

MODEL STRATEGI PROSEDUR PENYUSUNAN PAKET WISATA DI PT BALI DAKSINA WISATA TOUR AND TRAVEL

Yohanes Kelfin Januri ^{1*}, Putu Agus Prayogi ², Putu Guntur Pramana Putra³, I Gusti Agung Rendra Wijaya⁴

¹²³⁴ Jurusan D III Perjalanan Wisata, Universitas Triatma Mulya, Indonesia

*Corresponding Author: pramana.putra@triatmamulya.ac.id

Abstrak: Pariwisata melibatkan aktivitas bepergian dengan menggunakan jasa travel agent. Meningkatnya kunjungan wisatawan memberikan dampak positif bagi negara dengan membuka peluang bagi travel agent untuk menjual jasanya. PT Bali Daksina Wisata Tour and Travel, sebagai salah satu travel agent menawarkan paket wisata tirtayatra serta paket wisata inbound dan outbound. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model prosedur penyusunan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata, kendala yang dialami dalam penyusunan paket, serta strategi yang diterapkan untuk mengatasi kendala tersebut. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, kemudian dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. PT Bali Daksina Wisata Tour and Travel menghadapi beberapa kendala dalam menyusun paket wisata, seperti kurangnya inovasi, persaingan pasar, minimnya relasi, daerah tujuan wisata yang belum terkenal, lokasi dan tempat parkir yang kurang memadai. Untuk mengatasi kendala tersebut, perusahaan perlu menambah objek wisata yang sedang populer dan mempromosikannya melalui media sosial. Konsistensi dalam produk, harga, dan inovasi paket wisata penting untuk menghadapi persaingan. Membangun relasi yang lebih kuat akan membantu memenuhi kebutuhan konsumen dan pendekatan yang lebih baik dengan pihak di daerah tujuan wisata yang belum terkenal dapat memudahkan dalam memesan akomodasi. Menyediakan tempat parkir khusus karyawan dan tamu juga akan meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan

Kata Kunci: Model, Prosedur Penyusunan, Paket Wisata, Strategi Penyusunan

Abstract: Tourism involves travelling using the services of a travel agent. Increased tourist visits have a positive impact on the country by opening up opportunities for travel agents to sell their services. PT Bali Daksina Wisata Tour and Travel, as one of the travel agents, offers tirtayatra tour packages as well as inbound and outbound tour packages. This study aims to determine the procedure for preparing tour packages at PT Bali Daksina Wisata, the obstacles experienced in preparing packages, and the strategies applied to overcome these obstacles. Data were collected through observation, interviews, and documentation studies, then analysed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. PT Bali Daksina Wisata Tour and Travel faces several obstacles in preparing tour packages, such as lack of innovation, market competition, lack of relationships, tourist destinations that are not yet well known, inadequate locations and parking lots. To overcome these obstacles, the company needs to add attractions that are currently popular and promote them through social media. Consistency in product, price, and tour package innovation is important to face competition. Building stronger relationships will help fulfil consumer needs and better engagement with those in lesser-known tourist destinations can make it easier to book accommodation. Providing dedicated parking spaces for employees and guests will also increase convenience and improve customer satisfaction.

Keywords: Model, Compilation Procedure, Tour Package, Compilation Strategy

Informasi Artikel: Pengajuan 13 October 2024 | Revisi 28 November 2024 | Diterima 1 December 2024

How to Cite: American Psychological Association (APA) Style

Pendahuluan

Biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan utama yaitu berwisata (Utama, 2017). Jadi, dapat disimpulkan bahwa biro perjalanan wisata merupakan perusahaan yang secara khusus mengatur suatu perjalanan mulai dari persiapan keberangkatan sampai perlengkapan selama perjalanan untuk seseorang maupun kelompok yang berniat mengadakannya dengan tujuan tertentu. Menurut Kotler dan Keller (2015), paket wisata adalah produk atau layanan yang melibatkan perjalanan jauh yang diorganisir sebelumnya, biasanya termasuk transportasi, akomodasi, dan makanan. Paket wisata adalah produk dari *travel agent* yang berisi detail-detail komponen seperti perjalanan wisata yang memiliki satu tujuan atau lebih untuk dikunjungi yang disusun dari berbagai fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual dengan harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata (Nuriata, 2014). Menurut Holloway (2019), paket wisata adalah produk yang terdiri dari dua elemen utama, yaitu transportasi ke tempat tujuan dan akomodasi di tempat tersebut, serta mungkin juga termasuk berbagai fasilitas dan layanan lainnya.

Menurut Nugraha (2020), paket wisata secara umum terbagi menjadi dua jenis yaitu *ready made tour* dan *tailor made tour*. Dalam paket wisata terdapat berbagai macam komponen-komponen yang terlibat dalam penyelenggaraan wisata. Perjalanan wisata dapat berlangsung dengan baik karena terdapat keterpaduan antara fasilitas yang saling mendukung dan berkesinambungan. Adapun komponen-komponen wisata tersebut, antara lain yaitu transportasi, akomodasi, daya tarik wisata, restaurant, toko cinderamata, pramuwisata (*tour guide*).

Biro perjalanan wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* adalah sebuah *travel agent* yang memiliki paket wisata *Tirtayatra* dan juga dua paket wisata lainnya yakni, paket wisata *inbound* dan *outbound*. Untuk menyusun suatu produk berupa paket wisata maka biro perjalanan wisata harus memahami prosedur-prosedur penyusunan paket wisata sehingga memudahkan wisatawan ketika mengakses untuk melakukan reservasi. Prosedur adalah suatu tata cara atau kegiatan untuk menyelesaikan pekerjaan dengan urutan waktu dan memiliki pola kerja yang tetap yang telah ditentukan (Wijaya dan Irawan, 2018). Keraf (2014) menyatakan bahwa penyusunan adalah proses merancang atau mengatur sesuatu dengan mengikuti urutan dan tata letak yang sistematis untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan Haryono (2016), menyatakan bahwa penyusunan adalah proses merancang dan menata sesuatu dengan memperhatikan urutan dan tata letak yang tepat guna mencapai hasil yang diinginkan. Proses ini melibatkan identifikasi kebutuhan, pengumpulan informasi, analisis, serta pembuatan keputusan yang tepat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Sailendra (2015), standar operasional prosedur merupakan sebuah panduan yang bertujuan memastikan pekerjaan dan kegiatan operasional organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar. Sedangkan menurut Rifka (2017), standar operasional prosedur merupakan suatu cara untuk mengatur bagaimana proses pekerjaan dilakukan, siapa yang harus mengerjakan, siapa yang bertanggungjawab, siapa yang memberi persetujuan, kapan dilakukan, dokumen apa yang harus disiapkan dan keterangan pendukung lainnya. Berdasarkan definisi dari beberapa rujukan diatas, dapat disimpulkan bahwa standar operasional prosedur merupakan panduan yang digunakan untuk memastikan bahwa pekerjaan dan kegiatan operasional suatu organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar. Dalam melakukan suatu kegiatan, organisasi memerlukan suatu acuan untuk mengatur dan mengontrol semua aktivitas yang terjadi pada suatu kegiatan. Yakni adanya suatu prosedur yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dari suatu organisasi atau perusahaan. Begitu juga dengan perusahaan PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* memiliki tujuan perusahaan. Salah satu paket wisata yang dimiliki oleh PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* adalah paket *Tirtayatra*. Paket wisata ini sangat banyak peminatnya dikarenakan khusus disediakan bagi masyarakat yang beragama Hindu. Tujuan dari penyusunan paket ini agar masyarakat luas dapat menjalankan kegiatan keagamaan bersamaan dengan berkunjung ke tempat-tempat wisata yang terdapat Pura dan tempat melakukan persembahyangan serta berwisata.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Jenis data dalam penelitian ini yakni berupa data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif berupa model strategi prosedur penyusunan paket wisata, kendala yang dialami dalam pembuatan paket wisata dan solusi dalam menanggapi kendala dalam pengemasan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*. Data kuantitatif berupa data kunjungan wisatawan ke Bali tahun 2018-2023. Sumber data dalam penelitian ini yakni data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini yakni data yang didapatkan dari hasil wawancara yang berkaitan dengan prosedur penyusunan paket wisata, kendala dan strategi dalam penyusunan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*. Data sekunder dari penelitian ini dari penelitian terdahulu dan sumber dari artikel yang terkait dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi secara langsung untuk mendapatkan data mengenai Prosedur Penyusunan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*. Wawancara dengan I Gede Eggy Prautha Wiguna selaku *Operational Manager* PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* dan Dewa Gede Mahardika selaku *Manager Marketing* di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* tentang strategi pemasaran paket wisata di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*. Studi dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini berupa artikel yang mendukung dan berhubungan dengan prosedur penyusunan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif.

Hasil dan Pembahasan

Prosedur Penyusunan Paket Wisata Di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak *operasional manager*, adapun prosedur yang dilaksanakan dalam model strategi prosedur penyusunan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* yakni :

a) Observasi

Salah satu teknik yang digunakan oleh PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Menurut Sugiyono (2018), observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik

yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* untuk mengetahui pasar yang dituju oleh *travel agent*, apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari calon konsumen, untuk menentukan paket wisata apa yang akan dijual dengan menerapkan metode promosi dan perhitungan untung dan rugi laporan keuangan.

b) Pengemasan Produk

Menurut Kotler dan Keller (2013), pengemasan produk adalah segala aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Pengemasan produk memiliki tiga fungsi utama yaitu melindungi produk, memudahkan penggunaan, dan memberikan informasi kepada konsumen. Kemasan yang inovatif dapat memberikan perusahaan keunggulan terhadap pesaing. Wisatawan akan melakukan perjalanan wisata bila terdapat hubungan antara motif melakukan wisata dengan daerah yang dituju. Sedangkan perjalanan wisata dapat dilakukan bila ada sarana untuk mencapai tempat tersebut, seperti pesawat terbang, kereta api dan kapal laut. Sarana ini tidak cukup memenuhi syarat bila di area yang menjadi daerah tujuan wisata tidak dilengkapi sarana untuk keperluan hidup wisatawan selama berwisata, seperti jasa makanan, minuman, akomodasi, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan sarana transportasi yang dapat mengantarkan wisatawan ke tempat-tempat wisata yang lainnya. Agar perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata dapat terpuaskan, maka diperlukan pengemasan produk pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Pengemasan produk pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan adalah sebagai berikut:

a. Mengemas Fasilitas

Menurut Yoeti (2015), fasilitas merupakan segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Jadi, PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* menyediakan fasilitas utama yaitu paket wisata. Paket wisata yang dimiliki dibagi menjadi tiga bagian yaitu *ready made tour*, *taylor made tour* dan paket *Tirtayatra*. Sehingga *market* yang dituju serta destinasi dan fasilitas yang disediakan juga berbeda. Langkah selanjutnya adalah membidik pasar dengan cara mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen dan memilih satu atau beberapa segmen pasar. Maksudnya, tindakan yang harus dilakukan setiap daerah tujuan wisata adalah mengemas produknya disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan wisatawan mancanegara yang dibidiknya. Mendukung tindakan tersebut, daerah tujuan wisata harus mengembangkan posisi bersaing mengenai produk wisata dengan daerah tujuan wisata yang lainnya yang disebut menetapkan posisi.

b. Mengemas pelayanan

Fasilitas-fasilitas produk pariwisata yang baik tidak akan cukup menarik wisatawan bila tidak diberi pelayanan. Pelayanan adalah roh yang akan menggerakkan aktivitas pariwisata sebab yang dibeli oleh wisatawan adalah pelayanan sejak dia berangkat atau datang ke daerah tujuan wisata dan kembali lagi ke tempat asalnya. Menurut Kotler (2018), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

