

**OPTIMALISASI TUGAS DAN FUNGSI BIDANG PEMASARAN
DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA DI KABUPATEN HALMAHERA UTARA
(Studi tentang Komunikasi Pemasaran pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan)**

Oleh:

Friska F. Mokola (e-mail: friskamokola@gmail.com)

Adelien Walandouw

Jefry W Londa (e-mail: jeffrylonda@yahoo.com)

Abstract

Optimization of Duties and Functions of Marketing In Promoting Tourism In North Halmahera (Marketing Communication Studies at the Office of Tourism and Culture District. Halut). This study aimed to: identify factors causing less optimal duties and functions of marketing in promoting tourism in the district of North Halmaheta, knowing how efforts to optimize the tasks and functions of marketing in tourism promotion in northern Halmahera.

This study uses the theory of motivation with qualitative research methods. The subject of research are employees of the Department of Tourism North Halmahera, especially in marketing amounted to 7 people and all of them serve the research informants.

The results showed that the factors causing less optimal duties and functions that the quality of human resources that tourism is still low, the lack of community participation, and northern Halmahera not sufficiently known in the field of tourism in Indonesia because it is still relatively new district. Efforts to optimize the tasks and functions in the promotion of tourism is through iven or exhibitions or via the Internet/website.

It is necessary for improving the quality of tourism human resources and community participation in the development of culture and tourism of North Halmahera region to the more widely known in Indonesia and overseas.

Keywords: Optimization, Marketing, Promoting, Tourism.

Abstrak

Optimalisasi Tugas dan Fungsi Bidang Pemasaran Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kabupaten Halmahera Utara (Studi Tentang Komunikasi Pemasaran Pada Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kab. Halut). Penelitian ini ditujukan untuk : mengetahui faktor penyebab kurang optimalnya tugas dan fungsi bidang pemasaran dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Halmaheta Utara, mengetahui bagaimanakah upaya mengoptimalkan tugas dan fungsi bidang pemasaran dalam promosi pariwisata di Halmahera utara.

Penelitian ini menggunakan teori motivasi dengan metode penelitian kualitatif. Adapun yang menjadi subjek penelitian yaitu pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Halmahera Utara, khususnya bidang pemasaran berjumlah 7 orang dan semuanya dijadikan informan penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor penyebab kurang optimalnya tugas dan fungsi yaitu kualitas SDM pariwisata yang masih rendah, kurangnya peran serta masyarakat, dan Kabupaten Halmahera utara belum cukup dikenal dalam bidang pariwisata di Indonesia karena masih tergolong Kabupaten baru. Upaya untuk mengoptimalkan tugas dan fungsi dalam promosi pariwisata yaitu lewat iven atau pameran maupun lewat internet/website.

Untuk itu diperlukan peningkatan kualitas SDM pariwisata dan peran serta masyarakat dalam mengembangkan kebudayaan dan pariwisata daerah agar Kabupaten Halmahera Utara semakin dikenal luas di Indonesia maupun mancanegara.

Kata Kunci : Optimalisasi, Pemasaran, Mempromosikan, Pariwisata.

PENDAHULUAN

Menurut Arman Hakim Nasution, Dkk. (2006), Pemasaran adalah suatu proses sosial untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan (*need*) dan inginkan (*want*) dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dengan pihak lain. Dalam berbagai bidang kehidupan, pemasaran bisa berjalan dengan baik jika didukung dengan proses komunikasi yang baik, hal tersebut terjadi karena menurut Sendjaja (1996) Komunikasi adalah prasyarat kehidupan manusia.

Salah satu bidang yang saat ini cukup memberikan tempat yang baik bagi proses komunikasi pemasaran adalah bidang atau sektor pariwisata. Di Indonesia, sektor pariwisata semakin menduduki peranan yang penting dan mendapat perhatian khusus dari pemerintah. Ditambah lagi dengan kegoncangan ekonomi yang terjadi di Indonesia belakangan ini, maka salah satu sektor yang diharapkan dapat membantu pemerintah dalam mengatasi masalah moneter tersebut adalah sektor pariwisata Indonesia yang dijadikan sebagai tempat tujuan wisata oleh para wisatawan karena alamnya, budayanya dan tujuan lainnya seperti *shopping* (belanja) atau berbisnis.

Dalam perkembangan globalisasi dewasa ini, industri pariwisata merupakan tolak-ukur untuk pembangunan di Indonesia. Tidak dapat di pungkiri bahwa saat ini banyak objek-objek wisata yang dijadikan sebagai omset atau pendapatan suatu negara atau daerah dan juga meningkatkan taraf hidup masyarakat serta membuka peluang kerja bagi masyarakat setempat dan sekaligus menjadi lahan pekerjaan masyarakat. Selain itu juga kurangnya fasilitas yang dapat di gunakan dalam mendukung pengelolaan serta promosi sektor pariwisata, mengakibatkan objek - objek tersebut kurang di kenal oleh wisatawan domestik maupun internasional.

Salah satu faktor yang dapat meningkatkan pertumbuhan sektor pariwisata adalah melalui pemanfaatan sarana komunikasi yang baik. Jika komunikasi bisa dijalankan dengan baik, maka sesuatu produk yang hendak dipasarkan bisa diterima dengan baik. Promosi pariwisata bisa berjalan dengan baik jika komunikasi yang digunakan juga berjalan dengan baik. Oleh karena itu maka dalam konteks pemasaran sektor pariwisata, maka prasyarat yang harus dilaksanakan adalah komunikasi.

Dalam bidang pariwisata, kadang kala promosi pariwisata kurang berjalan dengan baik atau dengan kata lain kurang dioptimalkan dengan baik karena bidang pemasaran kurang memainkan perannya dengan baik. Misalnya dalam hal pemasaran atraksi wisata budaya lokal yang saat ini kurang diperhatikan, atau juga dalam hal pemasaran sektor wisata alam yang kurang berjalan dengan baik. Hal ini tentu selain ditunjang oleh kebijakan bidang pemasaran pariwisata, juga sangat ditunjang oleh sarana komunikasi dari bidang pemasaran pariwisata untuk mempromosikan aset wisata daerah yang bisa dijadikan sumber pendapatan daerah.

Contoh konkret yang bisa dikemukakan di sini adalah kurang optimalnya tugas dan fungsi bidang pemasaran pariwisata untuk memberikan kebijakan atau mengkomunikasikan keberadaan aset wisata lokal yang menunjang pariwisata seperti batu alam Halmahera yang saat ini cukup terkenal dalam bisnis perhiasan modern namun kurang diperhatikan, atau juga aset wisata pantai dan seni tari khas daerah Halmahera Utara. Sebagai sebuah wilayah yang dikelilingi laut, Halmahera Utara banyak memiliki tempat-tempat wisata pantai yang indah dan memiliki nilai komersial jika mampu dipromosikan dengan baik melalui optimalisasi komunikasi pariwisata, demikian halnya juga dengan aset

wisata budaya seperti seni tari dan peninggalan-peninggalan purba kala yang memiliki nilai pariwisata.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk menulis skripsi ini dengan mengangkat judul: Optimalisasi Tugas Dan Fungsi Bidang Pemasaran Dalam Mempromosikan Pariwisata Di Kabupaten Halmahera Utara (Studi Tentang Komunikasi Pemasaran Pada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Halut)

TINJAUAN PUSTAKA

1. Promosi dan Pemasaran

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Pemasaran (*marketing*) dapat diartikan sebagai cara-cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam menjual produknya. Selain itu, ada juga yang berpendapat bahwa pengertian pemasaran adalah usaha promosi atau caraperusahaan dalam mempengaruhi konsumen agar membeli produknya.

2. Teori Motivasi

Teori komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori motivasi. Hal ini karena yang hendak diteliti adalah peran dan fungsi bidang pemasaran. Menurut Romli (2011: 79-82), Motivasi dipengaruhi faktor intern dan faktor ekstern.

Faktor internal yang dapat mempengaruhi pemberian motivasi pada seseorang antara lain:

- Keinginan untuk dapat hidup
- Keinginan untuk dapat memiliki
- Keinginan untuk memperoleh penghargaan
- Keinginan untuk memperoleh pengakuan
- Keinginan untuk berkuasa

Sedangkan faktor eksternal yang dapat berpengaruh motivasi seseorang meliputi:

- Kondisi lingkungan kerja
- Kompensasi yang memadai
- Supervisi yang baik
- Adanya jaminan pekerjaan
- Status dan tanggungjawab

METODE PENELITIAN

1. Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kualitatif. Menurut Sugiyono, Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. (Sugiyono, 2010: 8-9).

Alasan penulis menggunakan metode kualitatif adalah karena masalah yang akandihadapi sangat holistic (menyeluruh), kompleks, dan dinamis. Selain itu, peneliti bermaksud mengetahui dan memahami situasi objek penelitian secara lebih mendalam.

2. Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian adalah Dinas Pariwisata, Pemerintah Kabupaten Halmahera Utara, Provinsi Maluku Utara. Waktu penelitian dilakukan sejak bulan Desember 2014 sampai dengan Maret 2015.

3. Subjek Penelitian

Subjek atau sasaran penelitian merupakan sesuatu hal yang sangat vital dalam sebuah penelitian. Penetapan subjek penelitian yang tepat akan mempengaruhi ketepatan hasil penelitian. Oleh karena itu, maka untuk mendukung penelitian ini ditetapkan subjek penelitian. Adapun yang menjadi subjek dari penelitian ini adalah pegawai Dinas Pariwisata Kabupaten Halmahera Utara, khususnya bidang pemasaran yang berjumlah 7 orang dan semuanya dijadikan sebagai informan penelitian.

4. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah:

- 1 orang Kepala Bidang Pemasaran
- 6 orang Staf Bidang Pemasaran

5. Fokus Penelitian

Fokus utama penelitian ini akan diarahkan pada beberapa hal, yakni:

- Bagaimanakah Faktor-faktor penyebab kurang optimalnya tugas dan fungsi bidang pemasaran dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Halmahera Utara; dan
- Bagaimanakah upaya mengoptimalkan Tugas dan Fungsi bidang Pemasaran dalam promosi pariwisata di Kabupaten Halmahera Utara.

6. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2010: 225), teknik pengumpulan data yang bisa digunakan dalam penelitian deskriptif maupun kualitatif adalah Observasi Partisipasi (*participan Observation*), wawancara mendalam (*in depth Interview*), dan studi dokumentasi. Namun dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara mendalam dan studi dokumentasi.

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba antara lain: mengonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain – lain (Lincoln dan Egon, 1985 ; 226).

Studi dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui arsip–arsip tertulis yang berasal dari sumber. Adapun dokumentasi yang dimaksud adalah

mengumpulkan data – data seperti catatan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, foto dalam bentuk objek wisata, serta dokumen – dokumen kantor.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang temuan-temuan yang berdasarkan permasalahan yang diteliti. Analisa data menurut Patton (dalam Moelong, 2007:103) adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan urutan dasar.

Dalam penelitian kualitatif, analisa dilakukan sepanjang penelitian berlangsung. Sejak pengumpulan data dimulai, analisis data dilangsungkan secara terus menerus hingga pembuatan laporan penelitian. Laporan itu hendaknya merupakan penyajian data secara analitis dan deskriptif yang telah dikumpulkan dan ditafsirkan secara sistematis (Furchan, 1992:233).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif diperlukan informan penelitian, sebagai sumber informasi data yang didapatkan oleh penelitian melalui teknik pengumpulan data dengan wawancara (*interview*), untuk mendapatkan data yang valid dan bisa dipercaya, diperlukan penentuan informan awal yang tepat.

Informan penelitian yang dalam penelitain ini antara lain dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel Informan Penelitian

NO	NAMA	JABATAN	GOLONGAN	Pendidikan
1	Rajab Hamisi, BA	Kepala Bidang Pemasaran	Penata Tkt. I III/d	Sarjana Muda
2	Ruslan Saleh, S. Pd.	Kasi Promosi dan Penyuluhan	Penata Tkt. I III/d	S-1
3	Desiana L Kukus, SS.	Kasi Pengembangan Sumber Daya	Penata Muda Tkt.I III/b	D-3
4	Reni S Pagama, A.Md.	Staf Bidang Pemasaran		D-3
5	Evi Jhjanti, A.Md.	Staf Bidang Pemasaran		S-1
6	Herawati Djabar, SS	Staf Bidang Pemasaran		S-1
7	Theodorus Papilaya	Staf Bidang Pemasaran		SMA

Dari hasil penelitian yang dijabarkan pada tabel profil informan yang ada di bidang pemasaran Kabupaten Halmahera Utara tersebut, dapat dikatakan cukup memadai. Dengan latarbelakang pendidikan S-1 tiga orang, D-3 dua orang dan SMA satu orang.

2. Tanggapan Informan Terhadap Peneliti

Dalam penelitian kualitatif diperlukan *Gaining entri* dari peneliti kepada informan, namun apabila informan tidak membuka kesempatan dirinya untuk bisa diakses secara terbuka oleh peneliti, hal ini merupakan hambatan dalam interaksi tersebut, dan itulah yang dikatakan gagal dalam berinteraksi.

Dalam penelitian ini, peneliti mendapat respons atau penerimaan yang baik dari para informan. Para pimpinan maupun staf pegawai pada bidang pemasaran Dinas Pariwisata Kabupaten Halmahera Utara yang merupakan informan penelitian ini,

memberikan respon yang baik kepada peneliti. Mereka juga berperilaku sangat baik dan bisa bekerjasama dengan peneliti. Informan tidak keberatan berkomunikasi dengan peneliti. Ketika peneliti melakukan penelitian di Kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Kabupaten Halmahera, seluruh pegawai merasa antusias dan menerima kehadiran saya dengan sangat baik.

Adapun respon tersebut nampak secara nyata dari kesediaan seluruh pegawai bidang pemasaran untuk diwawancarai mengenai dua persoalan penting yang menjadi sasaran penelitian.

Faktor-Faktor Penyebab Kurang Optimalnya Tugas Dan Fungsi Bidang Pemasaran Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kabupaten Halmahera Utara

Dalam upaya untuk mendeskripsikan optimalisasi tugas dan fungsi bidang pemasaran kabupaten Halmahera Utara sebagaimana apa yang telah dirumuskan dalam masalah dan tujuan skripsi ini, peneliti akan menjelaskan dan mendeskripsikan beberapa data dari hasil pengumpulan data melalui teknik wawancara langsung yang disesuaikan dengan masalah utama penelitian yang telah ditentukan sebelumnya.

Dari hasil wawancara yang telah lakukan, ditemukan kendala atau permasalahan permasalahan mengenai pengembangan pariwisata di Halmahera Utara, di antaranya :

- Kualitas SDM Pariwisata yang masih rendah
- Sarana Prasarana penunjang Pariwisata masih relative kurang
- Peran serta masyarakat dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata masih rendah
- Kabupaten Halmahera Utara belum cukup dikenal dalam khasana pariwisata di Indonesia karena masih tergolong kabupaten baru.

Upaya Mengoptimalkan Tugas Dan Fungsi Bidang Pemasaran Dalam Promosi Pariwisata di Kabupaten Halmahera Utara

Adapun beberapa hal yang telah dilakukan pemerintah daerah dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Halmahera Utara, di antaranya :

- Ivent expouse di antaranya:

Promosi Nasional :

- Festival Hibualamo Changa (Medio April)
- Timba Laor di Tanjung (Medio Mei)
- Tradisi Panen Padi Wangongira (Medio Juni)
- Penyelenggara Foto Digital Bawah Laut Nasional (2008)
- Lomba Mancing Nasional (2008)

Promosi Internasional :

- Dema Show Florida USA (2007), Las Vegas USA (2008)
- Festival Tong-Tong Den Hag Belanda (2009)

- Sering membuat pameran pariwisata di daerah maupun di luar daerah.
- Promosi digencarkan lewat Website / Internet

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dikatakan bahwa dalam hal untuk mempromosikan pariwisata, unsur-unsur yang menjadi perhatian pemerintah pada umumnya hanya berfokus pada pelaksanaan ivent–ivent atau pameran yang dilakukan di dalam maupun luar negeri, pemerintah daerah juga harus memperhatikan kualitas SDM pariwisata di daerah, meningkatkan sarana/prasarana penunjang pariwisata daerah,

mendorong masyarakat agar ikut berperan dalam pengembangan pariwisata, dan lain sebagainya. Pemerintah hanya memfokuskan perhatian pada segi pengembangan kinerja tanpa memperhatikan faktor – faktor lain yang cukup memberikan pengaruh terhadap promosi pariwisata di daerah.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Optimalisasi Tugas Dan Fungsi Bidang Pemasaran Dalam mempromosikan pariwisata Di Kabupaten Halmahera Utara, maka kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut:

- Faktor - faktor yang mempengaruhi tugas dan fungsi bidang pemasaran dalam mempromosikan pariwisata di Kabupaten Halmahera Utara adalah kualitas SDM pariwisata yang masih rendah, sarana – prasarana penunjang pariwisata relative kurang, peran serta masyarakat masih rendah, dan lain sebagainya.
- Upaya mengoptimalkan tugas dan fungsi bidang pemasaran dalam promosi pariwisata di kabupaten Halmahera Utara adalah dengan melaksanakan event – event nasional maupun internasional, melaksanakan pameran di daerah maupun di luar daerah, promosi pariwisata lewat internet / website maupun media lainnya.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka beberapa hal yang penulis dapat sampaikan sebagai saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pengembangan promosi pariwisata daerah Halmahera Utara adalah:

- Bagi pemerintah daerah agar melihat kinerja pegawai dalam konteks keseluruhan atau totalitas bukan hanya memfokuskan perhatian pada segi pengembangan kinerja tanpa memperhatikan faktor – faktor lain yang cukup memberikan pengaruh terhadap promosi pariwisata di daerah.
- Bagi para pegawai agar supaya menyadari akan tanggung jawabnya sebagai perwakilan rakyat untuk mengelolah aset daerah. Oleh karena itu, peningkatan kualitas kiranya selalu diupayakan demi kemajuan masyarakat Kabupaten Halmahera Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Data Disparbud, Kabupaten Halmahera Utara, 2014.
- Hoetomo, 2010. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia dilengkapi EYD*. Jakarta: Mitra Pelajar.
- J. Krippendorf, 1971, *Marketing Et Tourisme*, Bern: Herbert Lang and Cie AG.
- Lincoln, Yvona S, dan Egon G., Guba, 1985. *Naturalistic Inquiry*, Beverly Hills: Sage Publications.
- Moelong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Musanef, 1996. *Manajemen Kepegawaian di Indonesia*. Jakarta: Gunung Agung.

- Nasution, Arman Hakim dkk. 2006, *Manajemen Pemasaran Untuk Engineering*, Yogyakarta: Andi.
- Pitana I. G. dan Diarta, 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI
- Poerwadarminta, W. J. S., 1997, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, entri "Optimalisasi", Jakarta: Balai Pustaka.
- Romli, Khomsahrial, 2011, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Salah Wahab, L.J Crampon, dan LM Rothfield, 1976, *Tourism Marketing a Destination-Orientated Programme for the Marketing of International Tourism*, Tourism International Press.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, 1996, *Pengantar Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Stanton, William J. 1987. *Fundamentals of Marketing, Prinsip Pemasaran*, US. McGraw-Hill.
- Sutisna, 2002, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suwantoro, Gamal, 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Spillane, 1991. *Ekonomi Pariwisata, Sejarah Dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tim Penyusun, 2009. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka,
- Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang pariwisata.
- Widjaja,A.W. 2006. *Administraasi Kepegawaian*. Jakarta: Rajawali.
- Winardi, 1999, *Azas-Azas Manajemen*, Bandung: Alumni
- Yoeti A. O., 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa