

PERENCANAAN PAKET UMRAH PLUS PADA PT MUSAFIR TOUR AND TRAVEL DI PEKANBARU

Oleh : Anisa Dewi Humaira

Pembimbing: Andri Sulistyani

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan paket Umrah Plus pada PT. Musafir Tour and Travel di Pekanbaru. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan paket wisata, kendala yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan untuk mengatasinya. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang biro perjalanan ibadah umrah, PT. Musafir Tour and Travel menghadapi tantangan dalam menciptakan paket perjalanan yang menarik, kompetitif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi perencanaan paket Umrah Plus meliputi preferensi konsumen terhadap destinasi tambahan, kebutuhan akomodasi yang sesuai, serta anggaran konsumen. Kendala utama yang dihadapi adalah persaingan ketat antar biro perjalanan dan fluktuasi harga tiket penerbangan. Untuk mengatasi kendala ini, PT. Musafir Tour and Travel meningkatkan kualitas layanan dan fleksibilitas paket sesuai kebutuhan konsumen.

Kata Kunci : Perencanaan paket, umrah plus, wisata religi, paket wisata

ABSTRACT

This research aims to analyze the Umrah Plus package planning at PT. Musafir Tour and Travel in Pekanbaru. The main focus of this research is to identify the factors that influence tour package planning, the obstacles faced, and the efforts made to overcome them. As a company operating in the Umrah travel agency sector, PT. Musafir Tour and Travel faces the challenge of creating travel packages that are attractive, competitive and in line with consumer needs. This research uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques in the form of interviews, observation and documentation. The research results show that the main factors influencing Umrah Plus package planning include consumer preferences for additional destinations, appropriate accommodation needs, and consumer budgets. The main obstacles faced are tight competition between travel agents and fluctuations in flight ticket prices. To overcome this obstacle, PT. Musafir Tour and Travel improves service quality and package flexibility according to consumer needs.

Keywords: Package planning, Umrah plus, religious tourism, tour packages.

Pendahuluan

A. Latar Belakang

PT. Musafir Tour & Travel merupakan salah satu biro perjalanan wisata yang berada di Pekanbaru dengan menawarkan paket umrah seperti Paket Umrah Daurah Sirah Nabawiyah, Umrah Plus Thaif, Umrah Spesial Maulid Nabi, Umrah Cinta Keluarga, Umrah Akhir Tahun, dan menyediakan promo umrah setiap bulannya. Selain menyediakan paket Umrah Reguler, Musafir Tour & Travel juga menawarkan paket Haji Plus dan Umrah Plus *halal tour* di negara Mesir, Turki, dan kota terbesar di Arab Saudi yaitu Kota Thaif. Tersedianya paket Umrah Plus ini untuk menargetkan kepada wisatawan yang ingin beribadah namun tetap ingin berwisata secara syariat islam dengan menjaga waktu sholat dan menjaga makanan dan minuman saat berwisata.

Semua paket yang telah diberikan sudah termasuk tiket penerbangan, akomodasi hotel Madinah & Mekkah, makan sesuai jadwal program, asuransi perjalanan, perlengkapan koper untuk jamaah beserta perlengkapan ibadah dan wisata religi gratis ziarah Kota Madinah & Mekkah dan *City Tour* Jeddah. Namun belum termasuk biaya paspor, suntik meningitis, dan biaya pengeluaran pribadi seperti obat – obatan.

Semua paket diatas yang membedakan hanya jenis hotel yang akan ditempati sesuai jarak dan harga. Banyak peminat memilih hotel yang berada dekat dengan Masjidil Haram agar lebih memudahkan akses berjalan ke Masjidil Haram tetapi harganya juga semakin mahal, untuk itu PT. Musafir Tour & Travel menyediakan berbagai paket yang menyesuaikan kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) sesuai target pasar yang akan dituju dan

disesuaikan dengan daya beli target pasar.

Tabel 1.1
Data Penjualan Paket Umrah PT. Musafir Tour and Travel Pekanbaru Tahun 2019-2023

No	Tahun	Jumlah Jamaah
1.	2019	712 Jamaah
2.	2020	272 Jamaah
3.	2021	0 Jamaah
4.	2022	567 Jamaah
5.	2023	574 Jamaah

Sumber : PT. Musafir Tour and Travel Pekanbaru

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2022 jumlah jamaah umrah pada PT. Musafir Tour and Travel lebih sedikit dibandingkan tahun 2023 dikarenakan sejalan dengan kebijakan pemerintah Arab Saudi yang menunda kedatangan jamaah umrah dari Indonesia ke Tanah Suci karena pandemi. Ini berdampak pada tahun 2021 terlihat tidak adanya penjualan paket pada tahun tersebut.

PT Musafir Tour and Travel memiliki persiapan setelah pandemi ini dilihat dari peningkatan jumlah jamaah PT. Musafir Tour and Travel di tahun 2023. Salah satu penyebab peningkatan ini dikarenakan PT. Musafir Tour and Travel memiliki paket umrah menarik perhatian oleh masyarakat luas, dimulai dengan mempersiapkan perencanaan paket umrah dengan matang.

Selain itu, paket wisata umrah plus dengan tujuan rekreasi juga telah menjadi perdebatan bagi kalangan yang berbeda. Diketahui, paket tersebut lebih menarik minat bagi konsumen yang masih muda, sedangkan yang sudah berumur hanya memilih paket yang reguler dikarenakan banyaknya aktivitas perjalanan tersebut telah terbatas oleh tubuh mereka yang lebih rentan cepat lelah. Tetapi tak dapat dipungkiri juga bahwa terdapat beberapa lansia yang

masih menginginkan wisata sejarah, budaya, religi untuk lebih mengenal secara dalam sejarahnya, dengan keinginan waktu yang lebih singkat. Tentu hal ini akan menjadi bahan pertimbangan PT. Musafir Tour & Travel dalam membuat program paket yang lebih beragam, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang konsumen inginkan, dengan pelayanan yang setara.

Maka dari itu, PT. Musafir Tour & Travel membutuhkan informasi terkait faktor – faktor apa yang mempengaruhi terhadap perencanaan paket umrah, hal ini diharapkan PT.1. Musafir Tour & Travel untuk dapat mempertimbangkan faktor manakah yang sangat berpengaruh dalam peningkatan penjualan paket umrah sehingga dapat menarik minat calon konsumen untuk membeli paket liburannya..

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“PERENCANAAN PAKET UMRAH PLUS PADA PT MUSAFIR TOUR & TRAVEL DI PEKANBARU”**

B. Rumusan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini, rumusan masalah yang dikemukakan adalah seperti berikut:

1. Apa saja faktor faktor yang mempengaruhi perencanaan paket umrah plus pada PT. Musafir Tour & Travel di Pekanbaru?
2. Bagaimana Musafir Tour & Travel menghadapi kendala dalam perencanaan paket umrah plus?

C. Batasan Penelitian

Untuk memastikan bahwa penelitian ini tetap fokus dan tidak menyimpang dari subjek yang dituju, peneliti telah mempersempit ruang lingkup penelitian untuk meneliti penciptaan paket umrah

plus di PT. Musafir Tour & Travel yang berkantor di Pekanbaru.

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi dalam perencanaan paket umrah plus pada PT. Musafir Tour & Travel di Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui kendala dalam perencanaan paket umrah plus pada PT. Musafir Tour & Travel di Pekanbaru.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Manfaat bagi Penulis

Para peneliti di industri jasa, dan Biro Perjalanan khususnya, diharapkan dapat mengambil manfaat dari temuan penelitian ini dengan meningkatkan pemahaman mereka tentang pertumbuhan paket umrah plus.

2. Manfaat bagi Akademis

Memperdalam kajian teori dan referensi yang penulis dapatkan selama perkuliahan, memberikan tambahan ilmu tentang ilmu pengetahuan pariwisata khususnya di bidang perencanaan paket wisata bagi semua pihak terutama Mahasiswa/I Prodi Usaha Perjalanan Wisata Universitas Riau.