c. Komitmen dan Kerjasama

Menurut Kusnadi (2013), komitmen dan kerjasama adalah proses dimana dua pihak atau lebih berkomitmen dan bekerja bersama untuk mencapai tujuan yang sama. Komitmen dan kerjasama melibatkan komunikasi yang efektif, saling pengertian, dan kepercayaan. Industri pariwisata bukanlah suatu industri yang berdiri sendiri melainkan terdiri dari berbagai komponen-komponen yang saling terkait. Penyelenggaraan sistem pariwisata dapat berjalan dengan sempurna bila komponen-komponen tersebut melebur menjadi satu dan saling mendukung satu dengan yang lainnya. Komponen-komponen kepariwisataan yang berperan dalam penyelenggaraan sistem industri pariwisata secara garis besar terdiri dari tiga komponen, yaitu Pemerintah, jasa-jasa kepariwisataan dan masyarakat disekitar daerah tujuan wisata. PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* sudah menjalin kontrak kerjasama dengan beberapa komponen-komponen yang terkait dalam industri pariwisata seperti hotel dan restoran. Hanya saja, kerjasama antar komponen pariwisata masih terhitung minim sehingga banyak *misscommunication* terkait harga tiket masuk daya tarik wisata.

Jenis-jenis paket wisata yang ditawarkan PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* yaitu:

1. Paket Wisata *inbound* (Jawa-Flores-Bali-Lombok)

Biro Perjalanan PT Bali Daksina *Tour and Travel* memiliki produk paket wisata dengan tujuan ke Bali. Selain paket wisata dengan tujuan ke Bali, PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* juga menerima permintaan atau pemesanan paket wisata bukan hanya di pulau Bali akan tetapi seluruh Nusantara. Adapun paket yang tersedia, *ready made tour* dan paket *Tirtayatra*. Ada dua cara yang digunakan dalam pembuatan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* yaitu :

a. *Ready Made Tour*

Paket ini merupakan paket yang sudah dibuat oleh *tour planning* di biro perjalanan wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* dan calon pembeli tinggal memilih paket wisata yang ditawarkan.

Ready Made Tour mempunyai sasaran penjualan biasanya wisatawan asing atau mancanegara karena menyukai kepraktisan dan efisien waktu. *Ready Made Tour* di biro perjalanan wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* sering dipilih oleh konsumen dari sekolah-sekolah karena efisien, praktis, dan standarnya sangat cocok untuk anak-anak sekolah.

- b. *Tailor Made Tour*
Tailor Made Tour adalah jenis paket perjalanan yang dirancang khusus sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan preferensi individu atau kelompok yang memesannya. Biasanya calon pengguna jasa Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* menelepon kantor atau datang langsung di Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* untuk dibuatkan jadwal perjalanan sesuai kebutuhan dan keinginan mereka.
2. Paket Wisata *Outbound* (Korea-Hongkong-Bangkok-Malaysia-Vietnam-India)
 - a. Korea Selatan
Daya Tarik Wisata yang dikunjungi adalah: Nami Island (tempat shooting film drama Winter Sonata), Petite France, Trick Eye Museum, Gangnam Street and Seoul Tower (Photo stop), Kyongbok Palace, National Folklore Museum, Blue House, Bugak Skyway, dan Seoullo 7017.
 - b. Hongkong
Daya Tarik Wisata yang dikunjungi adalah: Window of World, Splendid China dan China folk culture, villages with shows, Fisherman Wharf, Macau Tower dan Kun Lam Statue, Ruins of st. Paulus, dan Nacha Temple dan City of Dreams With The Dragon Treasure Show.
 - c. Bangkok
Daya Tarik wisata yang dikunjungi adalah: Four Face Buddha, Grand Palace Bangkok, Bee Farm, Art in Paradise, Hard Rock, Pattaya Beach, dan Nong Nooch Village.
 - d. Malaysia
Daya Tarik Wisata yang dikunjungi adalah: Putra Jaya, Sultan Palace, KLCC Suria, Twin Tower Petronas, National monument, Sungei Wang Plaza, Berjaya Times Square, Genting Highland, Batu Caves and Chocolate Outlet, Dataran Merdeka, dan China Town.
 - e. Vietnam
Daya Tarik Wisata yang dikunjungi adalah: Saigon, Katedral Notre Dame, Terowongan Cu Chi, Tourist Boat Station (My Tho), dan Sungai Tien (Mekong).
 - f. India
Daya Tarik wisata yang dikunjungi adalah : Sungai Gangga, Mansa Devi, Laxman Jhula, Shiva Temple, Swarg Ashram, Brahma Sarovar, Sanne Hit Sarovar, Bhisma Kund, Sumur Drupadi, Birla Temple, dan India Gates.
3. Paket *Tirtayatra*
Agama Hindu mengajarkan banyak cara untuk mendekati diri dengan Tuhan, ada jalan yoga, meditasi, penguasaan dan ilmu pengetahuan. Dari sekian banyak cara yang ada, salah satu yang paling mudah dan bisa dilakukan oleh setiap orang adalah dengan melaksanakan Wisata Religi yang dalam Agama Hindu sering disebut dengan *Tirtayatra*. *Tirtayatra* atau perjalanan suci, merupakan suatu kegiatan keagamaan untuk meningkatkan kehidupan spiritual (kerohanian) dengan cara mengunjungi tempat tempat suci kemudian melakukan persembahyangan dan melakukan meditasi. Tempat-tempat yang dijadikan wisata *Tirtayatra* adalah tempat tempat suci yang memiliki nilai sejarah dan diyakini kesuciannya seperti Pura di Bali atau Mandir dan Kuil di India. Ada Pura yang tergolong Sad Kahyangan dan Dang Kahyangan atau Kahyangan Jagat, seperti Pura Besakih, Pura Uluwatu, Pura Tanah Lot, Pura Lempuyang, Pura Tampak Siring, Pura Batur, Pura Pucak Penulisan, Pura Sakenan, dan lain-lain. Demikian juga didaerah lainnya seperti Candi Prambanan, Candi Ceto, Gunung Bromo, Pura Gunung Salak, Pura Suranadi, Pura Narmada, dan Pura Lingsar.

Kendala yang dialami dalam Penyusunan Paket Wisata Di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*

Setiap biro perjalanan wisata pasti mengalami kendala-kendala dalam menciptakan atau membuat produk-produk paket wisata yang dihasilkan. Dalam melakukan kegiatannya biro perjalanan wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* juga mengalami kendala. Berikut ini beberapa kendala-kendala yang dihadapi PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* dalam membuat atau menciptakan Paket Wisata:

1. Paket Wisata
PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* juga memiliki paket wisata diluar paket *Tirtayatra*. Namun fokus utamanya adalah paket *Tirtayatra*. Tidak tersedianya inovasi terbaru akan paket wisata adalah kendala bagi PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* sehingga terkadang menyebabkan konsumen memilih menggunakan jasa *travel agent* lain untuk sekedar berlibur atau menikmati waktu bersama keluarga.

2. Persaingan Pasar
Semakin bermunculan biro perjalanan wisata baru menjadi tantangan tersendiri bagi biro perjalanan wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* dalam melakukan pemasaran, karena sering mengalami terjadinya persaingan harga. Biro perjalanan wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* harus tetap konsisten dengan produk yang dimilikinya dan juga berupaya melakukan inovasi untuk membuka pangsa pasar baru sehingga semakin banyak dikenal khalayak umum.
3. Kurangnya Relasi
Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara dengan Bapak I Gede Eggy Prautha Wiguna selaku *General Manager* PT Bali Daksina *Tour and Travel* menyatakan bahwa : "*Kami di PT Bali Daksina Wisata Tour and Travel sudah menjalin kerjasama dengan beberapa pihak akomodasi hotel dan restaurant seperti hotel Novotel, Santika, Luminor, Swisbell, dan Ibis. Pihak restaurant seperti Selera Jumbo, Padang Ramat Jati, Wong Solo, Ayam Betutu Gilimanuk dan Bromo Asri. Masih ada beberapa lainnya namun masih bisa dihitung jumlahnya, dalam artian masih kurang relasi yang dibangun sehingga pasti ada kendala berupa tidak tersedianya kamar atau full occupancy bagi tamu yang ingin melakukan tour*". (Wawancara dengan Eggy, 2024). Berdasarkan dari hasil wawancara tersebut, kerjasama sudah dilakukan namun masih dihitung dengan jari, karena kendala-kendala yang dihadapi seperti *full occupancy* dan lainnya.
4. Daerah Tujuan Wisata yang belum Terkenal
PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* sering menghadapi kendala pada saat mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum terkenal. Hal ini terjadi karena daerah tujuan wisata tersebut sangat jauh keberadaannya dari akomodasi seperti tempat penginapan dan restoran.
5. Lokasi dan Tempat Parkir
Biro perjalanan wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* berlokasi di Jalan P.B. Sudirman Pertokoan Agung Blok A, Nomor 1 Denpasar. Letaknya cukup strategis karena mudah dijangkau dan hanya membutuhkan waktu sekitar 30 menit dari Bandara Internasional Ngurah Rai dan berjarak 45 menit dari Pelabuhan Benoa. Akan tetapi, karena memiliki tempat parkir yang tidak luas maka wisatawan yang berkunjung menggunakan kendaraan pribadi akan kesulitan mencari tempat parkir terlebih kendaraan roda empat (4).

Strategi yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam Penyusunan Paket Wisata Di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*

Dari beberapa kendala diatas, biro perjalanan wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* harus mempunyai strategi atau cara agar pemasaran berhasil dan dapat memenuhi apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan wisatawan serta agar lebih dikenal oleh khalayak umum seperti:

1. Paket wisata
Paket wisata PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* hanya berfokus pada paket tirtayatra. Sedangkan paket wisata lain yang dimiliki adalah paket non *Tirtayatra* seperti ke Labuan Bajo dan beberapa objek lainnya. Oleh karena itu, PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* juga harus menambah daftar objek wisata yang sedang "naik daun" dengan melakukan atau mencari daerah tujuan wisata yang sedang terkenal agar bisa membuat paket wisata terupdate. Tujuannya adalah agar dengan adanya terobosan baru muncul wisatawan atau pelanggan baru yang secara tidak langsung ikut mempromosikan biro perjalanan PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*. Promosi bisa dilakukan melalui media sosial seperti *email, website, facebook, instragram, Youtube* dan *Tiktok*
2. Persaingan Harga
Persaingan harga tentu tidak dapat dihindari. Namun hal ini juga dapat menjadi penghambat suatu perusahaan karena konsumen dapat berpindah ke perusahaan lain yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka serta sesuai harga yang sesuai dengan isi dompet mereka. Oleh karena itu PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* harus tetap konsisten dengan produk yang dimiliki, harga paket wisata, market yang dituju, dan menjaga kepercayaan konsumen dan melakukan inovasi akan paket wisata sehingga dapat diminati di pasaran.
3. Menambah relasi dengan pihak hotel dan restoran
Membangun relasi atau koneksi dengan pihak akomodasi seperti hotel dan restoran merupakan hal yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Karena hal ini bisa memudahkan PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* dalam menyediakan fasilitas yang dibutuhkan konsumen untuk menghindari hambatan-hambatan seperti hotel yang sudah *full booked* dan memudahkan ketika ada wisatawan yang ingin menginap di hotel lain karena merasa tidak nyaman dengan hotel yang telah disediakan, serta membantu menambah *market* baru atau konsumen atas kerjasama antara pihak akomodasi dan restaurant dengan PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*.
4. Daerah Tujuan Wisata yang belum terkenal

Dari kendala tersebut dapat disimpulkan bahwa biro perjalanan PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* kurang melakukan pendekatan atau kurang berkomunikasi dengan pihak yang terdapat di daerah tujuan wisata yang belum terkenal, sehingga menyulitkan PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* dalam memesan akomodasi seperti hotel dan restoran yang letaknya dekat dengan daerah tujuan wisata yang belum terkenal tersebut. Hal ini juga terjadi karena PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* jarang melakukan *tour* ke daerah tujuan wisata yang belum terkenal, dalam artian *tour* tersebut dijalankan atas permintaan konsumen.

5. Tempat parkir yang kurang memadai

Masalah pada tempat parkir menjadi sebuah masalah yang cukup sering di jadikan kritikan oleh para calon konsumen yang mengungsi secara langsung PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*. Oleh karena itu, untuk menangani masalah tersebut pihak dari PT Bali Daksina *Tour and Travel* akan menyediakan tempat parkir yang lebih luas demi kenyamanan para calon pengguna jasanya.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul "Model Strategi Prosedur Penyusunan Paket Wisata di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*", dapat disimpulkan bahwa PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* menyediakan paket wisata *inbound tour* (perjalanan dalam negeri) dan paket *outbound tour* (perjalanan ke luar negeri). Namun, Biro Perjalanan PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* juga mempunyai sebuah paket wisata yang menjadi prioritasnya, paket wisata tersebut bernama paket wisata *Tirtayatra*. Prosedur Penyusunan Paket Wisata di PT Bali Daksina *Wisata Tour and Travel* diantaranya adanya observasi, pengemasan produk atau paket wisata, pengemasan pelayanan berupa penjualan dan promosi. Terdapat beberapa kendala dalam kelancaran penjualan paket wisata di biro perjalanan PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* yakni 1) Hanya memfokuskan paket wisatanya di paket wisata *Tirtayatra* sehingga belum dikenal oleh masyarakat umum kecuali tamu langganan. 2) Persaingan harga dengan *travel agent* lain. 3) Kerjasama antar industri pariwisata berupa hotel, restaurant dan daerah tujuan wisata yang masih kurang. 4) Halaman parkir yang tidak luas sehingga membuat tamu kesulitan jika berkunjung ke PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* dalam jumlah yang banyak (tamu *group*). Ada kendala tentu ada juga strategi untuk mengatasi kendala-kendala tersebut seperti 1) menambah pasar baru yang akan dituju sehingga paket wisata lain yaitu paket wisata *inbound* dan *outbound* juga memiliki banyak peminatnya. 2) Mengandalkan pengalaman positif konsumen yang pernah menggunakan jasa PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* untuk mempengaruhi calon wisatawan lain agar menggunakan jasa PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*. 3) Membangun relasi dengan banyak hotel, restaurant dan juga di daerah tujuan wisata agar mempermudah kelancaran *tour*. 4) Perlunya lahan parkir yang memadai untuk kenyamanan konsumen saat berkunjung ke biro perjalanan PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel*.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih diberikan kepada para narasumber yakni Bapak I Gede Eggy Prautha Wiguna selaku *Operational Manager* PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* dan dan Bapak Dewa Gede Mahardika selaku *Manager Marketing* di PT Bali Daksina Wisata *Tour and Travel* yang telah memberikan data terkait penelitian ini. Ucapan terimakasih diberikan pula kepada para pembimbing Bapak Putu Agus Prayogi dan Bapak Putu Guntur Pramana Putra yang senantiasa memberikan arahan dan masukan untuk penyempurnaan penelitian ini. Serta pihak-pihak terkait lainnya yang telah membantu menyelesaikan penelitian ini.

Referensi

- Haryono, S. (2016). Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS. Bekasi: Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama.
- Holloway, J. C. (2019). The business of tourism. Harlow: Pearson Education.
- Keraf, A. S. (2014). Kamus Lengkap Bahasa Indonesia. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Marketing Management (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- (2015). Marketing Management (15th Global Edition). Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2018). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. New Jersey: Wiley.
- Kusnadi. (2013). Komitmen dan Kerjasama dalam Organisasi. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka.
- Nugraha. (2020). Penjualan Paket Wisata Step Holidays. Politeknik Negeri Lampung.
- Nuriata. (2014). Paket Wisata: Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga. Bandung: Alfabeta.
- Rifka. (2017). Strategi Penyusunan dan Pelaksanaan SOP Paket Wisata di Era Digital. Jakarta: Pustaka Pariwisata.

- Sailendra. (2015). Pengertian Standar Operasional Prosedur Menurut Para Ahli. Dipetik July 17, 2020, dari jurnal.id: Mengenal Manfaat Cara Pembuatan dan Contoh SOP.
- Sugiyono. (2018). Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Utama, I. G. B. R. (2017). Peran biro perjalanan wisata dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Bali. Jakarta: Penerbit Pariwisata Indonesia.
- Wijaya, D., & Irawan, R. (2018). Prosedur administrasi penjualan pada usaha Jaya Teknik Jakarta Barat. Jurnal Perspektif f, 16(1).
- Yoeti, O. A. (2015). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT Pradnya Paramita.