

INTISARI

Persaingan dalam industri pariwisata menimbulkan dampak munculnya berbagai inovasi dan ide baru untuk menjaga eksistensi sebuah perusahaan jasa, sebagai contoh bidang penyedia jasa perjalanan wisata atau *tour and travel*. Salah satu produk *tour and travel* adalah *private tour*. Proses perencanaan untuk *private tour* sangatlah beragam, hal tersebut tergantung pada masing-masing agen wisata dalam menerapkan aturan. Destination Asia memiliki langkah-langkah tersendiri dalam proses perencanaan sebuah *private tour*. Dalam tahap perencanaan *private tour*, peran dari *tour product* dan *tour consultant* menjadi vital karena keduanya merupakan bagian pembuat proposal sebuah perjalanan wisata dan sebagai pihak yang berhubungan langsung dengan konsumen.

Tugas akhir ini disusun menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu observasi dan wawancara, dengan menerapkan analisis deskriptif. Sedangkan teknik observasi digunakan untuk mengetahui proses perencanaan sebuah *private tour*. Teknik wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang runtut dari staf Destination Asia sebagai sumber lisan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui proses perencanaan dan untuk mengetahui peran dari *tour product* dan *tour consultant* dalam menangani *private tour* khususnya wisatawan mancanegara di Destination Asia kantor cabang Yogyakarta. Destination Asia menggunakan sistem pembagian tugas berdasarkan wilayah kunjungan wisatawan, sehingga setiap kantor cabang memiliki batasan jangkauan dalam pengurusan *private tour*. Hal ini bertujuan agar lebih memudahkan dalam sistem operasional dan lebih terkonsentrasi dalam menangani sebuah *private tour*. Sedangkan peran dari *tour product* dan *tour consultant* menjadi bagian yang vital dalam tahap perencanaan karena sebagai pembuat program perjalanan wisata yang akan ditawarkan langsung kepada calon konsumen

Berdasarkan apa yang telah dipelajari dalam penelitian ini, kesimpulan dari penelitian ini adalah kantor cabang Destination Asia memiliki langkah tersendiri dalam proses perencanaan *private tour* dan memiliki batasan jangkauan dalam menangani sebuah *private tour*.

Kata Kunci: Perencanaan, *Private Tour*, *Tour Product*, *Tour Consultant*,
Destination Asia

ABSTRACT

Competition within tourism industry brings impacts towards new innovation and ideas in order to maintain the existence of a service provider company, such as tour travel service provider or tour and travel agency. One of the products of tour and travel agency is private tour. Planning process for private tour is varied which depends on each tour and travel agency in implementing its regulation. Destination Asia has its distinctive stages in the planning process of a private tour. In the planning process of private tour, the tour product and tour consultant play vital roles since both of them are section of proposal maker of a trip and are units connecting directly with customers.

This final paper is composed by applying qualitative methods, which are observation and interview, by employing descriptive analysis. Observation technique is applied in order to find out planning process of a private tour. Interview technique is implemented in order to dig detailed information from staff of Destination Asia as oral sources. While the aim of this study is to figure out the planning process and to find out the role of tour product and tour consultant in handling private tour, especially foreign tourists of Destination Asia branch Yogyakarta. Destination Asia utilizes task distribution system by area of visits; therefore each branch office has outreach limitation in handling private tour. It is aimed to ease the operational system and to have more concentrated in handling a private tour. Meanwhile, the roles of tour product and tour consultant become vital parts in planning stage since they are program makers of visits offered directly to potential customers.

Based on what has learned in this study, the conclusion of this study is branch office of Destination Asia has its distinctive stage in the planning process of private tour and limited outreach in handling a private tour.

Keywords: Planning, Private Tour, Tour Product, Tour Consultant, Destination Asia