

## PENDAHULUAN

Dewasa ini sektor pariwisata merupakan sebuah sector alternatif yang dijadikan sebagai unggulan dalam menopang perekonomian Indonesia. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari perannya sebagai pemberi sumbangsih terhadap pendapatan devisa negara maupun adanya penyerapan tenaga kerja (Nugroho, S. B. M. 2020). Tercatat dalam Undang – Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009, dituliskan bahwa pariwisata memiliki tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi maupun meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan potensinya, pengembangan pariwisata diharapkan dapat memberikan sumbangsih terhadap perekonomian masyarakat.

Sebagai salah satu negara terbesar di dunia, Indonesia kerap digambarkan sebagai salah satu negara yang banyak menyimpan kisah sejarah, hal itu terlihat dari berbagai peninggalan sejarah yang dapat ditemukan pada hampir seluruh kepulauan yang ada di Indonesia (seperti bangunan, tembok, rumah, Meriam, mercusuar, dan lain-lain) yang memiliki nilai keindahan yang sampai saat ini masih terjaga keasliannya. Salah satu daerah provinsi di Indonesia yang sedang giat dalam mengangkat potensi wisata sejarahnya (heritage) sebagai salah satu unggulan kemajuan daerah yaitu Provinsi Jawa Tengah dengan menjadikan The Heritage Palace yang merupakan sebuah objek wisata sejarah Gedung cagar budaya peninggalan bangsa Belanda sebagai objek unggulan dalam meningkatkan eksistensinya sebagai pendongkrak kemajuan daerah.

Adapun The Heritage Palace merupakan sebuah objek wisata yang berlokasi di Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Lokasi ini dulunya merupakan pabrik gula Kartasura (suikerfabriek kartasoera) yang kerap dikenal sebagai Pabrik Gula Gembongan. Adapun pabrik ini mulai dibangun pada tahun 1892, dengan memiliki gaya bangunan empire style dengan ciri khas bangunannya yang berbentuk segitiga. Seiring berjalannya waktu pabrik tersebut tidak lagi beroperasi selama hamper 40 tahun dan kemudian direvitalisasi menjadi sebuah objek wisata yang diberi nama The Heritage Palace sehingga dapat bangunan tersebut dapat dirawat dan dilestarikan keberadaannya sebagai salah satu situs bersejarah.

Berdasarkan data observasi maupun wawancara yang dilakukan, terdapat beberapa permasalahan yang memicu hadirnya respon kurang baik dari wisatawan terhadap penjualan tiket seperti; kurangnya promo yang disediakan pada paket rombongan keluarga ataupun tour sekolah, sehingga kerap kali wisatawan mengeluhkan adanya penambahan promo ataupun bonus stiker bergambar khas gedung tua / berlogo The Heritage Palace atau bisa juga ditambah dengan per orang nya ditambah free air minum. Selain itu karena berstatus sebagai objek wisata yang dikelola secara perorangan, paket wisata yang relatif lebih baik selalu diberikan kepada kenalan saja, sehingga hal tersebut juga dapat menjadi pemicu hadirnya respon yang kurang baik dari wisatawan.

Permasalahan yang dihadapi oleh objek wisata, penulis mencoba memahami lebih jauh tentang pembuatan paket wisata dengan merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Suyitno (2001) bahwa untuk membuat paket wisata, maka pengelola harus mampu menyusun suatu rangkaian program perjalanan yang baik, mengetahui pelaksanaan ataupun pengoperasian perjalanan wisata, serta mampu menyediakan segala fasilitas yang dibutuhkan selama perjalanan dan mampu mengetahui keinginan dan kebutuhan wisatawan.

Dari uraian diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh mengenai paket wisata yang ditawarkan di objek wisata The Heritage Palace. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui paket apa saja yang disediakan oleh pengelola sekaligus menganalisis paket wisata seperti apa yang diinginkan oleh wisatawan yang dapat dikembangkan pada objek wisata. Dalam penelitian Yoeti (1997) salah satu syarat berdirinya destinasi harus memperhatikan beberapa komponen penting seperti, *something to see, something to do, something to buy*.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, munculah pertanyaan penelitian yang nantinya akan diangkat dan dijadikan sebagai rujukan penelitian yaitu, “Bagaimana mendesain paket wisata yang baik sehingga mampu meningkatkan ketertarikan dan pembelian terhadap calon pengunjung?”. Dari pertanyaan tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana kondisi eksisting dari objek wisata maupun jenis paket yang telah disediakan oleh pengelola dalam menarik wisatawan, sekaligus mengetahui langkah seperti apa yang tepat untuk dilakukan dalam meningkatkan ketertarikan calon pembeli terhadap adanya desain pembuatan paket wisata yang akan direncanakan.

## **TINJUAN PUSTAKA**

### **1. Konsep Heritage**

(World Tourism Organization) dalam cahyadi dan Gunawijaya (2009:3) mendefinisikan pariwisata pusaka sebagai kegiatan untuk menikmati sejarah, alam, peninggalan budaya manusia, kesenian, filosofi dan pranata dari wilayah lain. Heritage Tourism merupakan wisata yang memanfaatkan warisan/peninggalan sejarah sebagai daya tarik wisata.

Berdasarkan penelitian dari Badan Pelestarian Pusaka Indonesia (2003), Heritage Pusaka atau tourism heritage dibagi menjadi 3 kelompok yaitu;

1. Pusaka alam (natural heritage)
2. Pusaka budaya (cultural heritage)
3. Pusaka saujana (gabungan pusaka alam dan budaya dalam kesatuan ruang dan waktu)

### **2. Wisata Heritage**

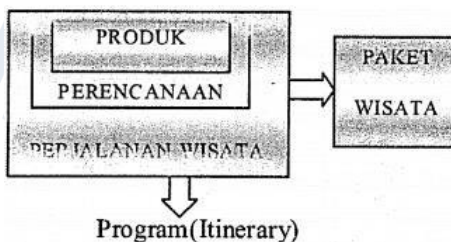
Berdasarkan penelitian Pendit (2012), wisata heritage adalah salah satu dari bagian jenis pariwisata. Wisata heritage sendiri merupakan sebuah tujuan perjalanan wisata yang dilakukan dengan dasar untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan peninjauan ke tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah untuk mempelajari adat istiadat, budaya serta seni yang ada di masa lampau.

Menurut Undang-undang Nomor 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya (heritage) menjelaskan pengertian cagar budaya beserta bentuk turunannya yang termasuk sebagai bagian dari cagar budaya sebagai berikut :

- a. Cagar Budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, struktur cagar budaya, situs cagar budaya, dan kawasan cagar budaya di darat dan atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan atau kebudayaan melalui proses penetapan.
- b. Benda Cagar Budaya adalah benda alam dan atau benda buatan manusia, berupa kesatuan atau kelompok atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia.
- c. Bangunan Cagar Budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang berdingding dan atau tidak berdingding, dan beratap.
- d. Struktur Cagar Budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam dan atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang kegiatan 13 yang menyatu dengan alam, sarana dan prasarana untuk menampung kebutuhan manusia.
- e. Situs Cagar Budaya adalah lokasi yang berada di darat dan atau di air yang mengandung benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, dan atau struktur cagar budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau bukti kejadian pada masa lalu.
- f. Kawasan Cagar Budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki dua situs cagar budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas.

### 3. Konsep Paket Wisata

Berdasarkan penelitian Utama (2014) paket wisata suatu perjalanan wisata satu atau beberapa tujuan kunjungan yang disusun dari berbagai fasilitas perjalanan tertentu dalam suatu acara perjalanan yang tetap, serta dijual sebagai harga tunggal yang menyangkut seluruh komponen dari perjalanan wisata. Sedangkan secara bisnis, paket wisata dapat dipandang sebagai salah satu produk, hal itu dikarenakan paket wisata merupakan barang komoditi yang dapat diperjualbelikan, sehingga produk tersebut dapat disusun dalam rangkaian perjalanan yang dapat direfleksikan dalam bentuk sebuah program (itinerary)



Gambar 1. Program pembuatan paket  
(Sumber: Nuriata (2001))

Adapun pembuatan paket wisata dapat dibagi menjadi dua jenis yaitu:

1. Paket wisata yang telah disediakan atau yang lebih dikenal sebagai ready made tour;

2. Paket wisata yang disiapkan atas permintaan atau tailor made tour.

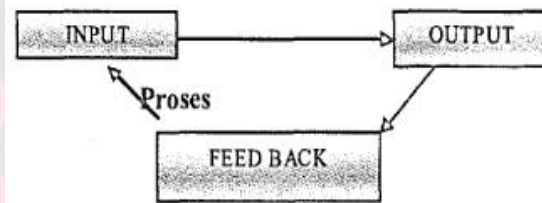
### 3. Konsep Produk

Dalam penelitian asalnya (Muljadi, 2009; Octaviany, 2016) dijelaskan bahwa produk wisata merupakan adanya keseluruhan pelayanan maupun fasilitas yang dibentuk secara nyata serta disediakan bagi wisatawan sehingga dapat dirasakan maupun dinikmati dalam sebuah rangkaian perjalanan dan mampu memberikan pengalaman yang baik bagi wisatawan.

Dari penelitian Nuriata (2004), dikatakan terdapat sekiranya tiga pendekatan dari produk itu sendiri, yaitu:

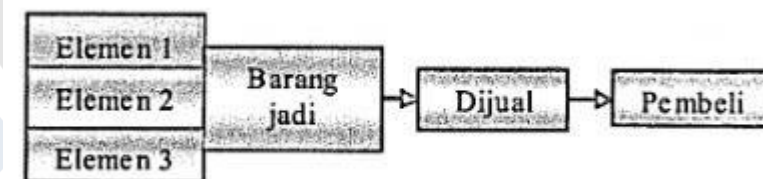
1. Pendekatan proses input menjadi output

Dimana produk merupakan sebuah barang jadi yang dihasilkan dari upaya sebuah proses masukan (input), menjadi pengeluaran (output).



Gambar 2. Proses Input Menjadi Output  
(Sumber: Nuriata (2001))

2. Pendekatan barang siap dijual



Gambar 3. Proses barang siap dijual  
(sumber: Nuriata (2001))

3. Pendekatan pertimbangan konsumen.

Pada konsep ketiga ini produk dapat dibedakan menjadi dua bentuk yaitu:

- a). Benda berwujud (benda fisik)
- b). Benda tak berwujud (non fisik) seperti paket wisata.

### 4. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu memiliki manfaat untuk mengetahui bagaimana metode penelitian serta hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan. Adapun penelitian terdahulu dilakukan sebagai tolak ukur



peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian. Tujuan penelitian terdahulu sendiri memiliki fungsi dalam memprediksi salah atau benar suatu penelitian. Penelitian Serupa pernah dilakukan oleh Novellia, Aurora, Tomi Eriawan, and Era Triana (2021) dengan judul penelitian yaitu, “PENGEMBANGAN PAKET WISATA WARISAN BUDAYA (*CULTURAL HERITAGE TOURISM*) DI KABUPATEN DHARMASRAYA”. Dengan hasil penelitian yang ditemukan bahwa, Kabupaten Dharmawangsa memiliki potensi wisata heritage berupa candi, rumah gadang, makam, dan masjid kuno. Yang dimana 1 objek wisata memiliki potensi yang besar (sangat berpotensi), 2 objek wisata yang memiliki klasifikasi berpotensi serta terdapat 2 objek wisata yang cukup berpotensi. Akan tetapi dalam pengemasan berbagai potensi tersebut dalam sebuah paket wisata pemerintah Kabupaten Dharmawangsa belum melakukan tindak lanjut pengoptimalan yang lebih baik, sehingga berbagai potensi tersebut tidak dikemas secara baik. Maka dari itu, berdasarkan kesimpulan yang dilatarbelakangi oleh masalah yang ditemukan, peneliti menemukan sekiranya perlunya pembuatan dua jenis paket wisata berdasarkan potensi yang dimiliki, seperti: 1) Paket Half Day Tour yang terdiri dari dari 2 macam paket wisata. yaitu paket wisata Historical of Dharmasraya Kingdom dan paket wisata rumah kerajaan Dharmasraya. 2) Paket Full Board Tour, yang terdiri dari 2 jenis paket tour berdasarkan waktu tour yaitu weekdays/weekend dan special event. Berdasarkan hal ini maka penulis memberikan rekomendasi yaitu membuat lembaga khusus untuk menangani kegiatan wisata di objek wisata yang ada, melakukan penambahan aktivitas atau kegiatan yang ada di objek wisata untuk meningkatkan daya tarik objek wisata, melakukan lebih banyak promosi terkait”objek wisata budaya agar objek wisata warisan budaya di Kabupaten Dharmasraya bisa lebih dikenal oleh lebih banyak kalangan.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini dilakukan pada The Heritage Palace, Jalan Permata Raya Dukuh Tegat Mulyo, Kabupaten Sukoharjo, Provinsi Jawa Tengah. Penelitian ini berjalan selama 6 (enam) Bulan terhitung sejak bulan September tahun 2022 hingga bulan Maret tahun 2023. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana data yang diperoleh dituangkan dalam bentuk uraian/kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan suatu keadaan atau fenomena dengan lebih mendalam dengan melakukan pengumpulan data dan menganalisis data serta teori yang sedang diteliti. Menjelaskan juga dapat diartikan sebagai menganalisa data serta fakta yang sudah digali sebelumnya dalam bentuk analisis yang mendalam dan rinci dimana terkait dengan topik penelitian.

Pada teknik pengumpulan data, peneliti mengacu pada penelitian Sugiyono (2008), dimana peneliti menggunakan dua sumber data sebagai instrumen pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Dimana teknik yang digunakan pada data sekunder sendiri yaitu dengan melakukan tahap wawancara mendalam dengan pihak pengelola, wisatawan, dan karyawan objek wisata The Heritage Palace, dalam kesempatan wawancara tersebut peneliti sekiranya menanyakan terkait komponen paket wisata seperti apa yang ditawarkan kepada wisatawan dan bagaimana respon pengunjung terhadap setiap paket yang telah disediakan oleh pengelola. Kemudian ada pula tahap observasi yang dilakukan oleh peneliti, dimana pada tahap observasi sendiri, peneliti mengidentifikasi lingkungan sekitar objek wisata The Heritage Place dan berbagai komponen

produk yang ada di dalamnya, serta jenis paket yang dimiliki, maupun respon dari setiap wisatawan akan setiap pembelian paket wisata yang disediakan. Sedangkan pada data sekunder sendiri, peneliti menggunakan studi literatur terdahulu, survey wisatawan maupun hasil dokumentasi sehingga dapat dijadikan sebagai tolak ukur pelengkap data penelitian.

Pada penelitian ini sendiri, peneliti sekiranya menggunakan dua metode Analisis data yaitu kuantitatif dan kualitatif. Dalam penelitian ini sendiri, peneliti banyak melibatkan angka dari hasil survey yang dikumpulkan dari respon setiap wisatawan terhadap objek wisata The Heritage Palace, yang kemudian angka – angka tersebut dikumpulkan dan dibahas menjadi sebuah deskripsi, sehingga menghadirkan sebuah kesimpulan yang dapat digunakan sebagai rujukan pengembangan selanjutnya.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian ini, penulis akan berfokus pada respon pengunjung terhadap paket wisata yang sudah ada dan nantinya yang akan dikembangkan pada objek wisata The Heritage Palace. Pada hasil penelitian ini peneliti akan mengkaji secara empiris dengan melakukan tahap wawancara secara langsung, maupun dengan menggunakan instrumen kuesioner dan observasi secara langsung di lapangan tepatnya di kawasan objek wisata The Heritage Palace.

### 1. Analisa Eksisting Kondisi Eksisting Dari Produk dan Paket.

Berdasarkan hasil Analisa yang dilakukan ditemukan bahwa objek wisata ini kerap kali dikunjungi oleh banyak wisatawan yang berasal dari setiap daerah yang ada di Indonesia, baik yang datang secara individu maupun rombongan atau tim. Hal itu tentunya dikarenakan adanya nilai keindahan peninggalan sejarah yang dimiliki serta adanya berbagai aktivitas maupun fasilitas yang dapat menjawab keinginan minat berwisata para wisatawan. adapun berbagai produk yang ditawarkan pada objek wisata sendiri yaitu, adanya museum 3 dimensi, museum transportasi dan omah kwak. Berikut gambar dari kondisi eksisting dari berbagai produk wisata di The Heritage Palace:



Gambar 1. Kondisi eksisting Produk wisata di The Heritage Palace

(Sumber:Google.com)

Hal lainnya yang menjadi nilai tambah terhadap maraknya jumlah kunjungan yang terus terjadi pada objek wisata sendiri yaitu dari segi penawaran harga paket wisata yang relatif murah yaitu disebutkan bahwa rentan paket yang disediakan mulai dari harga Rp. 30.000.00 – Rp. 65.000.00 sehingga hal tersebut menjadi pemicu hadirnya banyak wisatawan yang mengunjungi objek wisata The Heritage Palace. Akan tetapi pada kondisi nyata yang ditemukan dilapangan, penjualan paket wisata yang disediakan oleh pengelola selalu mendapat respon kurang baik dari setiap wisatawan yang akan membeli paket yang telah ditawarkan seperti kurangnya promo yang ditawarkan pada setiap pembelian paket wisata khususnya mereka yang tergabung dalam perjalanan rombongan. Berikut merupakan gambaran penjualan paket wisata yang disediakan oleh pengelola The Heritage Palace :

Jenis Tiket	Hari Biasa	Akhir Pekan
Tiket Masuk Kawasan Outdoor	Rp.30.000.00	Rp.30.000.00
Tiket Masuk Terusan Outdoor + Indoor	Rp. 55.000.00	Rp. 65.000.000

Tabel 1. Harge paket wisata The Heritage Palace

(Sumber: <https://kumparan.com>)

Dari hasil observasi yang dilakukan ditemukan sekiranya bahwa objek wisata The Heritage Palace memiliki daya tarik dalam menarik minat kunjungannya, daya tarik tersebut dibagi menjadi dua bagian yaitu daya tarik aktivitas dan daya tarik fasilitas yang diuraikan sebagai berikut:

**a. Daya tarik aktivitas**

Objek wisata The Heritage Palace memiliki 3 jenis aktivitas unggulan yaitu, menyusuri jalanan di The Heritage Palace, melakukan aktivitas berfoto pada setiap spot foto serta mengunjungi museum yang ada (museum 3D dan Museum transportasi) serta mengunjungi spot omah kwak atau spot foto yang berbagai ornamennya disusun secara terbalik.

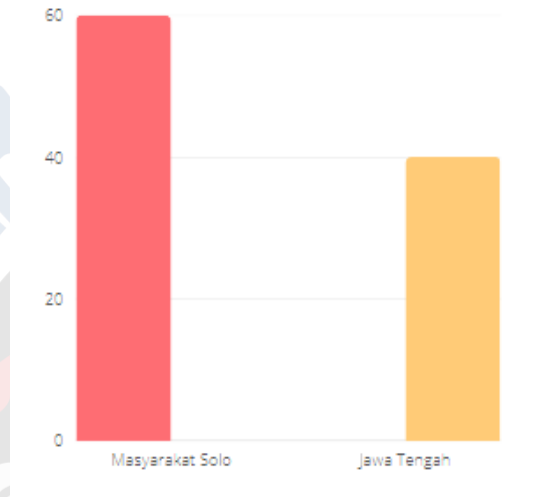
**b. Daya tarik fasilitas**

Daya tarik fasilitas yang dikembangkan pada objek wisata The Heritage Palace dibagi menjadi menjadi beberapa bagian diantaranya yaitu, fasilitas kids town, fasilitas food street, adanya toilet umum yang bersih, area parkir yang luas serta ketersediaan banyaknya tempat duduk pada objek wisata.

## 2. Analisis Potensi Profil Pasar Paket Wisata The Heritage Palace

### Aspek Asal Pengunjung

Mayoritas responden masyarakat Solo sebesar 60% dan Jawa Tengah, 40%. Berikut merupakan grafik yang menunjukkan perbandingan antara setiap responden terhadap aspek geografis pada objek wisata The Heritage Palace :



Gambar 2. Grafik penilaian responden dari aspek geografis

### Aspek Demografis

#### 1. Jenis Kelamin

Responden dari masyarakat umum sebesar 60% didominasi oleh wanita, dan responden dari kalangan pria yaitu sebesar 40%

#### 2. Usia

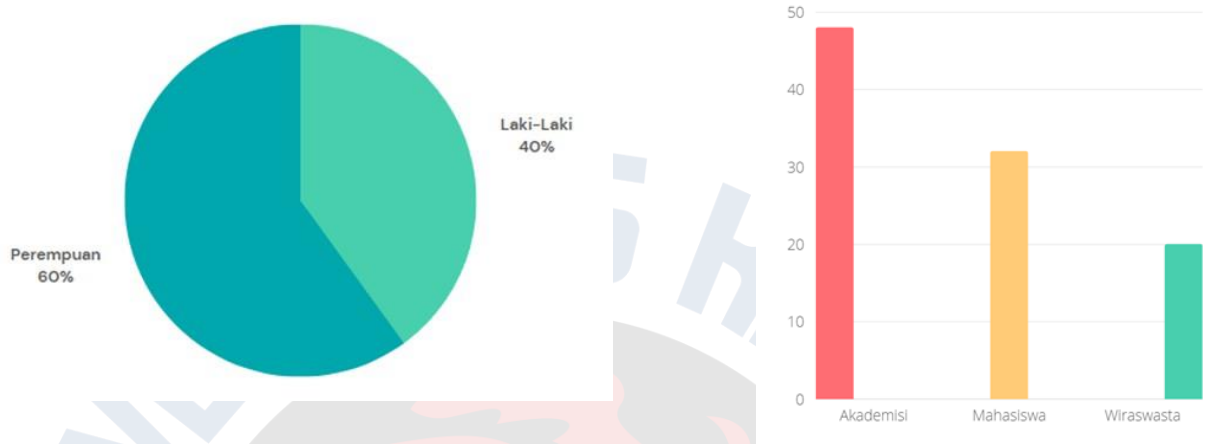
Berdasarkan pengurutan usia, responden dengan rentan usia 15-25 tahun lebih sering melakukan kunjungan di objek wisata The Heritage Palace, hal itu dapat disimpulkan bahwa rentan usia tersebut lebih memahami dan *concern* terhadap *heritage*. Hal itu terjadi karena usia tersebut secara materi telah memahami makna kunjungan yang merak lakukan maupun tingkat curiosity yang mereka alami lebih meluas lagi terutama akan hal-hal baru.

#### 3. Pekerjaan

Responden dari masyarakat umum yang ditemukan berdasarkan perolehan data kuesioner yang dilakukan yaitu ditemukan bahwa 48% didominasi pihak akademisi khususnya siswa/i dengan para guru, kemudian diikuti dengan 32% di dominasi oleh mahasiswa dan 20% sisanya adalah wiraswasta.



Berikut merupakan grafik perbandingan jumlah kunjungan laki-laki dan perempuan maupun kualifikasi pekerjaan pada wisatawan yang mengunjungi objek wisata The Heritage Palace:



Gambar 3. Hasil grafik perbandingan kunjungan dan klasifikasi jenis pekerjaan wisatawan

### Aspek Psikografi

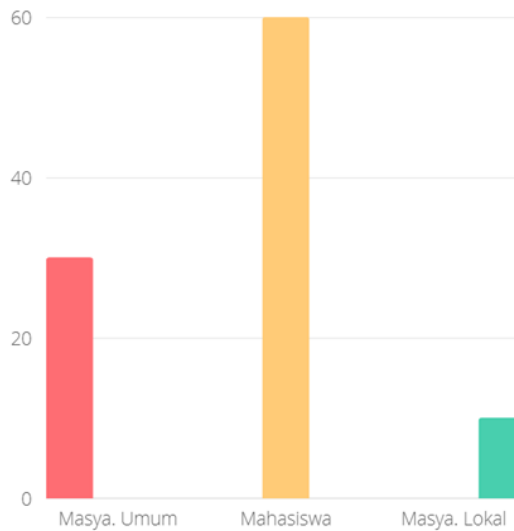
#### 1. Tujuan Kunjungan

Tujuan kunjungan wisatawan sebagian besar berorientasi pada proses pembelajaran yang dilakukan oleh pihak akademika karena adanya keingintahuan akan heritage, dan kemudian diikuti oleh masyarakat umum yang datang untuk sekedar melakukan aktivitas berfoto aja

#### 2. Frekuensi Kunjungan

Responden dari masyarakat umum 30% mengunjungi bangunan heritage 1-2 kali dalam periode 1 tahun, sisanya sebanyak 3-5 kali. Sedangkan dari kalangan mahasiswa, 60% responden mengunjungi bangunan heritage sebanyak 1-2 kali dalam 1 tahun, sisanya 10% sebanyak 3-5 kali. Dilihat kunjungan masyarakat bangunan bersejarah The Heritage Palace masih dalam frekuensi yang minim. Hal ini disebabkan karena kondisi maupun aktivitas yang berlangsung kurang mencuri perhatian pengunjung. Faktanya seringkali pengunjung yang memasuki bangunan heritage hanya didiamkan begitu saja menikmati dan menelusuri bangunan heritage tersebut tanpa adanya panduan yang jelas dan aktivitas lainnya yang dapat menarik perhatian pengunjung.

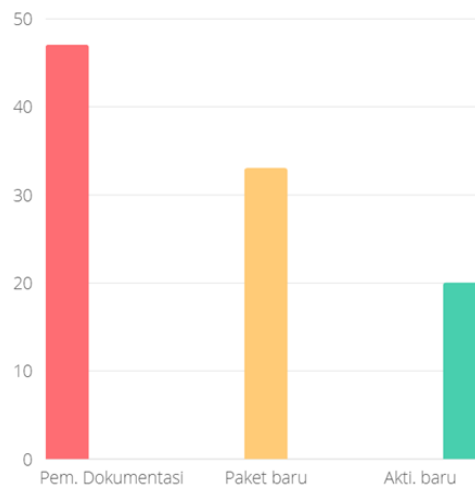
Berikut gambar grafik wisatawan berdasarkan aspek psikografi:



Gambar 4. Grafik wisatawan berdasarkan aspek psikografi

### Aspek Preferensi dan Ekspektasi

1. Daya Tarik yang diminati Responden dari masyarakat umum: Berdasarkan dari gender responden, wanita lebih tertarik pada nilai sejarah dari bangunan heritage. sedangkan pria lebih mengarah pada arsitektur bangunan heritage. Sedangkan responden yang merupakan mahasiswa, wanita juga lebih tertarik dari segi sejarah bangunan- bangunan heritage, sedangkan pria lebih kepada gaya arsitektur bangunannya. Dilihat dari faktor usia berdasarkan responden yang berasal dari masyarakat umum disimpulkan bahwa usia 15-25 tahun lebih tertarik akan gaya arsitektur bangunan heritage, sedangkan diatas 25 tahun lebih tertarik akan nilai sejarah. Sedangkan dari kalangan mahasiswa dapat disimpulkan juga bahwa usia antara 18-20 tahun lebih tertarik pada nilai sejarah sedangkan usia 21-25 tahun lebih tertarik akan sisi arsitekturnya.
2. Aktivitas yang diharapkan  
Dari masyarakat umum, 47% dari responden mengharapkan pemutaran dokumen hadirnya The Heritage Palace dulu menjadi salah satu aktivitas yang disuguhkan, 33% responden memilih untuk membuat adanya pembuatan paket wisata yang lebih bervariasi seperti penambahan beberapa bonus pada saat pembelian paket wisata. fotografi, dan sisanya memilih talkshow. Sedangkan dari kalangan mahasiswa dan 20 %responden memilih untuk menghadirkan adanya aktivitas baru di objek wisata sehingga dapat menambah semangat berwisata para wisatawan. Berikut merupakan grafik respon wisatawan terhadap adanya aktivitas yang diharapkan:



Gambar 5. Merupakan grafik respon wisatawan terhadap aktivitas yang diharapkan

## DISKUSI dan PEMBAHASAN

### Komponen Jenis Paket Wisata di The Heritage Palace

1. Gambaran Produk Paket Wisata
  - a. Produk paket wisata rombongan

Produk paket wisata rombongan merupakan sebuah produk utama yang banyak memberikan keuntungan terhadap pemasukan kawasan wisata. Konsumen pada tipe ini memiliki tipe perilaku pembelian yang sulit untuk diprediksi dengan preferensi yang berbeda-beda. Dalam upaya menanganinya pengelola The Heritage Palace mengambil langkah yang tepat yaitu dengan fokus pada sisi konsumen, dimana dalam hal ini komunikasi sangat diperlukan terutama dalam proses penyusunan produk paket wisata sehingga dapat dengan mudah memahami detail kebutuhan dan keinginan wisatawan. Nantinya dalam jenis pembuatan paket ini, pengelola banyak memberikan bonus terhadap setiap kategori pembelian paket wisata yang dipilih. Adapun dalam penggunaan bonus atau promo yang diusung memiliki fungsi sebagai upaya menarik hadirnya kunjungan wisatawan dan memenuhi tingkat kepuasan dari wisatawan. Jenis paket wisata rombongan ini tepat merujuk pada identifikasi mayoritas pengunjung adalah mahasiswa, pelajar beserta akademisi yang dapat dalam jumlah besar pada saat yang bersamaan.

b. Produk paket wisata *Indoor*

Mayoritas jenis konsumen pada produk paket wisata ini adalah konsumen yang datang dengan tim atau rombongan. Konsumen dengan tipe organisasi ini antara lain memiliki tipe bahwa produk atau jasa yang akan dibelinya bukan digunakan oleh pribadi, melainkan untuk kelompok dan melibatkan orang banyak, dengan keterlibatan banyak orang ini, maka akan ada banyak ide dan juga preferensi, oleh karena itu biasanya ditunjuk satu atau sekelompok orang yang akan memimpin dan mengambil keputusan. Adapun proses penyusunan rute perjalanan akan ditetapkan sesuai dengan rute perjalanan dan program pembuatan paket yang telah dijalankan nantinya tidak akan terlepas dari berbagai promo yang akan diberikan. Paket dan promo *indoor* mencakup kunjungan perjalanan wisata pada setiap spot wisata yang ada pada objek wisata, seperti mengunjungi museum 3D, museum Transportasi dan berbagai spot lainnya yang ada di dalam objek wisata. Dari aktivitas tersebut, jenis paket ini tepat merujuk pada identifikasi preferensi dan ekspektasi dari wisatawan, karena harga yang ditawarkan dapat dikatakan relative lebih baik dengan berbagai aktivitas yang ditawarkan

c. Produk paket wisata *Outdoor*

Produk paket wisata outdoor merupakan produk yang kerap memberikan omset paling kecil dalam penjualan. Hal ini dikarenakan minimnya peminat yang kerap membeli paket wisata yang telah disediakan. Hal yang menjadi pemicu yaitu kurangnya aktivitas yang dilakukan serta minimnya fasilitas yang dijumpai di area kawasan wisata. Adapun aktivitas paket wisata *outdoor* yang dapat dilakukan oleh wisatawan yaitu, mengunjungi luaran kawasan bangunan The Heritage Palace itu sendiri, seperti melakukan aktivitas foto, dan mengelilingi kawasan objek wisata. Akan tetapi dalam rangkai pengembangan yang lebih baik, jenis paket ini nantinya akan menjadi pelengkap jenis paket dan promo *indoor* karena kedua jenis paket ini dapat dikatakan memiliki korelasi untuk menunjang kegiatan aktivitas wisata pada objek wisata.



## 2. Pengembangan Produk Paket Wisata

Pengembangan paket yang disediakan oleh pengelola The Heritage Palace masih terbatas pada komponen penyusunan. Adapun jenis paket yang disediakan oleh pengelola sendiri masuk dalam kategori *ready made tour* atau jenis paket yang telah disediakan tanpa adanya permintaan dan kebutuhan dari konsumen. Sehingga dari adanya pengembangan paket tersebut kerap kali mendapat respon kurang baik dari wisatawan yang berkunjung. Pengembangan paket wisata tersebut telah diusung dan ditetapkan oleh pemilik kawasan wisata tanpa mempertimbangkan dan menerima masukan dari para wisatawan. Artinya perlu diperbanyak jenis paket promo *indoor* dan *outdoor* yang sesuai dengan preferensi dan ekspektasi mayoritas pengunjung.

## 3. Strategi pengembangan produk paket wisata

Berdasarkan berbagai permasalahan mengenai kualitas produk yang ada kawasan wisata, peneliti berencana memberikan arahan mengenai langkah pengembangan paket wisata yang tepat sesuai dengan keinginan dari wisatawan seperti menyediakan rute perjalanan paket yang lebih variatif dengan berbagai bonus yang ada, penambahan kendaraan sepeda pada area kawasan *outdoor* supaya wisatawan yang membeli paket dapat merasa nyaman. Adapun paket yang ditawarkan bukan hanya bersifat rombongan, melainkan juga secara perorangan. Strategi pengembangan paket ini merupakan strategi manajemen dengan orientasi pengembangan secara makro serta kebijakan-kebijakan yang harus diambil perusahaan yang memiliki dampak signifikan bagi objek wisata.

### **Komponen Jenis Paket Wisata Yang Diinginkan Oleh Wisatawan**

Berdasarkan hasil observasi maupun wawancara yang telah dilakukan, peneliti melihat bahwa, banyaknya pengunjung yang melakukan kegiatan wisata kerap memberikan komentar yang kurang baik terhadap pengemasan paket wisata yang ditawarkan. Oleh sebab itu, berdasarkan hal tersebut peneliti mencoba merumuskan beberapa jenis paket wisata berdasarkan persepsi wisatawan maupun peneliti.

## 1. Paket Liburan Keluarga

Paket liburan keluarga dirancang khusus untuk keluarga dengan anak-anak. Ini biasanya mencakup aktivitas yang sesuai untuk semua anggota keluarga, seperti kunjungan ke museum 3 dimensi, museum transportasi serta dapat menikmati berbagai fasilitas lainnya dengan patokan harga yang sedikit lebih tinggi dari harga sebelumnya yang telah dipersiapkan sebelumnya yaitu dari angka Rp. 30.000.00/orang, menjadi Rp. 200.000.00/keluarga. Pembuatan jenis dan harga paket ini dirancang untuk dapat mempermudah wisatawan dalam menikmati berbagai komponen produk dan fasilitas yang ada di objek wisata.

## 2. Paket Penyambutan

Pembuatan paket penyambutan sendiri tidak terlepas dari keinginan wisatawan untuk berkunjung di objek wisata. Oleh karena itu penulis mencoba merumuskan sekiranya adanya pembuatan paket penyambutan berupa jamuan penyambutan yang disediakan oleh pihak pengelola terhadap calon pembeli paket yang nantinya akan berkunjung. Pada jenis paket tersebut, wisatawan akan dijamu dengan berbagai jenis makanan khas daerah sekitar maupun akan didampingi langsung oleh pengelola sebagai *guide* dalam menuntun dan menjelaskan setiap aspek dari bangunan The Heritage Palace. Pada jenis paket ini, harga yang telah ditetapkan sedikit berbeda dari paket lainnya, karena termasuk jenis paket baru yang nantinya akan menjadi sebuah paket baru di dalam objek wisata, yaitu sebesar Rp. 750.000.00 Max 10 orang. Dengan ketentuan mendapatkan jamuan penyambutan dan mengelilingi serta menikmati berbagai spot wisata yang ada di objek wisata.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada objek wisata The Heritage Palace, menunjukkan bahwa untuk meningkatkan dan menjaga citra baik dari sebuah destinasi, perlunya meningkatkan performa yang baik terutama dalam rana pengembangan berbagai aspek. Adapun pengembangan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan dan menjaga citra baik dari objek wisata The Heritage Palace itu sendiri yaitu adanya penyediaan paket wisata baru yang didalamnya mencakup aktivitas-aktivitas baru. Berdasarkan data hasil survey dengan penggunaan media kuesioner sebagai penunjang, menunjukkan bahwa, banyak wisatawan menginginkan adanya penambahan aktivitas baru. Maka dari itu berdasarkan persepsi dari wisatawan dan hasil analisis penulis, munculah

beberapa jenis paket wisata yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam menarik minat wisatawan yang tentunya juga menyesuaikan dengan kebutuhan wisatawan itu sendiri. Dengan jenis paket yang dimaksud yaitu paket liburan keluarga dan paket penyambutan. Dengan diterapkannya kedua jenis paket tersebut nantinya dapat memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan objek wisata, dan secara langsung juga dapat dirasakan oleh wisatawan.

## SARAN/REKOMENDASI

Dari berbagai permasalahan yang telah ditemukan dalam melakukan hasil analisis lapangan, penulis merekomendasikan beberapa indikator yang sekiranya dapat dijadikan sebagai acuan untuk langkah pengembangan yang lebih baik kedepannya seperti :

1. Perlunya menyediakan berbagai aktivitas baru seperti bersepeda pada aera destinasi
2. Perlunya diberlakukan pertemuan rutin atau evaluasi di setiap minggunya oleh pihak pengelola dengan para pekerja di objek wisata, sehingga bisa tercipta komunikasi yang baik.
3. Menyediakan paket wisata baru baik *indoor* dan *outdoor* yang lebih bervariasi dari paket yang sudah ada sebelumnya.

