

INTISARI

PT Ceria Berkah Sejahtera, dikenal sebagai Ceria Tour, merupakan perusahaan yang berfokus pada penyediaan layanan perjalanan wisata dan berkedudukan di Yogyakarta. Dalam kurun waktu enam tahun beroperasi, perusahaan ini belum pernah menyajikan paket wisata dengan segmentasi pasar tertentu di dalam variasi produknya. Bersamaan dengan visi misi perusahaan yang menekankan inovasi berkelanjutan dan penyesuaian tren pasar, penelitian ini diarahkan untuk merumuskan solusi terhadap ketidakhadiran tersebut. Selanjutnya seiring dengan produk yang akan dihasilkan, penelitian ini berfokus pada analisis komponen-komponen yang dibutuhkan oleh para calon wisudawan dan wisudawati pada sebelum, saat, dan pasca pelaksanaan wisuda. Penelitian ini menerapkan metode *research and development* dengan tujuan menghasilkan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya di PT Ceria Berkah Sejahtera. Penelitian ini berfokus pada pengembangan paket wisata yang secara spesifik ditujukan untuk para wisudawan dan keluarganya yang bukan berasal dari Yogyakarta, namun menempuh pendidikan disana. Metode pengumpulan data yang digunakan mencakup observasi partisipatif aktif, wawancara tidak terstruktur, studi literatur, dan analisis dokumen. Dari hasil observasi tersebut, ditemukan bahwa kebutuhan wisudawan adalah hal yang mencakup pelaksanaan wisuda pada saat sebelum, selama, dan setelah wisuda. Oleh karena itu, untuk mengakomodasi kebutuhan tersebut, maka dibuatlah “Paket Wisata Wisuda di PT Ceria Berkah Sejahtera Yogyakarta.” Paket ini menawarkan berbagai variasi pilihan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi wisudawan dan keluarganya. Perancangan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pasar yang spesifik, sekaligus mendukung pencapaian visi misi perusahaan dalam menciptakan inovasi berkelanjutan di sektor industri perjalanan wisata.

Kata kunci: Usaha perjalanan wisata, paket wisata, komponen paket wisata, promosi paket wisata.

ABSTRACT

PT Ceria Berkah Sejahtera, known as Ceria Tour, is a company that focuses on providing travel services and is headquartered in Yogyakarta. Over the past six years of operation, the company has never presented tour packages targeting specific market segments within its product range. Alongside the company's vision and mission, which emphasize sustainable innovation and market trend adaptation, this research is directed towards formulating solutions to this absence. Furthermore, in line with the forthcoming products, this research focuses on analyzing the components needed by prospective graduates before, during, and after their graduation ceremony. This research applies the research and development method with the goal of producing a new product that has not previously existed at PT Ceria Berkah Sejahtera. Specifically, the study focuses on developing tour packages tailored for graduates and their families who are not originally from Yogyakarta but are pursuing education there. Data collection methods utilized include active participatory observation, unstructured interviews, literature review, and document analysis. From the observations, it was found that the needs of graduates encompass the graduation process before, during, and after the ceremony. Therefore, to accommodate these needs, the "Graduation Tour Package at PT Ceria Berkah Sejahtera Yogyakarta" was created. This package offers various options tailored to the needs and preferences of graduates and their families. This design is expected to meet specific market demands while supporting the company's vision and mission of creating sustainable innovation in the travel industry sector.

Keywords: *Travel Business, tour packages, components of tour packages, promotion of tour packages.*