

# FUNGSI MANAJEMEN DALAM RANGKA KEGIATAN PARIWISATA DI TINJAU DARI ASPEK TRANSPORTASI, HOTEL, MAKAN DAN OBYEK WISATA (SUATU TINJAUAN PUSTAKA)

A.A Ngurah Gede Suindrawan<sup>1</sup>, A.A. Bagus Wirateja<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>STIMI “Handayani” Denpasar

**Abstract :** *Travel bureau in accordance with its functions is a mediator, organizer and tour operator. The product of travel bureau is service and always want to give the best service to the customers. Because service is the key of success for travel bureau. From the activities done by travel bureau in relation with its functions are really very complicated. More ever the product sold by travel bureau is not its own product. So the success of running the business is determine by business activities done by using management functions, such as: a) To plan the package tour with will be sold, b) To organize all component which are involved for product sold, c) To order people/staff to handle the package tour and d) To operate and evaluate whether the tour operation is the same as previous tour planning.*

## PENDAHULUAN

Berdasarkan catatan dari pihak terkait di Propinsi Daerah Tingkat I Bali, perkembangan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Bali setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan.

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tersebut tidak lepas dari: kebijaksanaan Pemerintah, Keamanan, Daya Tarik Bali sebagai Daerah Tujuan Wisata dan juga tidak kalah pentingnya adalah peranan Biro Perjalanan Umum yang selalu mempromosikan Bali dan membuat langkah-langkah baru untuk membuat paket *tour* baru yang menarik wisatawan sebanyak-banyaknya. Disamping itu juga dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada wisatawan karena pelayanan merupakan kunci pokok keberhasilan BPU.

Untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada wisatawan tak mungkin dilakukan dengan sembarangan, melainkan harus melalui penerapan fungsi-fungsi manajemen yakni dengan: perencanaan yang matang, organisasi, dan pelaksanaan yang baik serta dengan pengawasan yang terkendali.

Berdasarkan latar belakang uraian tersebut, pokok masalah dalam artikel

ini adalah bagaimana penerapan fungsi-fungsi manajemen dalam pengelolaan dan pelaksanaan dalam penyelenggara wisata yang terkait dengan masalah obyek wisata, transportasi, makanan dan obyek wisata.

## KAJIAN LITERATUR

### Jenis-Jenis *Tour*

Perusahaan Biro Perjalanan yang menawarkan dan menjual paket *tour* adalah Biro Perjalan Umum (BPU), Agen Perjalanan (*Travel Agent*) dan juga bisa Cabang Biro Perjalanan. Menurut Keputusan Direktur Jenderal Pariwisata No.Kep.16/U/II/88 tanggal 25 Pebruari 1988, Bab I pasal 1 menyebutkan Biro Perjalanan Umum adalah badan usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha perjalanan ke dalam negeri dan atau di dalam negeri dan atau ke luar negeri, yang kegiatan usahanya meliputi:

- Membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata
- Mengurus dan melayani kebutuhan jasa angkutan bagi perorangan atau kelompok orang yang diurusnya.
- Melayani pemesanan akomodasi, restoran dan sarana wisata lainnya.
- Mengurus dokumen perjalanan.

- Menyelenggarakan panduan perjalanan wisata.
- Melayani penyelenggaraan konvensi.

Dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya BPU sesungguhnya memiliki multi fungsi yaitu menerima wisatawan dari luar negeri (*In-Bound*) dan juga menyebarkan wisatawan ke luar negeri (*Chit Bound*).

Menurut Yoeti (1987) didalam kepariwisataan ada beberapa jenis *tour* sesuai dengan sifat dan penyelenggaraannya:

- a. *Package Tour* (paket *tour*)
- b. *Optional Tour*
- c. *Independent Tour*
- d. *Escorted Tour*
- e. *Study Tour*
- f. *Social Tour*
- g. *Regular Tour*

Yang dimaksud dengan *Package Tour* adalah *tour* yang dilaksanakan dan diselenggarakan oleh suatu *travel Agent* atau *tour operator* atas resiko dan tanggung jawab sendiri, yang acara, lamanya *tour*, tempat yang dikunjungi, akomodasi, transportasi serta makanan dan minuman ditentukan dalam suatu harga yang sudah ditentukan jumlahnya (Yoeti,1987:112). Artinya *tour* ini ada *tour Itinerary* tersendiri dan lengkap dengan fasilitas disediakan.

