

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran dalam pengembangan pariwisata untuk dikenali oleh masyarakat luas.

a. Peluang atau potensi

Pada masa sekarang pariwisata menjadi sektor yang sangat penting bagi Negara. Terlihat dari keseriusan Pemerintah dalam mengelola dan memperbaiki Pariwisata. Pariwisata Internasional merupakan salah satu tujuan yang diharapkan dapat menjadi lapangan kerja dari masyarakat daerah setempat. (Irawati et al., 2019)

Menurut Kristiutarni (2014) Pariwisata merupakan salah satu sektor industri terbesar di dunia yang sekaligus sebagai penunjang utama penghasil devisa suatu negara. Pariwisata juga dianggap sebagai kegiatan ekonomi yang fokus utama adalah mendapatkan ekonomi untuk masyarakat setempat maupun suatu negara..

Pariwisata juga merupakan penunjang untuk pendapatan Daerah, dan akan memberikan hasil pada masa yang akan datang Hal ini dapat diamati pada daerah di Indonesia, yang sektor pariwisatanya telah terdengar hingga Internasional, seperti Provinsi Bali dan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. (HanungEka Atmaja, 2020)

Usaha mengembangkan dan meningkatkan pengadaan kepariwisataan, dilakukan dengan membangun objek wisata. Objek wisata dapat berupa objek yang telah ada ataupun membuat objek-objek baru. Objek wisata haruslah berkaitan dan bertujuan

sebagai ciri khas dari daerah tersebut. (Bakaruddin, 2008)

Pengembangan pariwisata dapat di lakukan melalui strategi pemasaran. Pemasaran memiliki peran untuk meningkatkan jumlah pengunjung di tempat pariwisata ini.

Menurut Kotler & Armstrong (1997) dalam (Ratu & Adikampana, 2016) Strategi pemasaran adalah “pola pikir pemasaran yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya”.

Pemasaran Pariwisata merupakan suatu langkah di dalam manajemen yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional atau perusahaan kelompok industri pariwisata, untuk melakukan identifikasi terhadap pengunjung yang ingin melakukan kunjungan wisata dengan menggunakan cara berkomunikasi yang dapat mempengaruhi keinginan, kebutuhan, serta dapat memberikan motivasi kepada pengunjung, terhadap pilihan wisata. (Besra, 2012)

Maka dari itu peran dari Pemasaran sangat lah penting dalam sektor Pariwisata. Pemasaran harus dilakukan dengan keseriusan agar mencapai tujuannya.

b. Masalah

Indonesia memiliki daerah yang berpotensi besar dalam Pariwisata, tetapi belum terkelola dengan baik. Jumlah kunjungan wisata belum meningkat dikarenakan beberapa kendala dalam melaksanakan manajemen pariwisatanya.

Menurut Adrianto, dkk dalam (Melinda, 2019) bahwa Masalah yang ada pada manajemen pariwisata, yakni keterbatasan anggaran, kurangnya kerjasama dan koordinasi antar berbagai pihak, serta kurangnya ketersediaan sumber daya manusia (SDM).

Taman Seribu Bunga Raya merupakan destinasi wisata yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Pengelolanya yaitu BUMDes Arih Ersada, Desa Ray. Pariwisata ini resmi dibuka pada awal tahun 2021, tentu masih dalam tahap pengembangan, dari segi infrastruktur maupun untuk dikenali oleh masyarakat luas.

Masalah manajemen pariwisata yang ada pada pariwisata ini berupa, infrastruktur yang masih dalam tahap pembangunan dan akses jalan menuju wisata belum aspal. Hal ini dapat mencerminkan belum terjadinya kerjasama antara pihak pemerintah setempat dan pihak pengelola pariwisata, ataupun karena masih dalam tahap memperkenalkan pariwisata, anggaran yang dikeluarkan masih minimal.

Alasan tersebut bisa terjadi, mengingat Pariwisata Taman Seribu Bunga Raya yang baru resmi dibuka, butuh proses untuk menyelesaikan dari segi infrastruktur, akses, maupun objek wisata yang dibangun maupun di perbaiki.

1. Harapan Yang Ingin Dicapai

- a. Dapat melakukan perumusan strategi pemasaran
- b. Dapat melakukan praktik pemasaran

2. Latar Belakang Memilih Lokasi Internship

Taman Seribu Bunga Raya merupakan pariwisata yang baru diresmikan di tahun 2021. Pariwisata tersebut masih sangat baru. Maka dari itu diperlukannya pemasaran untuk menarik pengunjung.

3. Tujuan Internship

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Taman Seribu Bunga Raya
- b. Mampu menerapkan strategi pemasaran yang baik dan benar
- c. Untuk mengetahui dan mendapatkan pengalaman di dunia kerja secara langsung