

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Teori Perencanaan Paket Perjalanan Wisata**

Perencanaan paket wisata adalah proses perencanaan yang matang untuk menyusun suatu program perjalanan wisata yang meliputi akomodasi, transportasi, tempat wisata, dan kegiatan lainnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan dengan biaya yang telah ditentukan. Perencanaan paket wisata yang baik melibatkan banyak aspek seperti tujuan wisata, waktu perjalanan, anggaran, dan preferensi wisatawan. Perencanaan yang matang juga dapat membantu meminimalisir risiko dan memastikan keamanan serta kenyamanan wisatawan selama perjalanan. Tujuan akhir dari perencanaan paket wisata adalah untuk memberikan pengalaman wisata yang menyenangkan, memuaskan, dan tak terlupakan bagi para wisatawan.

Menurut Rustiadi (2018) menyatakan bahwa Perencanaan adalah suatu proses menentukan apa yang ingin dicapai pada masa yang akan datang serta menetapkan tahapan tahapan yang dibutuhkan untuk mencapainya. Sebagian kalangan berpendapat bahwa perencanaan adalah suatu aktivitas yang dibatasi oleh lingkup waktu tertentu, sehingga perencanaan, lebih jauh diartikan sebagai kegiatan terkoordinasi untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam waktu tertentu. Perencanaan juga dapat diubah sewaktu-waktu dengan sistem yang lebih efisien dan efektif.

Perencanaan sangat diperlukan dalam segala aspek terutama dalam sebuah produk wisata yaitu paket wisata. Menurut Yoeti (2016) menyatakan bahwa perencanaan suatu tour dilakukan oleh perusahaan Biro Perjalanan Wisata (BPW) dimana perusahaan Biro Perjalanan Wisata (BPW) memiliki pengetahuan tentang aspek-aspek dunia perjalanan dan kepariwisataan pada khususnya.

Perencanaan ini sangatlah penting dilakukan oleh perusahaan biro perjalanan wisata (BPW) karena proses perencanaan tersebut sangat membantu perusahaan biro perjalanan wisata dalam membuat sebuah tour yang sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Pada intinya perencanaan dibuat sebagai upaya untuk merumuskan apa yang sebenarnya ingin dicapai.

Menurut Nuriata (1992) dalam Dewi (2020) Ciri-ciri perjalanan biasanya sebuah Perjalanan dan kembali ke tempat asalnya perjalanan dilakukan dalam keadaan santai; Berpergian berusaha memuaskan peserta perjalanan; Perjalanan berbagai komponen perjalanan yang diperlukan untuk mencapai tujuan; perjalanan diakhiri dengan mengunjungi tempat tujuan atau atraksi wisata; tidak ada perjalanan tujuannya untuk mencari nafkah bagi para peserta tour; uang pembelian rakyat melakukan perjalanan dengan uang yang diperoleh pada saat keberangkatan perjalanan; Peserta perjalanan tetap sementara di tempat perjalanan, tidak tanggal dan perjalanan berakhir pada waktu yang ditentukan. perencanaan paket wisata yang baik haruslah memperhatikan beberapa hal berikut ini:

1. Penentuan Tujuan Wisata: Menentukan tujuan wisata yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan.
2. Pemilihan Agen Perjalanan: Memilih agen perjalanan yang terpercaya dan memiliki pengalaman untuk membantu merencanakan perjalanan sesuai dengan keinginan dan anggaran yang tersedia.
3. Desain Paket Wisata: Membuat desain paket wisata yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan, meliputi akomodasi, transportasi, makanan, tiket masuk tempat wisata, dan kegiatan wisata lainnya.
4. Harga Paket Wisata: Menentukan harga paket wisata yang sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan sehingga wisatawan merasa puas dan mendapatkan nilai yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

5. Promosi dan Pemasaran: Menggunakan berbagai media promosi dan pemasaran untuk menarik minat wisatawan agar memilih paket wisata yang ditawarkan.
6. Pemilihan Mitra Bisnis: Menjalin kerja sama dengan mitra bisnis seperti hotel, restoran, dan penyedia transportasi agar dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada wisatawan.
7. Pengembangan Kualitas Layanan: Selalu melakukan evaluasi dan pengembangan terhadap kualitas layanan yang diberikan agar tetap memenuhi kebutuhan dan kepuasan wisatawan.

Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, perencanaan paket wisata yang baik dapat memberikan pengalaman wisata yang menyenangkan, nyaman dan tak terlupakan bagi wisatawan serta memberikan nilai yang sepadan bagi pengeluaran yang dilakukan.

## **2.2 Teori 4 A**

Teori 4A pariwisata adalah kerangka konseptual yang digunakan untuk menggambarkan berbagai sumber daya yang menjadi dasar pariwisata. Teori ini mengidentifikasi empat sumber daya utama yang menjadi daya tarik bagi pariwisata. Cooper et. al, (1993) sebagai salah seorang pakar di bidang pariwisata dalam bukunya mengidentifikasi komponen tujuan di atas ke dalam “4A” (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Services). Konsep 4A menjadi salah satu konsep dasar dan pedoman dalam pengelolaan dan pengembangan kawasan pariwisata di berbagai tempat di dunia.

1. Attraction Atraksi berkaitan dengan apa yang bisa dilihat, apa yang bisa dilakukan, apa yang bisa dibeli di suatu destinasi wisata sehingga bisa menjadi unsur daya tarik dan magnet bagi kedatangan wisatawan di suatu lokasi wisata. Riswandi (2013) elemen-elemen atraksi dapat berupa keindahan alam Hasil Ciptaan Allah SWT, kegiatan pertunjukan seni dan budaya, sehingga memaknai atraksi tidak hanya sebatas tontonan bagi wisatawan semata, namun wisatawan juga dapat terlibat aktif menjadi pelaku

dalam menikmati atraksi wisata. Sebagaimana disampaikan oleh Setiawan (2015), bahwa Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu 1) Natural Resources (alami), 2) Atraksi wisata budaya, dan 3) Atraksi buatan manusia itu sendiri. Sementara menurut Suwena (2010) menjelaskan bahwa modal kepariwisataan dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata di tempat modal wisata ditemukan (in situ) dan di luar tempatnya yang asli (ex situ).

2. Aksesibilitas merupakan sarana dan infrastruktur menuju destinasi, akses ini diidentikkan dengan transferabilitas, yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak akan ada wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut Setiawan (2015). Menurut Sunaryo (2013), aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai “segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait”.
3. Amenitas merupakan segala fasilitas pendukung destinasi wisata, Fungsi Amenitas tidak kalah penting dengan fasilitas aksesibilitas, dalam hal ini sarana pendukung amenitas sangat menentukan kenyamanan wisatawan ketika berada di lokasi. Meskipun fasilitas dan layanan tambahan tidak terkait langsung dengan pariwisata, namun komponen ini dapat mempengaruhi pengalaman dan kepuasan wisatawan. Tidak dapat kita bayang dalam suatu lokasi wisata tidak tersedia fasilitas Toilet, penginapan dan lainnya. Sugiama (2011) mencoba menjabarkan macam-macam fasilitas amenitas antara lain meliputi “serangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi tempat penginapan, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan (entertainment), tempat-tempat perbelanjaan dan layanan lainnya”. Kompleksitas

fasilitas pendukung akan berdampak langsung pada kenyamanan wisatawan, dan hasilnya dapat dilihat dari pertambahan jumlah dan lamanya pengunjung di lokasi wisata.

4. Ansilari atau *Ancillary* merupakan lembaga pendukung dalam pelaksanaan pariwisata, baik Pemerintah maupun kelompok masyarakat. Fungsi ancillary ini merupakan pelengkap dari konsep 4A dalam pengelolaan pariwisata. Sesempurna apapun unsur Attraction, Accessibility, Amenities, dalam suatu kawasan wisata, tentu tidak akan berguna tanpa ada pengelola. Ancillary juga merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan Tourist Information, Travel Agent dan stakeholder yang berperan dalam kepariwisataan (Setiawan, 2015). Dalam memaksimalkan fungsi pengelolaan kawasan pariwisata, keberadaan masyarakat lokal di sekitar destinasi berpengaruh terhadap kualitas pengelolaan kawasan. Dengan memberdayakan masyarakat sekitar, akan terjadi interaksi saling menguntungkan antara lingkungan, masyarakat, termasuk Pemerintah/pengusaha. Khususnya kepada masyarakat akan meningkatkan tingkat kesejahteraan terutama masyarakat yang terlibat langsung dalam kegiatan wisata tersebut.

### **2.3 Teori Produk Perjalanan Wisata**

Menurut Suswanto (2017) produk wisata pada hakekatnya adalah produk yang telah dibeli oleh seorang wisatawan sejak ia meninggalkan tempat tinggalnya, pergi ke tempat tujuan wisata pilihannya, dan kembali ke rumah asalnya. jasa yang diterima, dirasakan atau dinikmati. Implikasinya adalah bahwa produk atau komoditas diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pasar, ditawarkan ke pasar, dan pasar atau konsumen mendapatkan kepuasan dari produk tersebut. Muljadi (2019) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan produk wisata adalah pembentukan realitas dan ketidaknyataan dalam suatu rangkaian perjalanan yang menyatu, dan

apa yang dinikmati masyarakat apabila seluruh rangkaian perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman yang baik bagi mereka. adalah mungkin untuk memulai perjalanan. Menurut Muljadi (2019), istilah produk pariwisata mencakup berbagai jasa, dimana di antaranya saling terkait dan diproduksi oleh perusahaan pariwisata yang berbeda.

#### **2.4 Teori Paket Perjalanan Wisata**

Paket Perjalanan Wisata atau Paket Wisata adalah kumpulan layanan perjalanan yang disediakan oleh agen perjalanan atau operator tur untuk memfasilitasi wisatawan dalam menjelajahi destinasi wisata tertentu. Paket wisata biasanya mencakup akomodasi, transportasi, makanan, tiket masuk tempat wisata, dan kegiatan wisata lainnya yang relevan dengan tujuan perjalanan. Tujuan dari paket wisata adalah untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih mudah, nyaman, dan efisien bagi wisatawan yang ingin mengeksplorasi suatu tempat tanpa perlu repot merencanakan semuanya secara mandiri. Patterson (2007) dalam Suwena (2017) mengungkapkan bahwa paket perjalanan merupakan kombinasi dari dua produk atau lebih dan harga yang menarik. Keunggulan paket wisata adalah harga dan kenyamanan selama liburan. Harga paket Wisata kurang dari jika Anda membeli setiap item secara terpisah. Kenyamanan Berlibur, Konsumen dapat mengambil layanan Paket Wisata yang ditawarkan, harga yang menarik dikombinasikan dengan kenyamanan liburan memudahkan untuk memasarkan paket perjalanan yang ditawarkannya.

Paket perjalanan wisata haruslah didesain sedemikian rupa sehingga dapat memberikan pengalaman wisata yang unik dan tak terlupakan bagi wisatawan. Beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam merancang paket perjalanan wisata yang baik antara lain:

- a. Destinasi Wisata: Memilih destinasi wisata yang menarik dan memiliki daya tarik yang kuat untuk menarik minat wisatawan.

- b. Fasilitas Perjalanan: Menyediakan fasilitas perjalanan yang nyaman, aman dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan, seperti akomodasi, transportasi, dan restoran.
- c. Aktivitas Wisata: Menyediakan kegiatan dan pengalaman yang berbeda dari biasanya, seperti mengunjungi tempat-tempat tersembunyi, wisata budaya, dan kegiatan olahraga.
- d. Harga: Menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan sehingga wisatawan merasa puas dan mendapatkan nilai yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.
- e. Kualitas Layanan: Menyediakan layanan yang berkualitas dengan memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan profesional serta memberikan informasi yang akurat dan berguna.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, paket perjalanan wisata yang dirancang dapat memberikan pengalaman wisata yang unik dan tak terlupakan bagi wisatawan serta meningkatkan citra destinasi wisata yang dituju.

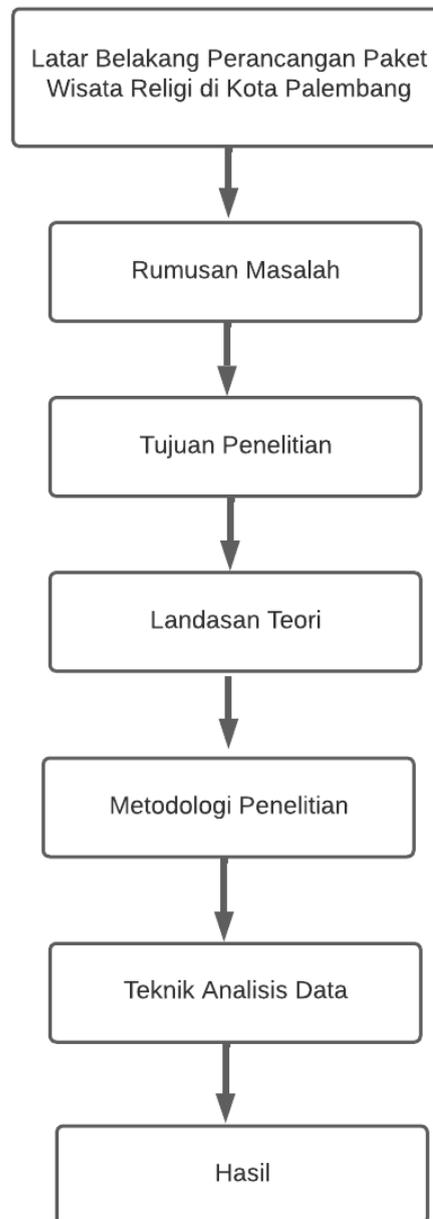
## **2.6 Wisata Religi**

Wisata religi adalah jenis wisata yang berfokus pada kegiatan ziarah atau perjalanan spiritual ke tempat-tempat yang dianggap sakral dan penting dalam agama tertentu. Tujuannya adalah untuk memperdalam pemahaman dan pengalaman spiritual seseorang dalam agama yang dianutnya. Menurut Geertz (2017) menyatakan bahwa wisata religi yang dimaksud adalah religius merupakan bagian dari kebudayaan, menurut agama sebagai sistem budaya Religi atau kepercayaan yang pernah dianut oleh manusia primitif, sebelum manusia mengenal agama adalah animisme dan dinamisme.

Pada abad keempat agama Hindu dan Budha masuk ke Indonesia. Kepercayaan nenek moyang seperti animisme, dinamisme dan Hindu-Budha, sangat mewarnai kehidupan beragama di Indonesia. Koentjaraningrat (2009) dalam Riadi (2017) Adanya ritual dan sesaji pada prosesi religi merupakan warisan kebudayaan nenek moyang bangsa

Indonesia di jaman dahulu. Wisata religi sedikit banyak dikaitkan dengan adat istiadat, agama dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Kegiatan Wisata religi banyak dilakukan oleh perorangan rombongan ke tempat suci, maupun ke makam makam pembesar. Makam dalam tradisi Jawa adalah tempat yang mengandung kesakralan (Pendit, 2016). Makam dalam bahasa Jawa merupakan sebuah penyebutan yang lebih tinggi yang hormat ke pesarean, sebuah kata benda yang berasal dan sare / tidur. Pada sisi pandangan tradisional, makam merupakan tempat peristirahatan orang yang sudah meninggal.

## 2.7 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Sumber: Data diolah (2023)

## 2.9 Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang

dilakukan. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap serta pembanding yang relevan sehingga penulisan skripsi ini lebih memadai. Hal ini dimaksudkan untuk memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada. Selain itu, karena pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang menghargai berbagai perbedaan yang ada serta cara pandang mengenai subjek-subjek tertentu, sehingga meskipun terdapat kesamaan maupun perbedaan adalah hal yang wajar dan untuk dapat saling melengkapi. Adapun ringkasan penelitian-penelitian relevan yang dijadikan sumber referensi terkait kajian dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti/Tahun/Judul Penelitian	Hasil	Metode Penelitian	<i>Research Gap</i>
1	Melky Kabu dan Denita Misa / 2022/Perencanaan Paket Wisata Budaya Di Kabupaten Timor Tengah Selatan	Potensi-potensi yang dimiliki Kabupaten Timor Tengah Selatan dituangkan kedalam suatu paket wisata budaya dengan nama Culture Tour of Soe selama 2 hari 1 malam.	Deskriptif Kualitatif	Pada penelitian ini penulis tidak memiliki paket Wisata yang jelas dan terarah.
2	Nelsye Lumanauw/ 2020/Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Inbound (Studi Kasus Di Pt. Golden Kris Tours, Bali)	Perusahaan membuat berbagai macam produk wisata dan paket wisata sesuai dengan target pasar yang menjadi sasaran. Upaya ini berhasil membuat perusahaan menjalin kerjasama dengan rekan bisnis baru dari Jakarta, Malaysia, Polandia, Bulgaria, Rumania, Amerika, Malta. Adapun tipe wisatawan yang menjadi target adalah <i>free individual</i>	Deskriptif Kualitatif	Sampel pada penelitian ini hanya memuat 3 responden sehingga, informasi yang diberikan kurang jelas.

		<i>traveller</i> (FIT) dan <i>group incentive trip</i> (GIT).		
3	Hendrawan Armanto, Reynold Kevin, dan C. Pickerling / 2019/Perencanaan Perjalanan Wisata Multi Kota dan Negara dengan Algoritma Cuttlefish	Dari hasil uji coba yang dilakukan, Algoritma Cuttlefish mampu menghasilkan sebuah jadwal Perjalanan Wisata yang sudah diintegrasikan dengan pencarian tiket penerbangan dan akomodasi tempat tinggal dengan bantuan TravelPayouts API	Algoritma Cuttlefish	Dengan diintegrasikan pencarian tiket dan perencanaan Wisata yang sudah termodifikasi oleh aplikasi membuat perencanaan menjadi efisien tetapi disini menyulitkan bagi para pengguna yang memiliki keinginan yang berbeda-beda.
4	Winda Aini, Mohamad Ridwan, dan Emrizal / 2019/Perencanaan Paket Wisata Sejarah Lembah Bakkara Kecamatan Baktiraja Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara	Hasil dari pembahasan dan penelitian ini mengenai perencanaan paket Wisata dapat digolongkan kepada paket Wisata sejarah karena objek-objek dan destinasi didominasi oleh situs-situs sejarah peninggalan sejarah Sisingamangaraja	Deskriptif Kualitatif	Pada penelitian ini tidak adanya landasan teori.

5	Ani Mulyani dan Reiza Miftah Wirakusuma / 2016/Perencanaan Paket Wisata Berdasarkan Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Yang Datang Ke Kampung Cireundeu Kota Cimahi	Paket wisata yang direncanakan didasarkan pada karakteristik dan motivasi dari wisatawan yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang datang.	Deskriptif Kualitatif	Jenis paket wisata yang lahir dari penelitian ini adalah paket wisata harian atau <i>one day</i> sehingga tidak adanya pilihan mengenai paket Wisata dengan beberapa hari
---	---	---	-----------------------	---