

Perancangan Paket Wisata *Adventure Tour* Bandung Untuk Golden Rama Tours And Travel

(Designing Adventure Tour Package Bandung for Golden Rama Tours and Travel)

Ajeung Retno¹, Marceilla Suryana², Sherly Raka Siwi Putri Utomo³

Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, 40012

E-mail¹: ajeung.retno.upw19@polban.ac.id

E-mail²: marceilla@polban.ac.id

ABSTRAK

Golden Rama Tours and Travel merupakan salah satu perusahaan jasa di bidang perjalanan yang melayani pemesanan tiket, produk tour, dokumen perjalanan, paket wisata, dan *cruise*. Golden Rama Tours and Travel juga salah satu Travel Agent di Indonesia yang menyediakan paket wisata domestik dan internasional, paket wisata yang di sediakan dapat berupa *ready tour* dan *tailor made tour*. Paket wisata yang penulis buat merupakan jenis paket wisata alam dan petualangan, yang didalamnya melakukan kegiatan seperti rafting, paintball, menaiki balon udara, sepeda gravitasi dan lain-lain di Kota Bandung. Wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung biasanya luar Jawa dan salah satu nya adalah Kota Jakarta. Tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk merancang paket wisata petualangan (*adventure*) di Kota Bandung dan sekitarnya untuk Golden Rama Tours and Travel, kemudian membuat proposal kreatif digital yang memuat paket wisata *adventure* di Kota Bandung dan sekitarnya untuk Golden Rama Tours and Travel

Kata Kunci : Perancangan paket wisata, Paket wisata, wisata *Adventure*.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang tumbuh menjadi masa depan pembangunan sektor ekonomi, dan cukup berperan penting dalam kontribusi pemasokan dan pendapatan negara. Sektor pariwisata mempengaruhi pertumbuhan di berbagai negara. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari daya tarik dan keunikan suatu destinasi dalam jangka waktu sementara. Dalam melaksanakan kegiatan pariwisata, wisatawan atau calon wisatawan membutuhkan sarana dan prasarana untuk menunjang perjalanan wisata agar tujuan pariwisata dapat tercapai (Maulida, 2020). Sarana dan prasarana tersebut dapat berupa akomodasi, transportasi, dokumen perjalanan, destinasi wisata, dan lain-lain. Biro perjalanan

wisata merupakan salah satu komponen dalam industri pariwisata yang menjadi penghubung antara konsumen dengan penyedia jasa untuk mengatur atau merencanakan perjalanan wisata (Lintong, 2015). Golden Rama Tours and Travel berkembang dan dipercaya sebagai salah satu biro perjalanan terbaik di Indonesia untuk menangani dan melayani kegiatan wisatawan dari dalam negeri ke luar negeri (*outbound*) maupun wisatawan dariluar negeri ke dalam negeri atau yang akrab disebut dengan (*inbound*).

Golden Rama telah resmi bergabung dengan IATA, PATA, ATP, ASITA dan ASTINDO yang merupakan badan-badan resmi internasional yang berfokus pada asosiasi travel agent di dunia. Golden Rama Tours and Travel merupakan salah satu perusahaan jasa di bidang perjalanan yang melayani pemesanan tiket, produk tour, dokumen perjalanan, paket wisata, dan *cruise*. Berdasarkan survey penulis dengan pihak mitra yaitu Golden Rama Tours and Travel mengatakan bahwa target market perusahaan yaitu masyarakat umum atau para pekerja yang

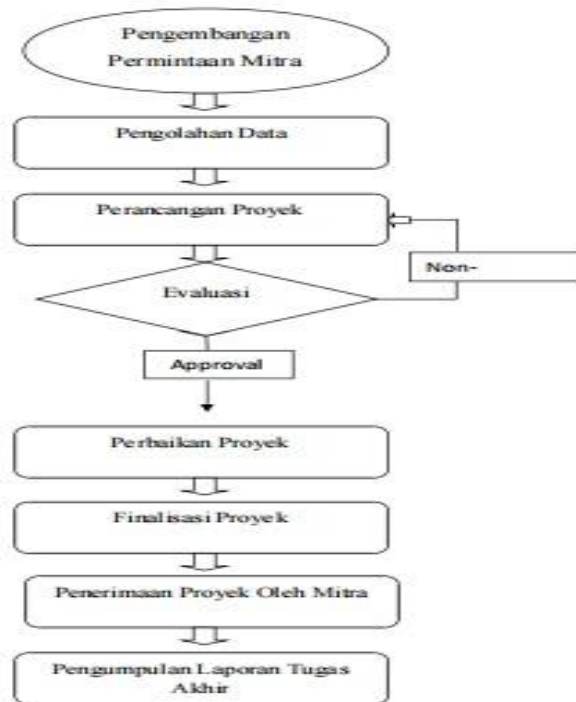
ingin meluangkan waktu singkatnya untuk melakukan liburan disaat ada waktu senggang. Untuk paket wisata domestik kota Bandung, Golden Rama Tours and Travel memiliki target pasar yaitu perusahaan yang ada di Jakarta untuk kegiatan program wisata karyawannya, yang memiliki rentang usia 25-40 tahun dengan kegiatan yang energik, menarik dan dapat memacu semangat dari adrenalin.

Salah satu destinasi yang banyak dipilih menjadi tujuan wisatawan adalah Kota Bandung dengan jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Bandung pada tahun 2019, mencapai 8.175.221 jiwa, namun pada tahun 2020 sektor pariwisata mengalami penurunan karena adanya wabah virus Covid-19, yang berdampak pada penurunan jumlah wisatawan nusantara pada angka 3.290.090 jiwa. Wisatawan mancanegara yang mengunjungi Kota Bandung pada tahun 2019 mencapai 252.842 jiwa, namun turun drastis pada tahun 2020 mencapai 30.210 jiwa. Hal ini dikarenakan Kota Bandung secara geografis berada di ketinggian kurang lebih 768mdpl, dengan titik tertinggi di wilayah utara dengan ketinggian 1.050 mdpl dan terendah di wilayah selatan 675 mdpl. Hal ini membuat Kota Bandung memiliki udara yang sejuk. Selain itu Kota Bandung berbatasan dengan Kabupaten Bandung yang memiliki kondisi topografi berupa alam pegunungan. Kota Bandung juga merupakan kota metropolitan, dengan fasilitas yang lengkap. Hal ini membuat kota Bandung memiliki jenis wisata yang beragam, seperti wisata alam, wisata kuliner, wisata belanja, wisata sejarah dan

budaya dan memiliki jenis kegiatan wisata yang cukup bervariasi, yang dapat dilakukan oleh wisatawan selama berwisata di wilayah kota Bandung dan sekitarnya. Salah satu kegiatan wisata yang ada adalah kegiatan wisata *adventure*.

Maka dari itu, tujuan dari proyek ini adalah perancangan paket wisata *adventure* sesuai dengan dengan komponen paket wisata meliputi susunan rangkaian acara perjalanan (*Itinerary*), perancangan harga (*Quotation*), dan pengaturan detail waktu kegiatan perjalanan (*Distribution of Time*) yang dikemas ke dalam Proposal Kreatif Digital dengan format PDF (*Portable Document Format*) untuk diberikan kepada pihak mitra yaitu Golden Rama Tours and Travel apabila ada kebutuhan wisatawan yang membutuhkan paket wisata khususnya daerah kota Bandung. Pada penelitian yang dilakukan oleh Pattaray (2021) menunjukkan bahwa wisata petualangan dituangkan dalam konteks alam pedesaan dan kearifan lokal masyarakat sekitar. Lalu penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Saepulloh (2018) menunjukkan variabel paket wisata dalam bentuk kuliner untuk mengembangkan makanan khas tradisional kota Bandung yang telah dilupakan oleh masyarakat. Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Fiatiano (2009) perencanaan tidak hanya sekedar progress persiapan, namun merupakan tahapan kegiatan yang berlanjut menerus mewarnai dan mengikuti kegiatan sampai pada pencapaian tujuan. Dari ketiga hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh berbagai sumber, yang tersedia dalam bentuk tabel dan dapat menginspirasi penulis untuk membuat Perancangan Paket Wisata *Adventure Tour* Bandung untuk Golden Rama Tours and Travel. Hal ini dilakukan karena manfaat serta fungsi yang didapat dari sebuah perancangan paket wisata khususnya dalam jenis *tailor made tour*

2. PELAKSANAAN



Gambar 1. Diagram prosedur Pelaksanaan proek

Hal yang pertama dilakukan untuk pelaksanaan proyek ini yaitu mengembangkan permintaan mitra yang diangkat menjadi tugas akhir. selanjutnya setelah data terkait Perancangan Paket WisataAdventure Tour Bandung untuk Golden Rama Tours and Tavel terkumpul kemudian diolah dengan cara memilah mana saja data yang sesuai dengan proyek. Lalu data tersebut dikumpulkan berdasarkan *secondary data* (data sekunder) yang diambil dari berbagai sumber di internet, yang kemudian data-data tersebut diolah menjadi konsep dara pembuatan proyek. tahap selanjutnya yaitu proses pembuatan proyek. Dimana hasil atau output dari proyek ini

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pencarian Gagasan

Perancangan paket wisata dilakukan melalui berbagai tahapan. Penulis mengidentifikasi kebutuhan wisatawan dalam paket ini melalui berdiskusi dengan mitra. Karena paket wisata ini merupakan wisata Adventure maka penulis mencari informasi

Perancangan Paket WisataAdventure Tour Bandung untuk Golden Rama Tours and Tavelke dalam bentuk proposal kreatif digital dalam format PDF. Perbaikan proyek dilakukan apabila menemukan kekurangan dari hasil evaluasi proyek, dan akan memperbaiki dalam perancangan dasar proyek. Tahap selanjutnya yakni finalisasi proyek yang dilakukan setelah proyek tersebut diperbaiki ulang dan tidak terdapat kesalahan kembali dalam Proposal Kreatif digital perancangan paket wisata Adventure Tour untuk Golden Rama Tours and Travel penerimaan proyek oleh mitra setelah proses finalisasi, yang dimana proyek dapat dikatakan selesai jika hasil proyek tersebut sudah diterima oleh pihak mitra pendukung proyek Tugas Akhir yang sedang digarap .

mengenai bagaimana memenuhi kebutuhan wisata *adventure* yang sesuai dengan komponen pariwisata. Berdasarkan gagasan tersebut maka dapat dibuat paket wisata *adventure tour* Bandung. Karena paket ini merupakan pake wisata *adventure tour* yang ditujukan untuk konsumen para pekerja yang membutuhkan liburan sejenak dari riuh pikuknya pekerjaan.

3.2 Merumuskan Tujuan Wisata

Adapun tujuan wisata yang dipilih yaitu pada paket wisata Bandung Funtastic 3 hari 2 malam yaitu Tangkuban Perahu, Sari Ater Hot Spring Water, Taman Rusa Pangalengan, Situ Cileunca, Hutan Pinus Rahong, EST Factory Outlet, Tiramisu by Chocomory, dan Jalan Cihampelas. Pada paket wisata Bandung Funtastic 4 hari 3 malam tujuan wisata yang dipilih yaitu Bukit Teropong Indah, Lug's Gravity Lembang, Sari Ater Hot Spring Resort, The Lodge Maribaya, Tangkuban Perahu, Floating Market, Farm House Susu Lembang, D'Riam Riverside, Rumah Mode Factory Outlet, Kartika Sari, dan Jalan Cihampelas.

3.3 Observasi dan Pengumpulan

Pada tahap ini semua informasi yang berkaitan dengan komponen paket wisata yaitu transportasi, akomodasi, restoran, atraksi wisata, dan toko cinderamata. Data yang dicari dan dikumpulkan dapat berupa fasilitas, harga atau biaya yang dikeluarkan waktu yang dihabiskan untuk menikmati atraksi wisata. Pencarian data dilakukan dengan cara melihat website resmi, sosial media resmi dan kontak person dari pengelola.

3.4 Analisis pengolahan Data

Data yang sudah diperoleh diolah menjadi satu kesatuan berupa paket wisata yang utuh dari mulai melengkapi komponen paket wisata, penyusunan distribution of time, penyusunan itinerary atau susunan kegiatan acara, dan juga menghitung harga paket wisata atau quotation.

Untuk menjadi paket wisata yang utuh, seluruh komponen paket

wisata dan kelengkapan paket dijadikan satu kesatuan sebagai produk. Pada tahap ini, setelah paket wisata terbentuk dan dituangkan dalam proposal dilakukan uji coba kepada mitra. Hal ini dilakukan untuk melihat tanggapan atau respon terhadap produk. Pengujian kepada mitra dilakukan kepada 1 (satu) orang yang bertanggung jawab atas proyek tugas akhir penulisan dan merupakan seseorang di divisi Incentive Tour di Golden Rama Tours and Travel. Setelah mendapatkan hasil pengujian, tahap selanjutnya adalah evaluasi. Jika terdapat kekurangan yang ada dalam paket wisata ini dapat ditambahkan, hal tersebut dilakukan agar ketentuan paket akan lebih jelas lagi dan memberikan dampak positif bagi pihak mitra maupun wisatawan yang akan menggunakan produk paket wisata ini.

3.5 Merancang Proposal Digital

Judul yang dipilih untuk dirancang yaitu "Bandung *Funtastic*". Pemilihan judul tersebut diambil karena paket wisata yang penulis buat berlokasi di Bandung dan Funtastic nya hanya sebagai judul agar menarik wisatawan. dalam pemilihan tema proposal kreatif digital ini menggunakan konsep dan strategi kreatif agar memenuhi segala aspek yang dibutuhkan baik oleh mitra Golden Rama Tours and Travel maupun bagi pembaca proposal kreatif digital tersebut. Hal pertama yang dilakukan dalam merancang proposal kreatif digital paket wisata ini yaitu mencari beberapa referensi ilustrasi, visual, hingga pemilihan warna dan font yang cocok dijadikan proposal kreatif ini. Warna yang dipilih dalam pembuatan proposal kreatif adalah biru, karena mengikuti warna langit dan alam sehingga memberikan kesan menggambarkan wisata adventure tour. Selanjutnya file tersebut diberikan kepada pihak mitra yaitu Golden Rama Tours and Travel. Di bawah ini barcode yang dapat diakses untuk terhubung dengan proposal digital paket wisata adventure tour Bandung untuk Golden Rama Tours and Travel ini.



Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2022

Gambar 1. Barcode yang dapat diakses untuk terhubungke proposal digital

Berdasarkan konsep yang telah dibuat kemudian dimasukkan kedalam perancangan proposal kreatif digital yang

mana dalam proposal ini terdiri dari berbagai informasl Berikut cover dari proposal Kreatif Paket Wisata Bandung Funtastic :



Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2022

Gambar 2. Cover Proposal Kreatif Paket Wisata Bandung Funtastic:

4. Kesimpulan

Berdasarkan studi literatur, latar belakang, serta teori pendahuluan yang sebelumnya telah dilaksanakan dalam pembuatan proyek dan laporan Tugas Akhir ini, maka penulis adapat m e n y i m p u l k a n bahwasannya Perancangan paket wisata adventure tour Bandung untuk Golden Rama Tours and Travel ini melalui tahapan-tahapan dalam pembuatan paket wisata seperti pencarian gagasan, merumuskan tujuan wisata, observasi, pengumpulan data, analisis data, desain produk, pengujian, evaluasi, hingga desain terakhir Paket wisata adventure tour Bandung untuk Golden Rama Tours and Travel ini dikemas dalam bentuk proposal kreatif digital. Pembuatan proposal dimulai dari dibuatnya kerangka yang akan dituangkan, setelahnya dilakukan penyisipan tulisan, gambar, serta ekemen hiasan. Memiliki tema warna biru, diharapkan dapat memberikan kesan adventure tour yang identik dengan alam ataupun warna langit. Selanjutnya proposal tersebut diserahkan kepada pihak mitra sebagai salah satu produk dari paket wisata yang p e n u l i s r a n c a n g .

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahira. (2005). *Pengertian Biro Perjalanan Wisata*. www.aneahira.com/pengertian-biro-perjalanan-wisata.html
- [2] [2]Brahmanto, E. (2015). Magnet Paket Wisata Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan Asing Berkunjung Ke Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 338.
- [3]Corte, V. Della, Piras, A., & Zamparelli, G. (2010). Brand and image: the strategic factors in destination marketing Valentina Della Corte. *Alessio Piras and Giuseppina Zamparelli*, 1(4), 358–377.
- [4]Desky, M. A. (2001). *Pengantar Bisnis Biro Perjalanan Wisata*. Adi Cipta Karya Nusa.
- [5]Hermawati, P. R. (2020). Komponen Kepariwisata dan Pengembangan Community Based Tourism Di Desa Wisata Nglangeran. *Pariwisata*, 7(1), 31–43.
- [5]Hudiyani, A., Aspan, & Yana, N. F. (2018). Peran Tour Agency Orangutan Journey Dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan Di Taman Nasional Tanjung Puting Kabupaten Kotawaringin Barat. *Magenta*, 7(1),3542.<http://magenta.utama.ac.id/index.php/192012/article/viewFile/31/30>
- [6]Irawan, K. (2010). *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Universitas Sumatera Uta.
- [7]Jemadi, & Dwiyanto, B. S. (2016). Tingkat Kepuasan Wisatawan Domestik terhadap Candi Prambanan dan Ratu Boko di Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 6(1), 37–51 <https://doi.org/10.30588/jmp.v6i1.283>
- [8]Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata 2018-2021. (2021). Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. <https://jabar.bps.go.id/indicator/16/220/1/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata.html>
- [9]Kemenpar. (2018). *Safety Code Wisata Petualangan*. 60.
- [10]Kusumaningrum, D. (2009). *Persepsi Pengunjung Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Universitas Gadjah Mada.
- [11]Mackenzie, S. H., & Goodnow, J. (2020). Adventure in the Age of COVID-19: Embracing Microadventures and Locavism in a Post-Pandemic World. *Leisure Sciences*, <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1773984>
- [12]Nugroho, A., Safirman, M. R., & Hendrawan. (2015). Perancangan Sistem Aplikasi Rekam Medik Pada Puskesmas Pakuan Baru Kota Jambi. *Jurnal Ilmiah Media Processor*, 10(1), 406–412.
- [13]Nurhaedin, E. (2019). Pengaruh Perputaran Kas dan Perputaran Piutang Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Biro Perjalanan Wisata yang Terdaftar di BEI. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 37–51 <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i1.1846>
- [14]Nuriata. (2014). *Paket Wisata, Penyusunan Produk dan Penghitungan Harga*. Alfabeta.
- [15]Pangestuti, I. S. E. (2019). pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 157–167.
- [16]Pattaray, A. (2021). Wisata Petualangan Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Daya Tarik Desa Wisata Di Kabupaten Sumbawa. *JIP: Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2247–2254.
- [17]Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata*. Sinar Baru Argesindo.

- [18]Prasiasa, O. D. P. (2013). *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Salemba Humanika. *Applied Geography*, 30(4), 666–677. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2>
- [19]Pressman, R. S. (2012). *Rekayasa Perangkat Lunak. Pendekatan Praktisi. Edisi 7*. Andi.
- [20]Riana, N. (2016). Kualitas Pelayanan Tour Leader Di Pt Rezki Jasty Tour & Travel Pekanbaru. *JOM FISIP*, 3(2), 1–11.
- [21]Ridwan, F. (2021). *Pandemi Terkendali, Kunjungan Wisatawan ke Bandung Naik*. RepJabar. <https://repjabar.republika.co.id/amp/r2nifv380/pandemi-terkendali-kunjungan-wisatawan-ke-bandung-naik>
- [22]Rizky, S. (2011). *Konsep Dasar Rekayasa Perangkat Lunak*. PT. Prestasi Pustakarya.
- [23]Saepulloh, A. (2018). *Perancangan Paket Wisata Kuliner Tradisional Di Kota Bandung*. Politeknik Negeri Bandung.
- [24]Sanapang, F. F., Aini, W., & Rusdi, M. (2020). Perencanaan Paket Wisata Rohani Di Daya Tarik Wisata Sa'pak Bayobayo Kabupaten Tana Toraja Spiritual Tour Packages Planning At Tourist Attractions Sa'pak Bayobayo Tana Toraja. *Journal HomeEc*, 15(2).
- [25]Sari, R. E., & Yanita, N. (2020). *Perencanaan Perjalanan Wisata: Inbound Tour Planning*. Lindan Bestari.
- [26]Sayangbatti, D. P., & Baiquni, M. (2013). Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan Kembali Di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 5(2), 126–136.
- [27]Sugiama, A. G. (2013). *Manajemen Aset Kepariwisataaan: Pelayanan Berkualitas agar Wisatawan Puas dan Loyal, Edisi 1*.
- [28]Suryadana, M. L. (2013). *Sosiologi Pariwisata: Kajian Kepariwisataaan dalam Paradigma Integratif-Transformatif Menuju Wisata Spiritual*. Humaniora.
- [29]Suyitno. (2021). *Perencanaan Wisata-Tour Planning*. Kanisius. Kanisius.
- [30]*Tabel Dinamis Subjek Pariwisata*. (2018). Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. <https://jabar.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html#subjekViewTab5>
- [31]Timothy, D. J., & Teye, V. B. (2009). *Tourism and The Lodging Sector*.
- [32]Tóth, G., & Dávid, L. (2010). Tourism and accessibility: An integrated approach.
- [33]UE, W. (2008). *Usaha Jasa Pariwisata Jilid 1 untuk SMK*. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan, Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar dan Menengah, Departemen Pendidikan Nasional.
- [34]Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- [35]Wijayasa, I. (2019). Komponen Sebuah Perjalanan Wisata (Tour). *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 2, 77–85.
- [36]Wolah, F. F. C. (2016). Peranan promosi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Poso. *Jurnal Acta Diurna*, 5(2), 3. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadurnakomunikasi/article/view/11722>
- [37]Yoeti, O. A. (2021). *Paket Wisata*. Angkasa.