digunakan oleh masyarakat umum. Paket wisata yang ditawarkan oleh PT. Habibi Duta Wisata selama ini hanya berfokus pada paket untuk instansi atau lembaga saja. Daerah Bandung dipilih karena banyaknya wisata alam dan budaya disana, sesuai dengan data yang didapatkan bahwa wisatawan yang menggunakan biro perjalanan Habibi *Tour And Travel* cenderung memilih paket perjalanan wisata dengan daya tarik alamnya.

LANDASAN TEORI

Paket Wisata

Berdasarkan (Ahmad, 2018) paket wisata adalah subsistem berbeda, dimana subsistem tersebut berkaitan dan mempengaruhi satu sama lain yang kemudian digabungkan menjadi satu. Subsistem tersebut dibagi menjadi 4 aspek, antara lain Subsistem fasilitas wisata, Subsistem waktu, Subsistem daya tarik wisata dan Subsistem wisatawan.

Menurut (Sukaatmadja & SE, 2020), subsistem daya tarik wisata merupakan primadona dalam penyusunan produk paket wisata yang akan memberikan warna dari perjalanan wisata. Pendapat lain adalah menurut (Kirom et al., 2016) dimana daya tarik wisata adalah tempat yang memiliki aktivitas dan juga beberapa hal yang dapat dilihat oleh wisatawan.

Untuk memberikan kepuasan untuk wisatawan yang dinyatakan oleh (Silvandi & Mandalia, 2022) membutuhkan syarat-syarat yaitu:

- a. *Something to buy* (apa yang dibeli)
- b. *Something to do* (apa yang dilakukan)
- c. *Something to see* (apa yang dilihat)

Daya tarik wisata terbagi menjadi 3 jenis daya tarik wisata seperti yang dinyatakan oleh (Widagdyo, 2017) yaitu :

a. Daya Tarik Wisata Alam

Berdasarkan keunikan bentang alam, vegetasi atau tumbuhan, topografi daya tarik wisata dan suasana daya tarik wisata alam. Daya tarik wisata alam memiliki sifat fisik dan non fisik dari alam yang terhubung dengan fenomena tersebut.

b. Daya Tarik Wisata Buatan

Dimana daya tarik wisata tersebut merupakan buatan manusia berupa infrastruktur, monumen, taman, industri ataupun daya tarik wisata berupa pusat konvensi.

c. Daya tarik wisata Budaya

Memiliki unsur dongeng, cerita rakyat, sejarah yang kuat dari atraksi tersebut. Daya tarik wisata ini bisa berupa kesenian, seni musik, seni tari, serta seperti upacara-upacara adat.

Dalam penyusunan paket wisata tersebut dari subsistem daya tarik wisata terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan untuk dapat

menciptakan paket wisata yang tepat yaitu dengan menggunakan justifikasi yaitu sebuah tabel. Penggunaan justifikasi ini memiliki arti bahwa atraksi tersebut dapat dijadikan elemen dalam paket wisata dan hal ini dikemukakan oleh (Utama, 2021).

Teori Geografis

Menurut para ahli geografi di berbagai Negara terhadap kepariwisataan sudah mulai sejak tahun 1930-an, dengan berbagai perhatian yang berbeda-beda (Rahmadana et al., 2021). Segi-segi geografi umum yang dikaji dalam pariwisata antara iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat istiadat, dan sebagainya. (Arjana, 2021)

(Handoyo, 2022) mengemukakan bahwa geografi pariwisata adalah studi terapan dari konsep, teori dan pendekatan geografi terhadap aspek pariwisata pada wilayah permukaan bumi. Terdapat enam hal yang menyusun komponen geografi pariwisata yaitu:

- a. Pola keruangan penawaran (*spatial patterns of supply*)
- b. Pola keruangan permintaan (*spatial patterns of demand*)
- c. Geografi tempat-tempat wisata (*the geography of resort*)
- d. Gerakan dan aliran wisatawan (*tourist movement and flows*)
- e. Dampak pariwisata (*the impact of tourism*)
- f. Model-model keruangan pariwisata (*models of tourism space*)

