

PROSEDUR PENYUSUNAN PAKET WISATA DI PT BALI DAKSINA WISATA TOUR & TRAVEL DENPASAR

Maria Desita Dapa Ole^{1*}, Ni Nyoman Ardani², Putu Guntur Pramana Putra³

¹ Fakultas Bisnis dan Pariwisata, Universitas Triatma Mulya, Indonesia

² Fakultas Bisnis dan Pariwisata, Universitas Triatma Mulya, Indonesia

³Fakultas Bisnis dan Pariwisata, Universitas Triatma Mulya, Indonesia

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

Abstrak: Penelitian ini dilakukan di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel Jl. P.B. Sudirman pertokoan agung blok A, Denpasar – Badung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Prosedur penyusunan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel (2) Jenis – jenis paket wisata yang dimiliki (3) Kendala yang dialami dalam menyusun paket wisata di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel (4) Solusi atas kendala-kendala yang dialami selama menyusun paket wisata. Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif dan kuantitatif, sumber dat primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi berupa voice recorder dan pengambilan gambar. Dari hasil penelitian ditemukn (1) Prosedur penyusunan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel melalui observasi pasar yang dituju penggunaan platform berupa email, nomor handphone, sosial media dan CITOS aplikasi digital yang memudahkan wisatawan mengakses informasi terkait PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel (2) Adapun jenis – jenis paket wisata yang dimiliki yakni paket wisata inbound, outbound dan tirtayatra yang dibuat berdasarkan permintaan tamu(taylor made tour) dan yang sudah disediakan (ready made tour).

Kata Kunci: Prosedur , Paket Wisata , Kendala dan S olusi

Abstract: This research was conducted at PT Bali Daksina Tour & Travel Jl. P.B. Sudirman shopping mall, block A, Denpasar – Badung. This study aims to determine (1) the procedures for preparing tour packages at PT Daksina Bali Tour & Travel (2) Types of tour packages owned (3) Constraints experienced in compiling tour packages at PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel (4) Solutions to the obstacles experienced during preparing tour packages. This study uses qualitative and quantitative data types, primary and secondary data sources. Data collection techniques were carried out by observing, interviewing, and documenting in the form of voice recorders and taking pictures. From the results of the study it was found (1) Procedures for preparing tour packages at PT Daksina Bali Tour & Travel through observing the target market using platforms in the form of email, cellphone numbers, social media and the CITOS digital application which makes it easier for tourists to access information related to PT Daksina Bali Tour & Travel (2) The types of tour packages that are owned are inbound, outbound and tirtayatra tour packages which are made based on guest requests (taylor made tours) and those that have been provided (ready made tours).

Keywords: Procedures, Tour Packages, Constraints and solutions

Informasi Artikel: Pengajuan 25 Maret 2024 | Revisi 06 April | Diterima 27 Mei 2024

Pendahuluan

Menurut etimologi kata “pariwisata” diidentikkan dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Jadi pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010:12). Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, sebelum dan selama dalam perjalanan dan kembali ke tempat asal, pengusaha daya tarik atau atraksi wisata (pemandangan alam, taman rekreasi, peninggalan sejarah, pagelaran seni budaya).

Jadi, pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan bepergian kesuatu tempat dengan berbagai tujuan dengan menggunakan jasa usaha-usaha sarana pariwisata (Subadra, 2019; Subadra 2021; Subadra dan Hughes, 2021), salah satunya Biro Perjalanan Wisata. Meningkatnya kunjungan wisatawan memberikan dampak positif bagi negara, untuk menambah devisa dan juga memberikan peluang kepada perusahaan biro perjalanan wisata untuk menjual dan memberikan jasanya. Salah satu daerah yang memiliki pariwisata yang dikenal hingga ke Mancanegara adalah Bali. Selain dikenal sebagai Pulau Dewata, Bali juga disebut dengan Pulau Seribu Pura. Perekonomian Bali sebagian besar ditopang oleh sektor pariwisata. Denpasar merupakan pusat pemerintahan dan perekonomian hingga saat ini. Beberapa kegiatan

ekonomi dan kawasan baru telah dan sedang dikembangkan untuk mendukung sektor pariwisata, seperti ekonomi kreatif, pariwisata maritim, dan ekowisata di Ubud, Nusa Dua, Seminyak, Jimbaran, dan beberapa tempat lainnya (Tarunabali.baliprov.go.id sekilas- bali 13 Desember 2022). Destinasi wisata di Provinsi Bali menarik minat wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Maka dari itu, kunjungan wisatawan ke Bali mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Metode

