



ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik

ISSN: 2808-6694 (Online); 2808-7291 (Print)

Jurnal Homepage <https://etnik.rifainstitute.com>

Analisis Perencanaan Penyusunan Paket Wisata Keliling Madura (PAK SAKERA)

Aditya Saputra, Eni Sri Rahayuningsih

Universitas Trunojoyo

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Submit 10 February 2023

Accepted 15 February 2023

Published 20 February 2023

Email Author:

190231100024@gmail.com

eni.rahayuningsih@trunojoyo.ac.id

ABSTRACT

One way that can be done for the development of tourism in Madura is by cooperating with the four districts in Madura so that the development of the tourism sector can run optimally. After tourism development is underway, it is necessary to have the help of the private sector such as tour and travel agents as a vessel for fulfilling tourists visiting tourist destinations in Madura. The purpose of this research is to analyze the planning of the tour packages around Madura. Then analyze the extent to which the results have been carried out in the preparation of tour packages around Madura. The method used in this study is descriptive qualitative, using the SWOT analysis technique to determine the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the tour packages around Madura. The research locations are in 4 districts in Madura and Madura Indah Wisata Tour and Travel agents. The results found in the form of cooperation made by the 4 Regents in Madura became the first step as a guide so that the 4 regencies could work together to develop tourism potential in Madura. Provision of supporting facilities and infrastructure services is a step that needs to be provided in every tourist area. The preparation of tour packages around Madura is made carefully by selecting the best packages for tourists.

Keyword– *Tourism Potential, Tour Package Planning, Tour Packages*

ABSTRAK

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk pengembangan pariwisata di Madura dengan cara kerjasama ke empat kabupaten di Madura agar pembangunan sektor pariwisata dapat berjalan dengan maksimal. Setelah pembangunan wisata berjalan, perlu adanya bantuan pihak swasta seperti agent tour dan travel sebagai wadah pemenuh wisatawan berkunjung ke destinasi wisata yang ada di madura. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis perencanaan dari penyusunan paket wisata keliling Madura. Kemudian menganalisis sejauh mana hasil yang sudah dilakukan

dalam penyusunan paket wisata keliling madura. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif, dengan menggunakan teknik analisis SWOT untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari penyusunan paket wisata keliling Madura ini. Lokasi penelitian terdapat di 4 kabupaten di Madura dan agen Madura Indah Wisata Tour and Travel. Hasil yang ditemukan berupa adanya kerjasama yang dibuat oleh ke 4 Bupati di Madura menjadi langkah awal sebagai pedoman agar dari ke empat kabupaten ini dapat bekerjasama untuk mengembangkan potensi pariwisata yang ada di madura. Penyediaan pelayanan sarana dan prasarana penunjang menjadi langkah yang perlu disediakan di setiap kawasan wisata. Penyusunan paket wisata keliling madura dibuat secara matang dengan pemilihan paket yang terbaik bagi wisatawan.

Kata Kunci – Potensi Wisata, Perencanaan Paket Wisata, Paket Wisata

PENDAHULUAN

Pariwisata menurut (Undang-undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataan) pasal 1 (5) adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidangnya. Pembangunan pariwisata berkelanjutan saat ini diarahkan kepada penggunaan sumberdaya alam dan penggunaan sumber daya manusia untuk jangka panjang (Musaddad, Rahayu, Pratama, Supraptiningsih, & Wahyuni, 2019). Perencanaan pariwisata sebagai perencanaan yang multi sektor dan multi aspek serta multi wilayah, maka dibutuhkan perencanaan kolaboratif sebagai proses menuju perencanaan yang terintegratif.

Pulau Madura merupakan salah satu pulau yang berada di Provinsi Jawa Timur yang dimana memiliki potensi pariwisata yang sangat bernilai tinggi jika dikembangkan secara maksimal. Berdasarkan hasil identifikasi Pusat Penelitian dan Inovasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif LPPM UTM tahun 2021, terdapat 150 potensi desa wisata. Adanya potensi ini dapat menjadi aset penting yang harus dikembangkan (Swandewi, 2014). Mayoritas masyarakat yang berada di sana memeluk agama Islam, hal ini yang membuat masyarakat Madura masih kental sekali dengan nuansa Islami. Potensi pariwisata syariah merupakan sebuah konsep pariwisata yang menyediakan layanan berlibur dengan fasilitas yang lengkap untuk kebutuhan seorang muslim (Yasin, Indrarini, Anwar, & Cahyono, 2021). Pembangunan pariwisata berbasis syariah dapat menjadi strategi untuk menunjukkan cirikhas dan menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan.

Pengembangan pariwisata yang ada di Madura dapat dilakukan dengan penyusunan paket wisata keliling madura. Paket wisata sendiri merupakan sebuah perjalanan wisata yang dibuat dari beberapa tujuan kunjungan dimana dijual dalam satu kesatuan harga (Kabu & Misa, 2022). Penyusunan ini sesuai dengan slogan visit madura, dimana dengan adanya paket wisata membuat para wisatawan dengan mudah menikmati seluruh wisata yang ada di Madura secara terorganisir. Penggunaan paket wisata sendiri dapat menghemat tenaga, seluruh urusan perjalanan sudah disiapkan, efisiensi waktu, harga yang kompetitif, dan mendapatkan pelayanan yang prima dari seorang tour plan (Manafe, Kabu, & Lau, 2019). Penyusunan paket wisata akan membantu pemerintah daerah setempat dalam menarik wisatawan untuk datang ke objek wisata yang ada di

Madura. Dengan kata lain paket wisata menjadi tempat promosi dalam menarik minat wisatawan sehingga tingkat pengunjung akan bertambah (Aini, Ridwan, & Emrizal, 2019).

Diketahui bahwa keempat kabupaten telah membuat perjanjian bersama untuk mengembangkan pariwisata di Madura. Tetapi pada kenyataannya hal ini tidak terlaksana secara maksimal dikarenakan terdapat egowilayah di masing-masing kabupaten yang membuat penerapan paket wisata ini tidak maksimal. Egowilayah sendiri muncul ketika terdapat wilayah yang merasa lebih maju dibandingkan wilayah lain sehingga terdapat sifat egowilayah. Sehingga perencanaan pembangunan pariwisata terhambat membuat penyusunan paket wisata yang melibatkan kerjasama antar empat wilayah tidak dapat berjalan secara maksimal.

Ketidak maksimalnya pembangunan pariwisata di Madura membuat perencanaan penyusunan paket wisata yang dilakukan oleh pihak swasta Madura Indah Wisata Tour & Travel membuat penyusunan paket wisata keliling madura dalam penyusunannya terhambat karena belum memenuhinya pembangunan pariwisata di Madura jika dimasukkan kedalam paket wisata. Hal ini tidak sesuai dengan perjanjian kerjasama yang sudah disusun oleh ke empat Bupati tidak berjalan sesuai rencana awal, dimana seharusnya pemerintah saling bekerjasama dalam pembangunan pariwisata dan membuat kalender event menjadi tidak berjalan maksimal. Dengan ini membuat perencanaan penyusunan paket wisata keliling madura yang dilakukan oleh pemilik/owner Madura Indah Wisata Tour & Travel menjadi ketua ASPRIM (Asosiasi Pariwisata Madura) memiliki tujuan untuk mendorong kemajuan pariwisata yang ada di Madura serta bisa menjadi mitra bagi pemerintah di empat kabupaten di Madura menjadi terhambat.

Adanya ketidak idealan ini membuat pembangunan pariwisata di wilayah Madura menjadi terhambat. Hal ini yang membuat peneliti tertarik akan perencanaan penyusunan paket wisata yang dibuat oleh swasta dapat berkembang secara maksimal dan meningkatkan pariwisata yang ada di Madura. Dengan mengetahui bagaimana pengaruh dari penyusunan paket wisata ini nantinya akan dapat menghilangkan rasa egowilayah dan antar wilayah dapat melakukan kerjasama untuk meningkatkan sektor pariwisata. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis perencanaan penyusunan paket wisata keliling madura, serta menganalisis sejauh mana hasil dari penyusunan paket wisata keliling madura.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, penelitian kualitatif sendiri merupakan suatu jenis penelitian yang dimana hasil dari pembahasannya tidak didapat dengan proses statistik atau perhitungan dengan rumus melainkan sebagai bentuk jenis penelitian yang dimana memiliki tujuan untuk menjelaskan gejala secara kontekstual menggunakan penelitian sebagai bagian alami dalam penelitian tersebut. Menurut (Sugiyono, 2013) metode deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme dimana biasanya digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Dilihat dari potensi pengembangannya, 4 Kabupaten di Madura dipilih menjadi lokasi penelitian, hal ini dikarenakan potensi yang dimiliki oleh Madura dimana jika dikembangkan akan dapat meningkatkan perekonomian yang ada dan Agen Madura Indah Tour & Travel. Terdapat 150 desa wisata yang dapat dikelola secara maksimal. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif.

Selain itu penelitian ini juga dilengkapi dengan analisis SWOT dimana dilakukan untuk menganalisis Perencanaan Penyusunan Paket Wisata Keliling Madura (PAK SAKERA). Proses analisis SWOT mengharuskan adanya survey internal mengenai Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan) organisasi/kegiatan dalam organisasi/sesuatu hal yang ingin dikaji, serta survei eksternal atas Opportunities (peluang/kesempatan) dan Threats (ancaman) (Fatimah, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Madura

Berdasarkan hasil identifikasi Pusat Penelitian dan Inovasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif LPPM UTM pada Tahun 2021, Paket Wisata Keliling Madura (PAK SAKERA) dapat didukung oleh potensi desa wisata yang ada di Madura dimana sebanyak 150 desa meliputi Kabupaten Bangkalan sendiri memiliki 39 lokasi desa wisata, Kabupaten Sampang memiliki 23 lokasi desa wisata, Kabupaten Pamekasan memiliki 26 lokasi desa wisata, dan Kabupaten Sumenep memiliki 57 desa wisata yang dapat dikembangkan. Perlu adanya penerapan konsep pariwisata dimadura yang direncanakan secara komprehensif dan diselaraskan dengan konsep pembangunan dari kabupaten-kabupaten yang ada di pulau Madura (Hamzah, et al., 2018). Hal ini dapat dilakukan dengan cara menggali potret-potret eksotik yang dimiliki pulau madura dan kemudian dituangkan kedalam bentuk peta wisata sehingga dapat mensinergikan dalam bentuk konsep networking pariwisata di Madura.

Dalam mengoptimalkan pembangunan pariwisata di Pulau Madura, ke empat kabupaten yang ada di Madura bersepakat untuk mengadakan Kerjasama Antar Daerah dalam berbagai bidang, dimana salah satunya bidang pariwisata. Kerjasama Antar Daerah yang dilakukan pada bidang pariwisata sendiri memiliki tujuan untuk mewujudkan program Visit Madura. Kerjasama yang dilakukan ini ditetapkan dalam Keputusan Bersama Bupati Bangkalan, Bupati Sampang, Bupati Pamekasan Nomor 134.4/001/433.011/2017; Nomor 415.4/26/XI/SEKBER/ 434.011/2017; Nomor 847.4/432.401/SEKBER/11/2017; Nomor 415.4/XI.06 SEKBER/435.022.1/2017 tentang Pembentukan Sekretariat Bersama Kerjasama Antar Daerah di Wilayah Madura. Deklarasi disetujui dan disaksikan oleh Gubernur Provinsi Jawa Timur.