(Banjarnahor et al., 2021) membedakan pariwisata berdasarkan letak geografis menjadi:

- a. Pariwisata lokal (*Local Tourism*), yaitu pariwisata yang lingkungannya sempit dan terbatas.
- b. Pariwisata Regional (*Regional Tourism*), yaitu pariwisata yang ruang lingkungannya lebih luas dari pada pariwisata lokal, tetapi lebih sempit dari pariwisata nasional.
- c. Pariwisata Nasional (*National Tourism*), yaitu pariwisata yang lingkungannya dalam satu negara.
- d. Pariwisata Regional Internasional (*Regional-International Tourism*), yaitu kawasan pariwisata yang berkembang di kawasan internasional yang terbatas tetapi melewati dua batas, dua, tiga negara atau

lebih dalam kawasan tersebut, contoh pariwisata ASEAN.

- e. Pariwisata Internasional (*International Tourism*), yaitu suatu pariwisata yang lingkungannya dunia.

Perencanaan Paket Wisata

Menurut (Bambang Supriadi & Roedjinandari, 2017) ada hal-hal yang harus diperhatikan dalam merencanakan paket perjalanan yaitu, kita harus tau alasan seseorang melakukan perjalanan, pemilihan waktu yang tepat untuk bepergian, motivasi mereka dalam memilih tujuan liburan. Menurut (Yunus, 2016), memerlukan tahapan dalam perencanaan paket wisata antara lain:

1. Diagnosis pasar
2. Formulasi tujuan
3. Observasi
4. Analisis data
5. Penetapan rencana
6. Pelaksanaan rencana.

Perencanaan Biaya Wisata

(Yunus, 2016) menyatakan Biaya pariwisata adalah biaya yang harus ditanggung wisatawan dalam rangka melakukan suatu kegiatan wisata. Cara menentukan biaya tur ini dilakukan dengan cara menghitung total biaya yang dikeluarkan atau menghitung biaya langsungnya saja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Peneliti mencoba menjelaskan keadaan yang sebenarnya melalui data terdahulu dan informasi dari lapangan dengan menjelaskan secara deskripsi, tanpa pengujian hipotesis (Rukajat, 2018)

PT. Habibi *Tour and Travel* yang beralamat di Jalan Merdeka No. 23 Kota Palembang dipilih sebagai lokasi penelitian. Data yang digunakan adalah data primer yang didapat dari jawaban responden yang mengelola PT. Habibi *Tour and Travel* dengan melakukan wawancara langsung, serta menggunakan data sekunder yang berasal dari jurnal, buku atau data yang telah diolah dan dimiliki oleh PT. Habibi *Tour and Travel*.

Perencanaan paket wisata pada penelitian ini menggunakan metode *forecast*, yakni teknik

yang digunakan untuk mengumpulkan dan memanipulasi data untuk membuat peramalan yang andal dan akurat.

$$Y = a + bx$$

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \left(\frac{\sum X}{n} \right)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Perhitungan Forecast

Hasil perhitungan prediksi yang telah dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik Hasil Perhitungan Forecast Tahun 2022-2023

Dari grafik di atas setelah menggunakan forecast terlihat bahwa jumlah pengguna jasa Habibi Tour And Travel terjadi penurunan yang diakibatkan oleh beberapa faktor yaitu yang pertama adalah dampak dari pandemi COVID-19 beberapa tahun terakhir ini. Kedua, kurangnya minat masyarakat untuk berwisata, ketiga, instansi belum aktif. Instansi-instansi yang beroperasi dan terakhir situasi ekonomi kotamadya yang terpuruk akibat dampak dari pandemi Covid-19.

Mengenai faktor pertama, yaitu dampak dari pandemi COVID-19 beberapa tahun terakhir, kemarin Covid 19 sangat mempengaruhi sektor pariwisata untuk penyedia layanan perjalanan dan tujuan wisata karena penutupan semua tempat wisata dan pembatasan perjalanan di seluruh kota. Hal ini menyebabkan sektor pariwisata mengalami penurunan yang cukup tajam.