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari narasumber penelitian dan perilaku objek yang diamati. Penelitian kualitatif menurut Saryono (2010) merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif. Adapun sumber data dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Beberapa informan akan dipilih berdasarkan kebutuhan penelitian serta berkaitan dengan tema penelitian. Data primer dalam penelitian ini berupa data hasil wawancara berkaitan dengan prosedur penyusunan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai sistem pengendalian internal atas sistem dan prosedur penggajian dalam usaha mendukung efisiensi biaya tenaga kerja. Dalam penelitian ini data didapatkan melalui , penelitian terdahulu, literatur, situs internet dan data tambahan berupa data jumlah kunjungan wisatawan ke Bali. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yaitu pedoman wawancara (terlampir), *voice recorder* berupa alat yang digunakan untuk merekam hasil wawancara serta kamera *handphone* yang digunakan sebagai alat untuk mendokumentasikan hal-hal atau kegiatan di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi , teknik penyajian hasil analisis data (Miles dkk, 2014).

Hasil dan Pembahasan

Prosedur Penyusunan Paket Wisata pada Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel

Berdasarkan hasil wawancara dengan Wiguna selaku Operasional Manager menjelaskan bahwa Prosedur Penyusunan Paket Wisata di Bali Daksina Wisata Tour & Travel yaitu sebagai berikut :

1. Observasi

Salah satu teknik yang digunakan oleh PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel untuk mengetahui atau menyelidiki tingkah laku non verbal yakni dengan menggunakan teknik observasi. Observasi dalam prosedur penyusunan paket wisata ini yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mengetahui market pasar yang dituju, apa yang menjadi *needs and wants* dari calon konsumen, untuk menentukan paket wisata apa yang akan dijual dengan menerapkan metode promosi dan perhitungan untung dan rugi laporan keuangan.

2. Pengemasan Produk

Berkaitan dengan produk pariwisata merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Kotler dkk, 2012). Sedangkan pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk. 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, kapal laut dan kereta. 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 dan minuman, akomodasi, hiburan, tempat perbelanjaan dan sarana transportasi yang dapat mengantarkan 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.

3. Mengemas Fasilitas

Menurut Yoeti (2014), fasilitas merupakan segala sesuatu baik benda maupun jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa, dagang maupun perusahaan industri. Menurut (Daradjat, 2012) Dalam penelitian (Gamatri, 2024) fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah upaya dan memperlancar kerja dalam rangka mencapai suatu tujuan. Jadi, PT Bali Daksina Wisata Tour & 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 produk pariwisatanya dengan Daerah Tujuan Wisata yang lainnya yang disebut menetapkan posisi.

4. Mengemas Pelayanan

Fasilitas-fasilitas produk pariwisata yang baik tidak akan cukup menarik wisatawan bila tidak diberi roh. Pelayanan adalah roh yang akan menggerakkan aktivitas pariwisata sebab yang dibeli oleh wisatawan adalah pelayanan sejak dia berangkat, datang ke Daerah Tujuan Wisata dan kembali lagi ke tempat asal. 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 (Kotler, 2018).

5. Komitmen dan Kerjasama

Komitmen sebagai suatu keadaan dimana seorang individu memihak organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi (Robbins, dkk 2015). Industri pariwisata bukan 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 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 di sekitar obyek dan atraksi wisata. PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel sudah menjalin kontrak kerjasama dengan beberapa komponen-komponen yang terkait dalam industri pariwisata seperti hotel dan restaurant. Hanya saja kerjasama antar komponen pariwisata masih terhitung minim sehingga banyak misscommunication terkait harga tiket masuk Daya Tarik Wisata.

6. Jenis Paket wisata

Jenis paket wisata yang ditawarkan Bali Daksina Wisata Tour & Travel yaitu :

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

Biro Perjalanan PT Bali Daksina Tour & Travel memiliki produk paket wisata dengan tujuan ke Bali. Biro Perjalanan PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel juga menerima permintaan atau pemesanan paket wisata bukan hanya ke seluruh pulau Bali akan tetapi seluruh Nusantara dan *Outbond*. 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 & 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 & Travel dan calon peserta 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 & Travel sering dipilih oleh konsumen sekolah-sekolah karena efisien, praktis, dan standar sangat cocok untuk anak-anak sekolah.

b. Tailor Made Tour

Paket ini berbeda dengan menggunakan cara *ready made tour*.

Tailor made tour ini adalah *tour* yang dibuat oleh calon peserta dengan menelepon kantor atau datang langsung di Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel

2) Paket Tirtayatra

Agama Hindu mengajarkan banyak cara untuk mendekati diri dengan Tuhan, ada jalan yoga, meditasi, beryadnya, penguasaan dan ilmu pengetahuan. Dari sekian banyak cara yang ada, salah satu yang paling mudah dan bisa dilakukan oleh setiap orang adalah dengan jalan melaksanakan Wisata Religi yang dalam Agama Hindu sering disebut dengan *Tirtha Yatra*, *Dharma Yatra*, dan *Vita Sagara*. *Tirtha Yatra* atau perjalanan suci, merupakan suatu kegiatan keagamaan untuk meningkatkan kehidupan spiritual (kerohanian) dengan cara mengunjungi tempat-tempat suci kemudian melakukan persembahyangan, melakukan meditasi dan japa. *Dharma Yatra*, perjalanan suci bagi rohaniwan untuk membabarkan ajaran Dharma ketempat-tempat yang dianggap suci. *Tirtha Yatra* dalam *Sarasamuscaya* : *Akkrodanasca rajendra satya silo drdawratah, atmopamasca bhutesu, sa tirthapalam asnute* (Sarasamuscaya.277 dalam Kajeng, 1997) artinya : Ada orang seperti ini prilakunya, tidak diliputi oleh kemarahan, benar-benar satya teguh pada brata, kasih sayang terhadap semua makhluk, orang yang demikian prilakunya, pahala *Tirtha Yatra* kelak diperolehnya. *Tirtha Yatra* maksudnya berkeliling dengan niat suci mengunjungi tempat-tempat suci. *Sada dari air api hi sakhya praptum naradhipa, tirthabhigamanam punyam yakner api wisiyate* (Sarasamuscaya.279) Artinya : Sebab keutamaan *Tirtha Yatra* amat suci lebih utama dari melaksanakan yadnya, dapat dilakukan oleh orang miskin. Dari kutipan tersebut diatas, *Tirtha Yatra* jelas mempunyai kedudukan yang amat penting dalam ajaran agama Hindu. Tempat-tempat dijadikan *Tirtha Yatra* adalah tempat-tempat suci yang ada petirtan terutama 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, di Jawa Tengah, Gunung Bromo di Jawa Timur. Pura Gunung Salak di Bogor, di Lombok Pura Suranadi, Pura Narmada, dan Pura Lingsar. Adapun tujuan daya tarik

wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel selain paket wisata tirtayatra adalah; Labuan Bajo–Bali–Lombok di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel.