Model KAD Pariwisata Madura

Model Kerjasama Antar Daerah (KAD) bidang pariwisata Madura merupakan penggabungan dari ketiga model yaitu: Model Handshake Agreement, Joint Agreement, dan Jointly-formed authorities (pembentukan otoritas bersama) yang dimana ketiga model ini memiliki peran saling melengkapi satu sama lain. Pada Model Handshake Agreement sendiri dicirikan dengan adanya komitmen dan kepercayaan secara politis diantara daerah yang bekerjasama. Bentuk kerjasama yang diterapkan ini cukup efisien dan lebih fleksibel karena didukung oleh adanya modal sosial

yang kuat dengan adanya rasa saling percaya, ikatan emosional yang kuat antar sesama suku di Madura, dan memiliki kepentingan yang sama untuk meningkatkan pendapatan daerah dengan pengembangan sektor pariwisata.

Model yang digunakan dalam Kerjasama Antar Daerah (KAD) selanjutnya yakni model Joint Agreement yang dimana biasanya dilihat dari adanya partisipasi dari semua anggota dalam proses kerjasama. Setiap anggota memiliki tanggung jawab yang sama terhadap seluruh kegiatan yang berlangsung. Model yang terakhir yakni Jointly-formed authorities yang merupakan bentuk dimana memiliki sistem yang biasa disebut Sekretariat Bersama. Kerjasama Antar Daerah (KAD) Pariwisata Madura menggunakan Jointly-formed authorities dilihat dengan adanya pembentukan Sekretariat Bersama ke empat Kabupaten yang dimana memiliki fungsi sebagai badan yang mengurus pengelolaan kerjasama pariwisata Madura yang menyangkut rencana program maupun kegiatan-kegiatan yang akan diselenggarakan.

Kerjasama yang dapat dilakukan dari ke empat kabupaten ini harus menciptakan koordinasi dan konsolidasi antar kabupaten yang didampingi dengan dinas-dinas terkait di setiap masing-masing kabupaten untuk menemukan goals dari pengembangan destinasi pariwisata di pulau Madura. Kemudian menentukan citra destinasi pariwisata dari masing-masing kabupaten agar dapat menciptakan ciri khas berbeda dan menunjukkan daya tarik wisatawan. Citra atau image yang dapat dilakukan seperti halnya Kabupaten Bangkalan adalah destinasi pariwisata kuliner (citra culinary tourism), dimana makanan yang terkenal adalah makanan khasnya yaitu bebek. Kabupaten Sampang sendiri memiliki keragaman alam yang cukup bervariasi, hal ini membuat Sampang menjadi kabupaten dengan citra wisata alam yang memiliki destinasi wisata pilihan yang bervariasi dan indah (citra nature tourism).

Citra dari Kabupaten Pamekasan dengan slogannya yang terkenal yaitu kota gerbang salam (Gerakan Pembangunan Masyarakat Islami). Hal ini menandakan bahwa Kabupaten Pamekasan menginginkan kota-nya menjadi kota yang Islami atau religius (citra religious tourism) dengan menerapkan produk pariwisata yang religius seperti Wisata Religi Penambahan Ronggo Sukowati dan lainnya. Sementara Kabupaten Sumenep sendiri memiliki citra wisata kepulauan (citra island tourism), dimana Kabupaten Sumenep sendiri memiliki pulau-pulau yang Indah dan memiliki daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk berkunjung. Citra yang ada di ke empat kabupaten di Madura harus terealisasi dengan adanya program-program perjalanan wisata pulau Madura yang isinya memuat lokasi-lokasi di ke empat kabupaten.

Perencanaan Paket Wisata

Penyusunan paket wisata memiliki proses yang panjang untuk menjadi paket yang siap untuk dijual (Lumanauw, 2020). Adapun tahapan-tahapan perencanaan paket wisata dimana sebagai berikut :

1. Diagnosis Pasar

Pada pasar domestik, pangsa pasar diawal pendiriannya menarik minat wisatawan misalnya berasal dari daerah Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Barat, Kalimantan dan lainnya. Para wisatawan mengetahui informasi mengenai paket wisata dan agent wisata ini berasal dari sosial media dan juga dalam video vloger yang diunggah oleh vloger yang menyertakan informasi mengenai agent Madura Indah Wisata Tour and Travel. Para wisatawan yang menggunakan jasa ini biasanya memiliki program insentif dimana disusun khusus sesuai dengan permintaan wisatawan.

2. Formulasi Tujuan 5W+1H

- a. Apa (What) : Dalam penyusunan paket wisata dimulai dari wisata apa saja yang ingin dikunjungi dan akomodasi serta penginapan, hal ini menggunakan sistem negosiasi dari para wisatawan. Penentuan destinasi wisata sendiri juga melihat pada kesiapan destinasi wisata untuk membawa wisatawan, hal ini dibuat untuk memberikan rasa kenyamanan dan kepuasan dari para wisatawan untuk menikmati destinasi wisata.
- b. Mengapa (why) : Penyusunan paket wisata keliling madura sendiri dibuat untuk memperkenalkan secara luas destinasi wisata yang ada di Madura. Kemudian penyusunan paket wisata ini juga dapat mempermudah para wisatawan untuk mengeksplor tempat wisata yang ada dimana sudah disusun dalam satu paket harga agar para wisatawan tidak kebingungan akan akomodasi dan penginapan selama liburan.
- c. Siapa (Who) : Dalam perencanaan penyusunan paket wisata ini pihak yang terlibat adalah internal dari Madura Indah Wisata Tour and Travel yang membuat dalam satu paket harga. Kemudian ketika pelaksanaannya terdapat negosiasi dengan para wisatawan untuk menentukan destinasi dan akomodasi yang sesuai dengan budget yang disediakan. Hal ini membuat ketika sudah terjadi kesepakatan pihak agen yang akan mengurus semua pelayanan yang sudah disepakati.
- d. Kapan (When) : Paket wisata ini berjalan ketika terdapat wisatawan yang ingin berkunjung. Wisatawan yang berkunjung sendiri terkadang memiliki minat khusus seperti halnya ingin menyaksikan event festival kuliner makanan khas yang ada di Kabupaten Bangkalan maka nantinya paket wisata yang disusun akan menyesuaikan dengan event yang diminta sesuai dengan yang tertera dalam kalender event di empat kabupaten.

- e. Dimana (Where) : Perencanaan paket wisata sendiri menyesuaikan dengan minat khusus dari wisatawan yang nantinya akan menentukan rute dan destinasi wisata yang akan berada dalam satu paket harga. Penentuan destinasi wisata setiap tahunnya berubah dimana menyesuaikan dengan lokasi destinasi baru yang dapat menjadi langkah awal untuk memberitahu kepada wisatawan.
- f. Bagaimana (How) : Dalam perencanaan paket wisata sendiri sudah memiliki paket yang sudah ditetapkan oleh pihak Madura Indah Wisata Tour and Travel dimana nantinya akan ditawarkan kepada para wisatawan. Penyebaran informasi paket wisata dilakukan melalui media sosial dan melalui video para vlogger.

3. Observasi

Proses perencanaan paket wisata diawali dengan pengecekan setiap produk wisata, seperti halnya pengecekan lokasi destinasi wisata apakah sudah layak untuk masuk kedalam satu paket harga atau belum. Pada tahap ini pihak Madura Indah Wisata Tour and Travel bekerjasama dengan para vlogger untuk melakukan kegiatan pengecekan destinasi wisata. Dimana nantinya para vlogger akan membuat video mengenai wisata tersebut seperti terdapat apa saja yang ada dan dapat melakukan apa saja di destinasi wisata. Kemudian pada akhir video para vlogger akan memberikan watermark atau pemberian informasi mengenai agent wisata Madura Indah Wisata Tour and Travel agar para penonton mengetahui jika ingin tour keliling madura menggunakan agen tersebut.

Pemenuhan akomodasi dan penginapan pihak Madura Indah Wisata Tour and travel melakukan bekerjasama, dimana dalam bidang Transportasi darat, kami telah didukung dan bekerjasama dengan Perusahaan Oto Bus Pariwisata dan Rent Car Pariwisata yang telah terpercaya dan berpengalaman. Untuk Transportasi Udara atau kepengurusan tiket pesawat terbang, tiket Kereta Api, Akomodasi / Penginapan Hotel Kelas Berbintang, jasa makanan dan minuman, tiket objek wisata yang dituju sudah melakukan kerjasama dengan pihak pengelola. Madura Indah Wisata Tour and Travel menyediakan jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata serta penyediaan paket wisata dalam negeri (Inbound Tour) dan paket wisata luar negeri (Outbond Tour).

4. Analisis Data

- a. Penyusunan paket wisata dibuat menyesuaikan dengan budget para costumer dengan layanan yang diberikan. Dengan menerapkan kepuasan bagi para pelanggan dalam penggunaan jasa paket wisata.
- b. Keberagaman target pasar dengan kebutuhan paket wisata yang berbeda mengharuskan perusahaan untuk memiliki akomodasi yang beragam sesuai dengan permintaan dari

wisatawan. Seperti halnya destinasi wisata snorkling yang hanya dapat dinikmati oleh kaum remaja dan tidak untuk kaum lansia.

- c. Berbagai alternatif paket wisata dibuat agar perencanaan paket wisata dapat terus berlanjut. Dengan adanya observasi diawal dan sudah melakukan kerjasama antar perusahaan pendukung dimana pemilik atau owner dari Madura Indah Wisata Tour and Travel yang menjadi ketua ASPRIM (Asosiasi Pariwisata Madura) menjadi lebih mudah untuk mencari alternatif lain untuk menjamin kepuasan wisatawan dalam berlibur.

5. Penetapan Rencana

Proses melakukan kerjasama dilakukan pada awal disusunnya paket wisata keliling madura. Dimulai pada penentuan destinasi wisata, agent Madura Indah Wisata Tour and Travel melakukan kerjasama dengan tempat wisata dan melakukan pelatihan bagi para pengelolanya. Kemudian melalui ASPRIM pihak Madura Indah Wisata Tour and Travel bekerjasama dengan para anggota lainnya yang meyediakan penginapan dan akomodasi. Hal ini yang membuat dalam penetapan rencana yang dibuat dapat berjalan dengan lancar karena pemilik agent sebagai ketua ASPRIM.

6. Pelaksanaan Rencana

Paket wisata keliling madura ditawarkan melalui media sosial yang dimiliki dan dibantu melalui video vlogger dari para vlogger yang ada di madura. Kemudian bergabungnya pemilik agen Madura Indah Wisata Tour and Travel kedalam ososiasi pariwisata di luar madura yang dimana sering mengadakan kegiatan travel mart busines to busines. Dimana ikut sebagai seller memiliki kesempatan untuk mempromosikan paket wisata yang dimiliki.

Analisis SWOT

1. Kekuatan (Strengths)

Paket wisata keliling madura dibuat dengan hasil observasi yang mendalam dengan pemilihan destinasi dan akomodasi yang terbaik bagi wisataran. Hal ini diperkuat dengan sudah legalnya agen Madura Indah Wisata Tour and Travel dan pemilik dari agen travel yang menjadi ketua ASPRIM menjadi lebih mudah untuk memberikan pelayanan terbaik dalam pemilihan destinasi, akomodasi dan penginapan dalam satu paket harga. Dalam pelaksanaannya agen akan memberikan paket yang sudah dibuat dan akan diberikan negosiasi kepada wisatawan yang nantinya akan disepakati bersama agar wisatawan merasa nyaman selama melakukan perjalanan wisata. Kemudian paket wisata keliling madura melihat target pasar dan disesuaikan dengan kebutuhan para wisatawan.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Paket wisata yang dibuat terkadang tidak memiliki paket khusus seperti misalnya paket keliling pulau yang ada di Madura. Hal ini hanya tersedia kepada agen travel yang menyediakan khusus paket wisata keliling pulau. Meskipun dari pihak agent bisa menyediakan penyusunan paket wisata keliling pulau, tetapi hal ini masih butuh penyesuaian dengan rute dan destinasi wisata.

3. Peluang (Opportunities)

Penyusunan paket wisata keliling madura sendiri memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai media pengenalan atau promosi kepada masyarakat luas. Pada awal pembuatannya paket wisata ini diperkenalkan melalui platform Facebook dimana pada akhirnya terdapat wisatawan yang menghubungi dan menggunakan jasa wisata yang melihat informasi melalui media sosial. Kemudian pada awal pendirian Madura Indah Wisata Tour and Travel yang pernah menghandel My Trip My Advanture Trans Tv (Explore Madura 6 Day 5 Night) yang dimana pada akhirnya dipercaya kembali untuk membawa tim Spotlite Trans 7 (Explore Madura 5 Day 4 Night). Hal ini menjadi peluang untuk memperluas penyebaran informasi mengenai agen wisata sendiri maupun paket wisata keliling madura.

4. Hambatan (Threats)

Penyusunan paket wisata keliling madura sendiri memiliki hambatan dimana ketika sudah menyusun paket wisata tetapi terdapat wisata yang belum layak untuk dikunjungi oleh wisatawan. Seperti pemenuhan sarana prasarana yang belum memadai dan akses jalan menuju tempat wisata yang belum baik. Hal ini terjadi ketika transportasi yang digunakan oleh wisatawan tidak mampu melintasi jalan menuju lokasi wisata karena jalannya yang sempit dan tidak muat oleh kendaraan yang digunakan, membuat pihak agen mengeluarkan uang lebih untuk menyewa kendaraan yang dapat melintasi jalan menuju lokasi tersebut. Kurangnya ketersediaan penginapan pada saat ramai pengunjung membuat penyusunan paket wisata terhambat.

Paket Wista

Berdasarkan hasil uraian tersebut diatas, berikut adalah salah satu contoh paket wisata yang sudah dibuat melalui tahapan perencanaan :

1. Itinerary/ Program: EXPLORE PANTURA SAMPANG 2 Hari 1 Malam (Penjemputan: Bandara Juanda, Stasiun Kereta, Terminal Bus Purabaya (Surabaya))
 - a. Hari Ke- 1: Penjemputan- Transfer In (Surabaya- Madura) [B, L, D]
 - Penjemputan di Bandara, Stasiun Kereta, terminal Bus
 - Perjalanan Ke Pulau Madura via Jembatan Suramadu
 - Menuju Air Terjun Toroan Via Pantura Madura

- Tiba di Air Terjun Toroan Makan Pagi
 - Setelah makan Pagi, Explore Air Terjun Toroan
 - Menuju Pantai Lon Malang
 - Makan siang di Pantai Lon Malang
 - Setelah makan siang, Explore Pantai Lon Malang
 - Menuju Home Stay di Kampung Milon Napote
 - Istirahat & Free Program
- b. Hari Ke- 2: Kampung Milon Napote – Transfer Out (Sampang - Surabaya) [B,L]
- Morning Call, Breakfast (Homestay)
 - Edukasi Agrowisata Kampung Milon Napote (Proses Tanam, Pengemasan Produk, Belanja Produk Olahan Milon)
 - Check Out dari Kampung Milon Napote
 - Menuju Pusat Oleh oleh Khas Kabupaten Sampang
 - Belanja Oleh Oleh di Gerai IKM Smart Kabupaten Sampang
 - Makan siang di Resto Lokal Kabupaten Sampang
 - Menuju Surabaya via Jalur Selatan

Transfer Out Bandara, Stasiun Kereta, Terminal Purabaya & Tour selesai.

SIMPULAN

Sektor pariwisata sendiri menjadi sektor yang tepat untuk dikembangkan karena mempunyai multiplier effect yang luas. Perlu adanya kerjasama yang kuat antara daerah satu dengan daerah lainnya dan kerjasama antar dinas dapat mempercepat pembangunan pariwisata di Madura. Melalui kerjasama yang dibangun ini dapat mengurangi rasa egowilayah yang menjadi penghambat tidak berkembang secara maksimal pariwisata di Madura. Melalui kerjasama yang sudah disepakati dan keseriusan pemerintah bersama para dinas membuat pariwisata di Madura akan berkembang dan semakin banyak wisatawan yang berkunjung. Menerapkan citra dari masing-masing kabupaten menjadi salah satu cara untuk memberikan kesan beragam bagi para wisatawan dan dapat merata keseluruh daerah.

Kerjasama dapat dilakukan oleh pemerintah dengan agent tour dan travel sendiri seperti halnya Madura Indah Wisata Tour and Travel. Agen wisata ini menyediakan paket wisata keliling madura yang dimana didalamnya dikemas dalam satu kesatuan harga yang sudah termasuk destinasi wisata, akomodasi, dan penginapan. Penyusunan ini dibuat sebagai langkah untuk pengenalan destinasi wisata di Madura kepada para wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Penentuan destinasi wisata sendiri dilakukan dengan cara observasi awal apakah destinasi ini sudah layak untuk di kunjungi oleh wisatawan atau belum. Jika destinasi tersebut layak maka akan dimasukkan kedalam satu paket harga dan jika belum destinasi wisata tersebut tidak akan dimasukkan kedalam satu harga, guna menghindari kekecewaan dari para wisatawan. Pemerintah sendiri berperan sebagai penggerak untuk bekerjasama menyediakan destinasi wisata yang layak didatangi oleh wisatawan..

BIBLIOGRAFI

- Aini, W., Ridwan, M., & Emrizal. (2019). Perencanaan Paket Wisata Sejarah Lembah Bakkara Kecamatan Baktiran Kabupaten Humbang Hasundutan Sumatera Utara. *Jurnal of Tourism, Hospitality, Travel and Busines Event*, 1(2), 59-63.
- Fatimah, F. N. (2020). Teknik Analisis SWOT Pedoman Menyusun Strategi yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Hamzah, A., Bawono, Y., Ariyani, Y., Herawati, N., Dartiningsih, B. E., Kusumo, E., . . . Rozi, F. (2018). MADURA 2020 Membumikan Madura Menuju Globalisasi. Malang: Inteligensia Media.
- Kabu, M., & Misa, D. (2022). Perencanaan Paket Wisata Budaya Di Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Jurnal Tourism*, 5(01), 9-13.
- Lumanauw, N. (2020). Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Inbound (Studi Kasus Di PT. Golden Kris Tours, Bali). *Jurnal Hospitality*, 9(1), 19-30.
- Manafe, P. J., Kabu, M., & Lau, E. R. (2019). Perencanaan Penyusunan Paket Perjalanan Wisata Di Kabupaten Rote Ndao. *Jurnal Pariwisata*, 2(02), 114-117.
- Musaddad, A. A., Rahayu, O. Y., Pratama, E., Supraptiningsih, & Wahyuni, E. (2019). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, 2(1), 73-93.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA, cv.
- Swandewi, L. P. (2014). Perencanaan Paket Wisata Tirta Di Kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA*, 2(1), 7-11.
- Yasin, A., Indrarini, R., Anwar, M. K., & Cahyono, H. (2021). Penguatan Tata Lokasi Wisata Berbasis Syariah Sebagai Upaya Pengembangan Potensi Wisata Berbasis Syariah Sebagai Upaya Pengembangan Potensi Wisata Pulau Madura. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 171-175.

Copyright holder:

Aditya Saputra, Eni Sri Rahayuningsih (2023)

First publication right:

ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik