

Upaya Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Ternate dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Ternate

Hikmatun Nazila Surahman¹, Betly Taghulihi², Fitria Soamole³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Khairun Kampus II, Ternate, Indonesia

Email: unkhair@gmail.com

ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan (1) Untuk mengetahui upaya yang dilakukan Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Ternate dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Ternate (2) Untuk mengetahui dampak dari pemasaran dan promosi yang dilakukan Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Ternate. dalam penulisan ini penulis menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Adapun manfaat dari laporan tugas akhir ini bagi mahasiswa yaitu mendapatkan pengalaman dan keterampilan dari dunia kerja dan industri sesuai dengan program studi, Universitas Khairun mendapatkan masukan yang berguna untuk penyempurnaan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan lapangan kerja, dan Dinas Pariwisata Kota Ternate mendapat alternatif calon karyawan yang telah dikenal mutu dan kredibilitasnya. Dari hasil pembahasan, untuk mengenalkan pariwisata Kota Ternate maka harus dilakukan pemasaran dan promosi terhadap wisata-wisata yang ada. Pemasaran dan promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dan harus dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Ternate untuk mengenalkan serta mengembangkan pariwisata di Kota Ternate. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Penyajian data menggunakan teknik deskriptif interpretative. Hasil ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Ternate sangat berdampak positif pada kunjungan wisatawan. Untuk menarik perhatian wisatawan, membuat wisatawan merasa betah dan ingin kembali, maka disarankan Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Ternate untuk mengembangkan aktivitas di objek-objek wisata yang ada agar video atau foto yang digunakan untuk publikasi sesuai dengan realita untuk menghindari kekecewaan wisatawan.

Kata Kunci:

Pemasaran, Promosi, Wisatawan

ABSTRACT

This writing aims to (1) To find out the efforts made by the Marketing Division of the Ternate City Tourism Office in increasing tourist visits in Ternate City (2) To find out the impact of marketing and promotions carried out by the Marketing Sector of the Ternate City Tourism Office. In this writing the author uses qualitative and quantitative methods. The benefits of this final assignment report for students are gaining experience and skills from the world of work and industry in accordance with the study program, Khairun University getting useful input for improving the curriculum in accordance with employment needs, and the Ternate City Tourism Office getting alternative prospective employees. Has been known for its quality and credibility. From the results of the discussion, to introduce Ternate City tourism, marketing and promotion of existing tourism must be carried out. Marketing and promotion are very important activities and must be carried out by the Ternate City Tourism Office to introduce and develop tourism in Ternate City. The data collection techniques used were observation, interviews, documentation and literature study. Data presentation uses interpretive descriptive techniques. These results show that the efforts made by the Marketing Sector of the Ternate City Tourism Office have had a very positive impact on tourist visits. To attract the attention of tourists, make tourists feel at home and want to return, it is recommended that the Marketing Division of the Ternate City Tourism Office develop activities at existing tourist attractions so that the videos or photos used for publications match reality to avoid tourist disappointment.

Keywords:

Marketing, Promotion, Tourists

A. PENDAHULUAN

Kota Ternate merupakan sebuah kota yang berada di bawah kaki gunung api Gamalama di Provinsi Maluku Utara, Indonesia. Seperti yang diketahui Kota Ternate ialah sebuah kota kecil yang terkenal dengan berbagai wisata yang ada yaitu wisata bahari, wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah,

wisata religi dan wisata kuliner. Dengan memanfaatkan pariwisata yang ada di Kota Ternate maka hal tersebut akan dijadikan sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung di Kota Ternate. Untuk mengenalkan pariwisata yang ada di Kota Ternate maka harus dilakukan pemasaran dan promosi terhadap wisata-wisata yang ada di Kota Ternate, secara tidak

langsung hal tersebut akan menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung di Kota Ternate.

Melalui data kunjungan wisatawan di Kota Ternate 6 tahun terakhir diketahui bahwa kunjungan wisatawan di Kota Ternate setiap tahunnya mengalami pasang surut, kunjungan wisatawan sempat menurun drastis karena pandemi covid-19 yang sempat melanda. Walaupun demikian kunjungan wisatawan mulai meningkat setelah wabah covid-19.

Dalam hal ini Dinas Pariwisata Kota Ternate memiliki peran penting dalam melakukan berbagai macam bentuk promosi agar wisata yang ada di Kota Ternate dapat dikenal oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Salah satu bidang di Dinas Pariwisata Kota Ternate yang mempunyai tugas memasarkan wisata-wisata yang ada di Kota Ternate yaitu Bidang Pemasaran. Bidang Pemasaran merupakan salah satu bidang yang mempunyai peran penting dalam memasarkan serta mempromosikan wisata yang ada di Kota Ternate. Dengan peranan yang dilakukan oleh Bidang Pemasaran tentunya akan mempengaruhi kunjungan wisatawan di Kota Ternate. Peningkatan kunjungan dapat dilihat dari upaya apa saja yang dilakukan Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Ternate. Upaya yang dilakukan antara lain dengan melakukan publikasi di media online, media cetak serta event-event yang diselenggarakan. Dampak dari promosi yang dilakukan dapat dilihat dari rekapan data tahunan kunjungan wisatawan dan data PAD.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif dan metode kuantitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti suatu objek, sehingga penelitian ini sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada angka seperti salah satu data tahunan kunjungan yang dikumpulkan. Sumber data, data primer merupakan data asli yang dikumpulkan guna untuk menjawab rumusan masalah suatu karya tulis (Sunnyoto (2013) dalam laporan tugas akhir Salam, 2020). Data primer untuk memperoleh data atau informasi asli. Data sekunder yang di dapatkan antara lain sejarah Dinas Pariwisata Kota Ternate, file-file Teknik Pengumpulan Data di antaranya 1, Observasi merupakan pengamatan secara langsung untuk memperoleh data-data yang diperoleh di lapangan dan sesuai dengan fakta yang didapatkan dari hasil wawancara.. 2.Wawancara adalah suatu kegiatan tanya jawab antara dua orang secara lisan untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab. 4 Dokumentasi untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka serta gambar yang berupa laporan dan keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2018). Studi Pustaka yaitu mempelajari buku-buku referensi serta hasil penelitian sejenis sebelumnya yang pernah dilakukan oleh orang lain dengan tujuan untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah-masalah yang akan diteliti (Sarwono,2006). Lokasi Dinas Pariwisata Kota

Ternate Jalan Kapitan Pattimura Kelurahan Kalumpang, Kecamatan Kota Ternate.

Gambar 1. Alamat Lokasi Dinas Pariwisata Kota Ternate



Sumber Google map 2023

Teknik Analisis Data, Data kualitatif merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat untuk dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, 2016). Teknik Penyajian Hasil Analisis Hasil analisis data disajikan secara verbal dengan teknik deskriptif interpretative.

C. PEMBAHASAN

1. Upaya Yang Dilakukan Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Ternate Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Ternate pariwisata tentunya tidak bisa berjalan sendiri, dalam arti di dunia pariwisata harus banyak berkolaborasi agar banyak dampak positif yang didapatkan. Dalam hal ini Bidang Pemasaran tidak berjalan sendiri untuk memasarkan atau mempromosikan Kota Ternate, Bidang Pemasaran melakukan kolaborasi dengan 3 bidang lainnya di Dinas Pariwisata Kota Ternate, yaitu Bidang Pengembangan Destinasi Pariwisata, Bidang Pengembangan Industri Pariwisata dan Bidang Ekonomi Kreatif. Selain melakukan kolaborasi dengan 3 bidang tersebut, Dinas Pariwisata Kota Ternate juga melakukan kolaborasi dengan komunitas-komunitas kreatif yang ada di Kota Ternate seperti GENPI (Generasi Pesona Indonesia) Malut, IAGI (Ikatan Ahli Geologi Indonesia), Ternate Jeep Community, Ternate Geopark Youth Forum, Ternate Heritage Society, APDI (Asosiasi Pilot Drone Indonesia) Malut, Ori Ma Fala (Konservasi Penyu), Duta Bahasa Malut, Pakesang Ternate, Dayo Camper Village, Halmahera Wildlife Photography, Ternate Runners, Widi Coastal dan Buku Saba Institut.

