



## Analisis kinerja SDM terhadap efisiensi pemasaran travel pariwisata

Rafli Choerul Muzacky<sup>1</sup>, Prihadi Eka Muryanto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Koperasi Indonesia

<sup>1</sup>[rafticmzky@gmail.com](mailto:rafticmzky@gmail.com) , <sup>2</sup>[muryantoprihadi@gmail.com](mailto:muryantoprihadi@gmail.com)

---

### Info Artikel :

Diterima :

15 Juni 2022

Disetujui :

20 Juni 2022

Dipublikasikan :

25 Juni 2022

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tentang sumber daya manusia di Bidang Travel Pariwisata. Keberadaan SDM diduga berperan penting dalam mengefisienkan pemasaran dalam bidang pariwisata. SDM pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata (*tourist*) atau sebagai pekerja (*employment*). Sehubungan dengan hal tersebut, maka system dan mekanisme pendidikan dan latihan (diklat) perlu di desain secara baik, sehingga dapat menjawab tantangan kebutuhan di masa yang akan datang, khususnya tuntutan menciptakan aparatur yang memiliki keunggulan kompetitif, bersih dan berwibawa, handal serta efektif dan efisien. Tour Operator atau Biro Perjalanan juga harus memikirkan strategi, bagaimana caranya supaya bisa menyampaikan pesan atau informasi kepada target pasar tentang bermacam-macam produk yang ditawarkan dengan harga bersaing dan dijual pada tempat-tempat atau lokasi yang strategis, mudah dijangkau konsumen dengan melakukan pembujukan dengan harapan agar target pasar mau atau bersedia melakukan pembelian. Hal tersebut dikenal dengan kegiatan promosi yang merupakan salah satu dari bauran pemasaran (*marketing mix*).

**Kata Kunci:** Sumber Daya Manusia, Efisiensi, Pemasaran, Travel pariwisata

---

### ABSTRACT

*This study aims to examine human resources in the field of tourism travel. The existence of human resources is thought to play an important role in streamlining marketing in the tourism sector. Tourism human resources include tourists/tourists (tourists) or as workers (employment). In connection with this, the education and training system and mechanism need to be well designed, so that it can answer the challenges of future needs, especially the demands of creating an apparatus that has competitive advantages, is clean and authoritative, reliable and effective and efficient. Tour Operators or Travel Bureaus must also think about strategies, how to convey messages or information to the target market about the various products offered at competitive prices and sold in strategic places or locations, easily accessible to consumers by persuasion with hope. so that the target market is willing or willing to make a purchase. This is known as promotional activities which are part of the marketing mix.*

**Keywords:** Human Resources, Efficiency, Marketing, Travel tourism



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License.  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

---

## PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang terkenal memiliki keanekaragaman alam yang indah dan mempesona sebagai sebuah negara kepulauan tentu saja bukan hanya keindahan alamnya yang menjadi daya tarik tetapi budayanya juga menjadi salah satu komponen yang cukup penting bagi pariwisata (tourism) di Indonesia. Ada beberapa tempat wisata yang cukup terkenal bagi wisatawan lokal maupun asing seperti Bali dengan keindahan pantainya, Raja Ampat di Irian Jaya dengan keindahan laut dan pulau-pulau kecilnya yang berdekatan, Gunung Rinjani di Lombok yang menjadi tempat favorit bagi para pendaki, dan berbagai taman nasional di Sumatera merupakan contoh tujuan wisata alam di Indonesia.

Selain tempat-tempat wisata tersebut didukung juga dengan warisan budaya yang kaya dan mencerminkan seberapa banyaknya warisan sejarah budaya yang ditinggalkan nenek moyang bangsa dengan keberagaman etnis Indonesia yang terdiri dari 719 bahasa daerah yang dituturkan di seluruh kepulauan yang tersebar di Negara Indonesia. Candi Prambanan, Candi Borobudur, Tanah Toraja,

Yogyakarta, Surakarta/ Solo, Dieng, Minangkabau, dan Pulau Bali yang merupakan beberapa contoh tujuan wisata budaya yang ada di Negara Indonesia.

Pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga dalam hal penerimaan devisa setelah minyak dan gas. Berdasarkan data tahun 2010, jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia sebesar 7 juta lebih atau tumbuh sebesar 10,74% dibandingkan tahun sebelumnya, dan pada tahun 2021 jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia dalam sebulan sebesar 1,06 juta, selain itu pada tahun 2010 turut menyumbangkan devisa bagi negara sebesar 7.603,45 juta dolar AS.

