

BISNIS PARIWISATA

D3 PRODI AB - JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS - POLITEKNIK NEGERI BALI

“Memiliki Wawasan Tentang Pariwisata Dan Keterampilan Dalam Pengelolaan
Kegiatan Operasional Bisnis Pariwisata”



Kadek Eni Marhaeni

DAFTAR ISI

Bab I. Pendahuluan

- Pengertian Pariwisata
- Manfaat Pariwisata
- Konsep Pariwisata Indonesia
- Istilah - istilah dalam Pariwisata

Bab II. Bisnis Pariwisata

- Produk Wisata
- Segmen Pasar Pariwisata

Bab III. Strategi Bisnis Pariwisata

- Konsep CI-EL
- Digitalisasi dalam Bisnis Pariwisata
- Organisasi Kepariwisataan
- Event Bisnis Pariwisata

Bab IV. Kegiatan Operasional & Administrasi

- Travel Agent
- Hotel
- MICE Company

Bab V. Peluang Kerja di Bisnis Pariwisata

- Profil SDM
- Contoh Peluang kerja



I. Pendahuluan

Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan berlibur yang dilakukan oleh satu atau sekelompok orang dengan mengunjungi objek/destinasi wisata untuk tujuan mendapatkan kesenangan, keseimbangan, kedamaian, dan kebahagiaan jiwa.

Kata pariwisata sering disandingkan dengan kata hospitaliti sehingga menjadi "Pariwisata dan Hospitaliti" (*Tourism and Hospitality*).

Hospitaliti diartikan sebagai keramahtamahan, kesopanan, keakraban, dan saling menghormati. Hospitaliti menjadi roh, jiwa, dan semangat dari pariwisata. Tanpa hospitaliti dalam pariwisata, maka seluruh produk yang ditawarkan akan menjadi benda mati yang tidak memiliki nilai jual.

Hospitaliti juga digambarkan sebagai hubungan interaksi antara tuan rumah (host) dengan tamu (wisatawan) selama berwisata.

Good Hospitality :

*Feel Welcome
Feel Special
Feel Satisfied
Feel Comfortable
Feel Home*



Manfaat Pariwisata

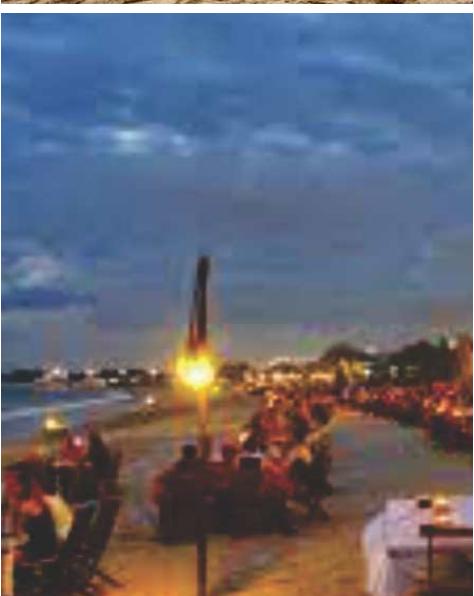
Kegiatan pariwisata memberi manfaat antara lain meningkatkan kesehatan jiwa setelah melakukan kegiatan yang menyenangkan selama berlibur, melestarikan objek-objek pariwisata, memupuk rasa cinta tanah air, meningkatkan persahabatan antar bangsa, mendayagunakan produksi dalam negeri, membuka peluang usaha dan kesempatan kerja untuk kesejahteraan masyarakat, serta menjadi sumber devisa negara.



Konsep Pariwisata Indonesia

Sustainable Tourism atau pariwisata berkelanjutan adalah konsep pariwisata Indonesia, merupakan konsep berwisata yang memberikan dampak terhadap lingkungan, sosial, budaya, ekonomi untuk masa kini dan masa depan, baik itu bagi masyarakat lokal maupun wisatawan yang berkunjung.