1. Tujuan Wisata pulau Jawa :
 - a) Jakarta & Bogor : Pura Parahyangan Agung Jagatkarta, Monas, Kota Tua , dan Gunung Salak
 - b) Bandung : Tangkuban Perahu, *Floating Market, Farm House*
 - c) Malang : Pura Giri Arjuno, Pura Rambut Siwi, Jatim Park
 - d) Surabaya : Pura Medang Kamulan Gresik, Pasar Atom, dan Kerajinan Kulit Tanggulangin.
 2. Daya tarik wisata Yogyakarta : Candi Prambanan, Situs Ratu Boko, Candi Borobudur, Candi Mendut, Candi Cetho & Candi Suku, dan Astana Giri Bangun.
 3. Daya Tarik Wisata di Labuan Bajo : Pura Agung Giri Segara, Goa Batu Cermin, Pulau Padar, Pulau Komodo, Pantai Pink, Manta Point, Taka Makassar, dan Pulau Kanawa.
 4. Daya Tarik Wisata Bali Lombok : Tanjung Benoa, Pura Ulun Danu, Pura Uluwatu, Pura Batu Bolong, Pasar Sukawati, Sangeh, Bedugul, Braja Sandi, GWK, Pantai *Dreamland*, Pura Galuh, Desa Tradisional Sasak, Pantai Senggigi, Pura Batu Bolong, dan Taman Narmada.
- 3) **Paket Wisata Outbound (Korea – Hongkong – Bangkok- Malaysia – Vietnam – India)**
- a) Korea Selatan
Daya Tarik Wisata yang dikunjungi : *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 : *Window of world*, *Splendid China* dan *China folk culture, villages with shows, Fisherman wharf, Macau tower & kun lam statue , Ruins of st. Paulus , dan Nacha temple & City of Dreams With The Dragon Treasure Show.*
 - c) Bangkok
Daya Tarik wisata yang dikunjungi : *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: *Putra Jaya, Sultan Palace, KLCC Suria, Twin Tower Petronas, National Monument, Sungei Wang Plaza, Berjaya Times Square, Genting Highland, Batu Caves & Chocolate Outlet, Dataran Merdeka, dan China town.*
 - e) Vietnam
Daya Tarik Wisata yang dikunjungi : *Saigon, Katedral Notre Dame, Terowongan Cu Chi, Tourist Boat Station (my tho) , dan Sungai Tien (mekong).*
 - f) India
Daya Tarik wisata yang dikunjungi : *Sungai Gangga, Mansa Devi, Laxman Jhula, Shiva Temple, Swarg Ashram, Brahma sarovar, Sanne Hit Sarovar, Bhisma Kund, Sumur Drupadi, Birla Temple, dan India Gates .*

Dari penjelasan diatas, paket wisata yang dimiliki oleh Biro Perjalanan PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel adalah paket wisata *ready made tour* dan paket tirtayatra . Namun , karena fokus utama PT Bali Daksina adalah tirtayatra, sebagian besar paket yang dimiliki adalah paket tirtayatra . Menurut Wiguna, sebagai Operasional Manager di PT Bali Daksina Wisata (7 Februari 2023). Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel terus berupaya meningkatkan pelayanan kepada wisatawan dengan menggunakan *platform* seperti email, sosial media ; *instagram, facebook*. Walaupun banyak paket wisata tirtayatra dan *inbound* PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel juga memiliki paket *outbound*. Paket wisata di biro mengalami perubahan dari segi harga karena menyesuaikan standar pelayanan, tujuan destinasi wisata (paket dalam negeri atau luar negeri) tiket masuk setiap objek wisata yang akan dikunjungi, *rate* hotel tempat tamu akan menginap dan berapa *pax* tamu yang akan melakukan *tour* melalui Biro PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel, hal ini juga menyebabkan pangsa pasar PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel hanya berfokus pada Pemerintah dan Instansi–instansi pendidikan di Bali. Adapun jasa pelayanan lain yang dimiliki oleh PT Bali Daksna Wisata Tour & Travel adalah sebagai berikut :

1. Jasa Pelayanan Transportasi
Peranan transportasi pada industri pariwisata sangat penting, karena ini merupakan mobilisasi wisatawan dari suatu tempat ke tempat yang lain. Di Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel mempunyai bus pariwisata sendiri yang berjumlah 5 unit bus transportasi, yang dilengkapi dengan fasilitas AC, TV, hingga *sound speaker* yang membantu mengarahkan tamu selama *tour* berlangsung.
2. Jasa Pelayanan Akomodasi
Akomodasi merupakan salah satu komponen suatu paket wisata. Akomodasi dalam paket wisata biasanya bila wisatawan berwisata lebih dari 12 jam dan perjalanan jauh. Oleh karena itu jasa akomodasi sangat membantu dalam menyelenggarakan suatu perjalanan. Banyak konsumen yang sering menggunakan jasa akomodasi di Biro

