



**LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA**

**PERANAN BAHASA INGGRIS SEBAGAI SALAH SATU PENUNJANG  
PEMASARAN WISATA DI DINAS PARIWISATA BANYUWANGI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Bahasa Inggris  
Fakultas Sastra Universitas Jember

Oleh :

**Jndah Sulistyawati**

NIM. 990103101003

Asal : *Medika*  
Pembelian

Terima : *Epl*

No. Invoice :

11 JUL 2003

SFS

S

Kelas

428

SUL

P

@-1

**PROGRAM DIPLOMA III BAHASA INGGRIS  
FAKULTAS SASTRA UNIVERSITAS JEMBER  
2003**

## MOTTO

*Kegagalan biasanya merupakan langkah awal menuju sukses tapi sukses itu sendiri baru merupakan jalan tak berketentuan menuju puncak sukses.*

*(Lambert Jaffries)*

*Seseorang yang gagal kembali menikmati hidupnya bisa menjadi perusak bagi hidup orang lain.*

*(Anais Ain)*

*Dalam rasa iri lebih banyak tersimpan perasaan terlalu mencintai diri sendiri daripada rasa kasih.*

*(La Rochefoucauld)*

## PERSEMBAHAN

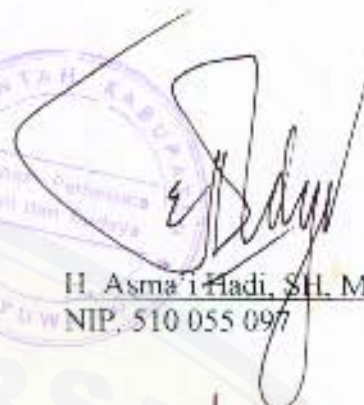
*Karya sederhana ini aku persembahkan untuk:*

- *Ayah dan ibu tercinta, terimakasih atas doa dan ikhtiarinya.*
- *Kakak-kakakku tersayang .*
- *My beloved, Muhammad Syahputra.*
- *Teman-teman D III Bahasa Inggris angkatan'99.*
- *Almamater tercinta.*



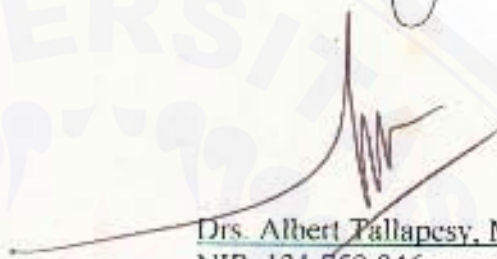
**PENGESAHAN**

**Pengawas / Penanggung jawab**



H. Asma'i Hadi, S.H. MM  
NIP. 510 055 097

**Dosen Pembimbing**



Drs. Albert Pallapcsy, MA  
NIP. 131 759 846

Laporan PKN ini disyahkan oleh :

**Ketua Program D III Bahasa Inggris**



Drs. H. M. Busjairi  
NIP. 130 261 682

**Dekan Fakultas Sastra**



Drs. H. Marwoto  
NIP. 130 368 790

## KATA PENGANTAR

Puji syukur aku panjatkan kehadiran Illahi Robbi yang telah melimpahkan Rahmat, karunia serta Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan ini. Sholawat dan salam semoga selalu terlimpahkan untuk Nabi Mohammad Saw dan keluarga serta kerabat kerabat beliau. Penulisan laporan ini dibuat untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program D3 Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember. Penulisan laporan ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, maka dari itu perkenankan penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak Drs. H. Marwoto, Dekan Fakultas Sastra Universitas Jember
2. Bapak Drs. H. Busyairi, Ketua Program D3 Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Wisamongko, M.A sekretaris Program D3 Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.
4. Drs. Albert Tallapesy, MA Dosen Pembimbing dalam laporan.
5. Drs. Imam Basuki, M.Hum, Dosen wali selama melaksanakan studi di Program D3 Bahasa Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember.
6. Affan Rodis, rekan senasib seperjuangan
7. Rekan-rekan seperjuangan DIII Bahasa Inggris, serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan laporan ini.

Akhirnya penulis berharap agar laporan yang berjudul "*Peranan Bahasa Inggris Sebagai Salah Satu Pemunjang Pemasaran Wisata di Dinas Pariwisata Banyuwangi*" ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, Maret 2003

Penulis

**DAFTAR ISI**

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>ABSTRAKSI</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata .....	3
1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata .....	3
1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata .....	3
1.4 Waktu dan Tempat Praktek Kerja Nyata .....	3
1.4.1 Waktu Praktek Kerja Nyata .....	3
1.4.2 Tempat Praktek Kerja Nyata .....	4
1.5 Prosedur Praktek Kerja Nyata .....	4
1.6 Bidang Ilmu .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Definisi Pariwisata .....	6
2.2 Unsur Yang Menjadi Bagian Sistim Pariwisata .....	6
2.3 Jenis-Jenis Wisata .....	6
2.4 Faktor Dalam Melakukan Perjalanan .....	7
2.5 Karakteristik Bentuk-Bentuk Perjalanan Pariwisata .....	8
2.6 Definsi Interaksi Pariwisata .....	10

2.7 Definisi Pemasaran, Pemasaran Pariwisata, dan Ciri-Ciri Khusus Pemasaran Pariwisata.....	11
2.7.1 Definisi Pemasaran.....	11
2.7.2 Definisi Pemasaran Pariwisata.....	11
2.7.3 Ciri-Ciri Khusus Pemasaran Pariwisata.....	11
2.8 Analisa Pasar.....	12
2.9 Pentingnya Bahasa Inggris Dalam Pemasaran Wisata.....	13

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Sekilas Mengenai Dinas Pariwisata Banyuwangi.....	14
3.2 tujuan pembentukan dinas pariwisata banyuwangi.....	14
3.3 Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Dinas Pariwisata.....	15
3.4 Struktur Organisasi.....	16

### **BAB IV KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA**

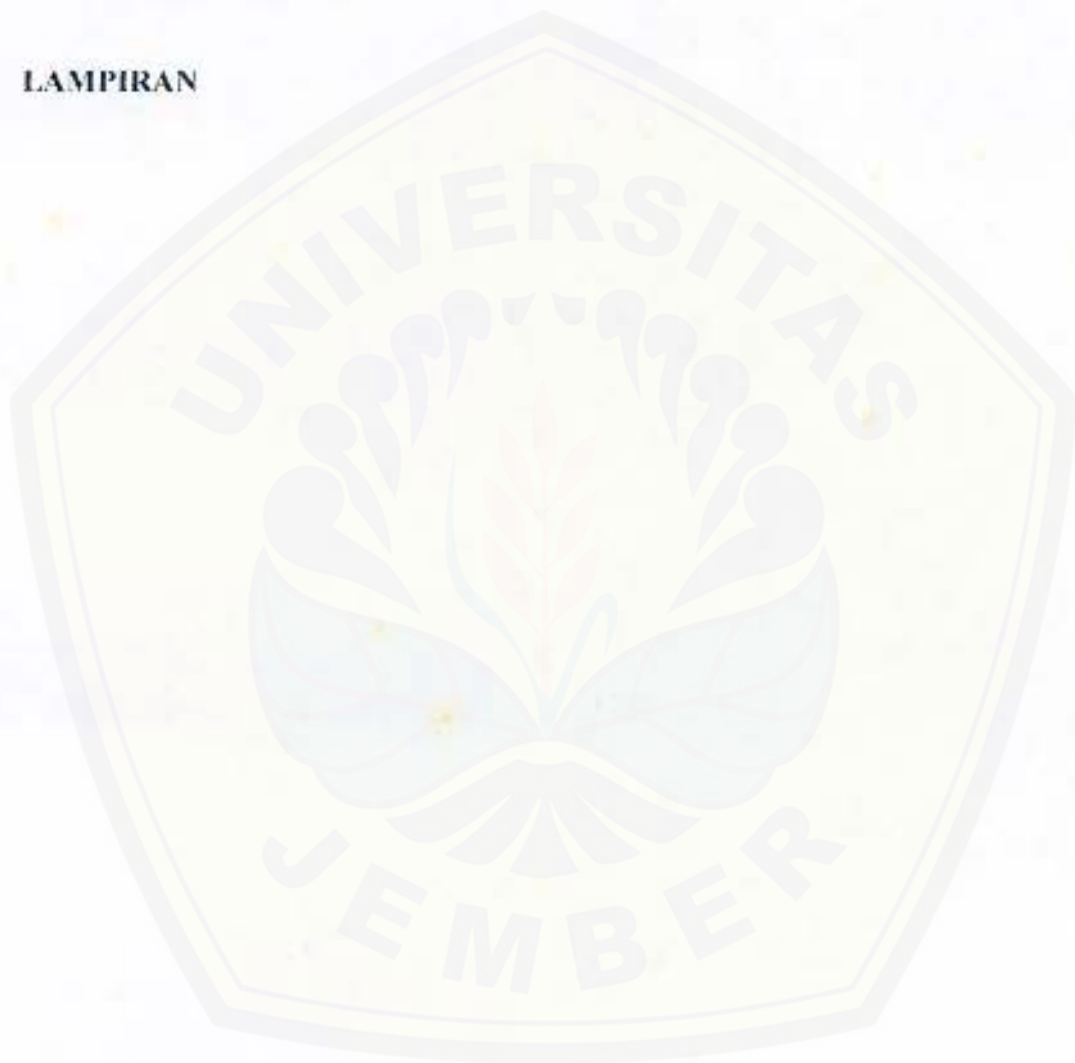
4.1 Bidang Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	25
4.2 Objek Dan Daya Tarik Wisata Kabupaten Banyuwangi....	25
4.3 Kegiatan Praktek Kerja Nyata.....	31
4.4 Hubungan Bahasa Inggris Dengan Pemasaran Wisata.....	32
4.4.1 Kedudukan Bahasa Inggris Di Dunia Pariwisata.....	32
4.4.2 Penguasaan Bahasa Inggris.....	33
4.4.3 Komunikasi Pemasaran Wisata ( <i>Tourism Marketing Communication</i> ).....	34
4.4.4 Media Pendukung Pemasaran Wisata.....	35
4.5 Sapta Pesona.....	37
4.6 Hasil-Hasil Yang Diperoleh.....	38

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	39
5.2 Saran .....	40

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**





## ABSTRAKSI

Kegiatan pariwisata di Indonesia merupakan penyumbang devisa negara terbesar yang mampu menopang roda pemerintahan. Dari kegiatan pariwisata ini banyak tercipta banyak lapangan pekerjaan baru yang dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Selain itu, dengan pariwisata juga dapat meningkatkan rasa cinta tanah air, seni dan budaya suatu daerah yang dapat meningkatkan rasa persatuan dan kesatuan bangsa sehingga stabilitas nasional dapat terpelihara dengan baik.

Manfaat lain dari kegiatan pariwisata adalah meningkatnya hubungan bilateral maupun multilateral, sehingga dapat tercipta satu hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan. Namun, semua manfaat dari kegiatan pariwisata tersebut bisa jadi bumerang bagi suatu negara bila stabilitas keamanan tidak terjaga sehingga terjadi krisis multi dimensi yang dapat mengurangi pendapatan devisa negara seperti yang terjadi di Indonesia beberapa tahun silam.

Untuk memulihkan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan khususnya wisatawan manca negara, pihak Dinas Pariwisata perlu bekerja ekstra keras guna menetralsir isu yang berkembang bahwa keadaan Indonesia masih belum aman dan menghindari Indonesia sebagai negara tujuan wisata. Selain itu, Dinas Pariwisata juga perlu meyakinkan kepada dunia bahwa Indonesia masih merupakan negara tujuan wisata yang mempesona dan masih menyimpan sejuta keindahan dan kenangan yang layak untuk dikunjungi dan dinikmati.

Dalam keadaan yang demikian, Dinas Pariwisata dihadapkan pada persoalan yang sangat rumit, karena di satu sisi pihak Dinas pariwisata ingin meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, namun di satu sisi pihak Dinas pariwisata terganjal oleh stabilitas keamanan yang terganggu.

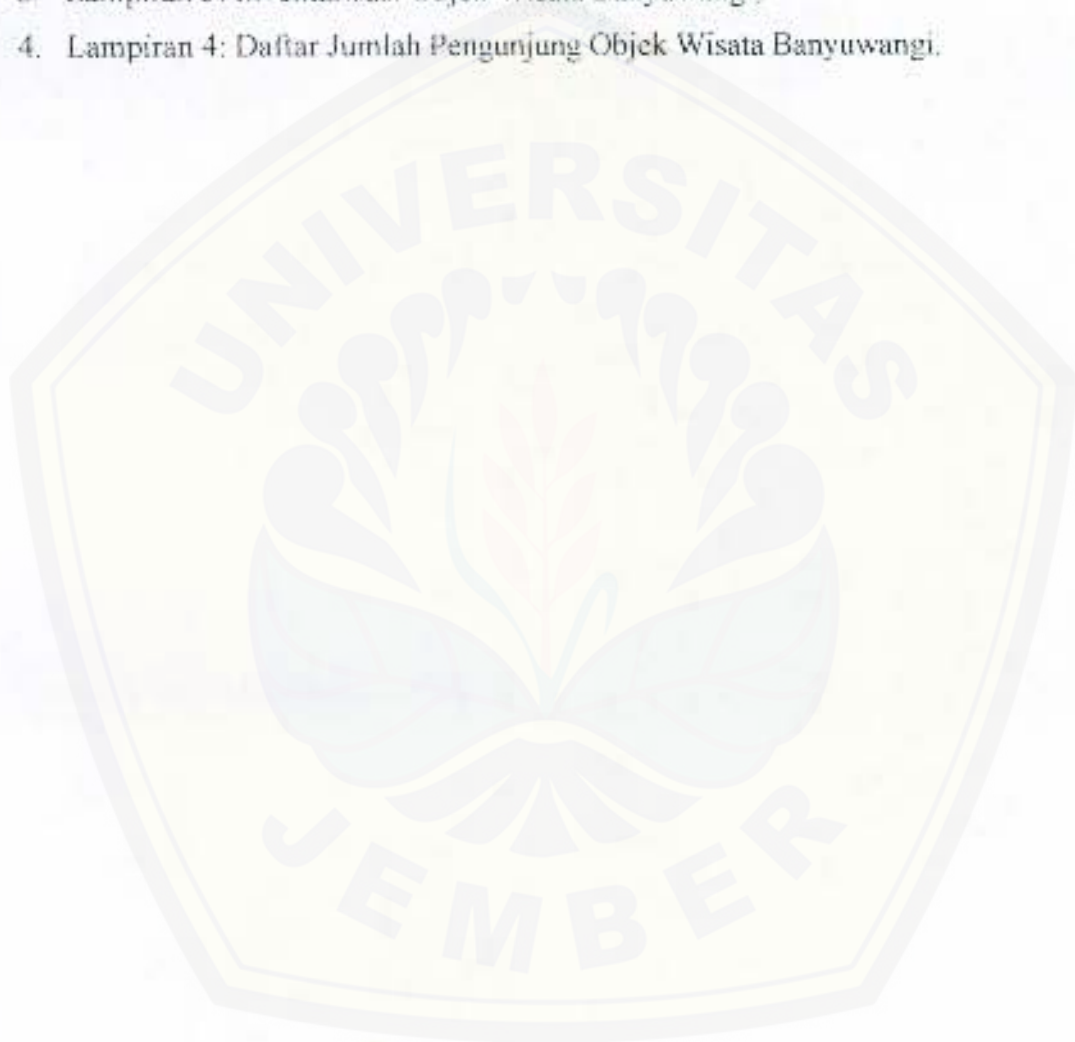
Berpijak pada keadaan tersebut, pihak Dinas Pariwisata harus mampu membuat kebijakan-kebijakan baru yang bisa digunakan untuk memasarkan produk wisata yang dimiliki oleh Indonesia dan mampu meyakinkan kepada dunia bahwa Indonesia merupakan negara tujuan wisata yang layak dikonsumsi. Dalam memasarkan produk wisata yang bergerak di bidang jasa tentu saja tidak sama

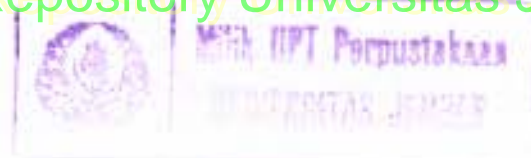
dengan memasarkan produk yang berupa barang, karena produk yang berupa barang jika tidak laku dipasarkan masih bisa disimpan di gudang dan pada saat yang dikira tepat masih bisa dipasarkan kembali, namun produk wisata jika tidak laku dipasarkan maka pihak pengelola harus mampu membuat kebijakan-kebijakan dan terobosan baru guna memasarkan produk wisata tertentu yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.

Mengingat pentingnya fungsi pemasaran dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, maka diperlukan tenaga ahli yang mampu menjual dan berkomunikasi dengan bangsa lain untuk meyakinkan bangsa lain bahwa objek dan daya tarik wisata di Indonesia layak untuk dikonsumsi. Untuk mempermudah kegiatan pemasaran wisata, tenaga ahli tersebut diharuskan memiliki ketrampilan dan keahlian berkomunikasi dengan menggunakan beberapa bahasa asing khususnya Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang sering digunakan di banyak negara dan mampu mengimplementasikannya dengan baik dan benar. Maka dari itu, penulis ingin membahas hubungan Bahasa Inggris dengan kegiatan pemasaran guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia pada umumnya dan di Kabupaten banyuwangi pada khususnya.

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1: Struktur Organisasi Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi;
2. Lampiran 2: Brosur Kegiatan Wisata Kabupaten Banyuwangi;
3. Lampiran 3: Inventarisasi Objek Wisata Banyuwangi;
4. Lampiran 4: Daftar Jumlah Pengunjung Objek Wisata Banyuwangi.





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sudah menjadi kenyataan bahwa kita hidup di tengah masyarakat yang konsumtif yang dilatar belakangi oleh banyak segi pola hidup, baik segi politik, ekonomi, sosial dan budaya, dan gaya hidup. Keadaan ini mendorong manusia untuk memiliki produk baik berupa barang maupun jasa yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Hal ini bisa dijadikan sebagai modal dasar bagi perusahaan dalam kegiatan memasarkan produk yang mereka miliki karena terbuka kesempatan yang luas bagi mereka dalam melakukan kegiatan tersebut melalui berbagai media.

Dalam kegiatan pemasaran suatu produk baik berupa barang maupun jasa pihak perusahaan terutama bagian pemasaran harus jeli dalam melihat peluang pasar yang ada dan mampu memanfaatkannya sebaik mungkin. Orang yang bertugas memasarkan suatu produk harus memiliki kiat dan cara khusus dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan kepada konsumen bila ingin kegiatan pemasaran yang mereka lakukan dapat mencapai hasil yang maksimal, karena memasarkan produk berupa barang berbeda dengan memasarkan produk berupa jasa. Selain itu, bagian pemasaran harus mampu menganalisa keadaan dan keinginan pasar, menentukan segmentasi pasar, dan mampu memperkirakan harga penjualan yang kompetitif.

Dalam memasarkan suatu produk terutama yang berupa jasa, bagian pemasaran harus kreatif dalam menawarkan produknya karena menjual produk berupa jasa lebih rumit dibandingkan dengan menjual produk berupa barang apalagi bila yang ditawarkan berupa jasa yang ada kaitannya dengan kepariwisataan. Dalam menjual produk wisata diperlukan koordinasi yang baik antara pengelola produk wisata dengan semua badan usaha wisata yang mampu menunjang pemasaran wisata karena pemasaran wisata tidak bisa dilakukan oleh hanya satu badan usaha wisata saja.

Kegiatan kepariwisataan merupakan kegiatan multi sektoral yang kompleks yang harus ditangani secara serius oleh pemerintah tidak hanya oleh sebuah dinas yang bergerak di bidang pariwisata saja namun oleh semua bagian pemerintahan yang ada untuk menjaga stabilitas keamanan nasional, karena bila stabilitas keamanan nasional terpelihara maka kegiatan pariwisata dapat berlangsung dengan baik. Dalam keadaan bagaimanapun juga Dinas Pariwisata harus mampu membuat kebijakan-kebijakan yang bisa digunakan dalam memasarkan produk wisata yang dimiliki dan mampu meyakinkan kepada dunia bahwa Indonesia merupakan negara tujuan wisata yang layak dikunjungi karena Indonesia memiliki banyak objek dan daya tarik wisata, dengan demikian dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang pada akhirnya berdampak pada meningkatnya pendapatan daerah dan devisa negara.

Mengingat pentingnya fungsi pemasaran dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, maka diperlukan tenaga ahli yang mampu menjual dan berkomunikasi dengan bangsa lain untuk meyakinkan bangsa lain bahwa objek dan daya tarik wisata di Indonesia layak untuk dikonsumsi. Untuk mempermudah kegiatan pemasaran wisata, tenaga ahli tersebut diharuskan memiliki ketrampilan dan keahlian berkomunikasi dengan menggunakan beberapa bahasa asing khususnya Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang sering digunakan di banyak negara dan mampu mengimplementasikannya dengan baik dan benar. Maka dari itu, dalam laporan ini penulis ingin membahas hubungan Bahasa Inggris dengan kegiatan pemasaran guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia pada umumnya dan di Kabupaten Banyuwangi pada khususnya dengan mengambil judul "*Peranan Bahasa Inggris Sebagai Salah Satu Penunjang Pemasaran Wisata Di Dinas Pariwisata Banyuwangi*".

## 1.2 Ruang Lingkup Permasalahan

Permasalahan yang akan dibahas dalam Laporan Praktik Kerja Nyata ini adalah seberapa jauh peranan dan hubungan Bahasa Inggris dengan pemasaran produk wisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi

sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan terutama wisatawan manca negara.

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata**

#### **1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata**

Adapun tujuan Praktek Kerja Nyata adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai salah satu persyaratan yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa Program Diploma III Bahasa Inggris untuk mencapai gelar Ahli Madya pada Fakultas Sastra Universitas Jember.
- b. Untuk mempraktekkan ilmu yang bersifat teori yang telah didapat di perguruan tinggi dalam dunia kerja.
- c. Memperdalam pengetahuan berkaitan dengan penggunaan Bahasa Inggris secara nyata dalam dunia kerja.
- d. Melatih kepekaan mahasiswa terhadap keadaan sosial, politik, ekonomi dan budaya yang ada di sekitar mereka.

#### **1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata**

Adapun Manfaat Praktek Kerja Nyata adalah sebagai berikut :

- a. Memperluas wawasan dan meningkatkan pengetahuan serta pengalaman mengenai kegiatan-kegiatan yang ada hubungannya dengan bidang pariwisata.
- b. Mengetahui serta mampu melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh pembina lapangan di bidang pariwisata dan dapat meningkatkan kemampuan dan keahlian dalam mengaplikasikan Bahasa Inggris dengan baik dan benar.

### **1.4 Waktu dan Tempat Praktek Kerja Nyata**

#### **1.4.1 Waktu Praktek Kerja Nyata**

Jangka waktu yang penulis lakukan dalam melaksanakan Praktek Kerja Nyata adalah selama satu bulan lima belas hari dimulai dari tanggal 1 Juli sampai

15 Agustus 2002. Jam kerja yang harus dilakukan adalah selama 8 jam setiap harinya dengan lima hari kerja dalam setiap minggunya.

#### **1.4.2 Tempat Praktek Kerja Nyata**

Tempat yang dipilih dalam melaksanakan Praktek Kerja Nyata adalah Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dengan alasan pesatnya perkembangan pariwisata pada saat ini dan kegiatan di bidang pariwisata merupakan kegiatan yang dijadikan ujung tombak dalam peningkatan devisa negara.

Alasan lain adalah Kabupaten Banyuwangi banyak memiliki objek dan daya tarik wisata yang beragam dan unik yang semuanya itu dapat dijadikan sebagai modal dasar dalam pengembangan kepariwisataan yang ada di Kabupaten Banyuwangi.

#### **1.5 Prosedur Praktek Kerja Nyata**

Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata ini harus melalui prosedur yang sudah ditetapkan oleh pihak fakultas. Adapun prosedur yang harus dilalui adalah sebagai berikut :

1. Setiap mahasiswa harus mengumpulkan sedikitnya 80 SKS yang dibuktikan dengan Transkrip Nilai yang disahkan oleh Bagian Akademik;
2. Mencari tempat pelaksanaan Praktek Kerja Nyata;
3. Mengurus surat izin Praktek Kerja Nyata;
4. Menyerahkan surat izin Praktek Kerja Nyata ke instansi terkait, dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi;
5. Menerima penjelasan mengenai kebijaksanaan Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi;
6. Pengenalan ruang lingkup Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi;
7. Melaksanakan tugas yang diberikan oleh pembina lapangan yang ditunjuk oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi;
8. Mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penyusunan laporan;
9. Konsultasi laporan Praktek Kerja Nyata dengan dosen pembimbing secara periodik;

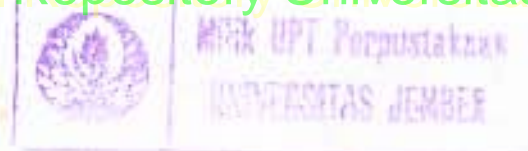
10. Menyusun laporan Praktek Kerja Nyata.

### 1.6 Bidang Ilmu

Sebelum melaksanakan Praktek kerja, penulis telah mendapatkan beberapa ilmu yang dapat membekali penulis dalam Praktek Kerja Nyata terutama dalam dunia pariwisata, yaitu :

1. Transportasi dan akomodasi wisata, merupakan bidang ilmu yang mempelajari tentang segala hal yang berkaitan dengan jasa transportasi dan jasa akomodasi wisata;
2. *Guiding*, merupakan bidang ilmu yang mempelajari tentang tempat-tempat wisata dan bagaimana cara memandu wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara,
3. *Speaking*, merupakan bidang ilmu yang mempelajari tentang bagaimana cara berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara dengan menggunakan Bahasa Inggris;
4. *Vocabulary*, merupakan bidang ilmu yang mempelajari tentang kosa kata yang sering digunakan dalam dunia pariwisata;
5. Manajemen Pariwisata, merupakan bidang ilmu yang mempelajari tentang perkembangan pariwisata di Indonesia;
6. *Translation*, merupakan bidang ilmu yang mempelajari tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan pengalihbahasaan suatu pesan atau informasi.





## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Definisi Pariwisata

Definisi pariwisata menurut Kodhyat (1983) adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi politik, sosial, budaya, alam, dan ilmu (Ramaini, 1992:2).

#### 2.2 Unsur-Unsur Yang Menjadi Bagian Sistem Pariwisata

Di dalam sistem kepariwisataan terdapat unsur-unsur yang secara langsung mendukung industri pariwisata. Unsur-unsur tersebut (Ramaini, 1992:8), adalah:

1. Perjalanan, merupakan unsur yang mutlak ada dalam kegiatan wisata;
2. Akomodasi, merupakan unsur pariwisata yang dapat menunjang kelancaran kegiatan kepariwisataan. Yang termasuk unsur-unsur dari akomodasi adalah: hotel, losmen, rumah makan, kedai, catering, dan bar;
3. Organisasi pariwisata, merupakan organisasi-organisasi yang bergerak di pariwisata, baik organisasi pemerintah maupun organisasi swasta yang mendukung terselenggaranya kegiatan pariwisata mulai dari penyediaan sarana dan prasarana, pengelolaan sampai pefestariannya;
4. Sosial budaya, kegiatan pariwisata merupakan fenomena sosial yang kompleks dan saling mempengaruhi. Keanekaragaman dan keunikan sosial budaya, pola hidup, corak budaya dan kesenian merupakan modal dasar dalam pengembangan pariwisata.

#### 2.3 Jenis-Jenis Wisata

Pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang mempunyai implikasi terhadap interaksi dari dimensi sosial, budaya, ekonomi, psikologis, dan geografis yang memiliki beberapa jenis kebutuhan, tujuan dan kemampuan masing-masing

wisatawan. Dari uraian di atas, dapat diketahui jenis-jenis wisata (Ramaini, 1992:2), adalah:

1. Wisata menikmati perjalanan, yaitu wisata bertujuan untuk bersenang-senang atau berlibur dengan objek dan daya tarik wisata yang dapat dinikmati tanpa melalui proses yang rumit;
2. Wisata olah raga, yaitu wisata yang bertujuan untuk melakukan olah raga baik untuk tujuan prestasi maupun sekedar berolah raga dalam suasana lain dari kesibukan sehari-hari;
3. Wisata urusan dagang, yaitu wisata yang dilakukan oleh pengusaha atau pejabat pemerintah/swasta/tenaga ahli, dalam bentuk *profesional travel* yaitu perjalanan yang ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan dan menggunakan sebagian waktunya untuk melakukan kegiatan yang bersifat memperoleh pengalaman baru;
4. Wisata konvensi, merupakan kegiatan-kegiatan pertemuan untuk membahas berbagai hal yang biasanya diselenggarakan di tempat-tempat rekreasi, seperti seminar, rapat kerja, dan studi banding;
5. Wisata minat khusus, merupakan kegiatan perjalanan yang bertujuan memperoleh pengalaman baru yang bersifat ringan maupun yang menantang yang berbasiskan alam maupun budaya. Wisata minat khusus yang berbasis alam dapat berupa menikmati pemandangan pegunungan, pantai dan hutan, sedangkan wisata minat khusus yang berbasis budaya dapat berupa menikmati kegiatan festival, adat-istiadat, dan kesenian.

#### **2.4 Faktor-Faktor Dalam Melakukan Perjalanan**

Terdapat beberapa faktor yang menjadi dasar orang atau kelompok melakukan perjalanan dengan berbagai maksud. Faktor-faktor tersebut dapat terjadi karena dua hal, yaitu faktor internal yang meliputi keinginan dan kebutuhan, dan ketersediaan dana dan waktu, faktor yang kedua adalah faktor eksternal yang meliputi fasilitas dari objek dan daya tarik wisata yang meliputi adanya informasi dan kemudahan pencapaian suatu objek dan daya tarik wisata.

Dari faktor-faktor tersebut, terdapat empat faktor utama orang melakukan perjalanan (Ramaini, 1992:5), yaitu:

1. Tersedianya dana, merupakan sisa dari penghasilan setelah kebutuhan untuk dikonsumsi terpenuhi. Dengan kata lain, secara teoritis semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi pula dana tabungan yang tersedia yang dapat dijadikan bekal dalam melakukan perjalanan;
2. Tersedianya waktu luang, merupakan waktu yang tersedia bagi seseorang yang setelah kebutuhan dasarnya untuk bekerja, istirahat, dan kebutuhan dasar lainnya terpenuhi. Dengan tersedianya waktu luang maka kemungkinan untuk melakukan perjalanan semakin besar;
3. Aksesibilitas, merupakan kemudahan yang mencakup informasi tentang produk dan pola atau paket perjalanan, keterkaitan dan jarak yang memungkinkan seseorang dalam melakukan perjalanan dengan berbagai maksud;
4. Ketertarikan terhadap suatu objek dan daya tarik wisata yang ada di daerah tujuan wisata, merupakan dimensi baru yang akan memberi manfaat dan pengalaman baru bagi wisatawan bersangkutan.

Dengan adanya keempat faktor tersebut maka kemungkinan orang melakukan perjalanan wisata semakin besar apalagi ditunjang dengan pelayanan yang memuaskan dari pengelola objek dan daya tarik wisata dan rangsangan-rangsangan yang diberikan kepada wisatawan yang akan berkunjung ke tempat tujuan wisata menarik, seperti pemberian potongan harga khusus bagi wisatawan yang berkunjung pada masa tertentu, pemberian kenang-kenangan secara cuma-cuma kepada wisatawan yang berkunjung, yang kesemuanya itu bisa ditawarkan melalui promosi dan publikasi melalui berbagai media dan inovasi dalam memasarkan suatu objek dan daya tarik wisata yang ada di daerah tujuan wisata.

## **2.5 Karakteristik Bentuk-Bentuk Perjalanan Wisatawan**

Dalam sistim kepariwisataan, pengembangan industri pariwisata yang berhubungan dengan pemasaran suatu objek dan daya tarik wisata yang ada di suatu daerah tujuan wisata perlu untuk melakukan identifikasi ciri-ciri psikografis

wisatawan yang menjadi pasar dari daerah tujuan wisata bersangkutan. Identifikasi ciri-ciri psikografis wisatawan oleh Stanley Plog (1973) yang disitir oleh Gee, Makens dan Choy (1989) dibagi dalam dua ekstrim psikografis, yaitu *psychocentrics* dan *allocentrics* (Ramaini, 1992:9).

Teori Plog mengemukakan karakteristik dari bentuk-bentuk perjalanan wisatawan secara psikografis sebagai berikut:

1. *psychocentrics* memiliki ciri-ciri:
  - a. Menyukai daerah tujuan wisata yang aman, dalam artian sudah terkenal, fasilitasnya memadai dan berkualitas;
  - b. Menyukai kegiatan wisata yang umum dilakukan oleh banyak orang, keluarga lebih diutamakan;
  - c. Menyukai tempat-tempat yang menawarkan kesenangan, termasuk kegiatan-kegiatan seperti berbelanja, fotografi dan melihat acara kesenian dan kebudayaan;
  - d. Tidak menyukai daerah tujuan wisata yang sulit dicapai dan yang mengandung unsur bahaya;
  - e. Menyukai daerah tujuan wisata yang mudah dicapai dengan transportasi yang paling sederhana dan massal;
  - f. Menyukai paket wisata yang lengkap dan terencana.
2. *Allocentrics* memiliki ciri-ciri:
  - a. Menyukai daerah tujuan wisata yang menawarkan suatu kesempatan yang baru untuk memperoleh pengalaman yang benar-benar berbeda dari kehidupan sehari-hari dari tempat asalnya;
  - b. Lebih suka menginap di penginapan sederhana milik penduduk sekitar dari pada tinggal di hotel-hotel modern;
  - c. Lebih suka mencoba makanan baru atau makanan khas daerah setempat;
  - d. Menyukai perjalanan yang jauh dan sulit serta penuh tantangan;
  - e. Menerima pengaturan paket wisata yang hanya mencakup kebutuhan dasar dari perjalanan seperti transportasi dan akomodasi secara sederhana dan fleksibel.

Lebih lanjut Gee, Makens, dan Choy menjelaskan bahwa dalam menentukan letak dari suatu atraksi atau objek dan daya tarik wisata tertentu, faktor-faktor yang terdapat dalam produk wisata dapat menjadi acuan yang penting. Semakin sulit aksesibilitas ke suatu daerah tujuan wisata tertentu maka semakin besar kemungkinan daerah tersebut hanya dikunjungi oleh wisatawan dari kelompok *allocentrics* saja. Sebaliknya, semakin lengkap ketersediaan fasilitas suatu daerah tujuan wisata maka akan banyak dikunjungi oleh kelompok wisatawan *psychocentrics*.

Di antara kedua kelompok tersebut ada satu kelompok kompromi yang biasa disebut *midcentrics*. Kelompok ini pada umumnya dapat beradaptasi dengan kondisi suatu fenomena kepariwisataan. Kelompok ini memiliki ciri-ciri:

- a. Kelompok ini hanya berwisata hanya sekedar mencari sesuatu yang baru di tempat yang baru pula;
- b. Tertarik pada daerah tujuan wisata tertentu;
- c. Tidak merasa takut untuk mencoba sesuatu yang baru, sepanjang tidak berkaitan dengan sesuatu yang ekstrim, aneh, dan asing;
- d. Senang berwisata secara berkelompok.

Ditinjau dari aspek pemasaran pariwisata kelompok *midcentrics* merupakan segmen yang gampang untuk digarap dan dapat dijadikan sebagai sumber kunjungan wisata yang potensial.

## 2.6 Definisi Interaksi Pariwisata

Interaksi pariwisata adalah suatu proses hubungan timbal balik dalam kegiatan pariwisata yang mencakup bidang sosial, politik, ekonomi dan budaya serta antar wilayah (Ramaini, 1992:21).

Interaksi pariwisata merupakan sebuah fenomena yang akan terjadi secara kontinyu yang disebabkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Interaksi pariwisata mempunyai manfaat dalam berbagai dimensi kehidupan di antaranya:

1. Transfer ilmu pengetahuan dan teknologi;

2. Terbukanya hubungan sosial, politik, ekonomi, dan budaya yang mendorong perubahan sosial dan pembangunan;
3. Dinamika pemerintahan suatu negara;
4. Tersebarnya informasi tentang berbagai aspek perkembangan kehidupan;
5. Terbentuknya organisasi-organisasi internasional;
6. Meningkatnya laju pertumbuhan ekonomi dan perluasan kesempatan berusaha atau memperoleh pekerjaan yang sesuai dengan keahlian maupun minat.

## **2.7 Definisi Pemasaran, Pemasaran Pariwisata, dan Ciri-Ciri Khusus**

### **Pemasaran Pariwisata**

#### **2.7.1 Definisi Pemasaran**

Definisi pemasaran menurut Asosiasi Manajemen Amerika (AMA) adalah pengidentifikasi atau penciptaan kebutuhan-kebutuhan konsumen, kemudian mendorong dan mengkoordinasikan dengan pemanfaatan semua fungsi yang ada yang pada akhirnya berdampak pada pencapaian kepuasan dari penjual dan pembeli (Salah Wahab, 1997:22).

#### **2.7.2 Definisi Pemasaran Pariwisata**

Pemasaran pariwisata menurut Krippendorf dalam bukunya *Marketing et Tourism* adalah penyesuaian sistimatis atau koordinasi dari kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh badan usaha dan sektor wisata pemerintah, baik lokal, nasional, regional, dan internasional guna mencapai kepuasan yang optimal dari pelanggan (Salah Wahab, 1997:27).

#### **2.7.3 Ciri-Ciri Khusus Pemasaran Pariwisata**

Terdapat perbedaan mencolok yang membedakan pemasaran dalam berbagai bidang dengan pemasaran pariwisata yang harus diketahui oleh pengelola objek dan daya tarik wisata terutama dalam memasarkan produk wisata yang mereka kelola. Ciri-ciri khusus yang membedakan pemasaran pariwisata dengan pemasaran yang lainnya (Salah Wahab, 1997:24), antara lain:

1. Kekakuan (*Rigidity*), merupakan komponen utama wisata yang harus ada dan dikelola dengan baik agar dapat berkembang, komponen tersebut adalah sarana dan prasarana;
2. Keluwesan (*Elasticity*), ciri ini lebih cenderung pada kemampuan ekonomi dan daya beli wisatawan terhadap produk yang kita tawarkan kepada mereka;
3. Dimanfaatkan di tempat dimana produk wisata tersebut ditawarkan, dalam pemasaran wisata penggunaan dan pemakaian produk dan jasa yang ditawarkan terjadi di tempat atau daerah tujuan wisata dan tidak bisa dibawa pulang. Wujud dari pemakaian produk dan jasa wisata yang ditawarkan di ekspresikan dengan kepuasan dan pengalaman yang didapat dari wisatawan yang berkunjung pada tempat tujuan wisata;
4. Fasilitas, merupakan komponen wisata yang harus ada dan siap pakai yang dapat menunjang berkembangnya pemasaran wisata suatu objek dan daya tarik wisata yang terdapat di daerah tujuan wisata.

## 2.8 Analisa Pasar

Analisa pasar merupakan riset atau penelitian yang dilakukan oleh pengelola objek dan daya tarik wisata terhadap keadaan pasar wisata, dalam hal ini calon wisatawan yang potensial, guna dijadikan pedoman pengambilan keputusan dan kebijakan-kebijakan wisata dalam bidang pemasaran.

Analisa pasar yang dapat dilakukan terhadap calon wisatawan adalah menentukan sumber wisatawan, yang dimaksud adalah daerah atau negara asal dari wisatawan. Asal dari wisatawan yang banyak berkunjung di suatu daerah tujuan wisata bisa dijadikan dasar dalam melakukan analisa pasar karena dengan begitu diketahui daerah atau negara mana yang penduduknya banyak berkunjung dan alasan mereka memilih dan memutuskan berkunjung ke daerah tujuan wisata tertentu.

Analisa pasar lain yang dapat dilakukan adalah meneliti tentang wisatawan baik dari faktor kekayaan, waktu senggang, maupun kebudayaan dari wisatawan karena dengan begitu dapat diketahui minat dari wisatawan dan dapat dijadikan pedoman dalam memasarkan produk wisata.

## 2.9 Pentingnya Bahasa Inggris Dalam Pemasaran Wisata

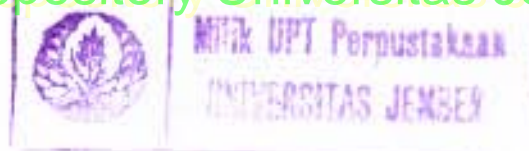
Perkembangan jaman saat ini menuntut manusia untuk sering berkomunikasi dengan antar bangsa yang satu dengan yang lain. Untuk mempermudah komunikasi tersebut diperlukan bahasa pengantar yang dapat dimengerti dan dipahami oleh bangsa-bangsa di dunia yaitu Bahasa Inggris.

Bahasa Inggris sebagai bahasa internasional yang sering digunakan oleh bangsa-bangsa di dunia sangat diperlukan sebagai alat komunikasi dalam dunia bisnis terutama industri pariwisata. Maka dari itu, penguasaan Bahasa Inggris yang baik dan benar dalam menerapkannya akan banyak membantu memperlancar dalam berkomunikasi karena dapat menyamakan persepsi dan menghindari kesalahpahaman (*misunderstanding*), karena terciptanya komunikasi dua arah yang pada akhirnya tujuan dari komunikasi dapat tercapai.

Dinas Pariwisata Banyuwangi sebagai instansi pemerintah yang bergerak di bidang kepariwisataan banyak menerima buku panduan, brosur dan *leaflet* dari daerah-daerah lain baik yang menggunakan Bahasa Inggris maupun Bahasa Indonesia. Agar buku-buku tersebut dapat dimengerti isi dan maksudnya, buku-buku tersebut harus diterjemahkan terlebih dahulu ke dalam Bahasa Indonesia atau sebaliknya agar informasi tentang pariwisata Indonesia bisa dipahami wisatawan mancanegara harus menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar.

Untuk kepentingan terjemahan tersebut, maka diperlukan Sumber Daya Manusia yang mampu menggunakan dan menerapkan Bahasa Inggris dengan benar agar informasi yang disajikan nantinya dapat dipahami dan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke objek dan daya tarik wisata yang kita tawarkan.





### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM**

#### **TEMPAT PRAKTEK KERJA NYATA**

##### **3.1 Sekilas Mengenai Dinas Pariwisata Banyuwangi**

Dinas Pariwisata Banyuwangi adalah sebuah kedinasan yang bertugas mengelola kepariwisataan yang ada di Kabupaten Banyuwangi yang meliputi perencanaan, pengembangan, pembangunan, penyelenggaraan, dan pengawasan kepariwisataan. Susunan organisasi dan tata kerja Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi ditetapkan dan disahkan oleh Bupati Banyuwangi dengan Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi (Perda) No. 36 Tahun 2000 yang disahkan pada tanggal 4 Desember 2000.

Perda No. 36 Tahun 2000 dijadikan pedoman oleh Dinas Pariwisata Banyuwangi dalam pengelolaan kepariwisataan yang ada di Banyuwangi baik penggalan objek dan daya tarik wisata baru maupun pengembangan dan pelestarian objek dan tarik wisata yang sudah ada guna meningkatkan pendapatan daerah dan meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat Banyuwangi.

##### **3.2 Tujuan Pembentukan Dinas Pariwisata Banyuwangi**

Kabupaten Banyuwangi merupakan kabupaten yang banyak menyimpan berbagai macam objek dan daya tarik wisata dan keunikan seni dan budaya yang dapat dijadikan sebagai modal dasar dalam peningkatan taraf ekonomi dan status sosial masyarakat. Objek dan daya tarik wisata yang dimiliki Kabupaten Banyuwangi masih perlu mendapatkan perhatian yang lebih serius dalam pengembangan dan pelestariannya, maka dari itu dibentuklah Dinas Pariwisata yang bertugas mengelolanya.

Hal ini dimaksudkan untuk menciptakan suatu iklim dan tata kerja yang lebih mantap disesuaikan dengan situasi dan kondisi dalam rangka pengembangan

kepariwisataan Kabupaten Banyuwangi dan untuk menunjang program pembangunan ekonomi nasional melalui sektor pariwisata.

Sejalan dengan perwujudan otonomi daerah yang nyata di Kabupaten Banyuwangi Dinas Pariwisata dapat mendayagunakan dan mengembangkan potensi pariwisata yang ada secara maksimal, dapat menggali sumber pendapatan baru berupa pajak, pengembangan objek wisata yang diharapkan dapat melestarikan dan meningkatkan kualitas seni dan budaya yang dimiliki.

### 3.3 Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Dinas Pariwisata

Dinas Pariwisata merupakan perangkat daerah yang mempunyai kedudukan sebagai unsur pelaksana Pemerintah Kabupaten Banyuwangi di bidang pariwisata. Dinas Pariwisata dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati Banyuwangi melalui Sekretaris Daerah (Sekda).

Dinas Pariwisata mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian urusan rumah tangga daerah di bidang kepariwisataan yang meliputi perencanaan, pengembangan, pembangunan, penyelenggaraan dan pengawasan kepariwisataan bagi masyarakat serta pengendaliannya sesuai kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh Bupati berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.

Untuk menyelenggarakan dan memperlancar tugas pokok tersebut, Dinas Pariwisata mempunyai fungsi sebagai berikut.

- a. Perencanaan teknis di bidang kepariwisataan;
- b. Pelaksanaan kebijakan operasional;
- c. Pembinaan kegiatan di bidang kepariwisataan;
- d. Pemberian bimbingan dan pemberdayaan masyarakat;
- e. Pelaksanaan pemberian perijinan di bidang pariwisata;
- f. Pengelolaan, pendokumentasian dan pemeliharaan berbagai bentuk seni dan budaya;
- g. Penyusunan program, penyediaan sarana, menginventarisasikan, penyesuaian dan perawatan serta pengawasan penggunaan sarana seni dan budaya;

- h. Peningkatan dan pengembangan aspirasi dan menilai mutu seni dan budaya yang berkembang dimasyarakat.
- i. Pengawasan kegiatan untuk melaksanakan pengamanan atas pelaksanaan tugas pokok sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.
- j. Penetapan inventarisasi dan pengaturan obyek wisata serta penyelenggaraan kerja sama internasional dibidang pariwisata.
- k. Pengelolaan administrasi umum yang meliputi penyusunan program tata usaha, kepegawaian, perlengkapan, peralatan, anggaran / keuangan, ketatalaksanaan dan pembinaan organisasi dinas.
- l. pelaksanaan koordinasi dengan instansi /unit kerja terkait.
- m. Pemantauan dan pengendalian atas pelaksanaan tugas pokok sesuai dengan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh Bupati berdasarkan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

### 3.4 Struktur Organisasi

Peranan struktur organisasi dalam sebuah instansi sangatlah penting karena dengan adanya struktur organisasi yang rapi maka dapat diketahui dengan jelas tugas dan tanggung jawab serta wewenang yang dimiliki setiap karyawan, sehingga setiap fungsi dan kesatuan tanggung jawab serta kerjasama dapat diarahkan demi tercapainya tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Besar kecilnya struktur organisasi suatu instansi ditentukan oleh seberapa banyak kegiatan yang dilakukan oleh instansi dan jumlah karyawan yang ada di instansi tersebut.

Struktur organisasi Dinas Pariwisata terdiri dari :

1. Unsur Pimpinan yaitu Kepala Dinas
2. Unsur Pembantu pimpinan yaitu Kepala Bagian
3. Unsur Pelaksana yaitu terdiri dari empat Sub Dinas yang meliputi:
  - a. Sub Dinas Obyek dan daya Tarik wisata
  - b. Sub Dinas Bina Sarana Wisata
  - c. Sub Dinas Pemasaran dan Penyuluhan Wisata

d. Sub Dinas Pemberdayaan Seni dan Budaya.

### 1. Kepala Dinas

Kepala Dinas mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Memimpin dan melaksanakan tugas dan fungsi Dinas Pariwisata;
2. Memimpin dan memberdayakan bawahannya dalam rangka pelaksanaan tugas dan pencapaian tujuan organisasi;
3. Melaksanakan laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas;
4. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan bidang tugasnya;

### 2. Bagian Tata Usaha

Kepala Bagian Tata Usaha mempunyai tugas penyusunan, perencanaan program kegiatan, kegiatan ketatausahaan umum, kepegawaian, keuangan dan perlengkapan. Kepala Bagian Tata Usaha berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Dinas Pariwisata.

Bagian Tata Usaha mempunyai tugas:

- a. Pengelolaan urusan tata usaha kearsipan;
- b. Penyusunan perencanaan dinas;
- c. Pelaksanaan tata usaha keuangan kepegawaian dan perlengkapan;
- d. Pelaksanaan urusan dalam dinas dan keprotokolan;
- e. Pengendalian ketertiban dan keamanan.

Bagian Tata Usaha membawahi 3 Sub Bagian, yaitu:

1. *Sub Bagian Umum*, yang mempunyai tugas:
  - a. Menyelenggarakan urusan surat menyurat, pengetikan dan penggandaan;
  - b. Menyelenggarakan kearsipan, baik arsip statis maupun arsip dinamis;
  - c. Menyusun analisis kebutuhan pengadaan serta melakukan administrasi barang-barang keperluan kantor dan perbekalan lain;
  - d. Menyelenggarakan urusan rumah tangga dan protokol serta urusan perjalanan dinas;

- c. Menyelenggarakan tata usaha kepegawaian dinas yang meliputi pengumpulan data kepegawaian, pembuatan buku induk pegawai, usulan mutasi pegawai, kedudukan pegawai dan pengembangan karier pegawai;
  - f. Menyusun formasi dan perencanaan pegawai;
  - g. Mengurus kesejahteraan pegawai;
  - h. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Tata Usaha.
2. *Sub Bagian Keuangan*, yang mempunyai tugas:
- a. Mengumpulkan dan mengolah bahan untuk penyusunan anggaran dinas;
  - b. Menyiapkan usulan anggaran dinas;
  - c. Mengolah tata usaha keuangan dan pembukuan realisasi APBD serta laporan pertanggung jawaban;
  - d. Mengurus keuangan perjalanan dinas, tata usaha dan pembayaran gaji pegawai;
  - e. Melaksanakan evaluasi dan penyusunan laporan di bidang keuangan;
  - f. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Tata Usaha.
3. *Sub Bagian Bina Program*, yang mempunyai tugas:
- a. Mengumpulkan dan mensistimatisasikan data untuk bahan penyusunan program;
  - b. Mengolah dan mengkoordinasikan penyusunan program atau kegiatan dinas;
  - c. Melaksanakan analisa dan evaluasi serta pengendalian dalam pelaksanaan program atau kegiatan dinas;
  - d. Menyusun laporan pelaksanaan program atau kegiatan dinas;
  - e. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Bagian Tata Usaha.

Masing-masing Sub Bagian tersebut dipimpin oleh seorang kepala Sub Bagian yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Bagian Tata Usaha.

### 3. Sub Dinas Objek dan Daya Tarik Wisata

Kepala Sub Dinas Objek dan Daya Tarik Wisata mempunyai tugas mempersiapkan bahan pembinaan, penggalakan, pengembangan, pembangunan, dan pengawasan usaha objek dan atraksi wisata, usaha rekreasi dan hiburan umum serta melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas Pariwisata. Kepala Sub Dinas Objek dan Daya Tarik Wisata berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Dinas Pariwisata.

Sub Dinas Objek dan Daya Tarik Wisata dalam melaksanakan dan menyelenggarakan tugasnya mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a. Pembinaan dan upaya pengembangan daya tarik wisata;
- b. Penyelenggaraan perijinan di bidang pengusahaan objek wisata, rekreasi dan hiburan umum serta daya tarik wisata lainnya;
- c. Pemantauan dan evaluasi kegiatan yang berkaitan dengan objek wisata, rekreasi dan hiburan umum serta daya tarik wisata;
- d. Penyusunan laporan pelaksanaan, pembinaan, pengembangan, pemantauan, dan evaluasi kegiatan.

Sub Dinas Objek dan Daya Tarik Wisata membawahi 2 Seksi, yaitu:

1. *Seksi Objek Wisata*, yang mempunyai tugas:
  - a. Menyelenggarakan pembinaan dan penggalian objek wisata dalam upaya pengembangan objek wisata;
  - b. Memproses perijinan di bidang objek wisata;
  - c. Melaksanakan pemantauan, pengawasan, dan pengendalian terhadap objek wisata;
  - d. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Dinas Objek dan Daya Tarik Wisata.
2. *Seksi Rekreasi dan Hiburan Umum*, yang mempunyai tugas:
  - a. Menyelenggarakan pembinaan dalam rangka pengembangan dan penertiban usaha rekreasi dan hiburan umum;
  - b. Memproses perijinan di bidang usaha rekreasi dan hiburan umum;
  - c. Melaksanakan pemantauan, pengawasan, dan pengendalian terhadap usaha rekreasi dan hiburan umum;

- d. Menyiapkan bahan dan menyusun laporan kegiatan di bidang rekreasi dan hiburan umum;
- e. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Dinas Objek dan Daya Tarik Wisata.

Masing-masing Seksi tersebut dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Sub Dinas Objek dan Daya Tarik Wisata.

#### **4. Sub Dinas Bina Sarana Wisata**

Kepala Sub Dinas Bina Sarana Wisata mempunyai tugas menyiapkan bahan untuk melaksanakan pembinaan, pengembangan, pemantauan, pengawasan terhadap usaha sarana wisata, tenaga kerja pariwisata dan pemandu wisata serta laporan dan evaluasi pelaksanaan tugas

Sub Dinas Bina Sarana Wisata mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a. Pembinaan dan pengembangan sarana dan tenaga kerja pariwisata;
- b. Penyelenggaraan perijinan di bidang pengusaha akomodasi, rumah makan, bar dan ketenagakerjaan;
- c. Pemantauan dan evaluasi kegiatan pembinaan, pengembangan sarana dan tenaga pariwisata;
- d. Penyusunan bahan laporan pelaksanaan dan evaluasi kegiatan pembinaan pengembangan sarana pariwisata.

Sub Dinas Bina Sarana Wisata membawahi 2 Seksi, yaitu:

1. *Seksi Akomodasi, Rumah Makan dan Bar*, yang mempunyai tugas:
  - a. Menyelenggarakan pembinaan di bidang akomodasi wisata serta rumah makan dan bar;
  - b. Menyelenggarakan upaya-upaya dalam pengembangan dan perawatan sarana-sarana untuk meningkatkan pelayanan jasa bagi wisatawan;
  - c. Menyusun petunjuk teknis dalam kegiatan pelayanan jasa di bidang akomodasi, rumah makan dan bar;
  - d. Memproses perijinan di bidang akomodasi pariwisata, rumah makan dan bar;

- e. Melaksanakan pemantauan, pengawasan, dan pengendalian di bidang akomodasi, rumah makan dan bar;
  - f. Menyiapkan dan menyusun laporan di bidang akomodasi, rumah makan dan bar;
  - g. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Dinas Bina Sarana Wisata.
2. *Seksi Aneka Usaha dan Ketenagakerjaan*, yang mempunyai tugas:
- a. Melakukan upaya-upaya dalam rangka tercipta sistem dan iklim usaha yang sehat;
  - b. Memberdayakan usaha kepariwisataan;
  - c. Menyelenggarakan pembinaan dalam rangka peningkatan SDM dan ketenagakerjaan di bidang pariwisata;
  - d. Melaksanakan pemantauan, pengawasan, dan pengendalian kegiatan dan perkembangan ketenagakerjaan di bidang pariwisata;
  - e. Menyiapkan dan menyusun laporan di bidang ketenagakerjaan;
  - f. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Dinas Bina Sarana Wisata.

Masing-masing Seksi tersebut dipimpin oleh Kepala Seksi yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Sub Dinas Bina Sarana Wisata.

## **5. Sub Dinas Pemasaran dan Penyuluhan Wisata**

Kepala Sub Dinas Pemasaran dan Penyuluhan Wisata mempunyai tugas menyiapkan bahan dan menyelenggarakan pembinaan, pengembangan dan melaksanakan penyebarluasan informasi kepariwisataan secara regional dan internasional dalam rangka pengembangan pemantauan pemasaran wisata.

Sub Dinas Pemasaran dan Penyuluhan Wisata mempunyai tugas sebagai berikut:

- a. Melakukan upaya pengembangan pemasaran serta melakukan penyuluhan pariwisata terhadap masyarakat;
- b. Pemantauan dan pengawasan kegiatan pemasaran dan penyuluhan wisata;



- c. Penyediaan dan pengadaan sarana dan prasarana penyuluhan serta pelayanan informasi pariwisata;
- d. Penyelenggaraan kerja sama regional dan internasional di bidang pariwisata;
- e. Penyusunan laporan pelaksanaan kegiatan dan evaluasi.

Sub Dinas Pemasaran dan Penyuluhan Wisata membawahi 2 Seksi, yaitu:

1. *Seksi Promosi*, yang mempunyai tugas:
  - a. Menyelenggarakan pembinaan dalam rangka peningkatan promosi pariwisata;
  - b. Menyiapkan bahan kerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta dalam pengadaan dan memajukan sarana promosi pariwisata;
  - c. Melakukan upaya pengembangan media cetak, film, *slide*, poster, *leaflet*, dan lain-lain;
  - d. Mengumpulkan bahan dan menyusun laporan di bidang promosi pariwisata;
  - e. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Dinas Pemasaran dan Penyuluhan Wisata.
2. *Seksi pelayanan informasi dan Bimbingan Wisata*, yang mempunyai tugas:
  - a. Mengumpulkan data dalam rangka pelayanan informasi kepariwisataan;
  - b. Melakukan kerja sama dengan instansi pemerintah dan swasta dalam upaya peningkatan pelayanan informasi kepariwisataan;
  - c. Memberikan motivasi dan bimbingan kepariwisataan;
  - d. Melakukan upaya dalam rangka meningkatkan peran serta masyarakat di bidang kepariwisataan;
  - e. Menyusun laporan tentang pelaksanaan pelayanan informasi, bimbingan, dan penyuluhan pariwisata;
  - f. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Dinas Pemasaran dan Penyuluhan Wisata.

Masing-masing Seksi tersebut dipimpin oleh seorang Kepala Seksi yang dalam melaksanakan tugasnya berada dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Sub Dinas Pemasaran dan Penyuluhan Wisata

## 6. Sub Dinas Pemberdayaan Seni dan Budaya

Kepala Sub Dinas Pemberdayaan Seni dan Budaya mempunyai tugas melakukan pemberdayaan, pengembangan serta pemantauan dan evaluasi terhadap seni dan budaya.

Sub Dinas Pemberdayaan Seni dan Budaya mempunyai tugas:

- a. Pembinaan dan pengembangan pemberdayaan seni dan budaya;
- b. Pemantauan dan evaluasi kegiatan pemberdayaan seni dan budaya;
- c. Menyelenggarakan perijinan di bidang atraksi dan pertunjukan seni dan budaya;
- d. Penyusunan laporan kegiatan pelaksanaan pembinaan dan pengembangan pemberdayaan seni dan budaya.

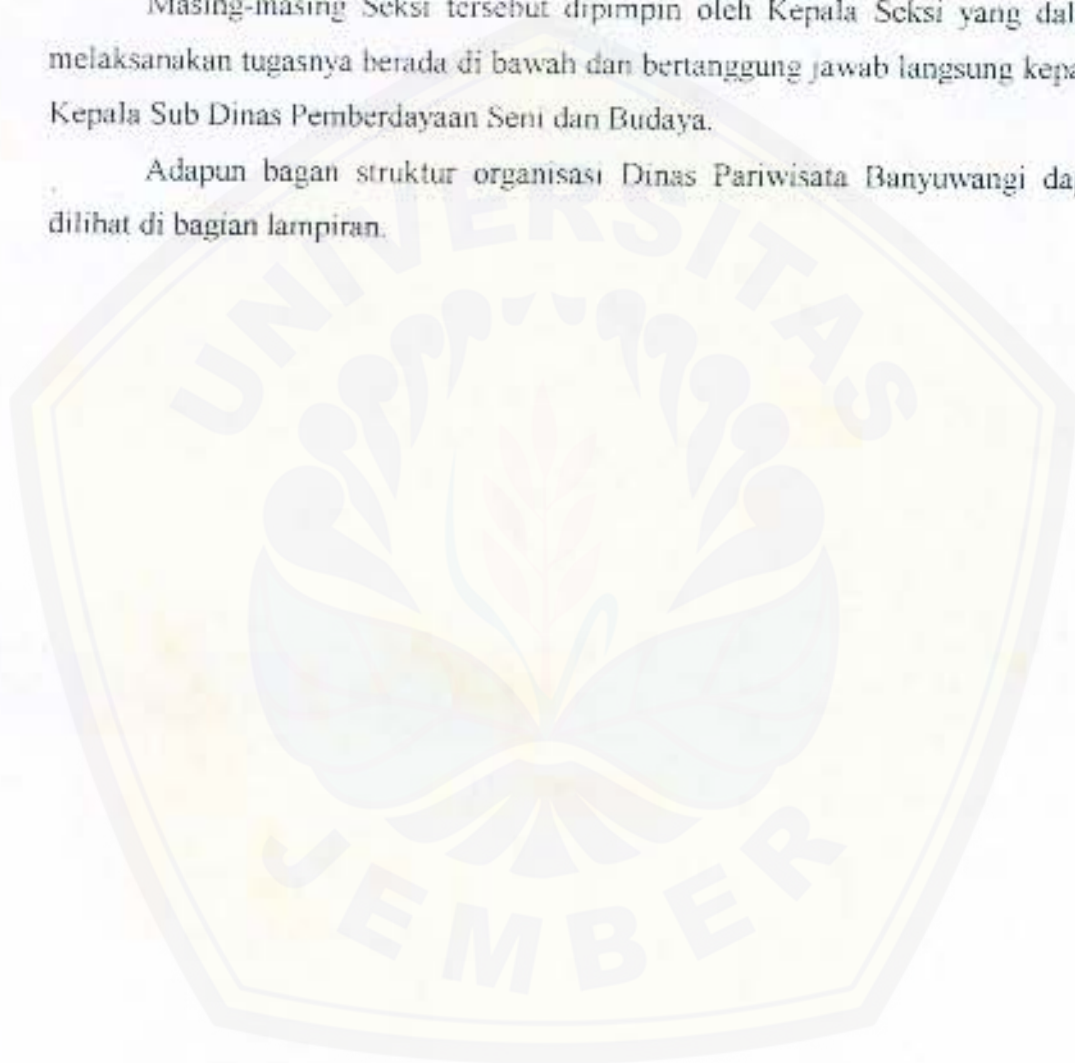
Sub Dinas Pemberdayaan Seni dan Budaya membawahi 2 Seksi, yaitu:

1. *Seksi Seni dan Tradisi*, yang mempunyai tugas:
  - a. Menyelenggarakan pembinaan dalam rangka pemberdayaan seni dan budaya;
  - b. Menyelenggarakan kegiatan atau pengembangan karya seni dan budaya sebagai objek wisata di daerah sesuai dengan etika dan estetika lingkungan masyarakat setempat;
  - c. Melaksanakan pemantauan terhadap pengembangan pemberdayaan seni dan budaya;
  - d. Menyiapkan bahan dan menyusun laporan tentang pengembangan pemberdayaan seni dan budaya;
  - e. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Dinas Pemberdayaan Seni dan Budaya.
2. *Seksi Atraksi dan Pertunjukan*, yang mempunyai tugas:
  - a. Menyelenggarakan pembinaan dalam rangka pengembangan atraksi dan pertunjukan wisata;
  - b. Menyiapkan bahan pembinaan pengembangan atraksi dan pertunjukan wisata;
  - c. Memproses perijinan di bidang atraksi dan pertunjukan wisata;
  - d. Menyiapkan bahan kemasan paket wisata seni dan budaya;

- e. Melaksanakan pemantauan dan pengawasan terhadap pengembangan atraksi dan pertunjukan wisata;
- f. Menyiapkan bahan dan menyusun laporan tentang pengembangan atraksi dan pertunjukan wisata;
- g. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Sub Dinas Pemberdayaan Seni dan Budaya.

Masing-masing Seksi tersebut dipimpin oleh Kepala Seksi yang dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Sub Dinas Pemberdayaan Seni dan Budaya.

Adapun bagan struktur organisasi Dinas Pariwisata Banyuwangi dapat dilihat di bagian lampiran.





## BAB V KESIMPULAN

### 5.1 Kesimpulan

Pembahasan mengenai kepariwisataan tentunya tidak terlepas dari kekayaan alam dan keanekaragaman budaya yang memikat yang merupakan aset dalam pengembangan kepariwisataan. Kesemuanya itu bisa dijadikan pendorong dalam usaha pengembangan kepariwisataan yang perlu mendapatkan perhatian lebih agar dalam pengelolaan dan pengembangannya senantiasa memperhatikan kelestarian lingkungan dan kekayaan alam serta kebudayaan itu sendiri. Dalam pengelolaan dan pengembangan produk wisata memerlukan kiat dan strategi khusus serta harus memperhatikan segala aspek yang ada sehingga keberadaan kekayaan alam dan keanekaragaman budaya tersebut bisa berkelanjutan dan lestari.

Dalam memasarkan produk wisata yang ada tidak bisa dilakukan hanya oleh satu komponen usaha jasa pariwisata saja namun harus dilakukan secara terkoordinasi oleh semua pendukung komponen usaha jasa pariwisata. Kegiatan pemasaran produk wisata harus didukung oleh media komunikasi yang memadai agar usaha yang kita lakukan dapat berjalan lancar dan bisa mencapai tujuan.

Untuk menarik minat wisatawan manca negara agar berkunjung ke objek dan daya tarik wisata yang kita tawarkan, kita harus bisa mengkomunikasikan produk kita kepada mereka dengan baik dan menarik. Untuk itu, penguasaan bahasa pengantar yang sering digunakan oleh masyarakat internasional yaitu Bahasa Inggris sudah menjadi keharusan. Penguasaan dan penerapan yang baik dan benar dalam berkomunikasi dengan menggunakan Bahasa Inggris akan dapat menghindarkan kita dari kesalahpahaman (*misunderstanding*) karena terjadinya komunikasi satu arah, serta dapat membantu kita dalam memperlancar mencapai tujuan kita dalam melakukan komunikasi dalam rangka memasarkan produk wisata yang kita tawarkan kepada mereka.

## 5.2 Saran

Saran-saran yang bisa penulis sampaikan untuk meningkatkan dan mengembangkan kepariwisataan di Kabupaten Banyuwangi, antara lain :

1. Dalam pengelolaan dan pengembangan kepariwisataan di Banyuwangi hendaknya senantiasa menjaga terpeliharanya kelestarian lingkungan hidup dan bisa meningkatkan kepribadian bangsa .
2. Pengelolaan dan penataan obyek dan daya tarik wisata hendaknya dilakukan secara menyeluruh dan tetap memperhatikan sektor luar industri pariwisata .
3. Promosi, publikasi dan pemasaran wisata hendaknya lebih ditingkatkan lagi dengan melakukan terobosan baru yang lebih menarik dan baik lagi, misalnya pembuatan Film layar lebar yang menggunakan setting daerah tujuan wisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi dengan menggunakan Bahasa Using.
4. Pihak Pemerintah hendaknya memberikan perhatian lebih terhadap obyek dan daya tarik wisata yang ada di Banyuwangi dan pihak yang berkecimpung di dunia wisata terutama para seniman.

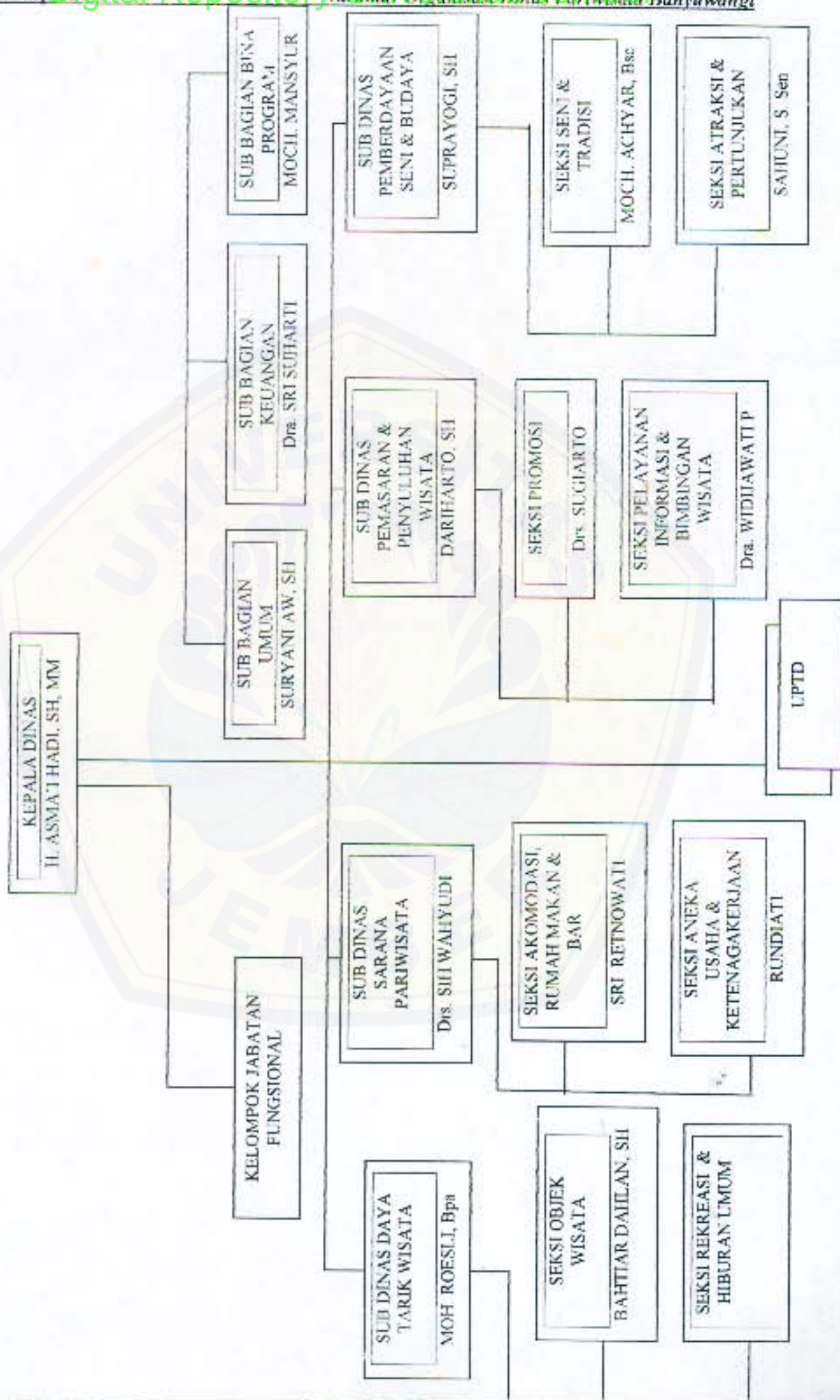
## DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pariwisata Banyuwangi. 1998. *Inventarisasi Kesenian Kebudayaan*. Dinas Pariwisata Banyuwangi, Banyuwangi.
- Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. 2008. *Peraturan Daerah Kabupaten Banyuwangi*. Banyuwangi.
- Ramaini. 1992. *Geografi Pariwisata*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Salah Wahab. 1997. *Pemasaran Pariwisata*. PT. Pradnya Paramitha, Jakarta.
- Soekardijo, RG. 2000. *Anatomi Pariwisata*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.



L a m p i r a n

SUSUNAN ORGANISASI DINAS PARIWISATA KABUPATEN BANYUWANGI









### Pertunjukan Jebeng - Truluk Jebeng - Truluk Contest

Banyuwangi memiliki kebudayaan seni budaya yang layak dilemah sebagai aset Pariwisata. Pemilihan Jebeng-Truluk Banyuwangi ini untuk memilih Duta Daerah yang berpotensi dan berkemampuan di bidang Pariwisata Daerah Banyuwangi.

- 13 Desember 1997, Jan 20.00 WIB - Seleksi  
Pital Jebeng - Truluk, Tempat : Gedung Blambangan

Banyuwangi has diversity the art and culture that is suit to be covered for tourism asset. This Banyuwangi Jebeng and Truluk Contest is to select the region ambassador. Who has capable in the tourism field of Banyuwangi agency.

- Time : December 13, 1997, at 20.00 - Final  
Location : Gedung Blambangan (final)



### Hiburan Rakyat Folk Art Performance

Berbagai kesenian rakyat tumbuh dan berkembang di daerah Banyuwangi. Melalui pagelaran Hiburan Rakyat ini diharapkan makin meningkatnya apresiasi dan pembinaan masyarakat terhadap kesenian daerahnya.

- 14 - 17 Desember 1997, Jan 20.00 WIB - Seleksi  
Temp 7000 masyarakat 1 jenis kesenian untuk merayakan Festival Madurean, Pital di Lokasi Pameran Kerajinan dan Pasar Kaki Lima  
• 18 Desember 1997, Jan 20.00 WIB - Seleksi  
Peningkatan kesenian daerah di 5 kecamatan, arenaak Wiyung Kuli  
suaralam senok, Tempat : Sateja Taman Blambangan

Up to now the oral  
kunsuara or Banyuwangi  
folk-art grow up thro  
ugh. This contest is be  
arranged to increase the  
appreciation and the  
people's loving in the  
their regions art. Every  
day it starts three kinds  
of art for supporting the  
folk-artist promoting the  
folk-artist exhibition and  
for folk traders market.

- Time : December 14 -  
17, 1997, at 20.00 - final  
Location : Arneval  
Taman Blambangan  
The presenting of the  
traditional art on the eve.  
Starts, including wayang  
kuli all the night  
Time : December 18,  
1997, at 20.00 - final  
Location : Arneval  
Taman Blambangan



### Pameran Kerajinan (Handicraft Exhibition)



M enampilkan karya-karya unguin karya-karya kerajinan yang bernilai dan berairi kreas Banyuwangi, akan-  
kus memberi rasa ke-  
nangan kepada masya-  
rakat.

- Kepuasan :  
• 15-18 Desember 1997,  
Jan 98.00 WIB - Seleksi

- Tempat : Gedung Juang  
45 Banyuwangi

To expose to the public the famous works of the handicraft that have Banyuwangi specific, at once give way the proud to the people

- Time : December 15 - 18, 1997, at 09.00 - Final  
Location : Gedung Juang 45

### **I Kuntulan**

Nama Kesenian	: Kuntulan/Kundaran
Jumlah Pemain	: 20-24 orang
Jumlah Grup	: 56 grup
Tempat/Lokasi	: Kabupaten Banyuwangi
Peralatan yang dipakai	: Rebana, Kendang, Kethuk, Jidor dengan tiga ukuran
Latar belakang/penyajian	: Sebagai peralatan pokok kesenian ini berupa rebana dan jidor yang ditabuh untuk mengiringi penari/rodhatnya dengan membawakan lagu sesuai yang diinginkan yang biasanya bernafaskan keagamaan atau bernafaskan pembangunan. Pada perkembangan terakhir peralatan musiknya ditambah dengan kendang, kethuk, dan gong sebagaimana kesenian tradisional Banyuwangi dan geraknya diperkaya sesuai dengan irama lagu yang mengiringi sehingga penampilannya lebih dinamis dan mempesona. Kesenian Kuntulan yang telah dikreasi ini disebut Kundaran.

**II Patrol**

Nama Kesenian	: Patrol
Jumlah Pemain	: 12-15 orang
Jumlah Grup	: 31 grup
Tempat/Lokasi	: Kabupaten Banyuwangi
Paralatan yang dipakai	: Patrol/Kentongan dengan berbagai ukuran
Latar Belakang/Penyajian	<p>Kesenian Patrol ini merupakan bentuk kesenian yang erat kaitannya dengan kegiatan Agama Islam. Karena pada awalnya kesenian ini dilakukan pada Bulan Ramadhan., yaitu untuk mengisi kegiatan malam dalam beribadah puasa. Peralatan seluruhnya terdiri dari Patrol/kentongan yang terbuat dari bambu dengan berbagai ukuran sehingga menghasilkan bunyi nada sesuai yang diinginkan, sedang penampilannya dilakukan dengan keliling di kampung-kampung dengan membawakan lagu-lagu Banyuwangi untuk membangun sahurnya. Kesenian ini berkembang dengan pesat, sehingga mampu menjadikan atraksi yang menarik wisatawan.</p>

Daftar Jumlah Pengunjung Objek dan Daya Tarik Wisata di Banyuwangi Pada Tahun 2000

OBJEK WISATA	BULAN												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1 Plengkung	-	-	9	39	205	227	344	290	207	86	-	-	1487
2 Kawah Ijen	20	32	37	42	121	126	539	861	247	127	50	27	2229
3 P. Sukamade	24	19	28	34	29	31	19	28	11	17	17	13	270
4 Kaliklatak	-	11	25	20	29	26	15	10	32	5	8	11	192
5 Grajagan	9	6	2	14	38	40	4	4	3	-	2	6	128
6 Watu Dodol	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7 Antogan Indah	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	3	5
8 Gumuk Klasi	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	3
9 WW. Rawabayu	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10 P.A. Kalongan	-	-	2	-	6	-	12	4	4	-	-	-	28
11 Pantai Kampe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	45	4	6	55
12 Tamansuruh	16	14	10	13	15	22	31	9	17	4	2	43	196
13 Wisata Using	-	-	2	-	21	5	23	-	-	-	-	-	51
14 A. W. Glenmore	35	31	18	129	72	42	153	124	179	106	85	27	1001
15 Kalibaru	40	72	94	114	106	126	294	186	248	200	122	52	1644
TOTAL	145	187	225	412	636	657	1427	1516	1024	590	281	189	7289

Nb: Pariwisata Jawa Timur Tahun 2000 dalam angka (hal 62) Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Timur



Unit Perpustakaan  
UNIVERSITAS JEMBER