Menghadapi masa pandemi dan pasca pandemi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyampaikan konsep pariwisata dengan empat prioritas utama, yaitu wisata di luar ruangan, wisata olahraga, wisata kesehatan dan medis, serta ekowisata. Konsep ini diharapkan akan menjadi senjata untuk menggairahkan sektor pariwisata.





Istilah-istilah dalam Pariwisata

Beberapa istilah dalam pariwisata:

- *Green Tourism*
- *Mass Tourism*
- *Quality Tourism*
- *Nomad Tourism*
- *Go Show*
- *Peak Season*
- *Itinerary*
- *Walk in Guest*
- *Educational Tour*
- *Cocktail Party*
- *Staycation*
- CHSE
- Dll.



II. Bisnis Pariwisata

Pengertian

Bisnis pariwisata adalah usaha yang menjual barang dan jasa-jasa pariwisata kepada para wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Bidang-bidang usaha dalam bisnis pariwisata meliputi akomodasi, restoran, transportasi, agen perjalanan, seni budaya, rekreasi, dll.

Luasnya cakupan bidang usaha, menjadikan bisnis pariwisata sebagai sebuah industri.

Produk Wisata

Produk wisata dapat berupa alam, budaya, hasil kerajinan masyarakat, dll.

Dalam bisnis pariwisata, beberapa produk wisata biasanya dijual dalam kemasan paket wisata (*Package Tour*) seperti objek wisata, atraksi wisata, transportasi, dan hotel.

Produk wisata diartikan sebagai keseluruhan fasilitas atau pelayanan yang berbentuk nyata atau tidak nyata, disediakan bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan selama berwisata di daerah tujuan wisata/destinasi wisata.

Beberapa unsur yang menjadi syarat sebuah destinasi wisata :

- Objek dan daya tarik wisata.
- Sarana dan prasarana.
- Tata laksana/peraturan.
- Masyarakat dan lingkungan.



Segmen Pasar Pariwisata

Dua segmen pasar utama dalam bisnis pariwisata adalah segmen holiday dan MICE.

- Segmen holiday menangani market dengan tujuan berwisata atau menikmati kegiatan berlibur.
- Segmen MICE menangani market dengan tujuan utama mengikuti event MICE yang dikombinasikan dengan kegiatan berwisata.

MICE adalah singkatan dari *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition* .

Meeting, istilah yang cukup luas menyangkut segala bentuk pertemuan yang melibatkan kelompok orang dengan tujuan untuk memecahkan masalah tertentu atau penerapan kebijakan baru.

Incentive, kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka.

Convention, kegiatan pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

Isu atau permasalahan yang dibahas biasanya jauh lebih luas dan berpengaruh terhadap kepentingan orang banyak.

Exhibition, kegiatan untuk menyebarluaskan informasi dan promosi untuk memamerkan hasil produk kepada calon konsumen.



Latar belakang berkembangnya Segmen MICE:

- Tuntutan situasi dunia semakin kompetitif. Ini menyebabkan penyelesaian masalah perlu dilakukan melalui beragam pertemuan. Momen selebrasi atas pencapaian prestasi, yang biasanya dikemas dalam bentuk perjalanan insentif, dan promosi dalam bentuk pameran-pameran, juga menjadi strategi yang penting untuk memenangkan persaingan.
- Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai serta kesiapan SDM yang profesional.
- Potensi pendapatan jauh lebih besar dibandingkan dengan holiday market.
- Menjadi sarana promosi yang efektif khususnya untuk event-event internasional.



III. Strategi Bisnis Pariwisata

Untuk mampu bertahan dan bersaing dalam bisnis Pariwisata, dibutuhkan konsep bisnis yang tepat serta kemampuan memanfaatkan semua potensi dan segala upaya yang perlu dilakukan.

Konsep CI-EL

CI-EL merupakan singkatan dari *Creativity, Innovation, Entrepreneurship, Leadership*.

Konsep CI-EL merupakan konsep bisnis yang digagas oleh pakar Marketing sekaligus *Founder and Chairman* MarkPlus Inc. Hermawan Kartajaya untuk menghadapi tantangan dunia usaha yang sangat dinamis.

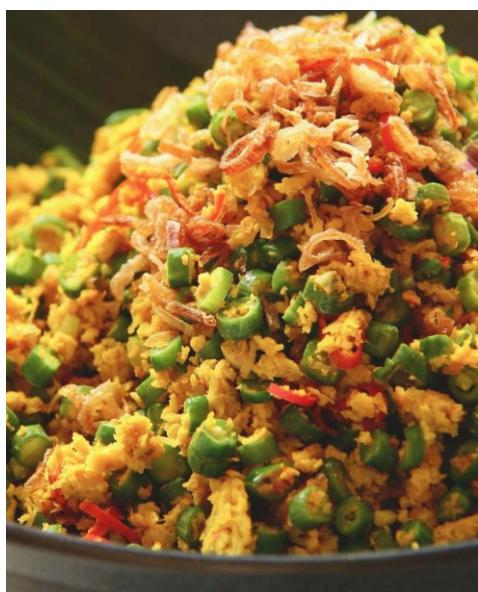
Tiga alasan kuat pentingnya penggunaan konsep CI-EL saat ini:

1. Situasi transformasi karena pandemi.
2. Munculnya fenomena startup.
3. Adanya perbedaan generasi dalam dunia bisnis.

Konsep CI-EL menekankan pada kombinasi upaya kreatif dan inovatif, dengan jiwa entrepreneur yang dipadukan dengan kepemimpinan yang baik.

Dengan menerapkan konsep CI-EL, diyakini dunia usaha termasuk bisnis pariwisata, akan mampu bertahan dan bersaing.

Kata kunci dari konsep CI-EL: Ide, Solusi, Kolaborasi, dan Tumbuh Bersama.



Digitalisasi dalam Bisnis Pariwisata

Pemerintah telah cukup lama menggaungkan program digitalisasi di bidang pariwisata, namun masih banyak pelaku bisnis pariwisata yang belum menjalankannya. Masa pandemi menjadi salah satu faktor untuk mempercepat digitalisasi di bidang pariwisata. Digitalisasi sangat membantu dalam bisnis pariwisata.

Beberapa manfaat digitalisasi dalam bisnis pariwisata

- Membantu pengembangan dan perluasan jaringan bisnis melalui database yang terkumpul.
- Sebagai sarana mencari informasi dan promosi yang mudah (artikel, video, foto).
- Mencari penilaian akan tempat wisata dalam membantu keputusan berwisata.
- Membantu proses pembayaran.
- Melakukan pembatasan di masa pandemi secara otomatis.
- Membantu penyelenggaraan event online atau hybrid



Organisasi Kepariwisataan

Peran organisasi dalam kepariwisataan sangat penting dan menentukan. Keberadaan organisasi bertanggung jawab terhadap pengawasan dan perumusan kebijakan kepariwisataan dalam ruang lingkup internasional, nasional, maupun lokal/daerah.

Untuk kepentingan internal para anggota, organisasi ini memberi manfaat dalam memajukan dan mengembangkan usahanya melalui program-program edukasi, sertifikasi, kerja sama, dan penyelenggaraan event-event promosi.

Ada dua jenis organisasi kepariwisataan, yaitu organisasi pemerintah dan swasta.

Beberapa contoh organisasi kepariwisataan yang cukup dikenal adalah PHRI, ASITA, SIPCO, PATA, WTO, dll.

Event Bisnis Pariwisata

Penyelenggaraan event dalam bisnis pariwisata merupakan salah satu media promosi yang dapat secara efektif mempromosikan destinasi pariwisata.

Contoh Event Bisnis Pariwisata

- ITB Berlin
- ITB Asia
- PATA Travel Mart
- ITBEF Indonesia
- Bali & Beyond Travel Fair
- Bisnis Travel Mart (ANPNB)



IV. Kegiatan Operasional dan Administrasi Travel Agent

Merupakan perusahaan agen perjalanan yang berperan sebagai perantara antara wisatawan dengan perusahaan-perusahaan industri pariwisata lainnya.

Layanan jasa yang diberikan mulai dari pemberian informasi tentang segala sesuatu di daerah tujuan wisata, bantuan mengurus dokumen perjalanan (paspor, VISA, *Exit Permit*, *Health Certificate*, dan sebagainya), sampai penjualan tiket/voucher untuk hotel, transportasi, rekreasi, dan lain-lainnya.

Kegiatan operasional dilakukan oleh tiga bagian utama, yaitu bagian penjualan, keuangan, dan produk. Produk atau jasa yang dijual, biasanya dalam bentuk paket tur (standard/*Customized*), dipromosikan dan dijual oleh bagian penjualan. Selanjutnya bagian keuangan memastikan pembayaran dilakukan sesuai perjanjian.

Kegiatan administrasi meliputi pencatatan reservasi dan bukti pembayaran, surat-surat kerja sama dengan perusahaan- perusahaan industri pariwisata sebagai partner/mitra bisnis.

Saat ini kehadiran travel agent online membantu memberikan kemudahan kepada calon wisatawan untuk mendapatkan reservasi dengan berbagai harga promo yang menarik.



Hotel

Secara sederhana, kegiatan utama dalam operasional hotel yang langsung berhadapan dengan wisatawan ditangani oleh departemen marketing dan *front office*. Marketing melakukan promosi dan penjualan secara langsung maupun kerja sama dengan travel agent, *hotel chain representative*, dan sebagainya. Setelah terjadi penjualan, dilakukan reservasi yang ditangani oleh bagian *front office*, sampai proses *check-in* dan *check-out*.

Fasilitas-fasilitas sebagai kelengkapan layanan hotel meliputi kamar, restoran, ruang meeting, fasilitas rekreasi, dan lain-lain. Departemen terkait dalam operasional hotel antara lain *housekeeping*, *food and beverages*, *accounting*, *engineering*, *HRD*, *security*, dan sebagainya.

Kegiatan administrasi dalam penanganan tamu meliputi surat-surat penawaran dan kerja sama berupa *contract rate* serta reservasi dan membuat laporan data tamu *in-house* (*VIP guest*) serta tingkat *occupancy* hotel yang dikirimkan ke seluruh departemen terkait.

Setiap departemen memiliki kegiatan administrasi secara internal yang telah ditetapkan sesuai ketentuan/SOP (*Standard Operating Procedure*).



MICE Company

Penanganan kegiatan MICE atau wisata konvensi menggunakan hampir semua fasilitas bidang usaha dalam pariwisata. Perusahaan yang bergerak di bidang MICE bisa dikatakan berperan sebagai perantara antara penyelenggara event dengan pihak travel agent, hotel, dan *company partner* lain yang dibutuhkan.

Profesi dalam pengelolaan kegiatan MICE dinamakan PCO (*Professional Conference Organizer*). Pekerjaan seorang PCO akan dibantu oleh tim yang bertanggung jawab dalam persiapan, pelaksanaan, sampai penutupan sebuah event (*Programming, Budgeting, Selling, Execution, Evaluation*).

Kegiatan administrasi dalam penyelenggaraan event MICE meliputi antara lain proposal atau surat-surat penawaran untuk persiapan *Bidding*, surat-surat izin untuk penyelenggaraan event, undangan kepada pengisi acara dll.

Di masa pandemi, peran teknologi menjadi sangat penting. Penyelenggaraan event banyak dilakukan secara online maupun kombinasi *online dan offline (hybrid event)*. Mulai muncul jasa room meeting online dengan berbagai kapasitas dan fasilitas yang ditawarkan.





Proses kerja dalam penyelenggaraan event MICE:

Persiapan

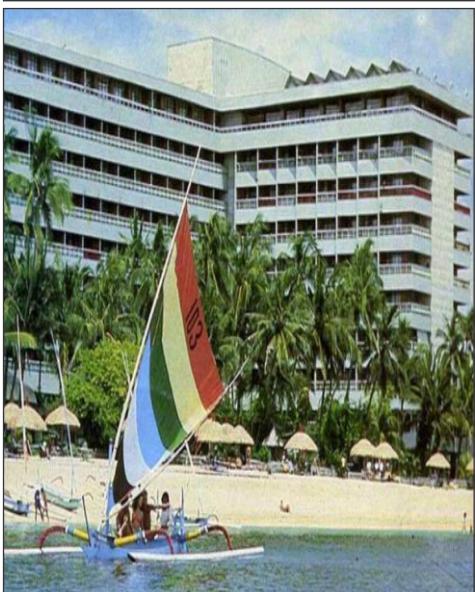
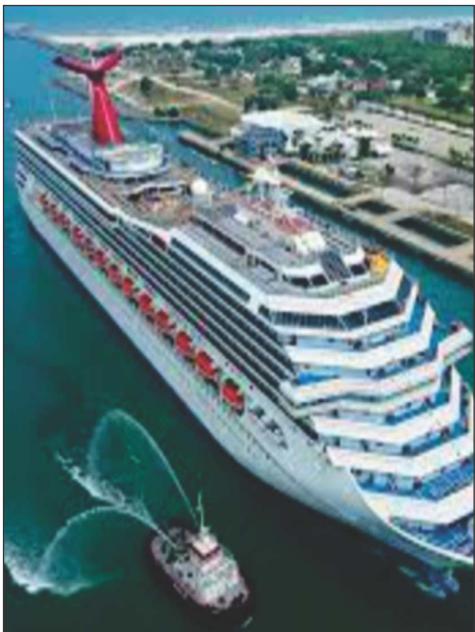
- a. Mencatat semua kebutuhan klien.
- b. Membentuk tim atau panitia.
- c. Menyusun program/rencana kerja.

Pelaksanaan

- a. Memastikan kedatangan dan keberangkatan delegasi.
- b. Melakukan registrasi peserta.
- c. Melaksanakan kegiatan utama sesuai program/rencana.
- d. Menuntaskan kegiatan lain selain kegiatan utama.

Penutup

- a. Menyelesaikan masalah keuangan/billing.
- b. Melakukan evaluasi secara menyeluruh.
- c. Membuat laporan pelaksanaan.
- d. Menyampaikan ucapan terima kasih (langsung atau tertulis).



V. Peluang Kerja di Bisnis Pariwisata

Kualitas SDM masih menjadi isu penting terutama dalam mendukung optimisme bangkitnya dunia pariwisata dari keterpurukan akibat pandemi. Berbagai bidang usaha dalam bisnis pariwisata tetap menjanjikan peluang kerja yang harus disiapkan dengan baik.

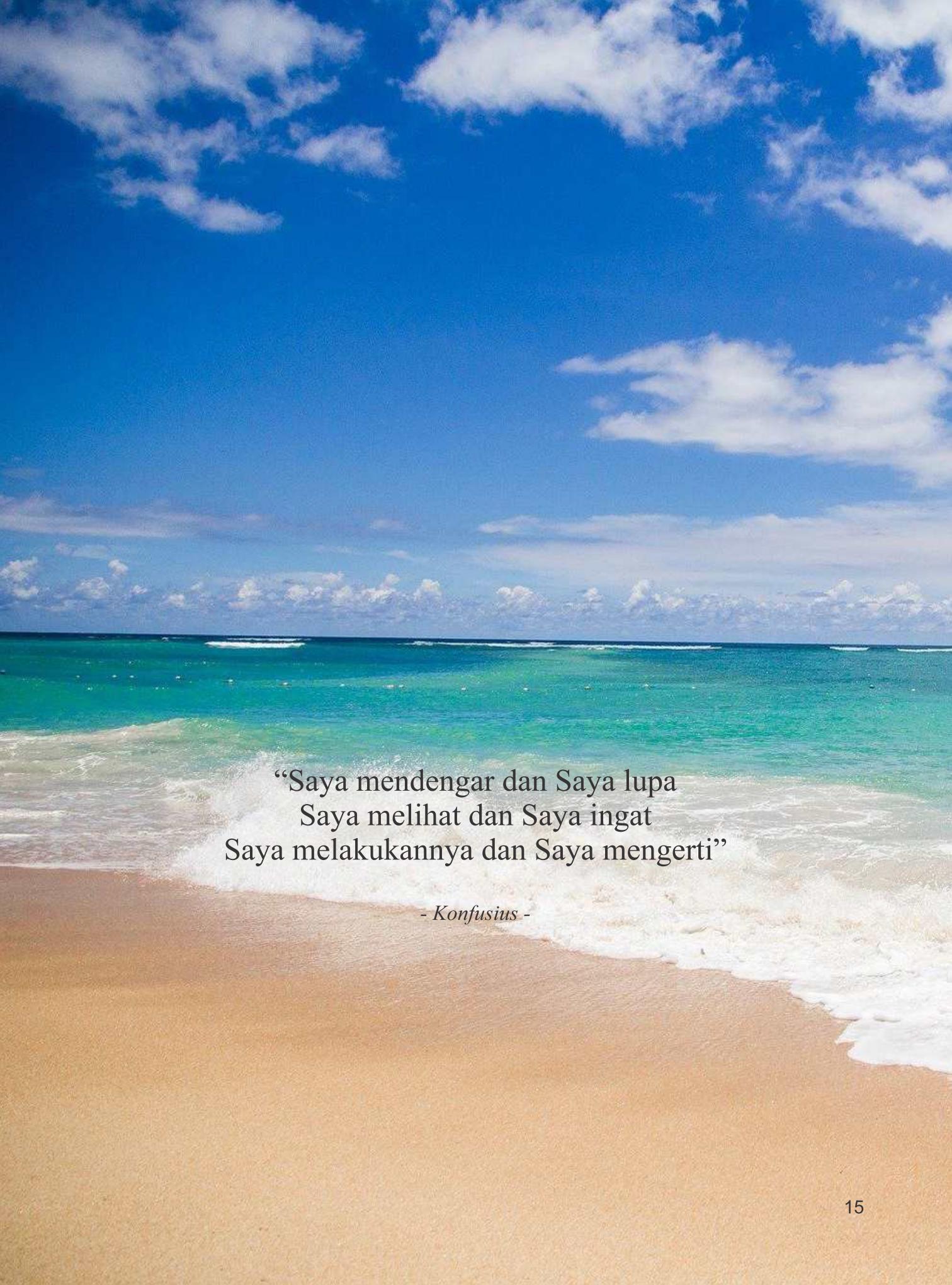
Profil SDM unggul yang dibutuhkan adalah mereka yang memiliki kriteria kombinasi wawasan, ketrampilan dan karakter. Dunia Industri dan dunia kerja bahkan lebih mengutamakan karakter sebagai pertimbangan pertama.

Kriteria SDM Pariwisata :

- Berpenampilan Menarik
- Memiliki karakter melayani dengan spirit hospitaliti
- Terampil dalam berkomunikasi
- Menguasai bahasa Asing
- Memiliki wawasan pariwisata dan bisnis pariwisata
- Terampil dalam pengelolaan operasional bisnis pariwisata
- Memiliki jiwa kreatif, inovatif, *entrepreneurship, leadership*

Beberapa peluang kerja/profesi dalam bisnis pariwisata:

- *Executive Secretary*
- *Travel Consultant*
- *Tour Planner*
- *Tour Guide*
- *Public Relations*
- *Marketing Communication*
- *Digital Marketing*
- *Sales and Marketing*
- *Meeting Planner*
- *Event Consultant*
- PCO/EO
- dll.

A wide-angle photograph of a tropical beach. The foreground shows light brown sand meeting the ocean's edge. The ocean water is a vibrant turquoise color, transitioning to deeper blue further out. The sky above is a clear, bright blue, dotted with wispy, white clouds.

“Saya mendengar dan Saya lupa
Saya melihat dan Saya ingat
Saya melakukannya dan Saya mengerti”

- *Konfusius* -