Oleh karena itu sektor pariwisata saat ini memiliki peran yang penting sebagai sumber devisa bagi negara, yang terus dikembangkan. Kebijakan pemerintah di bidang ekonomi juga ikut mendorong dalam perkembangan pariwisata. Hal tersebut membuat banyak daerah-daerah yang mengembangkan daerah wisatanya, kondisi seperti ini akan menciptakan iklim bersaing antara tempat wisata satu dengan tempat wisata yang lain, karena itulah pemanfaatan, pengembangan, pengelolaan, dan pembiayaan kawasan wisata harus mendapat perhatian khusus.

Dengan pengembangan kawasan wisata yang dilakukan dapat meningkatkan daya tarik dari wisata itu sendiri yang dapat menarik para wisatawan baik wisatawan lokal maupun wisatawan asing yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan.

Oleh karena itu sektor pariwisata sangat penting karena memiliki potensi yang cukup besar, sehingga usaha jasa pariwisata merupakan peluang bisnis yang sangat potensial di Indonesia. Bahkan hampir semua jasa pariwisata di Indonesia banyak peminatnya. Banyaknya peminat ini tidak lepas dari fakta bahwa di Indonesia memiliki keindahan alam yang luar biasa, beserta keaneka ragam budaya yang kini menjadi daya tarik para wisatawan lokal maupun wisatawan asing .

Salah satu usahanya yaitu bisnis travel yang berfokus pada jasa membantu seseorang atau suatu pihak dalam perjalanan. Ada banyak sekali jenis bisnis travel yang dapat dijadikan sebagai pilihan bagi para wisatawan. Mulai dari menawarkan jasa pencarian tiket dan akomodasi murah, hingga open trip tour and travel. Bisnis travel juga dapat memberikan layanan berupa pemandu wisata untuk para pelancong.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis akan melakukan penelitian tentang analisis kinerja SDM terhadap efisiensi pemasaran travel pariwisata. Menurut Wirawan (2016) Sumber daya manusia merupakan sumber daya yang digunakan untuk menggerakkan dan menyinergikan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan organisasi. Tanpa sumber daya manusia, sumber daya lainnya menganggur (idle) dan kurang bermanfaat dalam mencapai tujuan organisasi. Hasibuan (2013) kinerja adalah “suatu hasil kerja yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu”. Menurut Sedarmayanti (2014:22) Efisiensi adalah ukuran tingkat penggunaan sumber daya dalam suatu proses. Semakin hemat atau sedikit penggunaan sumber daya, maka prosesnya dikatakan semakin efisien. Proses yang efisien suatu proses yang dilakukan untuk mengukur dan membandingkan keluaran dan masukan. Atau mengukur perbandingan antara output yang dihasilkan terhadap input yang digunakan. Melydrum (2016) Pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif.

Menurut Suwantoro dalam Nurfadilah (2017:15-16) Pada hakikatnya pariwisata adalah proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya, dengan dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentinganlain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

## **METODE PENELITIAN**

Metode Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan desain penelitian menggambarkan objek yang diteliti yang berfokus pada pembahasan peristiwa ataupun fenomena yang terjadi. Dengan pengumpulan data, dengan data primer dimana peneliti memperoleh data tersebut dari pemilik puista enterprise.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Travel Pariwisata

Sektor pariwisata baru-baru ini menjadi bidang yang potensial untuk memberikan sumbangsih pada pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pada banyak negara di dunia, proses perencanaan dan pengembangan sektor pariwisata tidak sering menjadi skala prioritas kerja pemerintahan. Di banyak negara, dalam proses perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, pembahasan tentang SDM yang dibutuhkan dalam pelayanan kegiatan kepariwisataan yang benar dan efektif seringkali mendapat perhatian yang rendah. Dalam beberapa kasus, bahkan sama sekali diabaikan. Hal tersebut mengakibatkan timbulnya permasalahan serius dalam industri kepariwisataan, dan memungkinkan terhalangnya partisipasi masyarakat setempat dalam kegiatan ekonomi yang dikembangkan dari pengembangan kepariwisataan. Keberadaan SDM berperan penting dalam pengembangan pariwisata. SDM pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata (tourist) atau sebagai pekerja (employment). Peran SDM sebagai pekerja dapat berupa SDM di lembaga pemerintah, SDM yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas para pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas kepariwisataan serta yang tidak kalah pentingnya masyarakat di sekitar kawasan wisata yang bukan termasuk ke dalam kategori di atas, namun turut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumberdaya manusia sebagai pelaku kebijakan dalam bidang kepariwisataan melalui jenjang pendidikan yang bersifat formal maupun non formal. Sehubungan dengan hal tersebut, maka system dan mekanisme pendidikan dan latihan (diklat) perlu di desain secara baik, sehingga dapat menjawab tantangan kebutuhan di masa yang akan datang, khususnya tuntutan menciptakan aparatur yang memiliki keunggulan kompetitif, bersih dan berwibawa, handal serta efektif dan efisien.

### Pentingnya Usaha Pemasaran Bagi Suatu Biro Perjalanan(Travel Pariwisata)

Sebagaimana telah diketahui bahwa fungsi dan kedudukan Tour Operator atau Biro Perjalanan dalam industri pariwisata adalah perantara (broker) antara perusahaan industri pariwisata (tourist transportation), accommodation, bar and restaurant, tourist object, souvenir shops dan sebagainya di satu pihak dan wisatawan di pihak lain. Dengan demikian Tour Operator atau Biro Perjalanan harus mengetahui terlebih dahulu jasa-jasa apa saja yang akan dijualkannya, disamping harus mengetahui kebutuhan dan keinginan para wisatawan yang berhubungan dengannya. Tour Operator atau Biro Perjalanan juga harus memikirkan strategi, bagaimana caranya supaya bisa menyampaikan pesan atau informasi kepada target pasar tentang bermacam-macam produk yang ditawarkan dengan harga bersaing dan dijual pada tempat-tempat atau lokasi yang strategis, mudah dijangkau konsumen dengan melakukan pembujukan dengan harapan agar target pasar mau atau bersedia melakukan pembelian. Hal tersebut dikenal dengan kegiatan promosi yang merupakan salah satu dari bauran pemasaran (marketing mix). Pemasaran tidak hanya mencakup hasil produksi berupa benda tetapi juga mencakup bidang jasa (services). Termasuk diantaranya jasa-jasa yang dihasilkan atau disediakan oleh perusahaan industri pariwisata pada umumnya dan perusahaan Tour and Travel pada khususnya. Dapat dikatakan bahwa pemasaran itu tugasnya adalah menggerakkan barang dan jasa dari satu tempat ke tempat lain, mempengaruhi konsumen agar tercapai penggantian hak milik melalui transaksi antara produsen dan konsumen. Dalam sebuah perusahaan biro perjalanan wisata, peran seorang pimpinan perusahaan di samping menyadari benar-benar arti tugasnya juga harus mengetahui metode promosi yang dapat mengenai sasaran. Misalnya mengadakan hubungan di luar kantor dengan perusahaan-perusahaan, kantor-kantor atau lebih sering bertemu dengan orang-orang apakah dengan jalan olah raga, kesenian atau pertemuan lainnya.

## KESIMPULAN

Perlunya meningkatkan kualitas dan kuantitas sumberdaya manusia sebagai pelaku kebijakan dalam bidang kepariwisataan melalui jenjang pendidikan yang bersifat formal maupun non formal. Sehubungan dengan hal tersebut, maka system dan mekanisme pendidikan dan latihan (diklat) perlu di desain secara baik, sehingga dapat menjawab tantangan kebutuhan di masa yang akan datang, khususnya tuntutan menciptakan aparatur yang memiliki keunggulan kompetitif, bersih dan berwibawa, handal serta efektif dan efisien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G. &. (2012). Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Jakarta Prenhalindo
- Arini, A. P. (2022). Analisis stres kerja di masa Pandemi Covid-19 pada karyawan Mina Wisata Islami Tour and Travel Haji Umrah Surabaya (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Dessler, G. (2013). Human Resource Management. London: Pearson.
- Hasibuan. (2013). Manajemen sumber daya manusia. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Marwansyah. (2014). Manajemen Sumber Daya Manusia . Bandung: Alfabeta.
- Nugroho, I. A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Jasa Transportasi Sumber Rejeki Tour & Travel Trenggalek Dalam Menciptakan Loyalitas Konsumen.
- Ridwan, M. (2012). Perencanaan Pariwisata dan Pengembangan Pariwisata. Medan Polonia: PT. Sofmedia.
- Sedarmayanti. (2014). Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja. Jakarta: Mandar Maju.
- Sedarmayanti. (2014). Membangun & Mengembangkan Kebudayaan & Industry Pariwisata(Bunga Rampai Tulisan Pariwisata). Bandung: Refika Aditama
- Singgalen, Y. A., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2021). Analisis Bisnis Cenderamata Dan Jasa Perjalanan Wisata Menggunakan Business Model Canvas (Bmc) Dan Metode Pieces. AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan, 6(2), 173-187.
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Suwena, I. K. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Wirawan. (2016). Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia. Jakarta: Salemba Embat.