Namun, akhir-akhir ini keadaan sudah mulai membaik dalam keadaan ekonomi maupun sektor pariwisata. Meskipun demikian, untuk mendapatkan penghasilan seperti sebelumnya membutuhkan waktu.

Hasil Perencanaan Paket Wisata

Dari hasil penelitian didapatkan paket wisata dalam 4 hari tujuan wisata Bandung dengan berfokus pada wisata alam dan budaya, berikut rincian perjalanan umum wisata:

Hari 1: (WIB)

07.00 – 20.00 Perjalanan menuju Bandung

20.00 – Istirahat di hotel

Hari 2: (WIB)

07.00 – 07.30 Sarapan

07:30 – 09:00 Menuju Kawah Putih Ciwidey

09:30 – 11:30 Kunjungan ke Kawah Putih

Ciwidey

11.30 – 13.00 Makan Siang

13:00 – 13:30 Menuju Pusat Belanja Ciwidey

13:30 – 14.30 Belanja di Pusat Belanja

14.30- 15.30 Perjalanan menuju Perkebunan teh

Rancabali

15.30- 17.00 Wisata di Perkebunan Teh

Rancabali

17.00 – 18.00 Perjalanan Menuju Hotel

18.00 – Istirahat

Hari 3: (WIB)

07.00 – 08.30 Sarapan

08:30 – 09.30 Perjalanan Menuju Curug Dago

09.30 – 11.00 Wisata di Curug Dago

11.00 – 13.00 Makan Siang

13.00 – 13.30 Menuju Dusun Bambu Lembang

13.30 – 15.30 Wisata Dusun Bambu Lembang

15.30 – 16.30 Menuju Pusat Belanja Dago

16.30 – 17.30 Belanja di Daerah Dago

17.00 – 18.30 Perjalanan menuju hotel

18.30 - Waktu istirahat

Hari 4: (WIB)

07.00 – 07.30 Sarapan pagi

07.30 – 21.00 Perjalanan menuju Palembang

Dimana Fokus pembuatan paket adalah wisata alam seperti Kawah Putih Ciwidey, Perkebunan The Rancabali dan Curug Dago, sedangkan wisata budaya yang berfokus pada Desa Bambu Lembang.

Dari perencanaan diatas harga yang ditetapkan untuk setiap paket umum wisata yang diberikan sebesar Rp..1.329.600/orang. Dimana harga ini didapatkan untuk 102 orang, 102 orang ini didapatkan dari perhitungan forecast. Didalam paket umum wisata ini sudah tersedia transportasi, hotel, makan, biaya tiket wisata, snack, dan biaya

lainnya. Di bawah ini merupakan hasil perhitungan paket tour Bandung.

TOUR COMPONENTS	FIX COST	VARIABLE COST/pax
Transportation Big Bus 50 seat Rp.3.700.000/day x2	Rp.29.600.000	
Driver tip Rp.400.000 (4 day)	Rp.400.000	
Tol Fee P/P PLM-Pelabuhan Bakauheni	Rp.1.332.000	
Tol Fee P/P Jakarta-Bandung	Rp.300.000	
Hotel room(2pax/room)Rp.350.000 = 175.000 /pax X 3 night		Rp350.000
Ekstra budget(biaya tak terduga)		Rp.50.000
Banner Rp.300.000	Rp.300.000	
Dinner Rp.30.000/pax X 3N		Rp.90.000
Lunch Rp.30.000/pax X 4D		Rp.120.000
Snack day 1 Rp.10.000/pax		Rp.10.000
Medkit/P3K(Masker,anti septic,vitacimin, kotak P3K)	Rp.400.000	
Biaya penyebrangan Menuju Merak Big Bus : 2.000.000	Rp.4.000.000	
Biaya penyebrangan Menuju Bakauheni	Rp.4.000.000	
Entry & Parking fee		
Kawah putih ciwidey	Rp.20.000	Rp.40.000
Belanja di daerah Ciwidey	Rp.20.000	-
Kebun The Rancabali	Rp 20.000	Rp.10.000
Curug Dago	20.000	Rp.20.000
Belanja di jalan Dago	Rp.20.000	
Dusun Bambu Lembang	Rp 20.000	Rp.15.000

SUB TOTAL	40.452.000: 102pax =396.600	Rp.705 .000
	Rp685.000+ Rp.1.140.000 =Rp.1.101.600	
FOC 5 Pax	Rp.1.101.600x5pax) :102 = Rp54.000	
TOTAL	Rp.1.155.600	
SURCHARGE / ADD ON 15%	174.000	
FINAL PRICE	Rp.1.329.600	

KESIMPULAN

Hasil peramalan yang diperoleh dengan menggunakan metode forecast dan trend garis lurus kuadrat kecil sebesar 102 pada tahun 2022, dari grafik tahun 2021 sebesar 255 pengguna jasa, sehingga dianalisa terjadi penurunan pengguna jasa pada tahun 2022, Dimana terdapat beberapa faktor diantaranya akibat dari pandemi Covid-19, minat berwisata masyarakat masih kurang, instansi masih belum merealisasikan tidak ada kegiatan, keadaan ekonomi masyarakat masih belum membaik.

Mengembangkan Paket perjalanan wisata yang terorganisir dengan tujuan Bandung berupa tour 4 hari. Dengan biaya Rp.1.329.600/ orang, dengan biaya yang dilengkapi dengan segala fasilitas dan akomodasi selama tour, sesuai dengan subsistem yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, L. (2018). *Sistem Informasi Manajemen: Buku Referensi: Sistem Informasi Manajemen* (Vol. 1). KITA Publisher.
- Arjana, I. G. B. (2021). *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif-Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Bambang Supriadi, S. E., & Roedjinandari, N. (2017). *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Universitas Negeri Malang.
- Banjarnahor, A. R., Simanjuntak, M., Revida, E., Purba, S., Purba, B., Simarmata, J.,

- Nasrullah, N., Murdana, I. M., Sudarmanto, E., & Harizahayu, H. (2021). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.
- Cetin, G & Yarcan, S. (2017). The professional relationship between tour guides and tour operators. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*.
- Fiatiano, E. (2004) *Perencanaan Paket Wisata atau Tur* - Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, 2004
- Handoyo, B. (2022). *Pengantar Geografi: Penguatan Berpikir Spasial*. Bayfa Cendekia Indonesia.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-teknik observasi (sebuah alternatif metode pengumpulan data kualitatif ilmu-ilmu sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21–46.
- Hoyle, L.H. (2006) *Event Marketing*. Jakarta: PPM
- Kirom, N. R., Sudarmiatin, S., & Putra, I. W. J. A. (2016). Faktor-Faktor Penentu Daya Tarik Wisata Budaya Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 1(3), 536–546.
- Rahmadana, M. F., Purba, B., Purba, E., Syafii, A., Zaman, N., Irdawati, I., Simarmata, H. M. P., Sudarmanto, E., Basmar, E., & Kareth, M. A. C. (2021). *Sejarah Pemikiran Ekonomi: Pemikiran dan Perkembangan*. Yayasan Kita Menulis.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Silvandi, G. O., & Mandalia, S. (2022). Pengembangan Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan dengan Menerapkan Aspek Pariwisata 3S (Something to see, something to do, something to buy). *I-TOURISM: Islamic Tourism Jurnal*, 1(2), 70–81.
- Sukaatmadja, I. P. G., & SE, M. P. (2020). *Manajemen Pemasaran Pariwisata*. Penerbit Lakeisha.
- Utama, I. G. B. R. (2021). *Filsafat Ilmu dan Logika Manajemen dan Pariwisata*. Deepublish.
- Widagdyo, K. G. (2017). Pemasaran, daya tarik ekowisata, dan minat berkunjung wisatawan. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 261–276.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen strategis*. Penerbit Andi.