

## PELATIHAN TATA KELOLA BISNIS DAN PEMASARAN DESTINASI PARIWISATA DI KOTA TANJUNGPINANG

**Ida Rahayu<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Politeknik Bintang Cakrawala, Bintang, Indonesia  
Email : rahayu@pbc.ac.id

### ABSTRAK

Pelatihan Tata Kelola Bisnis dan Pemasaran Destinasi Pariwisata merupakan langkah penting untuk meningkatkan pertumbuhan dan pengembangan sektor pariwisata di Kota Tanjungpinang. Kota Tanjungpinang merupakan sebuah daerah yang memiliki potensi wisata mulai dari keindahan alam, keragaman budaya, dan juga sejarahnya. Namun tantangan dalam mengelola destinasi pariwisata berkelanjutan yang dapat menghasilkan keuntungan maksimal masih menjadi masalah yang dihadapi oleh para pelaku industri pariwisata. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para pelaku industri pariwisata tentang konsep dan praktik Tata Kelola Bisnis yang efektif. Selain itu, pelatihan ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran dalam menyusun strategi pengembangan destinasi pariwisata yang berkelanjutan. Manfaat lain yang dapat diambil dari pelatihan ini adalah memperkuat kemampuan mereka dalam mengelola aspek-aspek kunci seperti pemasaran pariwisata, pengelolaan sumber daya manusia, pengembangan produk pariwisata, dan pemeliharaan infrastruktur Pariwisata. Metode yang digunakan dalam Pelatihan ini adalah melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan menjalin kerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjungpinang. Pelatihan ini ditujukan khusus untuk para pelaku industri pariwisata yang ada di Kota Tanjungpinang dengan melakukan presentasi, studi kasus, diskusi kelompok, dan latihan praktis untuk memungkinkan para peserta untuk memahami konsep-konsep yang diajarkan secara lebih mendalam dan menerapkannya dalam konteks Kota Tanjungpinang. Jumlah peserta dalam kegiatan tersebut sebanyak 40 orang dan waktu pelaksanaan kegiatan pada tanggal 14 sampai 16 Maret 2023, bertempat di Hotel Nite & Day, Kota Tanjungpinang. Hasil yang diharapkan dari pelatihan ini adalah peningkatan kemampuan para pelaku industri pariwisata dalam merencanakan dan mengelola bisnis pariwisata secara efektif, meningkatkan kualitas produk pariwisata serta meningkatkan daya saing destinasi pariwisata Kota Tanjungpinang secara keseluruhan. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat berkontribusi dalam mengembangkan sektor pariwisata yang berkelanjutan dan berpotensi menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik bagi Kota Tanjungpinang.

**Kata kunci:** Pelatihan, Tata Kelola Destinasi, Pariwisata, Pemasaran.

### ABSTRACT

*Tourism Destination Business Governance and Marketing Training is an important step to increase the growth and development of the tourism sector in Tanjungpinang City.*

*Tanjungpinang City is an area that has tourism potential ranging from natural beauty, cultural diversity, and also history. However, challenges in managing sustainable tourism destinations that can generate maximum profits are still a problem faced by tourism industry players. The aim of this training is to provide tourism industry players with a better understanding of the concepts and practices of effective business governance. In addition, this training is also expected to be able to provide an overview in developing strategies for developing sustainable tourism destinations. Another benefit that can be drawn from this training is strengthening their ability to manage key aspects such as tourism marketing, human resource management, tourism product development, and maintenance of tourism infrastructure. The method used in this training is conducting Community Service (PKM) by collaborating with the Tanjungpinang City Culture and Tourism Office. This training is specifically aimed at Tourism industry players in Tanjungpinang City by conducting presentations, case studies, group discussions, and practical exercises to enable participants to understand the concepts taught in more depth and apply them in the context of Tanjungpinang City. The number of participants in this activity was 40 people and the time of implementation of the activity was from 14 to 16 March 2023, at the Nite & Day Hotel, Tanjungpinang City. The results of this training are increasing the ability of tourism industry players to plan and manage the tourism business effectively, improve the quality of tourism products and increase the competitiveness of tourism destinations in Tanjungpinang City as a whole. Thus, this training is expected to contribute to developing a sustainable tourism sector and has the potential to produce better economic growth for the City of Tanjungpinang.*

**Keywords:** *Training, Destination Governance, Tourism, Marketing.*

## PENDAHULUAN

Pariwisata adalah industri yang berkaitan dengan perjalanan dan kunjungan orang ke tempat-tempat yang dianggap menarik secara budaya, sejarah, alam, atau hiburan. Secara lebih spesifik, pariwisata melibatkan aktivitas perjalanan jarak jauh atau lokal, yang meliputi kunjungan ke tempat wisata, penginapan, rekreasi, makanan dan minuman, transportasi, dan berbagai layanan terkait lainnya. Pariwisata tidak hanya mencakup wisatawan yang berkunjung dari luar daerah atau negara, tetapi juga wisatawan lokal yang melakukan perjalanan untuk rekreasi atau liburan di daerah mereka sendiri. Pariwisata dapat melibatkan berbagai macam aktivitas, seperti mengunjungi atraksi wisata, menikmati keindahan alam, berpartisipasi dalam kegiatan budaya atau olahraga, dan menjelajahi tempat-tempat bersejarah. Tujuan utama pariwisata adalah memberikan pengalaman yang memuaskan bagi wisatawan, baik dalam hal hiburan, relaksasi, pendidikan, atau kepuasan budaya. Selain itu, pariwisata juga berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan daerah, dan mempromosikan warisan budaya dan alam suatu tempat. Menurut Pitana dalam (Haki et al., 2021) menyatakan bahwa definisi pariwisata

yang dikemukakan mengandung beberapa unsur pokok, yaitu (1) Adanya perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ketempat lain (2) Adanya unsur tinggal sementara di tempat yang bukan tempat tinggal nya (3) Tujuan utama atau pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari atau penghidupan pekerjaan ditempat yang akan dituju.

Dalam pengembangan industri pariwisata, perhatian diberikan pada upaya pelestarian lingkungan alam, kelestarian budaya, serta kesejahteraan sosial masyarakat setempat. Pendekatan yang berkelanjutan dalam pariwisata berusaha menjaga keseimbangan antara

pengembangan ekonomi dengan perlindungan lingkungan dan keberlanjutan sosial dalam jangka panjang. Dengan demikian, pariwisata mencakup berbagai aspek, seperti manajemen destinasi, promosi pariwisata, pengembangan infrastruktur, pelestarian budaya, pengelolaan lingkungan, pemasaran dan penjualan, serta pengalaman pengunjung. Semua aspek ini berkontribusi dalam menciptakan pengalaman pariwisata yang positif dan berkesan bagi wisatawan serta memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi komunitas lokal dan lingkungan di sekitarnya. Menurut (Lubis, 2018) destinasi pariwisata adalah suatu wilayah yang mempunyai keunikan dan keunggulan yang mampu membuat wisatawan berkunjung ke tempat tersebut untuk beberapa waktu dan memiliki fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan pariwisata.

Pada pelatihan Tata Kelola Bisnis dan Pemasaran Destinasi Pariwisata di Kota Tanjungpinang. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang tata kelola bisnis dan strategi pemasaran yang efektif dalam konteks pariwisata di Kota Tanjungpinang. Sebagai salah satu destinasi pariwisata yang menarik di Indonesia, Kota Tanjungpinang memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisatanya. Namun, untuk mencapai potensi tersebut, diperlukan pemahaman yang baik tentang tata kelola bisnis dan pemasaran yang efektif. Menurut (Rahayu et al., 2021) Tata Kelola adalah kombinasi proses dan struktur untuk menginformasikan, mengarahkan, mengelola dan memantau kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan. Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat (Riyadi, 2016), sedangkan pemasaran adalah Pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan (needs) dan inginkan (wants) dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukar produk yang bernilai dengan pihak lain (Rahim & Mohamad, 2021). Jadi tata kelola bisnis dan pemasaran adalah kombinasi proses dan struktur untuk menginformasikan, mengarahkan, mengelola dan memantau kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan bisnis dan pemasaran.

Pelatihan ini akan memberikan pandangan menyeluruh tentang aspek-aspek kunci dalam mengelola bisnis pariwisata, mulai dari perencanaan strategis hingga pelaksanaan taktis. Belajar tentang manajemen sumber daya, pengembangan produk pariwisata yang menarik, pengelolaan keuangan yang efisien, serta strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik destinasi. Selain itu, pelatihan ini juga akan membahas isu-isu khusus yang berkaitan dengan tata kelola bisnis dan pemasaran destinasi pariwisata di Kota Tanjungpinang. Mempelajari tentang upaya pelestarian budaya dan lingkungan, pengembangan infrastruktur pariwisata yang berkelanjutan, serta pelibatan komunitas lokal dalam industri pariwisata. Pelatihan ini melibatkan para ahli dan praktisi terbaik di bidang pariwisata sebagai narasumber dalam pelatihan ini. Mereka akan berbagi pengetahuan, pengalaman, dan praktik terbaik dengan peserta, sehingga peserta pelatihan dapat mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang tata kelola bisnis dan pemasaran destinasi pariwisata. Dengan mengikuti pelatihan ini, peserta akan memiliki kesempatan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola bisnis pariwisata yang sukses di Kota Tanjungpinang. Pelatihan ini juga akan memberikan platform untuk berbagi pengalaman dan jaringan dengan para profesional pariwisata lainnya. Penulis berharap bahwa setelah mengikuti pelatihan ini, para peserta akan dapat mengimplementasikan strategi yang efektif dan berkelanjutan dalam mengelola bisnis pariwisata di Kota Tanjungpinang.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Politeknik Bintang Cakrawala, merespon akan kepedulian tersebut dengan menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa “Pelatihan Tata Kelola Bisnis dan Pemasaran Destinasi Pariwisata di Kota Tanjungpinang”.

Maksud dan tujuan dari Pelatihan Tata Kelola Bisnis dan Pemasaran Destinasi Pariwisata di Kota Tanjungpinang ini adalah (1) Para peserta diharapkan mengetahui karakteristik bisnis pariwisata dan komponen pembentuknya (2) Prinsip-prinsip dan etika dalam penyelenggaraan bisnis dalam pariwisata (3) Dukungan SDM dalam penyelenggaraan bisnis pariwisata yang berdaya saing (4) Mengetahui Pemasaran Pariwisata (5) Mengetahui praktek bisnis pariwisata di Indonesia dan dunia (6) Mengetahui pelayanan pariwisata (7) Mengetahui permasalahan dan tantangan dalam pengembangan bisnis pariwisata di Indonesia. Sasaran kegiatan pelatihan ini adalah pelaku industri pariwisata kota Tanjungpinang.

## METODE

Kegiatan “Pelatihan Tata Kelola Bisnis dan Pemasaran Destinasi Pariwisata di Kota Tanjungpinang” ini diselenggarakan secara tatap muka, dan diikuti oleh 40 (empat puluh) peserta dari pelaku industri pariwisata yang ada di Kota Tanjungpinang. Waktu pelaksanaan kegiatan mulai dari tanggal 14 sampai 16 Maret 2023, bertempat di hotel Nite & Day, Kota Tanjungpinang. Agenda kegiatan yang dilaksanakan pada tanggal 14 sampai dengan 16 Maret 2023, adalah sebagai berikut :

- 1) Hari ke - 1, tanggal 14 Maret 2023 : Mengetahui karakteristik bisnis pariwisata dan komponen pembentuknya, Prinsip-prinsip dan etika dalam penyelenggaraan bisnis dalam Pariwisata.
- 2) Hari ke - 2, tanggal 15 Maret 2023 : Dukungan SDM dalam penyelenggaraan bisnis pariwisata yang berdaya saing Mengetahui Pemasaran Pariwisata, Mengetahui praktek bisnis pariwisata di Indonesia dan dunia.
- 3) Hari ke - 3, tanggal 16 Maret 2023 : Pelayanan Pariwisata, Mengetahui permasalahan dan tantangan dalam pengembangan bisnis pariwisata di Indonesia.

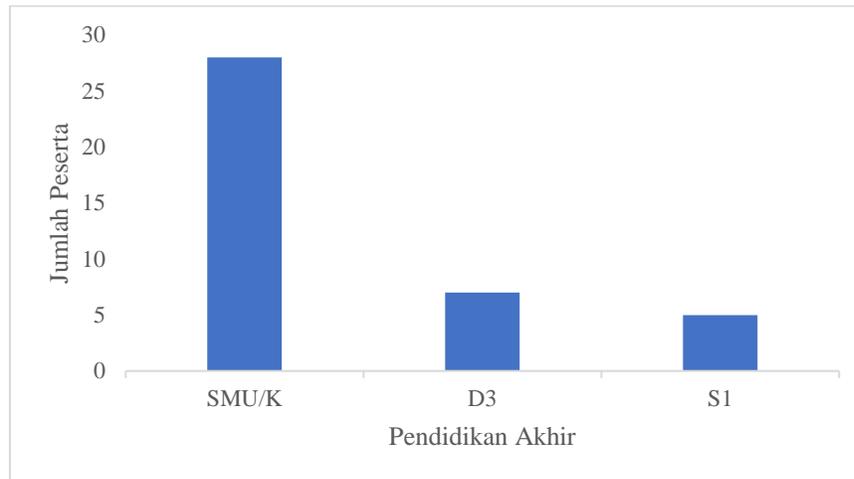
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Peserta

Jumlah peserta dalam kegiatan tersebut sebanyak 40 (empat puluh) peserta, pelaku industri pariwisata. Hal ini sangat menarik ternyata semua peserta dari industri yang diundang dalam kegiatan ini, mengirimkan perwakilannya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku industri pariwisata sangat peduli terhadap pengembang pariwisata di Kota Tanjungpinang.

Berdasarkan data Pendidikan Akhir dari peserta pelatihan, dapat disampaikan bahwa sebagai besar Pendidikan akhir peserta adalah dari Sekolah Mengah Umum/Kejuruan, dengan penjelasan seperti pada gambar-1 berikut :

Gambar-1 Peserta berdasarkan Pendidikan Akhir

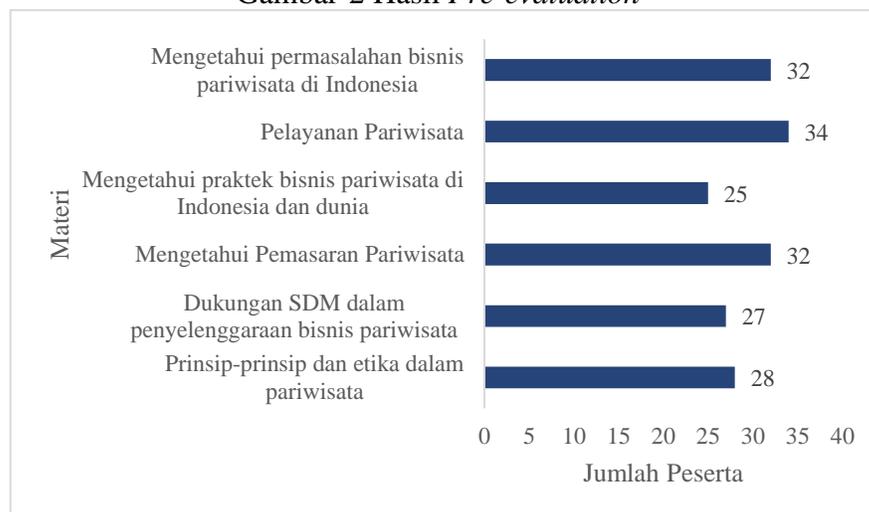


Sumber : Data di olah oleh Tim PKM

### Pre-Evaluation

Sebelum melakukan kegiatan pelatihan, tim PKM melakukan *pre-evaluation* kepada seluruh peserta terhadap pemahaman materi yang akan diberikan. Dari hasil *pre-evaluation* tersebut bahwa pada materi “Pelayanan Pariwisata” merupakan materi yang paling banyak dipahami oleh peserta pelatihan dan materi mengetahui praktek bisnis pariwisata di Indonesia dan dunia, merupakan materi yang paling tidak dipahami oleh peserta. Berikut dapat dijelaskan pada gambar-2 :

Gambar-2 Hasil Pre-evaluation



Sumber : Data di olah oleh Tim PKM

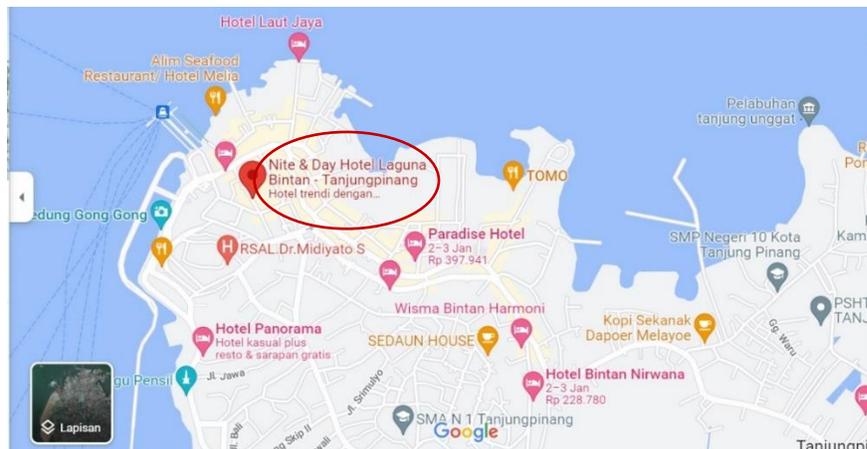
## Pelaksanaan Kegiatan

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan tersebut, dilaksanakan sesuai jadwal yang telah dibuat, dengan penjelasan sebagai berikut :

1. *Pre-evaluation* yaitu suatu kegiatan evaluasi yang diberikan kepada para peserta, sebelum kegiatan pelatihan dimulai. Tujuan dari *pre-evaluation* adalah untuk mengetahui sejauh mana pemahaman para peserta pelatihan terhadap materi pelatihan sebelum pelaksanaan pelatihan dimulai. *Pre-evaluation* diberikan dalam bentuk pertanyaan melalui *google form* kepada seluruh peserta pelatihan.
2. Pemaparan Materi yaitu kegiatan didalam pelatihan kepada peserta dengan metode presentasi, diskusi dan tanya jawab dengan peserta pelatihan, untuk menggali permasalahan yang dialami setiap peserta dan kemudian mencari solusinya.
3. Melakukan kegiatan kunjungan ke salah satu destinasi wisata di Kota Tanjungpinang dengan menggali secara langsung dari sisi bisnis dan pemasaran, aspek pelayanan pelanggan dan keberlangsungan pariwisata.
4. *Post-evaluation* yaitu suatu kegiatan yang dilaksanakan setelah pelatihan selesai dilakukan, tujuannya untuk melihat sejauh mana pemahaman terhadap materi yang diberikan selama pelatihan. *Post-evaluation* diberikan dalam bentuk pertanyaan melalui *google form* kepada seluruh peserta pelatihan.

Kegiatan pelatihan bertempat di Hotel Nite & Day, Kota Tanjungpinang. Berikut peta dari lokasi kegiatan tersebut :

Gambar-3 Hotel Nite & Day Kota Tanjungpinang



Sumber : Data di olah oleh Tim PKM

Penjelasan materi yang disampaikan dalam Pelatihan Tata Kelola Bisnis dan Pemasaran Pariwisata tersebut, dapat kami sampaikan sebagai berikut :

### Mengetahui karakteristik bisnis pariwisata dan komponen pembentuknya :

Bisnis pariwisata memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari jenis bisnis lainnya. Berikut adalah beberapa karakteristik bisnis pariwisata beserta komponen pembentuknya : (1) Industri jasa : Bisnis pariwisata termasuk dalam industri jasa karena menyediakan layanan kepada pelanggan. (2) Musiman : Bisnis pariwisata cenderung

mengalami fluktuasi musiman dalam permintaan (3) Ketergantungan pada faktor eksternal : Kesuksesan bisnis pariwisata seringkali tergantung pada faktor-faktor eksternal seperti stabilitas politik, kondisi ekonomi, cuaca, serta faktor-faktor keamanan dan keselamatan. Perubahan dalam faktor-faktor ini dapat memiliki dampak signifikan terhadap industri pariwisata (4) Pemasaran dan promosi: Pemasaran dan promosi merupakan komponen penting dalam bisnis pariwisata. (5) Kualitas layanan: Kualitas layanan yang baik menjadi faktor kunci dalam bisnis pariwisata. (6) Kerjasama lintas sektor: Bisnis pariwisata melibatkan kerjasama antara berbagai sektor seperti pariwisata, transportasi, akomodasi, restoran, dan operator wisata. (7) Keberlanjutan: Dalam era yang semakin sadar lingkungan, keberlanjutan menjadi faktor penting dalam bisnis pariwisata. Program peningkatan pembangunan Indonesia dewasa ini menempatkan sektor pariwisata sebagai salah satu sumber utama pendapatan devisa (Hidayat, 2018).

### **Prinsip-prinsip dan etika dalam penyelenggaraan bisnis dalam pariwisata :**

Dalam penyelenggaraan bisnis dalam industri pariwisata, terdapat prinsip-prinsip dan etika yang penting untuk diperhatikan. Berikut adalah beberapa prinsip dan etika yang relevan dalam bisnis pariwisata : (1) Keberlanjutan : Prinsip keberlanjutan adalah landasan penting dalam bisnis pariwisata. (2) Keberagaman budaya dan penghormatan: Bisnis pariwisata harus menghormati dan menghargai keberagaman budaya, adat istiadat, dan tradisi lokal di destinasi wisata. Penting untuk mempromosikan interaksi yang positif antara wisatawan dan komunitas lokal, serta menghindari perilaku yang dapat merendahkan atau merusak warisan budaya. (3) Kesejahteraan komunitas lokal: Bisnis pariwisata harus memberikan manfaat yang nyata bagi komunitas lokal di destinasi wisata. Hal ini dapat dilakukan melalui pelibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata, menciptakan lapangan kerja lokal, berinvestasi dalam infrastruktur dan pendidikan, serta mendukung pengembangan ekonomi lokal. (4) Keadilan dan kesetaraan: Bisnis pariwisata harus beroperasi dengan prinsip keadilan dan kesetaraan. Tidak boleh ada diskriminasi dalam pelayanan kepada pelanggan. (5) Transparansi dan integritas: Bisnis pariwisata harus beroperasi dengan transparansi dan integritas tinggi. Informasi yang jujur dan akurat harus disampaikan kepada pelanggan mengenai layanan, harga, dan kebijakan perusahaan. Selain itu, praktik bisnis yang adil dan tidak menyesatkan harus dijunjung tinggi. (6) Tanggung jawab sosial: Bisnis pariwisata perlu memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar dan tujuan wisata yang mereka layani masyarakat. (7) Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan: Bisnis pariwisata harus memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan dan memprioritaskan kepuasan mereka. Ini melibatkan pemenuhan harapan pelanggan, responsif terhadap keluhan atau masalah, dan kesediaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan. Pembangunan pariwisata harus berdasarkan kriteria keberlanjutan yang antara lain dapat didukung secara ekologis dalam waktu yang lama, layak secara ekonomi, adil secara etika dan sosial bagi masyarakat setempat (Rudy & Mayasari, 2019).

### **Dukungan SDM dalam penyelenggaraan bisnis pariwisata yang berdaya saing :**

Dalam penyelenggaraan bisnis pariwisata yang berdaya saing, dukungan Sumber Daya Manusia (SDM) yang baik sangat penting. Berikut adalah beberapa aspek penting dalam mendukung SDM dalam bisnis pariwisata yang berdaya saing : (1) Pelatihan dapat meliputi peningkatan keterampilan pelayanan, manajemen operasional, pemasaran, komunikasi, kepemimpinan, dan pemahaman tentang keberlanjutan pariwisata. Pendidikan formal dan pelatihan kontinu harus didorong untuk meningkatkan kompetensi SDM. (2) Keterampilan

Antarbudaya: SDM perlu dilengkapi dengan pengetahuan dan pemahaman tentang keberagaman budaya, adat istiadat, dan sensitivitas budaya untuk memastikan pelayanan yang baik kepada wisatawan internasional maupun lokal. (3) Komunikasi Efektif: SDM harus mampu berkomunikasi dengan jelas, ramah, dan mengerti kebutuhan serta harapan pelanggan. Kemampuan berkomunikasi dalam bahasa asing juga menjadi nilai tambah, terutama bahasa yang umum digunakan di destinasi wisata. (4) Kreativitas dan Inovasi: SDM harus dapat mengembangkan ide-ide baru untuk meningkatkan layanan, menciptakan produk wisata yang unik, dan mengikuti tren terbaru dalam industri pariwisata. (5) Kesadaran Keberlanjutan: Dalam era keberlanjutan, SDM di bisnis pariwisata harus memiliki kesadaran lingkungan dan sosial yang tinggi. (6) Kemampuan Manajerial: SDM yang berdaya saing dalam bisnis pariwisata perlu memiliki kemampuan manajerial yang baik. Ini termasuk keterampilan perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengambilan keputusan, dan kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia, keuangan, serta operasional bisnis secara efisien dan efektif. (7) Penghargaan dan Pengembangan Karier: Memberikan penghargaan kepada SDM yang berprestasi dan memberikan peluang pengembangan karier adalah faktor penting dalam mempertahankan dan memotivasi tenaga kerja yang berkualitas. Program insentif, peluang pelatihan lanjutan, dan jenjang karier yang jelas harus diperhatikan untuk membangun tim SDM yang kompeten dan berdedikasi. Menurut (Setiawan, 2016) SDM merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam memajukan sektor pariwisata. Pentingnya SDM di sektor pariwisata adalah manusia (*people*) merupakan sumber daya yang sangat penting di sebagian besar organisasi. Berdasarkan ke tiga pengertian pariwisata di atas maka yang dimaksud dengan SDM Pariwisata adalah Seluruh aspek manusia yang mendukung kegiatan wisata baik bersifat tangible maupun intangible yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan serta berdampak positif terhadap ekonomi, kesejahteraan, dan kelestarian lingkungan dan budaya di suatu kawasan wisata.

## **Pemasaran Pariwisata**

Berikut adalah beberapa elemen penting dalam pemasaran pariwisata : (1) Segmentasi Pasar : Identifikasi dan pemahaman terhadap segmen pasar potensial adalah langkah awal dalam pemasaran pariwisata. Segmen pasar dapat dibedakan berdasarkan demografi (misalnya usia, jenis kelamin, pendapatan), psikografis (misalnya minat, gaya hidup), atau geografis (misalnya asal negara, wilayah). Dengan memahami karakteristik dan kebutuhan setiap segmen pasar, pemasaran dapat lebih terarah dan efektif (2) Branding Destinasi: Membangun merek atau citra destinasi yang kuat dan menarik adalah penting dalam pemasaran pariwisata. Branding destinasi melibatkan pengembangan identitas yang konsisten, termasuk logo, slogan, warna, dan pesan yang mencerminkan nilai dan daya tarik unik destinasi tersebut. Merek yang kuat membantu menarik perhatian wisatawan dan membedakan destinasi dari pesaing. (3) Komunikasi Pemasaran: Komunikasi pemasaran melibatkan berbagai saluran dan alat untuk menyampaikan pesan kepada calon wisatawan. Ini dapat mencakup media cetak, media elektronik (TV, radio), media sosial, situs web destinasi, kampanye iklan, pameran pariwisata, dan kerjasama dengan agen perjalanan atau mitra bisnis lainnya. (4) Konten Digital: Dalam era digital, konten berkualitas tinggi sangat penting dalam pemasaran pariwisata. Destinasi perlu memiliki kehadiran yang kuat di platform digital seperti situs web, blog, media sosial, dan kanal video. Konten yang menarik, informatif, dan visual menarik dapat mempengaruhi minat wisatawan dan membantu mereka membuat keputusan perjalanan. Foto, video, cerita perjalanan, ulasan, dan panduan wisata menjadi elemen penting dalam konten digital (5)

Kerjasama Industri: Kerjasama dengan pihak-pihak terkait industri pariwisata, seperti agen perjalanan, maskapai penerbangan, hotel, restoran, dan operator wisata, dapat membantu memperluas jangkauan pemasaran dan mencapai audiens yang lebih luas. Kemitraan ini dapat mencakup promosi bersama, paket wisata kolaboratif, dan program afiliasi untuk saling mempromosikan dan memperkuat citra destinasi. (6) Pengelolaan Reputasi Online: Ulasan dan testimoni wisatawan memiliki pengaruh besar dalam keputusan perjalanan. Oleh karena itu, penting untuk mengelola reputasi online destinasi melalui ulasan wisatawan di *platform* seperti *TripAdvisor*, *Google Reviews*, dan media sosial. (7) Pemasaran Pengalaman : lebih dari sekadar destinasi fisik, pemasaran pariwisata juga berfokus pada pemasaran pengalaman. Membangun program dan aktivitas yang unik dan berkesan, seperti tur budaya, petualangan alam, festival, atau kuliner lokal, dapat menarik minat wisatawan yang mencari pengalaman yang berbeda dan autentik. Menurut (Morissan, 2010) dalam (Widiastini, Ni Made Ary; Andiani, 2012) Bauran pemasaran yang digunakan oleh para pelaku industri pariwisata untuk memasarkan produk wisata di-kenal dengan istilah *tourism marketing mix* 8P. Bauran pemasaran dalam pariwisata terdiri dari 8P, yaitu: *product, partnership, people, packag-ing, programming, place, promotion, dan price.*

## **Pelayanan Pariwisata**

Pelayanan pariwisata adalah aspek penting dalam industri pariwisata yang melibatkan interaksi antara penyedia layanan pariwisata dan wisatawan. Pelayanan yang baik memberikan pengalaman positif kepada wisatawan dan dapat berkontribusi pada kepuasan pelanggan, reputasi destinasi, dan kesuksesan bisnis pariwisata. Berikut adalah beberapa prinsip dan komponen penting dalam pelayanan pariwisata : (1) Kehangatan dan Keramahan : Pelayanan pariwisata yang baik harus dilakukan dengan sikap yang ramah, ramah tamah, dan penuh kehangatan. Wisatawan harus merasa disambut dan dihargai saat berinteraksi dengan staf pariwisata. Sikap keramahan yang tulus dapat menciptakan atmosfer yang positif dan membuat wisatawan merasa nyaman. (2) Pengetahuan dan Informasi : Staf pariwisata harus memiliki pengetahuan yang baik tentang destinasi dan fasilitas pariwisata yang mereka layani. Mereka harus dapat memberikan informasi yang akurat, berguna, dan terkini kepada wisatawan tentang atraksi wisata, acara, transportasi, akomodasi, dan layanan lainnya. Keahlian komunikasi yang efektif penting dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan mengatasi pertanyaan atau masalah yang mungkin timbul (3) Responsif dan Tanggap : Pelayanan pariwisata yang responsif melibatkan kemampuan untuk merespons dengan cepat dan efisien terhadap kebutuhan, permintaan, atau keluhan wisatawan. Staf pariwisata harus siap memberikan bantuan atau solusi saat diperlukan, mengelola keluhan dengan baik, dan menjaga komunikasi yang terbuka dan jelas dengan wisatawan. (4) Personalisasi: Setiap wisatawan adalah individu yang unik dengan preferensi dan kebutuhan yang berbeda. Pelayanan pariwisata yang baik mencoba untuk memahami dan memenuhi kebutuhan khusus wisatawan. Dengan mendengarkan dan merespons preferensi wisatawan, staf pariwisata dapat menciptakan pengalaman yang lebih personal dan memuaskan. (5) Keamanan dan Kesejahteraan: Pelayanan pariwisata juga melibatkan keamanan dan kesejahteraan wisatawan. Staf pariwisata harus memastikan bahwa wisatawan merasa aman dan terlindungi selama kunjungan mereka. Ini meliputi pengawasan keamanan, memberikan informasi tentang aspek keamanan, dan memberikan panduan keselamatan yang diperlukan. (6) Kesadaran Keberlanjutan: Dalam era keberlanjutan, pelayanan pariwisata yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan budaya menjadi penting. Staf pariwisata harus menjadi agen perubahan yang mempromosikan praktik

pariwisata berkelanjutan, seperti penggunaan energi yang efisien, pengelolaan limbah yang baik, dan penghargaan terhadap keberagaman budaya dan lingkungan. (7) Evaluasi dan Peningkatan: Pelayanan pariwisata yang baik melibatkan evaluasi berkelanjutan dan upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Melalui umpan balik dari wisatawan, evaluasi kinerja internal, dan analisis data, staf pariwisata dapat mengidentifikasi area peningkatan dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan pelayanan mereka. Kualitas pelayanan atau jasa merupakan salah satu faktor terpenting dalam pengukuran akan kepuasan. Untuk mengukur kualitas jasa ada beberapa metode yang digunakan diantaranya Model SERVQUAL dibangun dari perbandingan dua faktor, yaitu: persepsi pelanggan atas jasa nyata yang mereka terima (*perceived service*) dengan jasa yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Bila kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan bermutu. Sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Dan dikatakan memuaskan apabila kenyataan sama dengan harapan (Wirajaya, 2013).

## **Mengetahui permasalahan dan tantangan dalam pengembangan bisnis pariwisata di Indonesia**

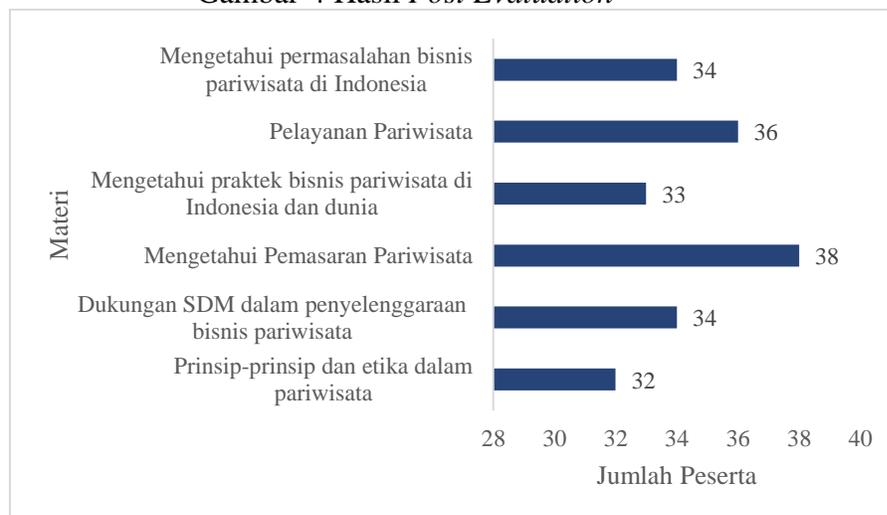
Pengembangan bisnis pariwisata di Indonesia menghadapi berbagai permasalahan dan tantangan yang perlu diperhatikan. Berikut adalah beberapa di antaranya : (1) Infrastruktur yang kurang memadai: Salah satu tantangan utama dalam pengembangan bisnis pariwisata di Indonesia adalah infrastruktur yang masih kurang memadai. Ketersediaan akses transportasi yang terbatas, kualitas jalan yang buruk, dan infrastruktur pendukung seperti listrik dan air yang tidak stabil di beberapa daerah dapat menghambat pertumbuhan pariwisata. (2) Kualitas Sumber Daya Manusia: Keberhasilan bisnis pariwisata sangat tergantung pada kualitas sumber daya manusia (SDM) yang terlibat. Namun, masih ada kekurangan dalam peningkatan keterampilan dan pengetahuan SDM dalam industri pariwisata. Pelatihan yang lebih baik diperlukan untuk meningkatkan standar pelayanan, keterampilan antarbudaya, manajemen pariwisata, dan keberlanjutan lingkungan. (3) Pengelolaan Destinasi yang Tepat: Beberapa destinasi pariwisata di Indonesia menghadapi masalah pengelolaan yang tidak memadai. *Overcrowding*, pencemaran lingkungan, pengelolaan limbah yang buruk, dan kurangnya pemeliharaan infrastruktur adalah beberapa isu yang perlu ditangani dengan lebih baik untuk menjaga keberlanjutan dan daya tarik destinasi. (4) Pemasaran dan Promosi yang Efektif: Pemasaran dan promosi destinasi pariwisata Indonesia perlu ditingkatkan. Promosi yang tepat dan efektif melalui saluran digital, media sosial, dan kampanye pemasaran global akan membantu meningkatkan daya tarik dan kesadaran destinasi Indonesia di tingkat internasional. Kerjasama dengan agen perjalanan dan mitra bisnis juga penting untuk mencapai *audiens* yang lebih luas. (5) Pengembangan Produk Wisata Berkelanjutan: Untuk menjaga daya tarik dan keunggulan kompetitif, bisnis pariwisata di Indonesia perlu mengembangkan produk wisata yang berkelanjutan. Ini melibatkan pengembangan atraksi wisata yang ramah lingkungan, mempromosikan budaya lokal, melibatkan komunitas lokal, dan mempertimbangkan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam setiap pembangunan baru. (6) Perizinan dan Regulasi yang Kompleks : Beberapa perizinan dan regulasi yang kompleks dapat menjadi hambatan bagi pengembangan bisnis pariwisata di Indonesia. Proses perizinan yang panjang dan birokratis dapat memperlambat investasi dan pembangunan infrastruktur pariwisata. Upaya untuk menyederhanakan perizinan dan regulasi akan membantu meningkatkan iklim investasi dan pertumbuhan pariwisata. (7) Keamanan dan Stabilitas: Faktor keamanan dan stabilitas politik

juga mempengaruhi pengembangan bisnis pariwisata di Indonesia. Konflik sosial, bencana alam, dan isu keamanan dapat menghambat kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, penting untuk menjaga kestabilan dan meningkatkan keamanan untuk menarik wisatawan dan membangun kepercayaan terhadap destinasi pariwisata Indonesia.

### **Post-Evaluation**

Setelah melakukan kegiatan pelatihan, tim PKM melakukan *post-evaluation* kepada seluruh peserta terhadap pemahaman materi. suatu kegiatan yang dilaksanakan setelah pelatihan selesai dilakukan, tujuannya untuk melihat sejauh mana pemahaman terhadap materi yang diberikan selama pelatihan. Hasilnya, ternyata terjadi peningkatan yang signifikan terhadap pemahaman materi yang diberikan selama pelatihan. *post-evaluation* diberikan dalam bentuk pertanyaan melalui *google form* kepada seluruh peserta pelatihan. Hasil *post-evaluation* tersaji pada gambar-4 berikut :

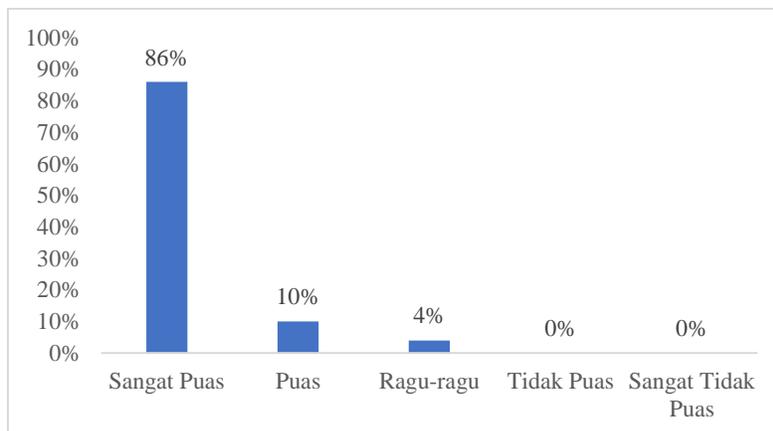
Gambar-4 Hasil *Post Evaluation*



Sumber : Data di olah oleh Tim PKM

### **Evaluasi terhadap keseluruhan Pelaksanaan Pelatihan**

Pada evaluasi kepuasan peserta terhadap keseluruhan pelaksanaan pelatihan, menunjukkan bahwa hampir seluruh peserta menyatakan merasa puas terhadap pelaksanaan kegiatan pelatihan tersebut, dimana 86% peserta menyatakan Sangat Puas dan 10% menyatakan Puas. Hasil evaluasi kepuasan keseluruhan pelaksanaan kegiatan, dapat disajikan pada Gambar-5, berikut



Sumber : Data di olah oleh Tim PKM

Gambar-5 Foto kegiatan Pelatihan



Pelatihan Tata Kelola Bisnis dan Pemasaran Pariwisata

## SIMPULAN

1. Dari hasil *post-evaluation* yang dilakukan setelah kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan, dapat dilihat bahwa jumlah peserta yang memahami terhadap materi pelatihan mengalami peningkatan dibandingkan pada hasil *pre-evaluation*, hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pelatihan berjalan dengan baik.
2. Pada pelaksanaan praktek kegiatan kunjungan ke salah satu destinasi wisata, seluruh peserta sangat antusias dan menjalankan sesuai dengan materi paparan yang telah diberikan, hal ini menunjukkan bahwa isi materi, cara penyampaian dan penguasaan materi dari narasumber sangat baik.
3. Pelatihan Tata Kelola Bisnis dan Pemasaran Pariwisata secara terjadwal diberikan kepada pelaku industri pariwisata, yang tujuannya untuk menyiapkan SDM pariwisata yang memiliki kompetensi yang dibutuhkan industri.
4. Pelatihan Tata Kelola Bisnis dan Pemasaran Pariwisata diharapkan dapat meningkatkan kunjungan Wisatawan di Kota Tanjungpinang.
5. Pelatihan Tata Kelola Bisnis dan Pemasaran Pariwisata sebagai salah satu cara meningkatkan kapasitas SDM Pariwisata yang ada di Kota Tanjungpinang diharapkan menjadi agenda rutin agar Pariwisata di Kota Tanjungpinang semakin maju dan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Haki, A. Y., . S., & Budianto, A. E. (2021). Implementasi Metode Smart Pada Sistem Pendukung Keputusan Objek Wisata Di Kabupaten Timor Tengah Utara. *Kurawal - Jurnal Teknologi, Informasi Dan Industri*, 4(2), 82–91. <https://doi.org/10.33479/kurawal.v4i2.458>
- Hidayat, S. (2018). Model Pengembangan Pramuwisata Olahraga Dalam Bisnis Pariwisata Di Provinsi Bali. *Jurnal Penjakora*, 5(1), 8–16.
- Lubis, M. Z. M. (2018). Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis Ovop (One Village One Product). *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 3(1), 30–47.
- Rahayu, E., Risnawati, R., & Rahmadani, N. (2021). Pelatihan Tata Kelola Keuangan Umkm. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 254–258. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i2.1710>
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Riyadi, F. (2016). Urgensi Manajemen Dalam Bisnis Islam. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 65. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1472>
- Rudy, D. G., & Mayasari, I. D. A. D. (2019). Prinsip - Prinsip Kepariwisata dan Hak Prioritas Masyarakat dalam Pengelolaan Pariwisata berdasarkan Undang - Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. *Jurnal Kertha Wicaksana*, 13(10), 73–84.
- Setiawan, I. R. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 1(1), 23–35. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/301>
- Widiastini, Ni Made Ary; Andiani, N. D. T. (2012). Strategi Pemasaran Pariwisata Di Kabupaten Buleleng, Bali. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 1–19.
- Wirajaya, Y. (2013). Analisis Kepuasan Wisatawan Mancanegara terhadap Kualitas Pelayanan Pariwisata. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2, 95–109.