### **Manajemen dan Fungsi-Fungsi Manajemen**

Untuk mencapai tujuan yang telah diputuskan itu manajemen sangatlah diperlukan. Karena manajemen bukan saja ditujukan untuk mengidentifikasi, menganalisa dan menetapkan tujuan yang harus dicapai tetapi juga mengkoordinasikan secara efektif bakat-bakat orang dan mendayagunakan sumber-sumber daya materiil. Terry (1986) menyebutkan manajemen merupakan suatu proses yang khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya (Hasibuan,

1986: 3). Sedangkan tindakan-tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan dalam manajemen disebut fungsi-fungsi manajemen yang terdiri dari:

- a. Perencanaan (*planning*) adalah menentukan serangkaian tindakan-tindakan untuk mencapai hasil yang ditentukan. Jadi perencanaan merupakan proses untuk menentukan rencana, sehingga jika perencanaan dilaksanakan dengan baik, maka akan dihasilkan suatu rencana yang baik.
- b. Pengorganisasian (*Organising*) yaitu menentukan pekerjaan-pekerjaan yang harus dilakukan, pengelompokan tugas-tugas dan mendelegasikan tugas-tugas kepada karyawan, penetapan departemen-departemen serta penentuan hubungan-hubungan dalam organisasi.
- c. Penggerakkan (*Actuating*) adalah team anggota kelompok agar mau bekerja sama dan bekerja secara ikhlas serta bergairah untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian.
- d. Pengawasan/pengendalian (*Controlling*) merupakan fungsi terakhir dari proses manajemen yang berkaitan dengan fungsi perencanaan yang keduanya saling mengisi. Menurut Harold Koontz pengendalian adalah pengukuran dan perbaikan terhadap pelaksanaan kerja bawahan, agar rencana-rencana yang sudah dibuat untuk mencapai tujuan perusahaan dapat terselenggara.

### **PEMBAHASAN**

#### **Paket *Tour* yang Terencana**

Paket *tour* mempunyai tujuan yang berbeda-beda satu sama lainnya, misalkan saja suatu paket *tour* yang dibuat dan ditawarkan pada musim sepi (*low season*) tentu tujuannya berbeda dengan paket *tour* yang dibuat dan direncanakan pada musim ramai (*peak season*). Ada paket *tour* yang dijual dalam jangka waktu tertentu saja, artinya ditentukan batas akhir penjualan paket *tour* tersebut.

Paket *tour* dibuat berdasarkan perencanaan dan pertimbangan yang matang sehingga betul-betul menarik bagi wisatawan. Sehingga Biro Perjalanan menjual suatu paket *tour* yang benar-benar baik dan menarik yang merupakan suatu hasil perencanaan yang telah dipersiapkan dengan matang.

Perencanaan suatu paket *tour* dilakukan oleh suatu *tour planner* atau orang yang banyak mengetahui aspek-aspek dunia perjalanan pada umumnya dan kepariwisataan pada khususnya. *Tour planner* merupakan seorang yang *allround* dan menguasai aspek-aspek perjalanan dan pariwisata secara keseluruhan baik tentang objek maupun *event*, fasilitas yang akan digunakan sampai pada kalkulasi biaya untuk menentukan harga *tour* yang akan dijual dan untuk *tour-tour* tertentu syarat-syaratnya apa. Untuk dapat menyusun suatu paket *tour*, maka *tour planner* harus terlebih dahulu harus mengetahui minimal 4 (empat) aspek penutup di dalam membuat perencanaan seperti:

#### 1. Objek Wisata

Dari suatu *tour* yang sedang direncanakan harus ditentukan terlebih dahulu objek utama di daerah tujuan yang akan dikunjungi, disamping objek-objek sampingan lainnya. Objek-objek yang akan dikunjungi tersebut harus sesuai dengan lamanya waktu kunjungan yang direncanakan. Maksudnya dengan jumlah hari yang sangat terbatas dan relatif singkat itu, perlu disusun urutan prioritas tentang objek-objek yang akan dikunjungi. Tidak mungkin semua objek dapat dilihat dengan waktu yang singkat, tetapi kita pilih yang umum dan sudah dikenal kalangan dunia pariwisata atau tempat yang unik dan menarik, sehingga semua pihak bisa mendapatkan kepuasan.

#### 2. Pengangkutan

Alat transportasi yang tepat untuk suatu kegiatan *tour*, dengan sendirinya tergantung pada pertimbangan biaya, jalan dan kecepatan. Berdasarkan pertimbangan biaya maka biasanya

harga *tour* juga dibedakan berdasarkan jumlahnya, misalnya antara 1-3 orang, 4-10 orang, 11-19 orang dan 20 orang lebih.

#### 3. Akomodasi Hotel

Untuk menentukan tempat menginap pada hotel mana rombongan akan ditempatkan banyak bergantung pada fasilitas yang diperlukan dan juga bergantung pada harga yang di pilih. Dalam paket *tour* biasanya ditawarkan beberapa hotel dengan harga paket *tour* yang berbeda-beda tergantung pada jenis tempat menginap. Sebaiknya tempat menginap dengan lokasi yang berbeda-beda baik tempatnya maupun situasi hotel (misalnya di pantai atau perkotaan). Untuk itu *tour planner* harus melakukan pejajagan ke hotel yang akan ditawarkan dalam paket *tour* yang disusun dengan melakukan kerja sama dan membuat kontrak harga kamar. Hal lain yang diperlukan berkaitan dengan tempat menginap adalah jenis kamar yang ditanggung, makanan yang ditanggung serta hal lain yang turut diperhitungkan dalam penentuan harga paket *tour* yang sudah ditentukan.

#### 4. Makan dan Minum

Dalam hal ini berkaitan dengan penentuan restoran dan jenis makanan yang akan diberikan. Untuk mendapatkan informasi dari semua aspek tersebut diatas sudah tentu tidak begitu mudah untuk mendapatkannya. Untuk mendapatkan data tersebut *tour planner* bisa melakukan dengan cara: Penelitian (*survey*) ke tempat-tempat dan objek-objek yang akan didatangi juga dilakukan dengan cara bersurat yang diperlukan dalam pelaksanaan paket *tour* nanti.

Berdasarkan aspek-aspek tersebut diatas, maka dapatlah dibuat rencana *tour* dengan berbagai pertimbangan yang berkaitan dengan jenis penginapan yang ditawarkan, jenis kendaraan, makanan dan obyek wisata yang akan dikunjungi. Dalam menyusun daftar acara (*itinerary*)

ada baiknya dicari suatu kombinasi yang terbaik antara objek wisata (tourist Objects), Atraksi (tourist attraction), kejadian (*event*) disamping memperhatikan *entertainment* yang mungkin dapat diberikan. Sehingga akan dapat menghindari kebosanan para peserta *tour* selama perjalanan. Setelah melalui proses perencanaan, barulah diputuskan oleh pimpinan BPU untuk menjadi rencana *tour* yang siap untuk dijual.

### **Pengaturan Penyelenggaraan Paket *tour***

Sebagaimana fungsi dari BPU adalah sebagai organisator disamping juga sebagai perantara, maka dalam pelaksanaan paket *tour* yang telah dibuat agar memberikan pelayanan yang baik, perlu melakukan kerjasama dengan beberapa perusahaan yang merupakan industri pariwisata sebagai supplier. Hal ini perlu pengorganisasian terlebih dahulu dengan supplier, dalam arti perlu ada komunikasi terlebih dahulu dan kalau perlu dibuatkan suatu perjanjian yang khusus mengatur hubungan kerja yang akan dilaksanakan. Adapun perusahaan industri pariwisata yang dimaksudkan disini yaitu: perusahaan angkutan, perhotelan, Bar dan restoran, Group Kesenian, Objek Wisata dan agen perjalanan. Dengan adanya perjanjian maka dapat dipahami hubungan kerja antara satu perusahaan dengan perusahaan lain; dengan demikian akan jelas hak dan kewajiban masing-masing.

### **Kegiatan Paket *Tour***

Mobilisasi paket *tour* dimulai pada saat paket *tour* tersebut sudah dibeli ataupun dikonsumsi dan dilaksanakan. Masalah mobilisasi berkaitan erat dengan manusia dan merupakan masalah yang paling kompleks serta paling sulit dilaksanakan dari semua fungsi manajemen lainnya. Karena bagaimanapun mudahnya pekerjaan dan canggihnya peralatan yang tersedia, tanpa dukungan dari manusia/pekerja maka ia belum berarti apa-apa, karena di sini benar-benar dibutuhkan pekerjaan yang punya kompetensi yang memadai agar program bisa terlaksana dengan baik.

Agar suatu paket *tour* dapat berjalan dengan baik dalam arti dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan, maka diperlukan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan untuk menggerakkan orang-orang pada berbagai tempat, berbagai perusahaan yang ikut terlibat dalam pelaksanaan paket *tour*.

### **Monitoring Paket *Tour***

Tindakan monitor ini dimaksudkan apakah pelaksanaan *tour* sudah sesuai dengan *tour itinerary*, apakah organisasi dan orang-orang yang melaksanakan berfungsi sesuai dengan yang diharapkan dan apakah hasil yang dicapai sesuai dengan tujuan yang telah digariskan. Sehingga tindakan monitor ini juga mencakup tindakan evaluasi rencana *tour* yang telah dibuat.

Alat yang sangat mudah dan sederhana yang dapat digunakan untuk mengawasi dan mengevaluasi apakah suatu *tour* berjalan baik dan lancar adalah "*Tour Itinerary*" yang telah disusun khusus untuk *tour* yang diminta atau dipilih. Karena itu *tour* harus diselenggarakan secara konsekuen sesuai dengan apa yang tercantum pada rencana *tour* yang telah dibagikan kepada peserta *tour*.

Bila terjadi kesalahpahaman apa yang telah direncanakan, maka menjadi tugas BPU bersama staf untuk mengarahkan kembali agar sejalan/sesuai dengan *tour* yang diminta/dipesan oleh pembeli untuk mengurangi keluhan (*complaint*) yang terjadi.

### **SIMPULAN**

Menyadari betapa rumitnya (kompleks) kegiatan dari usaha perjalanan wisata ini, juga yang terkait dengan barang dan jasa dimana pihak usaha perjalanan wisata tidak bekerja sendiri, melainkan didasari adanya kerja sama di berbagai pihak seperti: perusahaan transportasi, hotel, dan restoran. Maka masing-masing komponen yang sudah menjalin kerja sama hendaknya berfungsi sesuai dengan tugas, hak dan kewajiban, sehingga apa yang di harapkan bisa terealisasi secara baik yang intinya semua mendapatkan keuntungan sesuai hak dan kewajibannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Douglas Foster. 1987. *Travel and Tourism Managemen*. Macmillan Education LTD. London.
- Hasibuan, Melayu S.P. 1986. *Manajemen Dasar Pengertian dan Masalahnya*. Gunung Agung. Jakarta.
- Terry, George R. 1986, *Azah-Azah Management*. Alumni. Bandung.
- Wahab, Salah. 1989. *Management Kepariwisataaan*. PT. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Yoeti, Oka A.1980. *Tours and Travel Management*. PT. Pradnya Paramita. Jakarta.