Perjalanan seperti Instansi-instansi Pemerintah, dan Perusahaan, dan Hotel Melati sampai hotel berbintang, pemesanan melalui telepon atau datang langsung ke Biro Perjalanan. Cara reservasi hotel bisa lewat telepon, *faksimile* dan datang langsung ke hotel. Dalam melakukan reservasi pihak biro perjalanan mengumpulkan data apa yang diinginkan konsumen dengan segala sesuatu yang diperlukan seperti jenis kamar yang diinginkan, tanggal, dan hari pada waktu menginap, lama menginap. Room rate yang diinginkan serta nama dan nomor telepon konsumen (identitas konsumen). Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel juga menjalin kerjasama dengan perusahaan jasa akomodasi. Kerjasama perusahaan akomodasi tidak hanya di pulau Bali saja akan tetapi juga di luar pulau Bali.

3. Jasa pemesanan Tiket (kereta dan pesawat).

Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel juga menyediakan layanan pemesanan tiket, seperti tiket kereta api dan pesawat. Biro PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel sudah membuat tiketnya sendiri dengan bekerjasama dengan beberapa maskapai penerbangan seperti Lion Air, Citilink, Wings Air serta membuat link yang diberi nama CITOS (*City terminal online system*) sejak tahun 2010. Pemesanan tiket bisa melalui telepon atau datang langsung ke biro dan tiket akan di antarkan secara langsung ke calon pembeli atau konsumen. (Wawancara dengan Eggy Wiguna, sebagai operasional manager di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel (7 Februari 2023).

Dalam memudahkan kegiatan perjalanan wisata, Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel tidak bekerja sendiri tetapi bekerjasama dengan pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan bidang industri pariwisata seperti hotel, restoran, dan pihak-pihak destinasi wisata. Peranan masing masing industri pariwisata tersebut memang saling bergantung satu sama lain karena hotel, restaurant, destinasi wisata merupakan komponen paket wisata. Berikut tabel industri jasa pariwisata yang bekerjasama dengan PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel. Daftar akomodasi dan restaurant yang bekerjasama dengan PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel mayoritas hotel yang berasal dari Pulau Bali, dari Hotel Melati sampai Hotel berbintang. Karena dilihat dari analisis pasar dan permintaan wisata di PT Bali Daksina Wisata banyak yang menghendaki tour di Pulau Bali dan Luar Bali dari kalangan sekolah hingga instansi pemerintahan.

Kendala

Kendala yang dialami dalam penyusunan paket wisata pada Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel setiap perusahaan pasti mengalami hambatan-hambatan dalam menciptakan produk-produk paket wisata yang dihasilkan. Dalam melakukan kegiatannya Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel juga mengalami hambatan-hambatan seperti :

1. Paket Wisata

PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel juga memiliki paket wisata diluar paket tirtayatra. Namun fokus utamanya adalah paket tirtayatra. Prosedur pembuatan paket wisata berdasarkan observasi pasar dengan membangun citra yang baik sehingga memiliki loyal konsumen yang terus melakukan wisata terutama Pemerintah dan Instansi Pendidikan. Selain itu, tidak tersedianya inovasi terbaru akan paket wisata menyebabkan tamu memilih menggunakan jasa travel agent lain untuk sekedar berlibur atau menikmati waktu bersama keluarga.

2. Kurangnya relasi antara PT Bali Daksina Wisata dengan Hotel dan Restaurant di Bali hingga luar Bali.

Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara online bersama Dewa Gede Mardika selaku Marketing Manager PT Bali Daksina Tour & Travel, “ jadi kami di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel sudah menjalin kerjasama dengan beberapa pihak akomodasi dan restaurant seperti hotel Novotel, Santika, Swisbell dan Ibis. Pihak restaurant Selera Jumbo, Padang Ramat Jati, Ayam Betutu Gilimanuk 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.

3. Persaingan Pasar

Semakin bermunculan Biro Perjalanan Wisata baru menjadi tantangan sendiri bagi Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel dalam melakukan pemasaran, karena sering mengalami persaingan harga. Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel harus tetap konsisten dengan produk yang dimilikinya dan juga berupaya melakukan inovasi untuk membuka pangsa pasar baru sehingga semakin banyak dikenal khalayak umum.

4. Lokasi dan Tempat Parkir

Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel berlokasi di Jl. P.B. Sudirman Pertokoan Agung Blok A. No. 1 Denpasar. Letaknya cukup strategis karena mudah dijangkau dan hanya membutuhkan waktu sekitar 20 menit dari Dalung , Tegal Jaya. 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.

Solusi

Dari beberapa kendala diatas, maka Biro Perjalanan Wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel harus memiliki strategi atau cara agar pemasaran berhasil dan dapat memenuhi apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan wisatawan serta agar lebih dikenal oleh khalayak umum seperti:

- a) Paket wisata
Paket wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel hanya terfokus pada paket tirtayatra. Sedangkan paket wisata lain yang dimiliki adalah paket non tirtayatra seperti ke Labuan Bajo dan Korea. Oleh karena itu PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel juga harus menambah paket wisata dengan melakukan inovasi yang banyak diminati oleh khalayak umum dan juga membuka peluang berupa market baru melalui *research* motivasi wisatawan, market baru dan juga harus mampu memperkenalkan paket lainnya. Tujuannya adalah agar dengan adanya terobosan baru muncul wisatawan atau pelanggan baru yang secara tidak langsung ikut mempromosikan Bali Daksina. Selain itu, Promosi tidak hanya melalui sosial media melainkan *website* atau *link* sehingga memudahkan wisatawan mengakses segala informasi di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel.
- b) Menambah Relasi dengan pihak Restaurant dan Akomodasi
Membangun relasi atau koneksi komponen-komponen pariwisata lainnya seperti akomodasi dan restaurant sangat penting. Karena hal ini memudahkan PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel 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 & Travel .
- c) Persaingan pasar
Persaingan pasar 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. Oleh karena itu PT Bali Daksina Wisata Tour & 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

Simpulan

Simpulan

Berdasarkan Hasil Penelitian yang berjudul “Prosedur Penyusunan Paket Wisata di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel Denpasar” , dapat disimpulkan bahwa PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel menyediakan paket wisata *inbound* (dalam negeri) dan paket *outbound* (luar negeri) . Prosedur penyusunan paket wisata di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel diantaranya adanya observasi, pengemasan produk atau paket wisata, pengemasan pelayanan berupa penjualan dan promosi. Fokus utama paket wisata di PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel adalah paket wisata Tirtayatra. Tersedia juga paket wisata khusus trip untuk market umum ke seluruh Nusantara hingga ke luar negeri. Daya tarik yang dimiliki biro PT Bali Daksina Tour & Travel Fasilitas saat perjalanan yang diberikan pihak biro kepada wisatawan adalah P3K, Snack, Makan, Bus Pariwisata (AC, TV, Music), *Tour Leader*, Hotel, Souvenir. Pelayanan yang diberikan sesuai *wants & needs* tamu. Beberapa hal menjadi kendala seperti pangsa pasar, dimana PT Bali Daksina Wisata Tour &Travel hanya memfokuskan paket wisatanya di paket wisata tirtayatra PT Bali Daksina Tour & Travel belum dikenal khalayak masyarakat umum kecuali tamu langganan. Halaman parkir yang tidak luas di biro PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel membuat tamu kesulitan jika berkunjung dalam jumlah yang banyak (tamu group). Selain itu kerjasama antar industri pariwisata berupa hotel, restaurant, masih terhitung jumlahnya sedikit. Adapun solusi yang ditawarkan yaitu menambah pangsa pasar baru yang akan dituju sehingga paket wisata lain yaitu paket wisata *inbound* dan *outbound* juga memiliki banyak peminat. Disamping itu, promosi juga diperlukan untuk mengenalkan perusahaan agar lebih dikenal khalayak umum. Keberadaan atau lokasi perusahaan yang strategis mempermudah wisatawan mengakses untuk melakukan pemesanan sehingga perlu lahan parkir yang memadai untuk kenyamanan wisatawan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dapat dikembangkan beberapa saran bagi pihak pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan adalah sebagai berikut:

1. Paket wisata yang disediakan oleh PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel memiliki nilai dalam artian ada begitu banyak masyarakat yang ingin melakukan perjalanan namun dalam konteks wisata religi, sehingga tujuan wisata tidak hanya menikmati daya tarik wisata, fasilitas yang disediakan melainkan dapat berupa ibadah. Hanya saja alangkah baik jika PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel melakukan terobosan baru dengan menyeimbangkan atau menambah paket wisata lain, selain mendapat keuntungan PT Bali Daksina juga akan semakin dikenal khalayak ramai dan tentu memiliki market pasar yang baru.
2. Relasi antar komponen-komponen yang tergabung dalam industri pariwisata sangat penting.

Hal ini juga membantu memberikan informasi terkait perubahan-perubahan yang bisa saja terjadi di setiap destinasi yang akan dikunjungi. Contoh, harga tiket masuk belum tentu sama setiap tahunnya. Saran saya PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel harus memperbanyak relasi baik di Bali hingga luar Bali.

3. Lokasi

Keberadaan suatu kantor atau Biro Perjalanan wisata PT Bali Daksina Wisata Tour & Travel cukup strategis karena mudah dijangkau. Namun karena ada begitu banyak kantor membuat tamu bingung dan tempat parkir yang kurang memadai membuat tamu kesulitan tentunya apalagi jika tamu menggunakan kendaraan roda empat. Saran saya sediakan tempat parkir yang cukup memadai sehingga tamu tidak bertanya dimana tempat parkir.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih diberikan kepada para narasumber yakni Bapak Eggy Wiguna selaku Operasional Manager dan Bapak Dewa Gede Mardika Marketing Manager yang telah banyak membantu dalam penelitian ini. Ucapan terimakasih juga diberikan kepada para pembimbing yakni Ibu Ardani dan Bapak Guntur yang telah memberikan arahan, memberikan masukan terkait konten, isi penulisan dan saran-saran terkait penyempurnaan penulisan

Referensi

- Gamatri, N. L. S., Subadra, I. N., Yuda, I. B. N. K. P., & Sudarsana, K. (2024). Pengaruh Harga Kamar Dan Fasilitas Kamar Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di The Haven Suites Bali Berawa. *Bali Journal of Hospitality, Tourism and Culture Research*, 1(1), 14-26.
- Kajeng, I.N. dkk. (1997). *Sarasamuccaya*. Surabaya: Paramita
- Kotler, Philip dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Kotler, Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Pemerintah Provinsi Bali.2022. Sekilas Bali. [Online] tersedia di : <https://tarubali.baliprov.go.id/sekilas-bali/>, (di akses pada 13 Desember 2022)
- Sanoto, H. (2020). *Penyusunan Standard Operating Procedures (SOP) Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Bengkayang Dalam Rangka Peningkatan Mutu Manajemen Organisasi*. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 10(3), 263-268
- Saryono. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Alfabeta
- Sinaga, Supriono (2010). *Potensi dan Pengembangan objek wisata di kabupaten Tapanuli Tengah*. Sumatera Utara: Kertas Karya
- Stephen, R. (2015). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Subadra, I N. (2019). Alleviating poverty through community-based tourism: Evidence from Batur Natural Hot Spring Water – Bali. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Volume 8, No.51
- Subadra, I N. (2021). Pariwisata Budaya dan Pandemi Covid-19: Memahami Kebijakan Pemerintah dan Reaksi Masyarakat Bali. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, Vol. 11, No. 1, p. 1-22. DOI: <https://doi.org/10.24843/JKB.2021.v11.i01.p01>.
- Subadra, I N. and Hughes, H. (2021). *Pandemic in Paradise: Tourism Pauses in Bali*. *Tourism and Hospitality Research*. London: Sage Publication. p.1-7. DOI: <https://doi.org/10.1177/14673584211018493>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Yoeti, O.A. (2014). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa