



Pemasaran Pariwisata

Pariwisata adalah industri yang multi-sektoral, yang berarti aktivitasnya melibatkan berbagai sektor ekonomi seperti transportasi, akomodasi, makanan dan minuman, hiburan, dan kerajinan lokal. Dalam konteks ini, pemasaran pariwisata memainkan peran penting dalam mengkoordinasikan upaya dari berbagai sektor tersebut untuk mencapai tujuan bersama. Misalnya, dalam mempromosikan suatu destinasi, pemasaran pariwisata tidak hanya memperkenalkan atraksi wisata, tetapi juga mempromosikan akomodasi, restoran, dan aktivitas hiburan di area tersebut.

Pemasaran pariwisata adalah usaha untuk menyebarkan informasi tentang keunggulan produk dan destinasi pariwisata dengan tujuan mengajak wisatawan untuk mengunjungi. Menurut Yoeti (2016), tujuan pemasaran pariwisata antara lain untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang, memperpanjang durasi kunjungan, serta meningkatkan pengeluaran wisatawan. Selain itu, juga untuk mendorong wisatawan memanfaatkan seluruh layanan yang tersedia di kawasan pariwisata demi keuntungan bagi pelaku usaha wisata.

Konsep Pemasaran

Perubahan elemen produk wisata kondisi 'target pasar' yang begitu membawa industry pariwisata cepat menerapkan dan mengadopsi konsep untuk konsep pemasaran pariwisata.

Penerapan konsep pemasaran inilah yang akhirnya muncul ide-ide dan inovasi baru dalam cara pemasaran, salah satunya yaitu promosi.

Kegiatan promosi hanyalah salah satu aspek dari pemasaran

Penjualan (*selling*) ≠ Pemasaran (*marketing*)

KONSEP	FOKUS	SARANA	TUJUAN	WAKTU
Penjualan	Penjualan/ produk	Promosi	Keuntungan melalui volume penjualan	Jangka pendek
Pemasaran	Kebutuhan konsumen	Pemasaran integratif	Keuntungan melalui kepuasan konsumen	Jangka panjang



Sistem dan Tugas Manajemen Pemasaran

N	Tugas Manajemen Pemasaran	Fungsi Pemasaran
1	Identifikasi Kebutuhan konsumen untuk menentukan prodak dan layanan yang paling sesuai	Riset pasar
2	Analisis peluang pemasaran	Analisis dan seleksi dari target pasar (Segmentasi)
3	Penerjemah Kebutuhan Terhadap Produk	Perencanaan dan formulasi produk
4	Menentukan nilai produk bagi konsumen kepada periode berbeda	Kebijakan harga
5	Mewujudkan produk menjadi kenyataan bagi konsumen	Distribusi
6	Informasi dan Motivasi kepada konsumen	Promosi (Komunikasi, Penjualan, dan iklan)

Strategi pemasaran yang bisa dilakukan untuk meningkatkan minat pariwisata yaitu:

1. Mengenalkan Identitas Wisata

Hal pertama yang harus dilakukan tentu saja adalah dengan membangun identitas wisata terlebih dahulu kepada para wisatawan. Hal ini bertujuan untuk mengenalkan bahwa suatu pariwisata itu membutuhkan branding atau pengenalan terlebih dahulu. Contohnya saja kita bisa menonjolkan keunikan yang dimiliki oleh tempat wisata tersebut seperti keindahan alamnya yang cukup mempesona dan menenangkan hingga hal-hal unik seperti kebudayaan atau tradisi yang ada di tempat tersebut.

2. Memastikan Target Pasar yang Benar

Dengan menentukan dan memastikan apakah target market yang dituju sudah benar atau sebaliknya. Hal ini tentunya untuk bisa mempengaruhi sistem atau metode pemasaran pariwisata yang akan dilakukan.

3. Menetapkan Budget

Harus bisa menentukan biaya yang pas untuk calon pelangganmu nantinya. Hal ini bisa ditentukan dengan menyesuaikan dengan target market yang akan dituju.

Manajemen Kualitas

Ada sedikitnya 4 alasan yang membuat manajemen kualitas menjadi penting posisinya dan perlu diperhatikan, yaitu:

1. Perlu menemukan cara dan strategi untuk menciptakan keunggulan dari pesaing.
2. Perlu mencermati isu kualitas produk, karena konsumen semakin jeli dan tentu saja tidak mau rugi.
3. Kecenderungan konsumen yang tidak hanya mencari harga murah, tetapi juga *image*.
4. Kemajuan teknologi juga harus diikuti dan dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan kadar kenyamanan. Contoh transaksi online, pembayaran non cash, dsb.

- Kualitas merupakan kunci utama dalam suksesnya pemasaran.
- Kualitas adalah totalitas dari hubungan antara penyedia jasa dengan karakteristik produk.
- Kualitas juga menyangkut pada ketersediaan item yang dibutuhkan konsumen, kontak dan pelayanan, ketersediaan *literature* dan brosur, dan lain sebagainya.

Model STP Marketing adalah pendekatan pemasaran yang berfokus pada konsumen dengan singkatan dari Segmenting, Targeting, and Positioning. Model ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang paling efektif dan populer digunakan saat ini.



1. Segmentasi Pasar (*Segmenting*)

Strategi proses penerapan yang pertama adalah *segmenting*. Pada langkah ini, umumnya diawali dengan melakukan pemetaan calon konsumen yang akan ditargetkan. Ada beberapa kelompok konsumen yang bisa dipilih dalam menerapkan target tersebut. Tolak ukur ini bisa saja berdasarkan demografi, berdasarkan geografis, berdasarkan psikografis, hingga berdasarkan perilaku konsumen.

2. Menentukan Target Pelanggan (*Targeting*)

Selanjutnya yaitu proses penerapan *targeting*. Dalam proses ini dapat diberikan beberapa parameter yang akan ditargetkan. Misalnya target perolehan laba, target pertumbuhan penjualan, dan sebagainya.

3. Menentukan Posisi Produk (*Positioning*)

Terakhir yaitu melakukan strategi proses penerapan pada *positioning*. Di mana ini adalah proses terakhir yang dilakukan dalam pemasaran, yaitu menawarkan produk ke target konsumen. Sehingga diharapkan dapat diperoleh konversi penjualan dan perolehan keuntungan seperti yang telah direncanakan di awal.

Prinsip yang menggabungkan beberapa metode pemasaran dalam pemasaran pariwisata disebut tourism marketing mix. Konsep tourism marketing mix dapat diwujudkan dalam beberapa versi, yaitu:

- 4P: Product, Price, Place, and Promotion
- 7P: Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process
- 8P: Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process, Packaging, Programming, Partnership

Bauran pemasaran atau marketing mix adalah kumpulan alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya dan mencapai tujuan pemasaran. Bauran pemasaran terdiri dari beberapa variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti: Produk, Harga, Promosi, Tempat.



Thank you