Destinasi Yang Dikelola Dinas Pariwisata Kota Ternate Ada 3 destinasi di antaranya:

1. Geowisata Batu Angus

Gambar 2 Tampak Depan Geowisata Batu Angus



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Batu Angus merupakan salah satu destinasi geowisata yang terbentuk dan terkenal di Kota Ternate. Destinasi ini terbentuk karena letusan Gunung Gamalama pada tahun 1673, lahar yang keluar akibat letusan tersebut mengakibatkan Desa Kulaba dikelilingi lahar yang sudah menjadi batu. Pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Ternate serta inisiatif masyarakat Desa Kulaba membuat Geowisata Batu Angus lebih indah mulai dari depan pintu masuk hingga ujung dari destinasi ini.

2. Pantai Sulamadaha

Pantai Sulamadaha yang memiliki keindahan alam baik permukaan laut maupun bawah laut Pantai Sulamadaha beralamat di Kelurahan Sulamadaha Kecamatan Pulau Ternate. Sulamadaha awalnya dikenal dengan nama *Bubane Ito* (dapur besar yang ada di pantai) yang dihuni oleh 3 “Soa” (klan) yaitu “Soa Tabanga”, “Soa Afo” dan “Soa Alafai”, lalu datang 1 rombongan dari Kerajaan Sula ke “Kie Gapi” (sebutan Pulau Ternate Pada Saat Itu.)

Gambar 3 Tampak Depan Pantai Sulamadaha



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

3. Danau Tolire Besar

Danau Tolire dikenal dengan cerita legendanya. Selain dari cerita legendanya, ada juga penjelasan secara geografis mengenai terbentuknya danau ini. Danau Tolire terbentuk pada tahun 1775 akibat erupsi yang diawali dengan beberapa kali gempa besar dan terjadi letusan uap selama beberapa jam sebelum fajar. Proses erupsi akibat letusan Gunung Gamalama menyalakan Desa Takome yang mengakibatkan terbentuknya kawah-

kawah yang kemudian kawah tersebut terisi air dan sampai saat ini.

Gambar 4 Tampak Depan Danau Tolire Besar



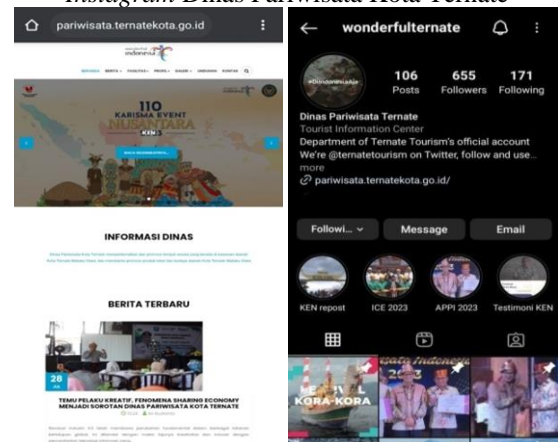
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

2. Platform Promosi Dinas Pariwisata Kota Ternate

Berikut merupakan platform Dinas Pariwisata Kota Ternate yang dikelola oleh Bidang Pemasaran:

Website merupakan salah satu platform yang digunakan oleh Bidang Pemasaran serta Dinas Pariwisata Kota Ternate secara umum. *Website* Dinas Pariwisata Kota Ternate berisikan informasi tentang Dinas Pariwisata Kota Ternate dan juga tentang destinasi yang ada di Kota Ternate beserta dengan foto dan videonya. Selain itu *website* Dinas Pariwisata Kota Ternate juga menampilkan berita-berita terkini seputar Kota Ternate. *Website* bisa diakses dimana saja selama *gadget* pengguna tersambung dengan jaringan internet. *Website* <https://pariwisata.ternatekota.go.id/>. Selain *Website*, Dinas Pariwisata Kota Ternate juga memiliki akun *instagram*. *Instagram* merupakan salah platform yang sangat terkenal sekarang ini, tidak hanya di Indonesia namun seluruh dunia. Dinas Pariwisata Kota Ternate bisa langsung di aplikasi *instagram* @wonderfulternate.

Gambar 5 Tampilan Depan *Website* dan Akun *Instagram* Dinas Pariwisata Kota Ternate

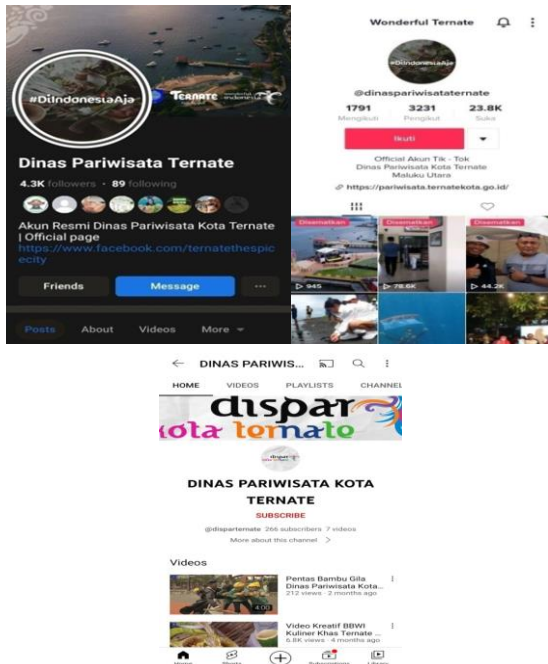


Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

Ada juga *facebook* yang dimanfaatkan oleh Bidang Pemasaran sebagai media mempromosikan

pariwisata Kota Ternate. Dapat di akses melalui aplikasi facebook @Dinas Pariwisata Kota Ternate. Dinas pariwisata juga menggunakan tiktok untuk mempromi objek wisata kota Ternate tiktok adalah aplikasi yang digunakan untuk mengunggah video-video. Akun diakses di aplikasi tiktok @dinaspariwisataternate dan Dinas Pariwisata Kota Ternate juga memiliki akun Youtube Akun @Dinas Pariwisata Kota Ternate.

Gambar 6. Tampilan Akun Facebook, Tiktok dan Youtube Dinas Pariwisata Kota Ternate



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023

3. *Tourism Information Center (TIC)*

Selain menyediakan media internet yang dikelola oleh Bidang Pemasaran yang diakses secara *online*, Dinas Pariwisata Kota Ternate juga menyediakan *Tourism Information Center* yang merupakan pusat informasi diakses secara *offline* Kantor *tourism information center* berlokasi di samping Jembatan Residen Kec. Ternate Tengah, Cabang kedua TIC berlokasi di Bandara Sultan Babullah berdiri pada tahun Cabang ke tiga beralamat di Kelurahan Sulamadaha

Gambar 7 Kantor TIC Jembatan Residen, Bandara dan Sulamadaha



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023
Sumber: Penulis, 2023

D. Kesimpulan

1. Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Ternate telah melakukan kegiatan publisitas yaitu dengan memanfaatkan media platform.
- 2 Dalam upaya mempromosikan potensi pariwisata Kota Ternate, Bidang Pemasaran Dinas Pariwisata Kota Ternate telah melakukan *event* berskala nasional.
- 3 Dinas Pariwisata Kota Ternate telah melakukan kerja sama dengan masyarakat disekitar destinasi yang berada dibawah naungan Dinas Pariwisata Kota Ternate untuk menjaga kelestarian destinasi dan melayani wisatawan yang berkunjung.
4. Penyediaan TIC (*tourism information center*) oleh Dinas Pariwisata Kota Ternate yang dikelola oleh Bidang Pemasaran dan diakses secara offline oleh wisatawan.
5. Berkolaborasi dengan komunitas kreatif yang ada di Kota Ternate serta mengadiri expo-expo yang dilaksanakan di dalam daerah maupun di luar daerah untuk mengenalkan lebih luas tentang pariwisata di Kota Ternate.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Salam, 2020. "Peranan *Tourism Information Center* Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Pengguna Jasa di Kota Ternate". *Ternate. Sumber: Prodi Usaha Perjalanan Wisata*.
- Sarwono, 2006. "Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif". *Yogyakarta: Graha Ilmu*
- Sugiyono, 2016. "Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". *Alfabeta*
- Sugiyono, 2018. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (*Mixed Methods*)". *Bandung: Alfabeta*
- Website Dinas Pariwisata Kota Ternate (<https://ternatekota.go.id/berita/uci-dowong-ritual-tolak-bala/>)