

ANALISIS KONTRIBUSI HOTEL DALAM MENUNJANG PROMOSI DESTINASI PARIWISATA

Dance Wisan Tambariki^{1*}, Dianne O. Rondonuwu², Pearl L. Wenas³

¹ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Maluku Utara

^{2,3} Prodi D IV Perhotelan, Jur. Pariwisata, Politeknik Negeri Manado,

Email: dance_tambariki@yahoo.com.

***Abstract:** Analysis on contribution of hotels in supporting the promotion of tourism destinations Ternate city? the problem is recognized by the presence of a number of phenomena indicating that the city of Ternate has a variety of regional destinations and a number of tourism destinations and in relation to this, the culture and tourism department has formulated various strategies to promote the existing potential, while on the other hand, the authors found there were a number of opportunities that have not been used by the department of culture and tourism of Ternate city in making effective a variety of promotional strategies, one of which is utilizing the hotel as a target of promotion and cooperation in supporting the promotion of tourism destinations in the Ternate city. Hotel strategic role can be improved by taking advantage of opportunities because the hotel is always visited by many users for accommodation services, thus the hotel will be a valuable strategy for promoting the potential and tourism destination in Ternate city. This minor thesis aims to identify and analyze the contribution of hotels in supporting the promotion of tourism destinations in the city of Ternate. The method used is qualitative research by conducting observation and interviews as well as using interview guide. Population of this research is all management of hotel in the city while the sample of this study is boulevard hotel, bela hotel, dragon hotel, batik hotel, and the corner hotel. Research shows that there has never been a promotion of tourism destinations through the hotel. In addition, relevant agencies at both provincial and city levels do not work together to make the hotel as a strategic means of promotion. Hotel is a strategic tool for the promotion of regional tourism destination, because the hotel is the tourism stakeholders whose function is selling services to a relatively large number of visitors who come, then by utilizing these conditions, the promotion will be more effective.*

***Keyword:** contributions, department of culture and tourism, hotel, tourism destination.*

Abstrak: Analisis Kontribusi Hotel Dalam Menunjang Promosi Destinasi Pariwisata.

Permasalahan penelitian ini adalah apakah ada kontribusi hotel terhadap destinasi pariwisata kota Ternate? Permasalahan tersebut didasari oleh adanya sejumlah fenomena bahwa di kota Ternate memiliki beragam kawasan destinasi dan sejumlah potensi pariwisata dan seiring dengan hal tersebut dinas budpar kota Ternate telah merumuskan beragam strategi guna mempromosikan potensi yang ada, sedangkan pada sisi lain, penulis menemukan ada sejumlah peluang yang belum dimanfaatkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Ternate dalam mengaktifkan beragam strategi promosi salah satunya belum memanfaatkan hotel sebagai sasaran promosi dan kerjasama promosi dalam menunjang destinasi pariwisata kota Ternate. Hotel dapat ditingkatkan perannya dengan memanfaatkan peluang strategis sebab hotel senantiasa dikunjungi oleh berbagai pengguna jasa menginap, dengan demikian hotel akan menjadi bernilai strategi dalam rangka mempromosikan potensi dan destinasi pariwisata kota Ternate. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kontribusi hotel dalam menunjang promosi destinasi pariwisata di kota Ternate. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan melakukan pengamatan dan wawancara serta menggunakan pedoman wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh manajemen hotel di kota

Ternate sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah Hotel Bela, Hotel Dragon, Hotel Batik, Hotel Boulevard dan Hotel Corner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi destinasi pariwisata daerah yang dilakukan melalui hotel belum ada. Selain itu, dinas terkait baik provinsi maupun kota Ternate tidak bekerjasama untuk menjadikan hotel sebagai sarana promosi yang strategis. Hotel merupakan sarana strategis untuk promosi destinasi pariwisata daerah, sebab hotel merupakan stakeholders pariwisata yang bekerja menjual jasa dengan senantiasa mendapatkan tingkat kunjungan manusia atau tamu yang relatif banyak, maka dengan memanfaatkan kondisi tersebut maka promosi akan semakin efektif.

Kata Kunci: Kontribusi, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, hotel, destinasi pariwisata

Kebijakan sektor kepariwisataan merupakan salah satu kebijakan strategis bangsa Indonesia. Hal tersebut karena sektor kepariwisataan mampu memberi kontribusi pada peningkatan devisa negara, perluasan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal lainnya yang tidak kalah penting, sektor ini turut menjaga eksistensi dan citra bangsa Indonesia ditingkat internasional. Sebagai salah satu sektor strategis, maka pembangunan kepariwisataan suatu daerah dituntut untuk lebih kreatif dalam menciptakan daya saing setiap potensi kepariwisataannya, mulai dari daya saing objek, ide-ide kreatif, pengemasan produk, pengemasan informasi, promosi, serta penyediaan fasilitas pendukung berupa ketersediaan transportasi, keterbukaan akses dan ketersediaan akomodasi hotel dan penginapan. Kesemuanya tentu merupakan persyaratan utama dalam menciptakan citra dan kenyamanan dalam berwisata. Perkembangan sektor pariwisata tidaklah berjalan secara alamiah melainkan perkembangan kepariwisataan senantiasa dipengaruhi oleh faktor-pendukung lainnya. Karenaitu, perkembangan kepariwisataan tidak dapat dilepaskan dari dukungan berbagai sektor yaitu: perbankan, transportasi, telekomunikasi, sarana dan prasarana dan fasilitas lainnya seperti sarana akomodasi hotel. Sarana hotel dan pariwisata merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Setiap kegiatan wisata dilaksanakan, hotel menjadi sangat dibutuhkan, karena hotel tempat persinggahan awal dari suatu perjalanan menuju suatu daerah tujuan wisata. Para wisatawan pada dasarnya membutuhkan kenyamanan. Suatu kenyamanan seringkali diasosiasikan sebagai kondisi yang damai dan ketersediaan tempat persinggahan untuk beristirahat. Karena itu, dimana pun daerahnya siapa pun yang ingin berwisata,

sarana akomodasi yang nyaman menjadi salah satu pertimbangan saat memilih tujuan wisata. Hotel merupakan bentuk akomodasi yang banyak dipilih orang karena fasilitas yang tersedia banyak menawarkan kenyamanan yang lebih daripada bentuk akomodasi yang lain. Kota Ternate merupakan salah satu daerah di Provinsi Maluku Utara yang memiliki jumlah dan jenis hotel yang perkembangannya cukup signifikan dan membanggakan dibanding dengan daerah-daerah lainnya di wilayah Provinsi Maluku Utara. Selain itu, kota Ternate telah memiliki klasifikasi hotel bintang 4 yakni Bella International Hotel, sedangkan untuk klasifikasi Melati sangat banyak jumlahnya, salah satunya adalah Hotel Dragon Place Kota Ternate. Perkembangan sarana akomodasi tersebut tentu tidak terlepas dari keberadaan kota Ternate sebagai salah satu pusat perdagangan serta jalur Pelayaran nasional (PELNI) serta jalur transit bagi daerah-daerah disekitarnya. Dengan tingkat mobilitas manusia dan barang maupun jasa yang tinggi, jumlah penduduk serta sebagai jalur lalu lintas perdagangan dan pariwisata maka sangat memungkinkan hotel tumbuh dan berkembang di kota Ternate. Pada dasarnya hotel di kota Ternate telah melaksanakan fungsinya sebagaimana mestinya yakni menjadi penyedia fasilitas layanan penginapan. Para pengunjung dari mana pun dapat menggunakan fasilitas tersebut. Dengan demikian maka kedudukannya sebagai jasa pelayanan dan penyedia fasilitas penginapan telah dilaksanakan. Sehingga dapat dikatakan bahwa hotel yang ada di kota Ternate telah sukses menjalankan fungsi sebagai tempat persinggahan dan beristirahat sementara bagi setiap orang yang berkunjung. Termasuk bagi yang ingin berwisata ke Kota Ternate. Mencermati fungsi yang diemban tersebut serta dapat dimainkan oleh hotel, maka dari aspek

promosi pariwisata hotel memegang peran strategis. Nilai strategis dimaksud dapat dilihat dari posisi peran dan fungsinya yang dapat ditingkatkan yakni tidak hanya melayani jasa akomodasi bagi para tamu tetapi harus dapat dilihat dan dianalisis peluang-peluang yang lainnya, yakni hotel dapat memainkan peran untuk dapat mempromosikan seluruh aspek potensi destinasi wisata daerah kepada setiap pengunjung atau kepada setiap tamu yang menggunakan fasilitas hotel. Kondisi demikian akan menjadi suatu yang pasti apabila jumlah hotel yang tersebar di seluruh Provinsi Maluku Utara, khususnya kota Ternate dapat memainkan perannya untuk bekerja sama meningkatkan promosi pariwisata kepada setiap tamu, tentu akan menjadi nilai tambah bagi rencana strategi promosi yakni kota Ternate. Berdasarkan uraian tersebut diatas penelitian ini diarahkan untuk mengetahui aspek fungsi dan peran hotel dalam mempromosikan destinasi pariwisata daerah.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu suatu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Dalam penelitian kualitatif ini wawancara dilaksanakan terhadap beberapa hotel yang dijadikan sampel yaitu seluruh manajemen Hotel Bela, Hotel Dragon, Hotel Batik, Hotel Boulevard dan Hotel Corner. Selain itu verifikasi data dilakukan terhadap pemerintah Kota Ternate khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan termasuk pimpinan dan beberapa staf kantor dinas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Faktual Industri Perhotelan Kota Ternate

Kota Ternate salah satu daerah di Provinsi Maluku Utara, yang merupakan daerah pariwisata yang potensial. Dikatakan demikian, karena berdasarkan PERDA Kota Ternate nomor 11 tahun 2009 Tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kota Ternate salah satunya disebutkan bahwa menjadikan kota Ternate sebagai daerah tujuan wisata nasional dan internasional dengan orientasi

pengembangan ke arah pariwisata alam dan pariwisata budaya, serta menempatkan jenis pariwisata yang lain sebagai pendamping berdasarkan keseimbangan antara permintaan pasar dengan potensi yang tersedia. Kota Ternate pula merupakan salah satu kota perdagangan di Provinsi Maluku Utara dan juga sebagai kota lalu lintas barang dan jasa dari provinsi lain ke Provinsi Maluku Utara. Sebagai lalu lintas barang dan jasa, kota Ternate telah pula dikenal di seantero dunia sebagai salah satu daerah rempah-rempah sehingga citra kota tersebut telah dikenal dan menjadi kota persinggahan bagi masyarakat Maluku Utara pada umumnya. Hal tersebut dapat diketahui dari kondisi kota Ternate yang merupakan pusat persinggahan dan lalu lintas manusia, barang dan jasa. Dari kondisi demikianlah menjadikan kota Ternate senantiasa ramai di kunjungi dan menjadi salah satu faktor bagi tumbuh dan berkembang sarana akomodasi hotel, mulai dari kelas hotel berbintang hingga kelas melati.

Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Ternate bahwa secara umum pertumbuhan hotel di kota Ternate mengalami perkembangan yang sangat pesat yakni tercatat pada tahun 2016 ini sebanyak 30 hotel dengan jumlah kamar yang tersedia 974 kamar. Jumlah ini tentu sangat signifikan bila dibandingkan pada empat tahun lalu yakni pada tahun 2010 dimana hotel hanya berjumlah 21. Perkembangan jumlah hotel di kota Ternate dari sisi fungsinya tentu sangat berperan dan telah membantu sebagai penyedia tempat fasilitas jasa menginap bagi orang maupun masyarakat yang memanfaatkannya, baik itu masyarakat lokal, nasional maupun mancanegara, pemerintah dan swasta maupun bagi pengunjung yang dikategorikan sebagai wisatawan maupun visitor ke kota Ternate. Selain itu, hotel di kota Ternate banyak dimanfaatkan untuk kegiatan meeting bagi kegiatan-kegiatan instansi pemerintah dan swasta dan bahkan dimanfaatkan dalam acara-acara tertentu seperti halnya pesta keluarga

Tingkat Hunian Hotel Di Kota Ternate

Secara umum dapat dideskripsikan bahwa hotel di kota Ternate dari sisi tingkat hunian relatif normal, karena rata-rata tingkat hunian hotel baik yang berkelas bintang maupun melati

di atas 50% perhari dalam kurun waktu tiga tahun terakhir . Pada tahun 2013 tingkat hunian kamar hotel 50,80% perhari dengan tamu rata-rata 495 orang perhari, sedangkan tahun 2014 tingkat hunian kamar hotel 56,60% perhari dengan tamu rata-rata 551 orang perhari dan pada tahun 2015 tingkat hunian kamar 56,80% perhari dengan tamu rata-rata 309 orang perhari. Tingginya tingkat hunian kamar hotel di kota Ternate dipengaruhi oleh tingginya tingkat kunjungan atau wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik. Tingkat kunjungan wisatawan pada tahun 2013 meningkat 37,7 % dari tahun sebelumnya, sedangkan tahu 2014 naik 10 % dari tahun 2013 dan tahun 2015 naik 0,4 %.

Dari hasil observasi di lapangan peneliti memperoleh data pengunjung atau tamu yang datang di hotel terdiri dari:

1. Mereka yang datang dari luar kota Ternate, baik itu dalam rangka kegiatan ataupun jalan-jalan atau berwisata
2. Pihak pemerintah yang melaksanakan kegiatan di hotel,
3. Pihak swasta yang memiliki kegiatan dan hajatan tertentu, dan arang-orang yang transit dari daerah lain.

Hotel yang digunakan oleh pihak pemerintah dan swasta tentu memiliki kriteria yakni selain kenyamanan, juga tersedia fasilitas ruang meetingnya. Menjadikan ruangan meeting adalah daya tarik utama bagi pemerintah, swasta untuk tempat kegiatannya yang memerlukan dan fasilitas yang cukup. Sedangkan bagi pengguna yang datangnya dari luar kota seringkali kenyamanan yang menjadi prioritas dan tidak memerlukan ruang meeting. Dari gambaran tersebut diatas maka kebutuhan pelayanan, fasilitas di dalam hotel menjadi salah satu nilai tambah bagi tiap-tiap hotel. Kondisi ini pula akan menjadi bagian promosi hotel itu sendiri bagi para peminatnya, sehingga akan membedakan salah satu tingkat hunian antar satu hotel dengan yang lain yang diminati masing-masing pengguna jasa hotel.

Bentuk Kegiatan Promosi Hotel di Kota Ternate Pada dasarnya fungsi hotel merupakan sarana jasa yang dimanfaatkan oleh manusia untuk menginap. Hal tersebut oleh karena

hotel merupakan sarana akomodasi yang di kelola secara komersial yang menyediakan fasilitas kamar tidur, restoran, room service, laundry dan lain sebagainya. Selain itu, dalam perkembangannya dewasa ini hotel tidak hanya terbatas pada penyediaan jasa penginapan, lebih dari itu hotel telah mengembangkan dan memperluas fungsinya sebagai penyedia jasa ruang meeting dan konfrensi oleh karena itu hampir setiap hotel dapat kita temukan ruangan atau fasilitas dimaksud dan bahkan dilakukan perluasan gedung dalam rangka menyediakan fasilitas pertemuan atau meeting, sehingga sebuah hotel dapat kita temukan lebih dari satu fasilitas ruangan dimaksud. Kesemuanya dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan tuntutan pengguna fasilitas dimaksud. Tidak terkecuali, hotel di kota Ternate pun telah menjadikan ruang meeting sebagai salah satu kebutuhan dalam menyediakan fasilitas bagi pengunjung atau tamu hotel, biasanya fasilitas ini dipakai untuk kegiatan MICE.

Menurut (Budi 2013:20) pemasaran atau promosi yang harus di lakukan oleh sales and marketing yang ada di hotel yaitu dengan membentuk team untuk melakukan program inovasi:

1. *Exebition* (pameran) berpartisipasi dalam pameran. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan produk hotel.
2. Travel Agent Workshop: mengadakan pelatihan atau seminar yang di selenggarakan khusus untuk travel agent.
3. Table Top: acara table top exebition diselenggarakan oleh pihak ketiga yang mengundang para buyers, travel agent, atau calon-calon pelanggan yang potensial.
4. Sales Call: promosi atau pemasran yang di lakukan secara langsung oleh team sales secara langsung ke perusahaan-perusaan yang potensial.
5. New call: sering disebut New company adalah melakukan kunjungan ke perusahaan yang belum di kunjungi sama sekali.
6. Sales Blitz: memperkenalkan produk atau program baru kepada pelanggan secara berkala.
7. Telemarketing : kegiatan sosialisasi bisnis staf marketingdalam memasarkan

produk melalui media komunikasi.

8. Feedback (umpan balik pelanggan) adalah semua masukan dari pelanggan yang menggunakan jasa dan atau produk hotel.

Selain kebutuhan-kebutuhan tersebut diatas, hotel di kota Ternate memiliki beberapa bentuk kegiatan promosi, sesuai dengan hasil wawancara yang penulis dapatkan di lapangan bentuk-bentuk kegiatan promosi atau pemasaran yang di lakukan pihak hotel yakni:

1. Sales Call yaitu penjualan produk hotel yang dilakukan secara langsung oleh tim pemasaran atau tim promosi kepada pelanggan atau calon tamu yang potensial baik yang ada di kota Ternate maupun di luar kota Ternate. Produk yang ditawarkan adalah room, event MICE dan produk hotel lainnya.
2. Sales Blitz yaitu penjualan produk hotel yang dilakukan oleh tim pemasaran atau tim promosi dengan cara memperkenalkan produk atau program hotel kepada pelanggan atau calon tamu potensial yang dilakukan secara berkala baik yang ada di Kota Ternate maupun yang ada di luar Kota Ternate.
3. Exhibition (pameran) mengambil bagian dalam kegiatan pameran lokal yang dilakukan oleh pemerintah daerah maupun swasta yang dilaksanakan di kota Ternate produk yang dipasarkan yaitu fasilitas kamar, fasilitas MICE, fasilitas bisnis, fasilitas rekreasi dan fasilitas lainnya.
4. Papan reklame yaitu promosi atau pemasaran yang dilakukan lewat papan reklame yang ada di kota Ternate seperti di airport dan pusat keramaian kota.
5. Brosur dan banner di buat untuk menggambarkan sejumlah bentuk dan jenis fasilitas hotel yang ada, guna menarik minat pengguna fasilitas, brosur dan banner ini ditaruh di ruang lobi hotel dan brosur tersebut diberikan kepada tiap orang yang datang mengunjungi hotel tersebut serta bagi mereka yang menginap.
6. Promosi lewat website hotel, hampir setiap hotel di kota Ternate telah menyediakan fasilitas wifi. Wifi selain

digunakan sebagai sarana promosi tentang hotel juga dimaksudkan untuk memudahkan akses bagi pengguna fasilitas hotel tersebut.

7. Audiovisualpromosi atau pemasaran produk hotel yang di tampilkan lewat fasilitas audiovisual yang di letakan di lobby hotel dan kamar tamu.
8. Promosi melalui media cetak yaitu promosi atau pemasaran yang di lakukan lewat media cetak lokal yang ada di kota Ternate, produk yang di tawarkan fasilitas kamar, fasilitas MICE, fasilitas rekreasi, laundry, restoran & bar dan fasilitas lainnya.

Hotel di kota Ternate pun pada dasarnya memiliki fungsi yang sama sebagaimana hotel-hotel pada umumnya. Demikian pula peningkatan fungsinya dalam rangka menjawab kebutuhan dan tuntutan akan penggunaan fasilitas lainnya. Pada dasarnya hotel-hotel yang ada di kota Ternate menyajikan gaya dan ciri has masing-masing, selain itu, hotel-hotel yang ada memiliki perbedaan seperti halnya tata kamar, jumlah dan ruang kamar, tempat parkir, penyediaan fasilitas meeting dan sumber daya manusia yang berkualifikasi standar. Selain telah melaksanakan fungsinya tersebut maka beberapa hotel telah memainkan perannya yakni penyediaan catering, penyediaan saranaMICE, fasilitas kolam renang, penyediaan ruangan eksekutif, spa & sauna, bussines centre, laundry service, fitnesscentredan lain sebagainya. Selain beberapa hal yang dikemukakan diatas, hal yang seringkali disediakan adalah brosur-brosur menu makanan dan beberapa kebutuhan umum bagi pengguna fasilitas kamar. Namun demikian, peranan hotel di kota Ternate relatif belum menyentuh aspek promosi destinasi pariwisata daerah, hal ini dapat diketahui dari kegiatan perhotelan hanya mencakup lingkup perhotelan semata serta promosi yang di lakukan hanya untuk customer yang ada di sekitar, sedangkan jaringan kerjasama dalam rangka mempromosikan destinasi pariwisata kota Ternate belum ada. Hal tersebut dapat ditemukan pada sejumlah hotel yang ada tidak memiliki bahan promosi pariwisata daerah untuk menjadi bahan informasi kepada pengunjung hotel yang datang, kecuali Bela International hotel namun bahan promosi yang

tersedia di Hotel Bela belum maksimal. Dari hasil penelitian diperoleh informasi bahwa tidak adanya bahan promosi berupa buklet, leaflet, banner dan brosur dan bahan promosi lainnya disebabkan oleh karena badan promosi atau instansi terkait tidak melakukan kerjasama promosi dengan tiap hotel yang ada di kota Ternate.

PEMBAHASAN

Optimalisasi Peran Dan Fungsi Hotel di Kota Ternate

Dewasa ini perkembangan sarana akomodasi hotel cukup pesat, kondisi ini menunjukkan bahwa industri perhotelan sangat berkembang di kota Ternate Provinsi Maluku Utara. Dari sejumlah akomodasi yang bergerak di bidang pelayanan jasa, hotel tentu memiliki peran strategis dalam usaha-usaha pelayanan dimaksud, hal itu dapat dijelaskan oleh karena hotel dapat melayani seluruh jenis layanan dan fasilitas yang disediakan dan relatif memuaskan sebab hotel memiliki fasilitas yang dapat melayani pengunjung dengan jenis klasifikasi yang berbeda-beda, mulai dari kelas eksekutif hingga layanan standar, hal ini pula yang membedakan dengan layanan pada akomodasi penginapan lainnya. Selain itu, hotel memiliki sejumlah fasilitas tambahan diantaranya adalah layanan room service, laundry service, spa & sauna, business centre, swimming pool, dan fasilitas MICE layanan ruang meeting hal tersebut sebagaimana telah diuraikan bahwa definisi hotel menurut Bagyono (2006:5) mengemukakan bahwa hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Dari pengertian diatas maka pengertian atau definisi hotel secara umum adalah badan usaha akomodasi atau perusahaan yang menyediakan pelayanan bagi masyarakat umum dengan fasilitas jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman, jasa layanan kamar, serta jasa pencucian pakaian. Fasilitas ini diperuntukan bagi mereka yang bermalam di hotel tersebut ataupun mereka

yang hanya menggunakan fasilitas tertentu yang dimiliki hotel. Perkembangan industri perhotelan tersebut di atas, tentu tidak dapat dilepaskan dari jumlah mobilitas penduduk di kota Ternate dan juga tingkat hunian tiap hotel yang cukup tinggi. Kota Ternate yang merupakan jalur perdagangan barang dan jasa di Provinsi Maluku Utara, serta kota transit dan kota pariwisata tentu akan menambah sejumlah nama kota ini semakin menambah citra positif bagi daerah ini, di satu sisi kota Ternate telah menjadi kota pengembangan pariwisata nasional berdasarkan rencana tata ruang nasional. Dengan demikian maka kedudukan kota ini semakin jelas perkembangannya dan senantiasa akan mendapat perhatian serius dari berbagai kalangan. Kondisi ini akan sangat menguntungkan pada industri perhotelan di daerah ini, hotel akan dapat memainkan perannya guna menjadi pelayan terbaik bagi para pengguna hotel. Dengan demikian maka hotel-hotel di kota Ternate segera mempersiapkan diri secara cermat yang dimulai dari kesiapan sumber daya manusia dibidang perhotelan agar mampu memberi pelayanan terbaik bagi para pengunjung dan pengguna fasilitas hotel, selain sumber daya manusia, hotel senantiasa memperhatikan berbagai ketersediaan fasilitas kenyamanan di dalam serta secara kreatif dapat memainkan daya saing kompetitifnya masing-masing dan serta menciptakan image terbaiknya agar para peminatnya senantiasa terus menerus diperhatikan.

Mencermati perkembangan industri perhotelan yang semakin hari semakin baik dimana hotel senantiasa mendapat kunjungan tamu dari berbagai kalangan maka pemerintah kota Ternate semestinya harus tanggap untuk melihat bahwa hotel dapat ditingkatkan perannya. Peningkatan peran ini merupakan salah satu strategi dari instansi bidang promosi untuk dapat melakukan gebrakan yang lebih baik lagi. Diketahui bahwa selama ini aspek promosi hanya diidentikkan untuk menjual brosur melalui kegiatan pameran tertentu kepada sejumlah orang dengan harapan agar setiap orang untuk dapat mengetahui informasi daya tarik wisata yang ada di kota Ternate, namun selama ini pemerintah belum memanfaatkan hotel-hotel sebagai salah satu strategi untuk menjadikan hotel sebagai salah satu sasaran

promosi dan sasaran kerjasama promosi sebab hotel tersebut dikunjungi oleh beragam orang dengan latar belakang yang berbeda-beda baik itu tamu lokal, tamu nusantara maupun tamu mancanegara. Apabila peran strategis ini dapat dimulai dan dilaksanakan maka tentu informasi ini akan efektif dapat menjadi sumber informasi kepada pengunjung hotel. Dari sekian jumlah pengunjung dan pengguna jasa hotel, baik itu dari dalam negeri maupun luar negeri tentu pengunjung akan memperoleh banyak informasi tentang potensi pariwisata daerah terlebih kemasannya sejumlah informasi promosi tersebut menarik dan benar maka akan mudah dipahami oleh para pengunjung dan dalam kurun waktu satu tahun akan banyak yang pengguna jasa hotel yang dapat mengetahui sejumlah informasi yang disampaikan. Selain itu diketahui bahwa pengunjung hotel dari hari-kehari bulan kebulan saling silih berganti, oleh karena itu akan semakin banyak orang-orang yang memperoleh informasi tentang pariwisata kota Ternate. Dengan demikian dapat diprediksi bahwa apabila mereka yang pernah datang dan mengetahui informasi tentang pariwisata yang diperoleh melalui brosur dari hotel kemudian tertarik untuk datang berwisata ke kota Ternate dan atau mereka yang pernah datang, memberi informasi kepada keluarga, teman dan kepada siapa saja tentang informasi pariwisata maka bukan hal yang mustahil akan terjadi kunjungan wisata ke sejumlah destinasi di Maluku Utara. Hal ini akan dapat diketahui setelah satu atau dua tahun setelah promosi dilaksanakan kemudian dilakukan evaluasi melalui suatu studi di hotel untuk mengukur seberapa besar pengunjung hotel tersebut telah mengetahui informasi pariwisata daerah kota dan kemudian datang untuk berlibur atau berwisata di kota Ternate. Dari evaluasi ini hendaknya dapat dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hotel telah berkontribusi atas kunjungan wisatawan ke kota Ternate. Meskipun demikian tentu hotel telah memainkan perannya untuk mempromosikan daerah ini. Dari aspek inilah yang semestinya dibaca oleh pemerintah daerah terutama bidang promosi instansi dinas kebudayaan dan pariwisata kota Ternate untuk memanfaatkan hotel sebagai bagian dari strategi promosi pariwisata daerah.

Optimalisasi Hubungan Kerjasama dalam Rangka Membangun Promosi

Dari pemaparan optimalisasi peran dan fungsi hotel tersebut di atas tentu akan dapat terlaksana apabila pihak pemerintah serius untuk menjadikan industri perhotelan sebagai bagian dari sebuah strategi dalam rangka peningkatan peran hotel, untuk membangun jaringan promosi tersebut tentu harus didahulukan oleh suatu kerjasama yang baik. Membangun kerjasama dengan industri perhotelan bukan hal baru sebab hotel merupakan bagian dari stakeholder pariwisata daerah. Telah terbukti bahwa kemajuan pariwisata suatu daerah tentu tidak hanya ditentukan oleh instansi pemerintah semata melainkan peran stakeholder yang berkontribusi secara besar membangun dan mengembangkan kepariwisataan daerah. Pihak pemerintah menjadi fasilitator dan membuat regulasi. Dengan demikian maka peran stakeholder adalah menjadi penting, salah satunya adalah peran akomodasi hotel sebagai salah satu stakeholder Dinas Kebudayaan dan Pariwisata daerah. Menurut Suryadana (2015:130) mengemukakan bahwa badan atau organisasi yang bertugas mempromosikan suatu destinasi atau dinas pariwisata sering mendapat kesulitan dalam melakukan upaya koordinasi atas upaya-upaya pemasaran destinasi karena beberapa hal, yaitu:

1. Kurangnya niat masing-masing pihak untuk bekerja sama.
2. Upaya pemasaran yang terfragmentasi, terbatasnya dana promosi.
3. Tidak konsisten citra destinasi yang ingin dibentuk.
4. Aroma persaingan yang sering terjadi di antara pemangku kepentingan sendiri.

Dari hasil wawancara yang penulis dapatkan di lapangan bahwa faktor-faktor yang menghambat promosi daerah lewat hotel di sebabkan oleh beberapa hal:

1. Belum terbentuknya badan promosi daerah.
2. Tidak sinkronnya program promosi pariwisata baik yang ada di dinas pariwisata provinsi Maluku Utara dengan dinas pariwisata kota Ternate dalam melibatkan hotel dalam promosi destinasi pariwisata daerah.
3. Keterbatasan anggaran promosi yang ada di dinas pariwisata kota Ternate.

4. Kurangnya koordinasi antara dinas pariwisata kota Ternate dengan industri hotel yang ada di kota Ternate dalam hal ini pihak PHRI dalam rangka promosi destinasi pariwisata daerah

Dalam membangun kerjasama dengan industri perhotelan tersebut, bidang promosi dapat membuat program-program kerjasama melalui kegiatan mensukseskan kegiatan PHRI, senantiasa membangun jaringan komunikasi data yang bertujuan untuk mengetahui jumlah pengunjung, membuat program dinas yang mengarah pada terciptanya sumber daya manusia (SDM) dibidang perhotelan melalui peningkatan SDM perhotelan, melibatkan hotel dalam beberapa kegiatan pameran agar pihak hotel dapat menganalisis perkembangan daerah lain dalam hal mempromosikan hotel dan pariwisatanya serta yang tidak kalah penting adalah membangun kerja sama dibidang promosi pariwisata dengan hotel dimana pihak pemerintah daerah dapat membuat sejumlah brosur maupun CD/DVD video yang memuat sejumlah informasi pariwisata untuk dapat disalurkan ke sejumlah hotel-hotel di kota Ternate. Bila perlu ke penginapan-penginapan, tujuannya adalah agar siapapun yang menggunakan hotel itu dapat memperoleh informasi secara lengkap tentang destinasi pariwisata di kota Ternate. Bagi informasi pariwisata dan bagi tingkat kunjungan wisatawan, dan untuk mengukur ini akan dilakukansuatu evaluasi pengukuran melalui sebaran angket dan kuisioner sehingga dapat menganalisis perkembangan-perkembangan yang ada.

Optimalisasi peran akomodasi hotel dalam promosi pariwisata daerah

Hotel sebagai salah satu stakeholder pariwisata memegang peran penting dalam menunjang promosi destinasi pariwisata daerah. Hal ini jelas karena setiap wisatawan atau tamu yang akan berkunjung ke daerah tujuan wisata hotel menjadi tempat persinggahan awal. Maka itu berarti hotel memegang peran penting dalam kegiatan kepariwisataan.

Mencermati fungsi yang diemban sarana hotel tersebut serta dapat dimainkan oleh sarana hotel, maka dari aspek promosi pariwisata, hotel memegang peran strategis. Nilai strategis dimaksud dapat dilihat dari posisi peran dan

fungsinya yang dapat ditingkatkan yakni tidak hanya melayani jasa akomodasi bagi para tamu tetapi juga dapat memainkan peran penting untuk meningkatkan kunjungan wisatawan atau tamu terhadap suatu daerah dengan melakukan usaha promosi yang terencana dengan baik. Bentuk promosi yang dapat di lakukan pihak industri hotel dalam rangka menunjang destinasi pariwisata daerah:

1. Website: mendesain website yang dapat diakses secara luas dari berbagai tempat. Website tersebut harus berisi informasi tentang daerah, tempat wisata, serta fasilitas pendukung pariwisata lainnya terutama tempat-tempat kekayaan kuliner serta di lengkapi dengan gambar-gambar atau foto yang harus di kerjakan oleh profesional sehingga hasilnya bagus dan dapat menarik minat wisatawan. Website tersebut harus berisi informasi tentang jarak dari hotel ke lokasi objek wisata, serta tarif transportasi yang berlaku untuk umum.
2. Brosur: brosur sebagai informasi harus berisi informasi tentang pariwisata daerah, tempat wisata, serta fasilitas pendukung pariwisata lainnya di lengkapi dengan gambar-gambar atau foto yang didesain dengan indah sesuai dengan kaidah destinasi. Dan di upayakan untuk di sebarakan kepada seluruh pengunjung baik yang menginap maupun yang tidak menginap terutama tamu yang dari luar daerah untuk menarik minat kunjungan wisatawan.
3. Event: akomodasi hotel merupakan tempat penyelenggaraan event MICE, baik yang dilakukan oleh pihak pemerintah maupun swasta. Dengan adanya kegiatan event MICE maka peluang hotel untuk mempromosikan potensi pariwisata daerah sangat terbuka, karena tamu yang akan berkunjung tidak hanya tamu lokal melainkan tamu nusantara maupun mancanegara.
4. Peningkatan kemampuan sumber daya manusia dengan cara mengharuskan tenaga kerja atau pegawai hotel terutama staff di bagian front office untuk mempunyai pengetahuan tentang destinasi pariwisata daerah tersebut

melalui training atau pemberian informasi, agar staff dapat mengetahui potensi pariwisata daerah yang ada di kota ternate, apabila ada pertanyaan dari pengunjung atau tamu yang datang di hotel terlebih kusus tamu yang dari luar daerah kota Ternate, para petugas yang ada di bagian front office dapat memberikan informasi dengan baik dan benar serta secara khusus turut ambil bagian dalam promosi destinasi pariwisata daerah.

5. Media Sosial seperti akun facebook dan twiter yang di kelola pihak hotel yang berisi informasi tentang destinasi pariwisata daerah yang di update setiap waktu.

Model bentuk kerjasa sama antara swasta dan pemerintah daerah.

Suatu organisasi tidak akan terlepas dari kerjasama, dengan kerjasama tersebut akan dicapai kemajuan dan keuntungan. Kerjasama merupakan hubungan antara dua orang atau organisasi atau lebih yang melakukan suatu bentuk kegiatan atau aktivitas guna mencapai tujuan tertentu yang akan menguntungkan kedua belah pihak. Kerjasama yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi digolongkan dalam bentuk:

1. Kerjasama antara Biro Perjalanan Wisata dengan Biro Perjalanan Wisata lainnya.
2. Kerjasama antara Biro Perjalanan Wisata dengan Hotel.
3. Kerjasama antara Biro Perjalanan Wisata dengan Transportasi (darat, laut, udara).
4. Kerjasama antara Biro Perjalanan Wisata dengan Daerah Tujuan Wisata.
5. Kerjasama antara Biro Perjalanan Wisata dengan Pemerintah.

Tujuan utama dari menjalin hubungan kerjasama yang dilakukan oleh pihak Biro Perjalanan Wisata dengan mitra kerja yang lain adalah:

1. Untuk mencapai serta memajukan lajunya pertumbuhan perusahaan.
2. Untuk mencapai keuntungan bagi kedua belah pihak.
3. Untuk menekan biaya operasional paket wisata dengan cara membuat contract

ratedengan mitra kerja.

4. Untuk mempermudah dalam pelaksanaan operasional paket wisata terutama dalam reservation.

Bentuk kerjasama lainnya yaitu pembentukan badan promosi wisata bersama antara pemerintah lokal (kota Ternate) dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan dengan pariwisata daerah kota Ternate. Belajar dari pengembangan pariwisata di Bali, dengan adanya Bali Tourism on Board (BTB), sebagai media kerjasama antar pihak yang berketingan dengan pengembangan destinasi wisata Bali. Selain itu hadirnya Manado Tourism Board (MTB) ini mencerminkan bahwa daerah dalam rangka pengembangan wisata seharusnya memiliki komitmen secara bersama membentuk badan pengelola dan pengembangan wisata daerah. Ternate Tourism On Board (TTB) akan menjadi solusi aktif pembentukan wisata daerah kota Ternate. Untuk tercapainya badan kersajasama pengembangan wisata kota Ternate, maka pemerintah daerah seharusnya melakukan studi banding ke daerah, lain yang sudah memiliki badan promosi daerah wisata.

SIMPULAN

Setelah melakukan penelitian di kota Ternate dalam rangka menganalisis kontribusi hotel dalam menunjang kegiatan promosi pariwisata daerah, maka penulis menemukan bahwa:

1. Pihak hotel dalam melakukan promosi hanya sesebatas melakukan promosi produk dan fasilitas hotel semata, namun untuk promosi destinasi pariwisata daerah belum ada.
2. Pihak hotel belum melakukan kerja sama dengan pihak stakeholder pariwisata lainnya dan juga dengan pemerintah daerah dalam menunjang promosi pariwisata daerah. Begitu juga sebaliknya dengan pihak Dinas Pariwisata daerah yang belum memanfaatkan stakeholder (industri hotel) sebagai sarana strategi promosi pariwisata daerah.
3. Dalam menunjang destinasi pariwisata daerah hotel dalam melakukan upaya promosi tidak optimal karena, kegiatan pormosi yang di lakukan pihak hotel baik lewat website, brosur, leaflat dan lain

sebagainya hanya menawarkan produk hotel semata, tidak menawarkan potensi pariwisata yang ada di daerah.

4. Pihak hotel belum melakukan kerja sama dengan pihak terkait dalam rangka peningkatan SDM baik lewat pelatihan dan pemberian informasi kepada karyawan atau staf hotel terlebih khusus bagian front office untuk menambah pengetahuan tentang potensi pariwisata daerah yang ada di kota Ternate.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam skripsi ini maka ada beberapa saran- saran yangsebagai masukan, yakni

1. Pihak hotel harus melakukan promosi tidak hanya sebatas produk hotel semata namun juga harus mengambil bagian dalam melakukan promosi potensi pariwisata daerah.
2. Pihak hotel harus melakukan kerja sama dengan pihak stakeholder pariwisata lainnya dan juga dengan pemerintah daerah dalam hal ini dinas pariwisata dalam rangka mengsucceskan promosi pariwisata daerah. Begitu juga sebaliknya dengan dinas pariwisata daerah harus melibatkan stakeholder (industri hotel) dalam rangka mengsucceskan program pemerintah daerah dalam rangka promosi pariwisata daerah.
3. Dalam menunjang promosi destinasi pariwisata daerah hotel dalam melakukan upaya promosi baik lewat website, brosur, leaflet dan lain sebagainya tidak hanya menawarkan produk hotel semata,

namun hotel harus ambil bagian dalam mempromosikan potensi pariwisata yang ada di daerah lewat website, brosur, leaflet, banner yang ada di hotel.

4. Pihak hotel harus melakukan kerja sama dengan pihak terkait dalam rangka peningkatan SMD baik lewat pelatihan dan pemberian informasi kepada karyawan atau staf hotel terlebih khusus bagian front office untuk mempunyai pengetahuan tentang destinasi pariwisata daerah yang ada di kota Ternate.

DAFTAR RUJUKAN

- Bagyono.2006. *Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung. Alfabeta
- Budi, Agung Permana. 2013 *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta. CV. Andi Offset.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Maluku Utara Tahun 2016. *Data Base Pariwisata Tahun 2014*
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Ternate Tahun 2016. *Data kunjungan Wisatawan 2011-2015*.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Ternate Tahun 2016. *Data Objek Wisata di Kota Ternate*.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Ternate Tahun 2016. *Data Hotel di Kota Ternate*.
- Maleong J. Lexy, 2005. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung rosdakarya.
- Suryadana, M. Liga. & Vanny Octavia. 2015 *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung. Alfabet