3. Manfaat bagi PT. Musafir Tour and Travel

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT. Musafir Tour & Travel agar dapat mengetahui bagaimana perencanaan paket umrah plus untuk mendapatkan hasil paket umrah yang potensial agar dapat meningkatkan penjualan dan mengetahui kendala yang dihadapi sekaligus mencari upaya dalam menangani kendala yang dihadapi tersebut.

F. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Pariwisata

Menurut Soebagyo (2010), istilah “pariwisata” sering dianggap mengacu pada perjalanan yang direncanakan. Definisi pariwisata mencakup berbagai macam kegiatan karena sifat multidimensi dan interdisipliner dari konsep tersebut. Lebih lanjut, kata “pariwisata” dalam bahasa Inggris atau “*toerisme*” telah digunakan secara universal untuk menggambarkan konsep ini. Ada beberapa interpretasi mengenai arti dari kata tersebut. “Pari” (yang berarti ‘penuh’, ‘lengkap’, atau ‘semua’) dan ‘wisata’ (yang berarti ‘perjalanan’) adalah akar bahasa Sanskerta dari kata ‘pariwisata’, dan dari sinilah kerancuan itu bermula. Berbagai konsep yang berhubungan dengan perjalanan dilambangkan dengan masing-masing istilah ini.

2. Pengertian Perencanaan

Menurut Prawiro (2020), Istilah “perencanaan” mengacu pada tindakan menetapkan dan melaksanakan strategi untuk mencapai tujuan di masa depan. Istilah “perencanaan” didefinisikan sebagai tindakan membuat rencana. Tindakan yang telah diatur atau memiliki kerangka kerja untuk mencapai tujuan tertentu dalam jangka waktu tertentu juga dikenal sebagai perencanaan.

Gagasan perencanaan pariwisata, menurut Henky Hermantoro (2020), dapat dibagi menjadi dua bagian, masing-masing dengan ciri khasnya sendiri.

1. Getz mendefinisikan sebagai *it's a method that aims to maximise the positive impact that tourism can have on both the environment and people's well-being via research and evaluation.*

2. Menurut Braddon, tujuan dari perencanaan pariwisata adalah untuk mengatur kegiatan ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan cara yang layak.

3. Pengertian Paket Wisata

Sebuah “paket wisata” adalah sekumpulan produk wisata yang saling berhubungan yang biasanya mencakup dua hal atau lebih dengan harga tertentu. Selain itu, produk wisata menyediakan sarana yang komprehensif untuk mengantar tamu dari satu lokasi ke lokasi lainnya (Desky, 2001).

Paket wisata dapat dilihat sebagai sebuah sistem yang terdiri dari komponen-komponen yang saling berhubungan, seperti yang diusulkan. Paket wisata seringkali mencakup transportasi, penginapan, makanan, dan atraksi, serta layanan pemandu (Semer dan Purzycki, 2000).

4. Pengertian Biro Perjalanan Wisata

Pendit (2009) menyatakan bahwa Biro Perjalanan Wisata adalah perusahaan yang memiliki misi untuk menyediakan liburan bagi semua orang yang ingin berpartisipasi. Menurut Damardjati (2001), Biro Perjalanan Wisata adalah perusahaan yang memfokuskan diri pada perencanaan liburan dan persinggahan orang, termasuk seluruh rutenya, dari satu lokasi ke lokasi lain, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Ini mencakup seluruh perjalanan.

5. Pengertian Wisata Religi

Menurut Pendit (2006 dalam Anwar et al. 2017). Ada banyak cara di mana wisata religi dikatakan dapat meningkatkan sifat religius, dan berikut adalah beberapa di antaranya:

1. Wisata religi berperan dalam meningkatkan *religious practice*. Berpartisipasi dalam kegiatan yang terkait dengan lokasi wisata religi dapat mengarah pada pengembangan kebiasaan mempraktikkan berbagai ritual dan tindakan pengabdian.

2. Wisata religi berperan dalam meningkatkan *religious belief*. Banyak orang yang melakukan wisata religi memiliki keyakinan yang mendalam terhadap Tuhan, yang semakin

diperdalam dengan berada di tengah-tengah sekelompok besar orang beriman yang melakukan hal yang sama atau serupa.

3. Wisata religi berperan dalam meningkatkan *religious knowledge*. Eksposur seorang wisatawan religius terhadap studi dan wawasan keagamaan tumbuh sebanding dengan frekuensi mereka berpartisipasi dalam pertemuan wisata religius.

4. Wisata religi berperan dalam meningkatkan *religious feeling*. Wisata religi yang teratur, bersama dengan partisipasi aktif dalam acara-acara keagamaan yang sudah ada sebelumnya, dapat membantu orang merasa lebih terhubung dengan imannya.

G. METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif (Alby Anggito & Johan Setiawan S.Pd, 2018), penelitian kualitatif didefinisikan sebagai penelitian yang menggunakan metodologi yang sudah ada sebelumnya dalam lingkungan alamiah untuk menganalisis peristiwa sebagaimana adanya.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Musafir Tour and Travel di Pekanbaru. Alasan memilih usaha biro perjalanan wisata ini adalah karena PT. Musafir Tour and Travel memiliki paket wisata umrah yang mendukung dalam penelitian ini khususnya dalam aspek perencanaan paket wisata. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan April 2024 dan berakhir pada bulan Desember 2024.

3. Jenis dan Sumber Data

Para peneliti mengandalkan sumber data untuk membantu mereka memahami validitas sebuah penelitian. Pada penelitian ini menggunakan:

a. Data Primer

Data yang berasal dari sumber pertama atau sumber utama dikenal sebagai data primer. Semua informasi ini hanya dapat diperoleh dari sumber atau yang kita sebut sebagai responden, yang merupakan subjek penelitian atau seseorang yang kita minta untuk membantu mengumpulkan data. (Umi Narimawati, 2008).

b. Data Sekunder

Menurut Sugiono (2008), data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber selain dari pihak yang secara langsung memberikannya kepada peneliti.

4. Subjek Penelitian

Subjek penelitian atau biasa disebut dengan *key informan* dalam penelitian ini adalah direktur administrasi, manajer, dan karyawan, serta jamaah PT. Musafir Tour and Travel. Adapun nama – nama key informan adalah sebagai berikut:

1. Rivan Setiyawan, (Direktur Administrasi)
2. Sarwisman (Manajer)
3. Vivi Yunita, SE (Keuangan)
4. Sugiono (Karyawan)
5. Jamaah
6. Jamaah
7. Jamaah

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian bergantung pada strategi pengumpulan data lebih dari fase lainnya. Karena mengumpulkan informasi adalah tujuan utama penelitian, maka teknik pengumpulan data menjadi sangat penting. Observasi, wawancara, dan dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

Analisis penelitian kualitatif dengan metode interaktif merupakan strategi analisis data yang digunakan oleh penelitian ini. Menurut Miles dan

Huberman (2014), ada empat langkah dalam melakukan analisis data dengan metode interaktif yaitu mengumpulkan data, membersihkannya, menyajikannya, dan membuat kesimpulan.

H. Hasil Dan Pembahasan

1. Faktor Permintaan Pasar

Faktor permintaan pasar menjadi dasar utama dalam merencanakan paket perjalanan wisata karena kebutuhan pasar harus dipenuhi untuk menciptakan produk paket wisata yang paling diminati di pasaran. Penerapan dalam paket ibadah umrah sekaligus wisata ini harus mencerminkan tren pasar saat ini.

Dalam penelitian ini, PT. Musafir Tour and Travel memiliki 5 (lima) elemen dalam menentukan faktor pasar yang meliputi tren pasar, kebutuhan jamaah, preferensi minat jamaah, mengetahui karakteristik wisatawan, serta menentukan destinasi tujuan. melakukan perjalanan yaitu untuk kegiatan ibadah dan juga rekreasi.

1. Tren Pasar

Dalam merencanakan paket ibadah umrah plus, PT. Musafir Tour and Travel memilih strategi yang terbaik dalam memaksimalkan potensi dalam memperoleh keunggulan yang kompetitif. Ini melibatkan pemilihan strategi yang sesuai dengan keadaan perusahaan biro perjalanan wisata. Dengan pemilihan segmen pasar yang tepat, menciptakan produk yang layanan berbeda, menciptakan posisi kompetitif dan pengembangan sumber daya dan kemampuan relevan adalah semua bagian dari perencanaan paket umrah plus.

2. Kebutuhan Wisatawan

PT. Musafir Tour and Travel merencanakan paket wisata dengan memperhatikan kebutuhan, preferensi, dan tujuan wisatawan untuk memastikan pengalaman perjalanan yang memuaskan. Biro perjalanan

wisata merencanakan paket wisata dengan memperhatikan kebutuhan, preferensi, dan tujuan wisatawan untuk memastikan pengalaman perjalanan yang memuaskan.

3. Preferensi Minat Wisatawan

PT. Musafir Tour and Travel merencanakan paket umrah dengan mencari tahu preferensi dan minat wisatawan untuk menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih personal dan sesuai kebutuhan. Proses ini diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan dasar jamaah, seperti jadwal keberangkatan, fasilitas selama ibadah, dan layanan pendukung. Setelah itu, biro perjalanan menggali minat wisatawan terkait jenis destinasi wisata yang ingin mereka kunjungi, seperti lokasi bersejarah, budaya, atau rekreasi, yang dapat melengkapi perjalanan spiritual mereka.

4. Karakteristik Wisatawan

PT. Musafir Tour and Travel merencanakan paket wisata umrah dengan mempertimbangkan karakteristik wisatawan untuk memastikan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Proses ini dimulai dengan segmentasi wisatawan berdasarkan usia, latar belakang, tujuan perjalanan, dan kemampuan finansial.

5. Destinasi Tujuan

PT. Musafir Tour and Travel merencanakan destinasi tujuan dengan mempertimbangkan berbagai faktor untuk menciptakan pengalaman yang menarik, nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Proses ini diawali dengan analisis tren pasar dan preferensi wisatawan, seperti minat terhadap destinasi bersejarah, wisata alam, atau kawasan modern.

2. Faktor Biaya

Biro perjalanan wisata merencanakan faktor biaya dalam paket wisata umrah dengan hati-hati untuk memastikan

harga yang kompetitif tanpa mengurangi kualitas layanan. Proses ini melibatkan penghitungan biaya dari berbagai komponen, seperti tiket penerbangan, akomodasi, transportasi lokal, konsumsi, dan layanan pendukung, seperti pemandu wisata dan perlengkapan ibadah. Selain itu, biaya visa dan asuransi perjalanan juga diperhitungkan sebagai bagian penting dari paket.

Terdapat 2 indikator yang mempengaruhi biaya yaitu proporsi besar dalam paket dan diskon grup.

1. Proporsi besar dalam paket

Dalam menentukan biaya paket umrah plus, tiket pesawat merupakan salah satu komponen utama yang mendominasi total biaya dalam paket perjalanan umrah, khususnya karena perjalanan ini melibatkan penerbangan internasional. Dalam paket umrah, biaya tiket pesawat biasanya menyumbang sekitar 40-60% dari total harga. Hal ini disebabkan oleh jarak yang jauh antara negara asal dan tujuan, serta kebutuhan untuk menggunakan maskapai yang terpercaya demi kenyamanan dan keamanan jamaah. Harga tiket pesawat sangat dipengaruhi oleh fluktuasi pasar, yang dipengaruhi oleh faktor seperti musim perjalanan (high season atau low season), permintaan pasar, ketersediaan tempat duduk, dan jarak waktu antara pemesanan dan keberangkatan.

2. Diskon Grup

Biro perjalanan adalah perusahaan yang menyediakan layanan perjalanan, seperti paket wisata, tiket, dan pengaturan akomodasi. Mereka sering bekerja sama dengan maskapai penerbangan, yang adalah perusahaan yang menyediakan layanan transportasi udara. Kerja sama ini memungkinkan biro perjalanan untuk mendapatkan harga khusus atau tarif diskon jika mereka memesan tiket dalam jumlah besar, misalnya untuk grup besar atau

rombongan. Diskon Grup ini bertujuan untuk memberikan harga yang lebih murah bagi jamaah, yang biasanya akan lebih menguntungkan jika memesan tiket dalam jumlah besar sekaligus.

3. Faktor Waktu

Dalam merencanakan paket wisata, faktor waktu memainkan peran yang sangat penting. Biro perjalanan harus memperhitungkan berbagai elemen terkait waktu untuk memastikan bahwa paket yang mereka tawarkan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan dan tetap bersaing di pasar.

1. Musim perjalanan wisata

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi perencanaan paket wisata adalah musim wisata atau puncak kunjungan wisata. Biro perjalanan harus mempertimbangkan waktu-waktu tertentu dalam setahun ketika destinasi wisata sedang ramai dikunjungi, misalnya selama musim liburan atau saat acara khusus.

2. Durasi Paket

Faktor waktu juga terkait dengan durasi paket wisata yang ditawarkan. Panjangnya waktu perjalanan harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan dan daya tarik yang ditawarkan oleh destinasi wisata.

4. Faktor Operasional

Faktor operasional memastikan bahwa paket wisata dapat berjalan dengan lancar dari awal hingga akhir. Jika tidak dikelola dengan baik, kendala teknis seperti keterlambatan transportasi, overbooking akomodasi, atau masalah logistik lainnya dapat mengurangi kenyamanan wisatawan dan merusak reputasi biro perjalanan.

Salah satu kendala operasional yang sering dihadapi dalam paket umrah plus, yaitu terkait pengelolaan bagasi. Kendala ini muncul terutama jika rangkaian perjalanan dilakukan dengan urutan umrah terlebih dahulu baru dilanjutkan dengan wisata tambahan

(plus). Dalam skenario ini, barang bawaan jamaah, termasuk oleh-oleh dari Mekkah atau Madinah, sering kali menyebabkan kelebihan bagasi saat melanjutkan perjalanan ke destinasi tambahan, seperti Turki. Untuk mengatasi masalah ini, biro perjalanan biasanya mengatur perjalanan dengan urutan sebaliknya, yakni mengunjungi Turki terlebih dahulu sebelum melaksanakan ibadah umrah.

5. Kendala dalam Perencanaan Paket Umrah Plus Pada PT. Musafir Tour and Travel

Dalam merencanakan sebuah paket umrah pastinya memiliki hambatan atau kendala. Adapun hambatan atau kendala yang dialami oleh PT. Musafir Tour and Travel adalah sebagai berikut

1. Faktor Operasional

Masalah bagasi adalah salah satu kendala operasional yang sering dihadapi biro perjalanan wisata, terutama dalam mengelola perjalanan rombongan besar atau paket wisata yang melibatkan beberapa tujuan. Kendala ini dapat mempengaruhi kenyamanan wisatawan serta efisiensi perjalanan secara keseluruhan.

I. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Perencanaan paket Umrah Plus pada PT. Musafir Tour and Travel dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, yaitu faktor pasar, faktor operasional, faktor biaya, dan faktor waktu. Faktor pasar sangat berperan dalam memahami kebutuhan dan preferensi jamaah untuk merancang paket yang sesuai. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa biro perjalanan ini memilih destinasi tambahan seperti Turki dan Mesir karena nilai sejarah dan budaya Islamnya yang tinggi memberikan nilai tambah pada paket yang ditawarkan. Selain itu, faktor operasional seperti kerja sama dengan

maskapai, akomodasi, dan pengelolaan bagasi sangat penting untuk memastikan kenyamanan jamaah selama perjalanan. Kendala seperti kelebihan bagasi dan fluktuasi harga selama musim puncak menjadi tantangan yang harus diatasi melalui perencanaan yang matang dan fleksibel.

Hambatan dalam perencanaan paket umrah plus adalah kendala operasional yang sering dihadapi biro perjalanan wisata, terutama dalam mengelola perjalanan rombongan besar atau paket wisata yang melibatkan beberapa tujuan. Kendala ini dapat mempengaruhi kenyamanan wisatawan serta efisiensi perjalanan secara keseluruhan.

Hal ini bisa diatasi dengan merancang rute perjalanan yang strategis, seperti mengunjungi destinasi tambahan (seperti Turki) sebelum pelaksanaan umrah. Hal ini mengurangi risiko kelebihan bagasi akibat pembelian oleh-oleh di destinasi utama seperti Mekkah atau Madinah. Ibadah dan wisata berjalan lancar

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran-saran dengan tinjauan terhadap faktor-faktor perencanaan paket wisata pada PT. Musafir Tour and Travel di Pekanbaru:

1. PT. Musafir Tour and Travel sebaiknya lebih aktif memberikan informasi lengkap kepada jamaah tentang paket yang mereka tawarkan, seperti kebijakan terkait bagasi, jadwal perjalanan, dan fasilitas yang akan diperoleh. Informasi ini dapat disampaikan melalui brosur, media sosial, atau aplikasi khusus. Dengan komunikasi yang baik, jamaah dapat memahami dan mempersiapkan perjalanan mereka dengan lebih baik, sehingga mengurangi risiko kendala selama perjalanan. Perencanaan yang

baik diharapkan mampu meningkatkan permintaan dan penjualan paket wisata di PT. Musafir Tour and Travel serta dapat berdaya saing kedepannya.

2. Biro perjalanan wisata diharapkan dapat menyediakan paket haji dan umrah dengan menawarkan paket yang berbeda dari biro perjalanan wisata lainnya. Misalnya memberikan paket wisata di objek yang dikunjungi, atau memberi keuntungan lebih bagi calon wisatawan maupun jamaah.
3. Pada saat bimbingan / manasik haji dan umrah PT. Musafir Tour and Travel diharapkan memberikan informasi, edukasi, pendampingan dan komunikasi yang baik antara biro perjalanan wisata dan calon jamaah terkait dalam menyiapkan dokumen perjalanan yang diperlukan dengan demikian kesalahan dalam pengisian formulir dapat diminimalisir, serta informasi mengenai waktu dan kesempatan untuk berbelanja, sehingga ekspektasi mereka dapat dikelola sejak awal. Biro Perjalanan Wisata PT. Musafir Tour and Travel diharapkan memperkuat kerja sama dengan pihak – pihak yang terlibat seperti maskapai penerbangan, hotel, guna memastikan ketersediaan fasilitas yang memadai serta menjalin hubungan yang baik dengan otoritas imigrasi atau kedutaan

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, F., & Agni Andrea, G. (t.t.). Penyusunan Paket Wisata Alam di Kampung Adat Segunung Jombang Provinsi Jawa Timur. 2023.
- Bafadhal, A. S. (2018). *Perencanaan Bisnis Pariwisata (Pendekatan Lean Planning)*. UB Press.
- Camilleri, M. A. (2019). *Tourism Planning and Destination Marketing*.
- Cholih, A. (2011). *Manajemen Haji dan Wisata Religi*. Mitra Cindikian.
- Chotib, M. (2015). Wisata Religi di Kabupaten Jember. *Jurnal Fenomena*, 206–225.
- Dallen, T., & Olsen, D. (2006). *Tourism, Religion, and Spiritual Journey* (1st Edition). Routledge.
- Damardjati. (2001). *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*. Pradnya Paramita.
- Danudara, A. B. (2017). Perencanaan Produk Paket Wisata Heritage di Paguyuban Pelestarian Budaya Bandung. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 1(1), 10–24. <https://doi.org/10.34013/jk.v1i1.3>
- Desky, M.A. (2001). *Pengantar Bisnis Biro Perjalanan Wisata*. Yogyakarta: Adi Cipta Karya Nusa.
- Foster, Dennis L. (2000). *First Class an Introduction To Travel & Tourism*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Henky Hermantoro, I. (2020). *Konsep Dasar Perencanaan Pariwisata*. <https://kbbi.web.id/rencana>.
- Junizar, F., Khadijah, U. T., & Rizal, E. (2022). Perencanaan Paket Wisata Pada Desa Wisata Kadingeh Kec. Baraka Kab. Enrekang. *Pusaka : Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 18–28. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v1i1.9>
- Kesrul, M. (2003). *Penyelenggaraan Operasi Perjalanan Wisata*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Lumanauw, Nelsye. (2020). *Perencanaan Paket Wisata Pada Biro Perjalanan Wisata Inbound Studi Kasus di PT. Golden Kris Tours Bali*. *Jurnal Pariwisata*.
- Maulana, A., & Koesfardani, C. F. (2020). Pola Musiman Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Bali. *Journal Ekombis Review*, 9(2), 73–88. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1462>
- Mill, R. C., & Morrison, A. M. (2009). *The Tourism System*. Kendall Hunt.
- Nuriata. (2014). *Paket Wisata Penyusunan Produk dan Perhitungan Harga*. Alfabeta.
- Partama, I., Pandawana, I., Kumara, D., Puspitawati, N., Andriyani, A., &

- Wijaya, I. (2022). *PKM: Penyusunan Paket Wisata Lintas Desa Dalam Mewujudkan Desa Wisata Kerambitan Terintegrasi PKM: Preparation of Packages for Cross-Village Tours in Realizing an Integrated Kerambitan Tourism Village I Dewa Gede Agung Pandawana 2 Dewa Gede Agung Gana Kumara 3 Ni Made Dwi Puspitawati 4*. <https://doi.org/10.30645/v1i1>
- Patterson. (2007). *The Bussiness of Ecotourism. The Complete Guide for Nature and Culture-Based Toursim Operators*. Canada: Trafford Publishing.
- Pendit, N.S. (2006). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta. Pradnya Paramita.
- Pinata, I. G. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Penerbit Andi Offset.
- Prawiro,M. (2020). *Pengertian Perencanaan: Fungsi, Tujuan dan Jenis-jenis Perencanaan*. Maxmanroe.com
- Project, A., & Growth, B. (2015). *Guide for the development of Tourism Packages based on Artificial Reefs*.
- Project, A., Growth, B. (2015). *Guide for The Development of Tourism Packages Based on Artificial Reefs*.
- Republika. (2024, Januari 10). *Jumlah Jamaah Umroh Tahun Lalu 13,55 Juta Orang, Capai Rekor Terbanyak*. <https://ihram.republika.co.id/berita/s70r1j366/jumlah-jamaah-umroh-tahun-lalu-1355-juta-orang-capai-rekor-terbanyak>
- Retno, A., Suryana, M., & Utomo, S. R. S. P. (2022). *Perancangan Paket Wisata Adventure Tour Bandung untuk Golden Rama Tours and Travel*.
- Retno, A., Suryana, M., Raka, S., & Utomo, S. P. (2022). *Perancangan Paket Wisata Adventure Tour Bandung Untuk Golden Rama Tours And Travel. Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar* , 13–14.
- Reza, V. (2020). *Pariwisata Halal Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia*. Dalam *Jurnal An-Nahl* (Vol. 7, Nomor 2).
- Ridwan, M., & Aini, W. (2019). *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*. Penerbit Deepublish.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian*. Salemba Empat.
- Semer, & Purzycki. (2000). *Travel Vision. New Jersey: Upper Saddle River*.
- Soebagyo. (2010). *Marketing in Bussiness*. Jakarta : Mitra Wacana Medika
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Syafitri, S. R. (2023). *Perencanaan Paket Umrah Pada PT. Penjuru Wisata Negeri di Pekanbaru*. Universitas Riau.
- Talwar, Prakash. (2006). *Travel and Tourism Management. Toursim and Tour's Operator Bussiness*. India: Isha Books.
- Utama, I Gusti Rai. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta, Andi.
- Yoeti, O. A. (2006). *Tours and Travel Marketing*. Penerbit Pradnya Pramita.