

MODEL PELAYANAN PAKET WISATA KE TURKI DI MASA PANDEMIC COVID 19 DI GOLDEN RAMA TOURS & TRAVEL

Reni Sulistyowati^{1*}, Sahlan Toro², Putri Sonya Kinanti³, Yoshi Indriani⁴, Melliany⁵

^{1,2,3,4,5}Politeknik Sahid, Jakarta

*Korespondensi: reni_sulistyowati@polteksahid.ac.id

Diajukan	Direvisi	Diterima
06-02-2022	10-02-2022	15-02-2022

ABSTRACT

The year 2020 will be remembered in history as the year of the deadly flu epidemic on a global scale that paralyzed the world's economic activity in the early 21st century. This outbreak is called COVID-19 (Corona Virus Disease 2019); this virus spread quickly to almost all countries, including Indonesia. This has hurt the country's economy, one of which is the tourism industry, because of government policies that implement PSBB (Large-Scale Social Restrictions) and the lockdown, which has made the tourism industry unable to operate. This research aims to discover how tourism activities continue to run during the COVID-19 pandemic and the service model to attract consumers to travel during the COVID-19 pandemic, especially at Golden Rama Tours & Travel. This study uses a qualitative descriptive method by collecting, reducing, presenting, and concluding research results. The results of this study after interviews were carried out; tourism activities continued to run during the Covid 19 pandemic by carrying out health protocols so that tourists felt safe when traveling with Golden Rama Tours & Travel. Golden Rama Tours & Travel provides insurance coverage, Polymerase Chain Reaction (PCR), masks and hand sanitizers. There are differences in participant capacity before and during the pandemic. Before the pandemic, the participant capacity could reach 35 people, while during the pandemic, the maximum participant capacity was 20 participants. As well as the service model to attract consumers to travel during the Covid-19 pandemic at Golden Rama Tours & Travel, Golden Rama Tours & Travel provides good service even though there are currently changes in services such as all staff and tourists are required to wear masks, use face shields, and check the temperature beforehand and keep your distance.

Keywords: Model of tour package, Tourism Activities, Data Reduction

ABSTRAK

Tahun 2020 akan diingat dalam sejarah sebagai tahun terjadinya wabah flu mematikan berskala global yang melumpuhkan aktivitas perekonomian dunia di awal abad ke-21. Wabah ini disebut Covid 19 (Corona Virus Disease 2019), virus ini menular dengan sangat cepat dan telah menyebar ke hampir semua negara, termasuk Indonesia. Hal ini berdampak buruk bagi perekonomian negara, salah satunya industri pariwisata karena kebijakan pemerintah yang menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) serta lockdown yang menyebabkan industri pariwisata tidak dapat beroperasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas pariwisata tetap berjalan selama pandemi Covid 19 dan mengetahui model pelayanan untuk menarik konsumen berwisata dimasa pandemi Covid 19, Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data, mereduksi data, penyajian data dan penyimpulan hasil penelitian. Hasil dari penelitian ini setelah dilakukan wawancara, aktivitas pariwisata tetap berjalan dimasa pandemi Covid 19 dengan menjalankan protokol kesehatan sehingga wisatawan merasa aman saat berwisata

Keywords: Model Pelayanan, Aktivitas Pariwisata, Reduksi Data

PENDAHULUAN

Pada tahun 2020 terjadinya wabah flu yang disebut Covid 19 (Corona Virus Disease 2019) virus ini ditemukan di Kota Wuhan, China pada akhir Desember 2019. Coronavirus adalah virus yang dapat menginfeksi sistem pernapasan sehingga menyebabkan infeksi pernapasan ringan seperti flu dan juga dapat menyebabkan infeksi pernapasan berat seperti infeksi paru-paru yaitu (pneumonia).

Virus Corona ini menular sangat cepat ke semua negara termasuk Indonesia dengan hanya waktu beberapa bulan saja. Maka dari itu pemerintah di seluruh dunia menyarankan dalam bidang kesehatan dan medis dari masing-masing negara untuk bekerja tanpa istirahat dalam mencegah penularan virus ini. Sehingga membuat semua negara menerapkan kebijakan untuk melakukan adanya lockdown dalam rangka mencegah penyebaran virus corona ini.

Di Negara Indonesia sendiri diberlakukan kebijakan yang disebut Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk tidak terjadinya penyebaran. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Wishnutama Kusubandio banyak yang melumpuhkan sektor ekonomi di seluruh dunia salah satunya berdampak sekali khususnya pada industri pariwisata. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia bulan September 2020 mengalami penurunan sebesar 88,95 persen dibandingkan dengan jumlah kunjungan September 2019 menurut Badan Pusat Statistik. Jumlah kunjungan (Januari-September 2020) kunjungan wisata mancanegara ke Indonesia mencapai 3,56 juta kunjungan dan turun sebesar 70,57 persen jika dibandingkan dengan periode yang sama tahun 2019.

Seiring adanya Corona Virus Disease (Covid 19), pariwisata merupakan salah satu yang mengalami kelumpuhan yang sangat drastis sehingga dimana seluruh destinasi wisata harus tutup dalam waktu sementara yang tidak bisa diperkirakan demi mencegah penularan virus corona ini. Selama pandemi upaya untuk tetap survive dan tetap menjaga kesehatan untuk bertahan di tengah situasi pandemi ini, dikarenakan sangat berdampak juga dengan perusahaan Biro Perjalanan Wisata (Travel Agent) dimana biro perjalanan menjual perjalanan secara langsung dan menjual jasa angkutan (udara, darat, dan laut), akomodasi, wisata perjalanan, paket wisata, dan produk-produk lain yang berhubungan dengan perjalanan tersebut kepada masyarakat. Agar tetap berusaha untuk bertahan dan memberikan penawaran dan pelayanan yang terbaik kepada wisatawan, dikarenakan suatu pelayanan sangatlah penting seiring berkembangnya beberapa variasi kebutuhan hidup yang ditawarkan. Dengan kualitas layanan diantaranya dapat memberikan manfaat untuk terjalinnya hubungan harmonis antara penyedia jasa dengan pelanggan untuk memberikan dasar yang baik serta terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut. Bentuk atau produk dari paket wisata merupakan penggabungan atau pengemasan dari obyek dan atraksi wisata, akomodasi, transportasi makanan dan lain-lain.

Biro Perjalanan Wisata (BPW) disebut istilah internasionalnya yaitu tour operator yang merencanakan komponen-komponen yang dipilih dan dikemas untuk wisatawan, dari paket wisata dibedakan menjadi 2 yaitu ready made tour dan tailor made tour yang akan dikemas oleh tour operator untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan diwujudkan dalam suatu produk. Dengan berjalannya waktu biro perjalanan wisata menjalankan usahanya dengan cara New Normal sehingga banyak perubahan dan perbedaan kepada produk yang ditawarkan kepada wisatawan salah satunya saat ini tidak diperbolehkan bepergian atau berkerumun dengan jumlah besar untuk mengurangi penyebaran virus corona ini. Jumlah wisatawan pun akan berkurang 50% dari biasanya, wisatawan tetap mematuhi protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Agar tetap memakai masker, selalu menjaga jarak, mencuci tangan dengan air mengalir.

Dalam industri travel mengalami perubahan berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi industri travel menyebabkan adanya persaingan yang pesat dalam memberikan layanan dan mengembangkan aspek yang ditawarkan dari travel kepada konsumen, dengan perkembangan teknologi juga dapat mempermudah para konsumen untuk melakukan wisata mereka dengan menggunakan sarana akomodasi travel.

Objek dan daya tarik wisata merupakan salah satu unsur penting dalam kepariwisataan. Dimana objek daya tarik wisata dapat menyukseskan program pemerintah dalam melestarikan adat dan budaya bangsa sebagai asset yang dapat dijual kepada wisatawan.

Objek dan daya tarik wisata dapat berupa alam, budaya, tata hidup dan sebagainya yang memiliki daya tarik dan nilai jual untuk dikunjungi ataupun dinikmati oleh wisatawan. Peranan penting yang dimiliki perusahaan yang dimiliki perusahaan travel saat ini adalah membantu pemerintah melakukan promosi untuk menarik konsumen terhadap destinasi-destinasi wisata kepada wisatawan. Selain melakukan promosi, pihak travel juga memberikan pelayanan yang terbaik agar wisatawan tertarik kepada paket wisata yang ditawarkan. Dan banyak permintaan dari wisatawan yang ingin bepergian secara nyaman. Sangat sulit jika tidak ada promosi paket wisata dari travel agent sehingga para wisatawan tidak tertarik untuk melakukan perjalanan wisata.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diketahui identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Aktivitas pariwisata menurun dikarenakan pandemi covid-19 dan adanya PSBB membuat industri pariwisata menurun. Model pelayanan yang berbeda dengan mematuhi protokol kesehatan dan fasilitas pelayanan untuk menarik konsumen berwisata kembali. Adanya tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui aktivitas pariwisata tetap berjalan selama pandemi covid 19 di Golden Rama *Tours & Travel* dan mengetahui model pelayanan untuk menarik konsumen berwisata di masa pandemi covid 19 di Golden Rama *Tours & Travel*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata adalah perjalanan penuh yaitu berangkat dari suatu tempat menuju dan singgah di suatu atau di beberapa tempat, dan kembali ke asal semula. Ada berbagai macam definisi pariwisata menurut beberapa ahli, antara lain definisi yang dikemukakan Prof. Salah Wahab, pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Pariwisata juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cendera mata, penginapan dan transportasi (Wahab, 2003). Menurut Richard Sihite definisi pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempat semula, dengan suatu perencanaan dan bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Marpaung, 2000). Pariwisata dalam arti modern adalah suatu fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan dengan

Industri Pariwisata

Menurut Darmaji (Yoeti, 1996) Industri pariwisata adalah rangkuman dari berbagai bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk dan service yang nantinya secara langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan. Unsur-unsur yang terlibat dalam industri pariwisata meliputi hal-hal sebagai berikut:

- a. Akomodasi, tempat seseorang untuk tinggal sementara.
- b. Jasa Boga dan Restoran, industri jasa di bidang penyelenggaraan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial.

Model

Menurut Mahmud Achmad (2008) Model adalah representasi dari suatu objek, benda, atau ide dalam bentuk yang disederhanakan dari kondisi atau fenomena alam. Model berisi informasi-informasi tentang suatu fenomena yang dibuat dengan tujuan untuk mempelajari

Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan.

Moenir mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan. (Rianto, 2010) Pelayanan atau juga lebih pergantian hawa, atas kebutuhan akan kesehatan dan penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan (Irawan, 2010). (Showfan Hanief, 2018).

- c. Transportasi dan Jasa Angkutan, industri usaha jasa yang bergerak di bidang angkutan darat, laut dan udara.
- d. Atraksi Wisata, kegiatan wisata yang dapat menarik perhatian wisatawan atau pengunjung.
- e. Cinderamata (Souvenir), benda yang dijadikan kenangkenangan untuk dibawa oleh wisatawan pada saat kembali ke tempat asal.
- f. Biro Perjalanan, badan usaha pelayanan semua proses perjalanan dari berangkat hingga kembali. (Fahrudin, 2018).

Fenomena sistem yang sebenarnya. Model dapat merupakan tiruan dari suatu benda, sistem atau kejadian yang sesungguhnya yang hanya berisi informasi-informasi yang dianggap penting untuk ditelaah. (Sarliaji, 2014). dikenal dengan service bisa di klasifikasikan menjadi dua yaitu:

- a. High contact service ialah sebuah klasifikasi dari sebuah pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dan juga penyedia jasa yang sangat tinggi, konsumen selalu terlibat di dalam sebuah proses dari layanan jasa tersebut.
- b. Low contact service ialah klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dengan sebuah penyedia jasa tidaklah terlalu tinggi. Physical contact dengan konsumen hanyalah terjadi di front desk yang termasuk ke dalam klasifikasi low contact service. Misalkan ialah Lembaga keuangan. Dapat disimpulkan bahwa model pelayanan merupakan gambaran yang mendeskripsikan suatu kenyataan agar dapat memberikan pemahaman terhadap sesuatu yang mendekati

Biro Perjalanan Wisata

Biro perjalanan wisata adalah sebuah perusahaan perjalanan yang menjual sebuah rancangan perjalanan dan menjual produk- produk wisata lain yang berhubungan dengan perjalanan tersebut secara langsung kepada masyarakat. Perusahaan tersebut membuat dan mendesain berbagai macam produk wisata dari berbagai jasa pariwisata yang ada, menjadi sebuah paket perjalanan wisata yang menarik untuk wisatawan. Produk wisata yang terdapat dalam paket tersebut umumnya berupa jasa akomodasi dan transportasi.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat terlihat bahwa kegiatan usaha yang diutamakan oleh Biro Perjalanan Wisata adalah perencanaan perjalanan wisata (tours) yang dikombinasikan dengan penawaran-penawaran jasa usaha pariwisata lainnya, dan dikemas dalam suatu paket wisata yang dijual langsung kepada wisatawan ataupun disalurkan melalui travel agent dan apabila paket wisata tersebut sudah laku terjual, maka Biro Perjalanan Wisata wajib untuk melaksanakan tour tersebut kepada wisatawan, sesuai dengan tour itinerary yang

Paket Wisata

Paket wisata adalah suatu produk wisata yang merupakan suatu komposisi perjalanan yang disusun dan dijual guna memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan perjalanan wisata.

Agar perjalanan wisata menjadi nyaman, aman dan dapat dijual, maka dikemas menjadi suatu paket wisata dimanaharganya telah mencakup biaya perjalanan, hotel ataupun fasilitas lainnya yang memberikan kenyamanan bagi pembelinya. (Fiatiano, 2009). Menurut Oka A. Yoeti (2001) mendefinisikan paket wisata adalah suatu perjalanan wisata kenyataan dari konsep yang diharapkan. Model pelayanan juga adalah kesatuan bentuk tata cara penyelenggaraan pelayanan yang didasarkan pada suatu prosedur dan tata kerja atau rangka kegiatan tertentu yang dilaksanakan secara sistematis dengan memperhatikan prinsip-prinsip pelayanan umum. telah disepakati. Adapun kegiatan-kegiatan usaha Biro Perjalanan Wisata adalah:

- a. Menyusun dan menjual paket wisata luarnegeri atas dasar permintaan.
- b. Penyelenggaraan atau menjual pelayaranwisata (cruise).
- c. Menyusun dan menjual paket wisata dalamnegeri kepada masyarakat.
- d. Menyelenggarakan pemanduan wisata.
- e. Menyediakan fasilitas untuk wisatawan.
- f. Menjual tiket /karcis sarana angkutan danlain-lain.
- g. Mengadakan pemesanan sarana wisata.
- h. Mengurus dokumen-dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Biro Perjalanan Wisata mempromosikan produk atau paket perjalanan wisata ini dengancara melakukan kunjungan ke sekolah, universitas, kantor, instansi pemerintah serta masyarakat luas. (Brahmanto, 2015), yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu travel agent atau biro perjalanan atas resiko atas resiko dan tanggung jawab sendiri, yang acara lamanya waktu wisata, tempat- tempat yang akan dikunjungi, akomodasi, transportasi, makanan dan minuman telah ditentukan oleh biro perjalanan dan telah ditentukan jumlahnya. (Oka, 2020) Dari pengertian di atas bahwa paket wisata adalah semua layanan pembelian anggota tur ketika membayar tur. Biasanya, termasuk akomodasi, beberapa makanan, wisata, beberapa hiburan, pengantaran barang, pendamping, dan lainnya. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan paket wisata adalah suatu bentuk wisata yang telah disusun dengan program dan harga tertentu yang didalamnya sudah termasuk seluruh komponen dan kebutuhan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata seperti akomodasi, transportasi, tour guide, konsumsi, tiket masuk objek wisata.

Ada bermacam-macam jenis paket wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Paket wisata dapat dibagi menjadi dua jenis, antara lain:

Pelayanan New Normal

Di Indonesia sudah sejak 1 Juni 2020 lalu telah memberlakukan pelayanan New Normal secara bertahap di sejumlah kota besar di Indonesia dalam menghadapi pandemic Covid 19. Presiden Joko Widodo telah menyatakan bahwa Indonesia harus produktif tetapi juga aman dari wabah virus ini dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang sudah diterapkan oleh pemerintah. Dengan Protokol New Normal diharapkan, roda ekonomi dapat berjalan lagi dan masyarakat bisa produktif di luar rumah dengan aman. Berikut ini adalah Protokol New Normal Kementerian Kesehatan (Kemenkes) di sejumlah fasilitas penunjang pariwisata Indonesia:

- a. Protokol New Normal di Stasiun dan Kereta Api

Pengoperasian layanan Kereta Api Indonesia (KAI) akan tetap menjalankan protokol pencegahan Covid 19. Penumpang diwajibkan untuk mematuhi peraturan physical distancing, dengan menggunakan masker/face shield, menjaga kebersihan, dan sebagainya. Okupansi akan berkurang 50 persen selama pandemi, tarif kereta api jarak jauh akan dinaikkan.

Sebelum memasuki area peron, penumpang juga akan diperiksa suhu tubuhnya, hanya yang memiliki suhu di bawah 37.3 derajat celsius yang diperkenankan masuk. Selama di dalam kereta, pemeriksaan suhu tubuh dilakukan setiap tiga jam. Penumpang dengan suhu tubuh tinggi atau mengalami gejala reaktif Covid 19 akan dipindahkan ke gerbong isolasi.

a. Protokol New Normal di Bandara dan Pesawat

Ready made tour adalah suatu produk paket wisata dimana komponen-komponennya sudah ditetapkan, tidak dapat diubah-ubah dan dapat langsung dibeli oleh wisatawan.

b. Tailor made tour adalah sifat paket wisatanya dapat diubah-ubah komponen-komponennya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Persiapan New Normal, Angkasa Pura I (Persero) telah mensosialisasikan Protokol New Normal kepada seluruh pemangku kepentingan di bandara. Pengunjung yang diijinkan masuk ke bandara adalah mereka yang memiliki suhu tubuh di bawah 37.3 derajat celsius dan menggunakan masker. Protokol terkait metode transaksi, misalnya menunggu pesanan dan/atau untuk dilayani dengan jarak antrean fisik minimal 1.5 meter. Tata cara pelayanan di bandara wajib menerapkan pengaturan sirkulasi pengunjung, dan Batasan waktu kunjungan di pintu masuk dan pintu keluar untuk mencegah kerumunan (maksimal 50 persen dari kapasitas). Okupansi kursi pesawat hanya 50 persen saja. Selama di area bandara dan pesawat, penumpang diharapkan selalu menjaga kebersihan.

c. Protokol New Normal di Hotel

Hal mendasar yang diterapkan dalam Protokol New Normal di hotel adalah menjaga kebersihan karyawan, barang yang masuk, dan tamu. Setiap tamu yang berkunjung akan diperiksa suhu tubuh, hanya yang memiliki suhu di bawah 37.3 derajat celsius yang diijinkan masuk. Tamu juga diwajibkan mengenakan masker selama di tempat umum hotel. Pihak hotel menggunakan Protokol New Normal standar dari World Travel & Tourism Council (WTTC). Kartu dan kunci kamar menjadi fokus petugas kebersihan. Tamu diwajibkan mengikuti jarak sosial yang sebelumnya telah disosialisasikan oleh staff hotel. Pembayaran nantinya menggunakan sistem online tanpa adanya kontak fisik.

d. Protokol New Normal di tempat wisata

Protokol New Normal saat berlibur di tempat wisata menekankan konsep kebersihan, kesehatan, dan keselamatan (Cleanliness, Health, and Safety/CHS). Konsep CHS merupakan strategi yang dirancang oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) agar pekerja sektor wisata tetap bisa produktif dan aman di tengah pandemi. Pengunjung di tempat wisata diwajibkan mengenakan masker dan selalu menjaga kebersihan diri. Ketika memasuki area wisata, suhu tubuh akan diperiksa. Pengunjung dengan suhu lebih dari 37.3 derajat celsius tidak

METODE

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut (Mulyana, 2008) Dalam penelitian (Prasanti, 2018) "Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban".

Sumber Data Penelitian

Data yang didapatkan sebagai data dalam penelitian kualitatif ini dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Data-data yang dikumpulkan peneliti adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sangat lazim dalam metode penelitian kualitatif. Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian.

Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, diperkenankan masuk. Saat antri untuk dilayani, aka nada jarak sosial sekitar 1.5-meter untuk menghindari kerumunan. (Rohman, 2020). Agar pariwisata tetap bertahan hidup (survive) dimasa pandemi covid-19 dan dimasa recovery jika wacana new normal diimplementasikan oleh pemerintah, tentunya dalam ruang lingkup atau sudut pandang strategi pemasaran destinasi pariwisata. Strategi penjualan destinasi dimasa pandemi ini tidak lain harus direvisi, yaitu dengan menurunkan sasaran penjualan agar lebih fokus untuk mendorong wisatawan memilih destinasi yang mereka inginkan.

Maka, dalam penelitian ini penulis akan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan dan mendeskripsikan peristiwa maupun fenomena yang terjadi di lapangan dan menyajikan data secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan pada Golden Rama *Tours & Travel*. penelitian dapat berupa organisasi, kelompok, individu, benda dan waktu tertentu sesuai fokus penelitiannya, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Bungin (2007: 115-117) mengemukakan beberapa bentuk observasi, yaitu:

- 1). Observasi partisipasi,
- 2). observasi tidak terstruktur, dan
- 3). observasi kelompok.

Berikut penjelasannya:

- 1) Observasi partisipasi adalah (participant observation) adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan di mana peneliti terlibat dalam keseharian informan.
- 2) Observasi tidak terstruktur ialah pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman observasi, sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi di lapangan.
- 3) Observasi kelompok ialah pengamatan yang dilakukan oleh sekelompok tim peneliti terhadap sebuah isu yang diangkat menjadi objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Agar wawancara efektif, maka terdapat berapa tahapan yang harus dilalui, yakni: 1). mengenalkan diri,

- 2). menjelaskan maksud kedatangan,
- 3). menjelaskan materi wawancara, dan
- 4). mengajukan pertanyaan (Yunus, 2010: 358).

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari bukti-bukti tertulis atau dokumentasi perusahaan hasil penelitian terdahulu baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya.

c. Dokumen

Selain melalui wawancara dan observasi, informasi juga bisa diperoleh lewat fakta yang tersimpan dalam bentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, cenderamata, jurnal kegiatan dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali informasi yang terjadi di masa silam. Peneliti perlu memiliki kepekaan teoretik untuk memaknai semua dokumen tersebut sehingga tidak sekadar barang yang tidak bermakna.

Metode Analisis Data

Analisis data kualitatif menyatu di aktivitas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan hasil penelitian. Adapun penjelasan mengenai empat tahapan dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut.

1. Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data di riset kualitatif dapat dilakukan dengan berbagai cara yang didapatkan dengan terjun langsung ke lapangan. Caranya bisa melalui pengamatan atau observasi, kuesioner, wawancara mendalam dengan objek penelitian, pengkajian dokumen, hingga fokus discussion group.

2. Reduksi Data

Dalam tahap ini, data-data mentah akan disaring. Peneliti memilih data mana saja yang paling relevan untuk dipakai dalam mendukung penelitian. Data kualitatif bisa diperoleh dari wawancara dan observasi. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyeleksi setiap data dari sumber yang diwawancarai oleh peneliti dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian mengolah dan memfokuskan semua data mentah agar lebih bermakna.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data merupakan tahap akhir dalam teknik analisis data kualitatif yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengacu pada tujuan analisis hendak dicapai. Tahap ini bertujuan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan memungkinkan mengalami perubahan apabila tidak ditemukan bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid, maka kesimpulan yang dihasilkan merupakan kesimpulan yang kredibel. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep dasar analisis tersebut lebih tepat dan obyektif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan biro perjalanan Golden Rama Tours & Travel yang berlokasi di Jl. Boulevard Barat Raya Blok LA1 No. 26-27, RT.1/RW.18, Kelapa Gading Timur, Kelapa Gading, Kec. Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14240. Dan berjalan dengan baik dan efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Golden Rama Tours & Travel adalah travel agent terdepan di Indonesia yang telah berdiri sejak 1971. Golden Rama Tours & Travel adalah perusahaan biro perjalanan wisata memiliki berbagai layanan perjalanan wisata yang terpadu seperti: Reservasi Hotel, Tiket penerbangan domestic dan internasional, tour, cruise, paket, corporate incentive dan ticketing sampai dokumen perjalanan. Sejarah Berdirinya Perusahaan Golden Rama Tours & Travel

- a. Pada Tahun 1971 Golden Rama hadir sebagai General Sales Agent untuk *British Overseas Airways Corporation*.
- b. Pada Tahun 1990 Golden Rama memperkenalkan unit bisnis Leisure Travel.
- c. Pada Tahun 2003 Golden Rama meluncurkan divisi insentif yang menangani kebutuhan korporasi.

Golden Rama meluncurkan visi dan misisebagai pintu gerbang menuju destinasi yang luar biasa pada tahun 2008. Meresmikan Fun Holidays yang menawarkan produk pilihan tour yang lebih ekonomis. Peresmian kantor pusat baru yang berlokasi di Jl. Tanah Abang II No. 73-35. Golden Rama memahami bahwa setiap perusahaan memiliki kebutuhan tersendiri yang unik. Baik dalam pengaturan perjalanan dinas ke luar kota, luar negeri, maupun pengaturan perjalanan incentive untuk para distributor. Golden Rama menyediakan beragam solusi layanan perjalanan yang memadukan pengalaman dengan teknologi terkini. Semua dilakukan agar dapat meningkatkan efisiensi tanpa mengurangi kualitas layanan yang diharapkan dan diterima. Dari penjelasan di atas disimpulkan bahwa paket wisata ada 2 jenis yaitu paket wisata yang disusun tanpa adanya permintaan dari calon peserta wisata dan paket wisata yang dibuat pada saat adanya permintaan dari calon wisata, mulai dari objek-objek wisata yang akan dikunjungi, akomodasi, konsumsi dan rute perjalanan. Salah satu narasumber yang peneliti wawancara adalah Ibu Christin Prawira selaku Manager Mice Golden Rama *Tours & Travel*, dan Travel Consultant Bapak Marselinoda Santo.

Aktivitas pariwisata tetap berjalan selama pandemi covid 19 di Golden Rama Tours & Travel

Di masa pandemi ini covid 19 membuat industri pariwisata salah satu travel agent membuat perubahan dalam melakukan aktivitas wisatanya. Ketika melakukan kegiatan berwisata perusahaan memberikan kenyamanan dan keamanan pada para konsumennya dalam hal ini adalah wisatawan. Salah satu hal yang patut diperhatikan dalam pandemi covid 19 ini adalah dalam hal protokol kesehatan yang merupakan salah satu unsur pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan Travel Consultant Golden Rama *Tours & Travel* tetap mengikuti protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah untuk menghindari penyebaran Covid 19 sehingga wisatawan merasa aman saat berwisata dengan Golden Rama *Tours & Travel*.

Paket wisata dalam setiap destinasi yang dituju sudah termasuk jaminan asuransi oleh travel agent, *Polymerase Chain Reaction (PCR)*, penerbangan yang digunakan, hotel (bintang 5) serta dan dimasa pandemi ini Golden Rama memberikan fasilitas tambahan seperti masker, hand sanitizer sebelum perjalanan dan di dalam bus. Untuk jumlah peserta diberi batas minimal 15 peserta dan maksimal 20 peserta. Dan memastikan kebersihan akomodasi serta tempat makan yang sudah di steril dengan tetap mematuhi protokol kesehatan di setiap objek wisata. Banyak wisatawan yang memilih paket wisata internasional contohnya paket ke Turkey. Negara Turkey merupakan salah satu destinasi yang sudah dibuka untuk umum, sudah siap menerima wisatawan asing. Wisatawan berharap mendapatkan pengalaman baru dengan paket yang ditawarkan. Pada masa pandemic ini harga paket tour ke Turkey lebih murah dibanding masa sebelum pandemi, hal ini menyebabkan banyak wisatawan yang ingin membeli paket wisata tersebut dan proses pembuatan dokumennya dimudahkan seperti pembuatan visa.

Tidak perlu karantina cukup melampirkan surat *Polymerase Chain Reaction (PCR)*. Untuk menyikapi ke antusiasannya wisatawan untuk membeli paket wisata tersebut Golden Rama memberikan sebagai bagian dari pelayanan adalah melaksanakan protokol kesehatan (prokes) beserta fasilitasnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan wisatawan mengatakan mereka akan merekomendasikan karena sudah menjalani semuanya dengan aman dan nyaman, tour leader yang berkompeten, sigap, serta proses PCR untuk check in lebih mudah dan lancar tidak perlu repot antri di bandara.

Model Pelayanan untuk menarik konsumen berwisata di masa pandemi covid19 di Golden Rama Tours & Travel

Model pelayanan yang diberikan Golden Rama *Tours & Travel* sesuai dengan SOP yang berlaku. Walaupun saat ini adanya perubahan dalam pelayanan seperti semua staff maupun tamu diwajibkan memakai masker dan pelindung wajah (*faceshield*) serta adanya pengecekan suhu terlebih dahulu, dan tetap berjaga jarak. Selama pandemic Covid 19 Golden Rama *Tours & Travel* tetap memberikan informasi dan menjual paket wisata kepada konsumen secara

online via *Whatsapp* dan *Zoom Meeting*. Seiring berjalannya waktu Golden Rama Tours & Travel membuka beberapa paket wisata domestic maupun international. Untuk domestic seperti Bali, Labuan Bajo dan Banyuwangi. Sedangkan untuk tour international seperti Turkey, Amerika, Morocco, Afrika. "Dari beberapa paket wisata yang dibuat paket Turkey adalah paket yang paling banyak dipilih wisatawan" Menurut Travel Agent. Namun, dari beberapa paket wisata Golden Rama Tours & Travel tetap memberikan model pelayanan yang sama.

KESIMPULAN

Golden Rama Tours & Travel tetap bertahan dengan cara menarik wisatawan mengadakan promo paket tour sehingga wisatawan mencari suasana baru. Model pelayanan yang diberikan Golden Rama Tours & Travel tetap mematuhi protokol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah serta jaminan asuransi perjalanan yang diberikan dari pihak Golden Rama Tours & Travel.

SARAN

Menurut peneliti, Golden Rama Tours & Travel dapat mengeksplor lagi destinasi yang belum banyak diketahui oleh wisatawan pada umumnya. Serta ditingkatkan dan dikembangkan kreativitas agar menjadikan Golden Rama Tours & Travel pilihan travel nomor satu bagi wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brahmanto, E. (2015). Magnet Paket Wisata Dalam Menarik Kunjungan Wisatawan Asing Berkunjung ke Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 9.
- Fahrudin, Y. (2018). Objek Daya Tarik Wisata Religi Menara Kudus Dan Makam Sunan Kudus Perspektif Sapta Pesona. *Walisongo*, 28.
- Fiatiano, E. (2009). Perencanaan Paket Wisata Atau Tur. *Perencanaan Paket Wisata Atau Tur*, 3.
- Oka, A. Y. (2020, September 9). Pengertian Paket Wisata. Retrieved from <https://www.wikipedieng.com/dieng/pengertian-paket-wisata/>
- Prasanti, D. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan. *Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan*, 16.
- Rachmawati, K. D. (2020). Retrieved from <http://kalinggadewirachmawati.blog.unesa.ac.id/konsep-dasar-layanan-primaarti-penting-tujuan-pengertian-dan-keuntungan-layanan-primapertemuan-1>
- Rianto, M. N. (2010). *Pengertian Pelayanan*. Bandung.
- Rohman, T. (2020, 6 1). Protokol New Normal Kemenkes di Fasilitas Pariwisata Indonesia. Retrieved from <https://phinemo.com/protokol-newnormal-kemenkes-di-fasilitas-pariwisata-indonesia/>
- Sarliaji. (2014). *Model layanan perpustakaan sekolah luar biasa*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Showfan Hanief, S. M. (2018). *Pengembangan Bisnis Pariwisata Dengan Media Sistem Informasi*. Andi.