



Peran Pramuwisata Dalam Promosi Kepariwisata Di Bali

Empi Desni Linia Junita ¹⁾; Hasna Nabila ²⁾; Inda Mareta Indriani ³⁾; Melanisma Yunita ⁴⁾; Indra Kanedi ⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹ desny2759@gmail.com ; ² hasnanabilabkl@gmail.com ; ³ indamaretai@gmail.com ; ⁴ yunitamelanisma@gmail.com ; ⁵ indrakanedi12@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [1 April 2024]

Revised [07 Agustus 2024]

Accepted [06 September 2024]

KEYWORDS

Pramuwista, Promosi, Bali

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Promosi pariwisata menjadi faktor terpenting bagi keberhasilan setiap tujuan. Setiap destinasi menerapkan strategi berdasarkan sumber dayanya. Untuk Pariwisata Bali yang kaya akan aspek budayanya, peranan pemandu wisata masih diperlukan. Inti dari pemandu wisata entah kenapa jarang sekali diakui sebagai alat promosi yang seharusnya sangat mungkin untuk difokuskan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pemandu wisata secara tidak langsung promotor pariwisata Bali. Untuk mencapai tujuan itu, dilakukan pemeriksaan diletakkan pada sistem promosi Bali, harapan pemangku kepentingan/pengguna, dan persepsi wisatawan terhadap peran pemandu wisata. Berdasarkan temuan tersebut, Penulis telah mengajukan sebuah konsep mengenai pemanfaatan pemandu wisata sebagai strategi promosi dari mulut ke mulut akan pentingnya pariwisata Bali. Komposisinya terdiri dari pemandu wisata sebagai promotor; turis sebenarnya sebagai saluran; dan potensi wisatawan sebagai sasarannya.

ABSTRACT

Tourism promotion is becoming the most important factor for the success of any destination. Every destination is applying the strategy based on its resources. For Balinese tourism, which is enriched by its cultural aspects, the role of tourist guide is still necessarily required. The essence of tourist guiding somehow is rarely recognised as promotional tool that should have been very possible to be focused on. Therefore, this study is aimed to discover the role of tourist guide as indirect promoter for the Balinese tourism. In order to accomplish that objective, examination was laid on Balinese promotion system, expectation of stakeholders/users, and tourist's perception toward the roles of tourist guide. Based on the findings, the author has proposed a concept regarding the utilization of tourist guiding as word-of-mouth promotion strategy for the importance of Balinese tourism. Its composition consists of tourist guide as the promoter; actual tourist as the channel; and potential tourist as the target.

PENDAHULUAN

Saat ini promosi pariwisata menjadi program prioritas pemerintah, mengingat devisa yang dihasilkan dari industri pariwisata menempati posisi kedua setelah kelapa sawit. Sejalan dengan arahan Presiden, promosi pariwisata nasional menjadi Sang Nyoman Bagus Satya Wira, I. B. Gde Pujaastawa, I Gusti Ayu Oka Suryawardani 218 JUMPA Volume 05, Nomor 02, Januari 2019 agenda kerja pemerintah, khususnya bagi Kementerian Pariwisata.

Bali sebagai poros pariwisata Indonesia dijadikan sebagai contoh bagi pengembangan destinasi-destinasi wisata baru lainnya. Walaupun telah menginjak usia seratus tahun (Anom dkk., 2017), promosi pariwisata Bali terus menerus dilakukan justru dengan kebijakan dan tat kelola yang semakin disempurnakan. Hal tersebut diketahui dengan diamanatkannya pembentukan Badan Promosi Pariwisata oleh peraturan perundang-undangan (UU No. 10/2009 tentang Kepariwisata, Bab X, Pasal 48). Hadirnya BPPD Bali Desember 2013 adalah titik perubahan struktural pada bidang promosi pariwisata. Promosi yang sebelumnya hanya menjadi bagian dari tugas Dinas Pariwisata Daerah Provinsi Bali, saat ini juga melibatkan BPPD Bali dan lembaga/instansi lainnya secara terpadu (Perda No. 2/2012 tentang Kepariwisata Budaya Bali, Bab VII, Pasal 18).

Dalam transisi perubahan tersebut, salah satu terobosan yang dilakukan BPPD Bali adalah bekerjasama dengan media promosi seperti Bali Go Live yang dijadikan sebagai saluran resmi pemerintah Provinsi Bali untuk mempromosikan kepariwisataan Bali melalui media visual yang ditayangkan di dunia maya (Suparta, 2016).

Di sisi lain, Buku Statistik Profil Wisatawan Mancanegara Tahun 2016 (Kemenpar, 2016) justru memperlihatkan fakta yang berbeda. Dari keseluruhan sebelas jenis informasi yang tersedia, ternyata jumlah persentase tertinggi (55,20%) dari wisatawan mancanegara menyatakan mereka mengetahui tentang Indonesia dari teman atau saudara.

Dengan demikian terdapat kesenjangan antara strategi promosi yang dijalankan BPPD Bali dengan hasil survei yang telah dilakukan Kementerian Pariwisata. Tingginya jumlah wisatawan yang mendapat informasi dari teman/saudara menimbulkan asumsi bahwa promosi dari mulut ke mulut masih lebih efektif dibandingkan dengan jenis promosi melalui media lainnya.

Jauh sebelum terbentuknya BPPD Bali, kegiatan promosi secara konvensional telah dilakukan pemerintah dengan bekerjasama dan melibatkan berbagai pihak seperti penulis buku, kelompok kesenian, jurnalis, seniman, pengusaha industri Peran Pramuwisata dalam Promosi Kepariwisata di Bali JUMPA Volume 05, Nomor 02, Januari 2019 219 pariwisata, bahkan hingga wisatawan yang notabene ialah konsumen dari produk pariwisata Bali.

Adapun keterlibatan wisatawan dalam hal promosi selaras dengan pernyataan dari Geriya (1995) bahwa wisatawan dapat dimanfaatkan sebagai saluran promosi dari mulut ke mulut; sebagaimana umumnya wisatawan akan menceritakan pengalaman dari perjalanan wisata mereka di suatu daerah tujuan wisata kepada keluarga, teman, atau saudara ketika kembali ke negara asal.

Berdasarkan uraian di atas, maka pada tulisan ini peran pramuwisata ditelusuri dengan cara memeriksa serangkaian ekspektasi dari stakeholders; dari pihak-pihak yang menaunginya; dari pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengannya; Peran Pramuwisata dalam Promosi Kepariwisata di Bali JUMPA Volume 05, Nomor 02, Januari 2019 221 maupun dari wisatawan yang secara langsung menggunakan jasanya. Secara bersamaan, praktik kegiatan kependudukan wisatawan di lapangan juga diteliti secara parsial pada situasi-situasi yang diasumsikan sebagai kegiatan mempromosikan segala sesuatu yang berkaitan dengan kepariwisataan Bali.

Terlepas dari kegiatan promosi telah secara administratif menjadi tugas Pemerintah Daerah, BPPD Bali, dan lembaga/instansi lainnya; tulisan ini secara khusus bertujuan untuk mengungkap bagaimana peran pramuwisata dalam kerangka promosi pariwisata yang terintegrasi.

METODE

Melalui kegiatan studytour fakultas ilmu komputer universitas dehasen bengkulu diperoleh pengetahuan dan pemahaman akan Peran pramuwisata dalam promosi kepariwisataan di Bali, agar membimbing perjalanan bersama wisatawan untuk mencapai tujuan, Memberikan informasi bila perlu menjadi penterjemah mengenai perjalanan secara keseluruhan khususnya mengenai objek-objek wisata yang dikunjungi, Memperkenalkan hal-hal yang dirasakan baru bagi wisatawan atau yang perlu diketahui serta dijumpai selama perjalanan, Sebagai kawan dalam perjalanan, Melindungi dan memberikan jaminan keamanan bagi mereka yang memberikan guiding dan menjadi orang yang menyediakan jasa-jasa (services) travel agent atau tour operator lainnya.

Metode yang digunakan kegiatan ini berupa metode observasi selama kegiatan di Bali, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Kegiatan ini diikuti oleh kurang lebih 150 mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Dehasen Bengkulu Khususnya semester 4, dengan Alokasi waktu kurang lebih 3 hari di Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Hasil kegiatan studytour ini diketahui bahwa sistem promosi pariwisata Bali merupakan suatu sistem yang holistik dan terintegrasi. Para pemangku kepentingan yang terdiri dari pemerintah, asosiasi, industri, dan masyarakat berinteraksi dan berperan secara terpadu untuk menyukseskan promosi tersebut. Dalam hubungan dan interaksi yang bersifat promosional, pramuwisata memiliki orbit yang paling strategis.

Oleh sebab itu, maka diketahui bahwa pramuwisata selain memiliki peran di bidang kependudukan, ternyata juga memiliki peran di bidang promosi.

Penyelesaian Masalah

Kegiatan Studytour ini membuat para wisatawan (Mahasiswa) mengetahui bahwa kegiatan kependudukan wisatawan sebagai suatu strategi praktis promosi dari mulut ke mulut kepariwisataan Bali. Dalam strategi tersebut, dapat dipahami secara komprehensif bagaimana peran pramuwisata sebagai promotor tersembunyi dalam promosi kepariwisataan di Bali.

Gambar 1 Pertunjukan Tari Kecak Di GWK (Garuda Wisnu Kencana), Bali



(Tari Kecak berasal dari Bali ternyata berakar dari tari sakral dan merupakan moment yang paling dinanti-nanti para wisatawan terutama wisatawan mancanegara)

Gambar 2 Masyarakat Bali Sedang Melakukan Persembahyangan



(Di Tanah Lot, kami wisatawan melihat masyarakat melakukan persembahyangan di beberapa pura dengan menggunakan pakaian adat Bali)

Gambar 3 Interaksi Pramuwisata Dengan Wisatawan



(Pramuwisata sedang menjelaskan kepada wisatawan tentang beberapa pura serta kebudayaan di setiap sudut destinasi wisata)

Gambar 4 Beberapa Wisatawan Di Hotel Puri Nusa Indah Denpasar Bali



(Potret beberapa wisatawan didepan hotel sebelum menaiki bus pariwisata untuk melanjutkan perjalanan berikutnya)

Gambar 5 Pramuwisata Sedang Menjelaskan Beberapa Hal Tentang Bali



(Ketika di Bali, wisatawan selalu ditemani oleh pramuwisata selama perjalanan menuju tempat wisata yang hendak dikunjungi, bukan hanya ditemani saja pramuwisata juga menjelaskan hal yang berkaitan dengan wisata yang hendak dikunjungi)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sistem promosi pariwisata Bali adalah suatu sistem yang regulasinya ditetapkan berdasarkan peraturan perundang-undangan, yakni UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dan Perda Provinsi Bali Nomor 2 Tahun 2012 tentang Kepariwisata Budaya Bali. Komponen dari sistem tersebut terdiri dari pemerintah (Disparda Provinsi Bali dan BPPD Provinsi Bali), asosiasi anggota dari GPI Provinsi Bali (utamanya ASITA), usaha biro perjalanan wisata dan pramuwisata, instansi/usaha lainnya yang bergerak di bidang pariwisata, dan masyarakat.

Berdasarkan analisis ekspektasi yang dirasakan atau dipersepsikan, ditemukan dua peran pramuwisata yakni sebagai representatif dan promotor. Dari serangkaian peran pramuwisata yang disebutkan di atas, diketahui bahwa pada dasarnya peran pramuwisata secara khusus di Bali adalah sebagai interpreter dari produk kepariwisataan yang disebut sebagai daya tarik wisata. Dalam pada peran tersebut terselip suatu peran yang berkaitan dengan bidang promosi; yakni peran pramuwisata sebagai promotor tersembunyi.

Pramuwisata disebut sebagai promotor tersembunyi oleh karena itu peran pramuwisata tersebut tidak dikenali, baik oleh peraturan perundang-undangan maupun otoritas yang mengatur tentang pelaksanaan jasa pramuwisata.



Saran

Adapun saran mengenai peran pramuwisata dalam promosi kepariwisataan dapat digunakan sebagai pijakan untuk melakukan kajian yang lebih luas dan mendalam terhadap baik peran pramuwisata, maupun masalah-masalah yang berkaitan dengan promosi kepariwisataan di Bali. Secara praktis, dianjurkan bagi pihak penyusun dan pelaksana kebijakan, serta pemangku kepentingan di bidang kepariwisataan untuk menerapkan hasil penelitian ini sebagai paduan yang dapat melengkapi strategi promosi kepariwisataan Bali secara menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Studytour ini dapat terlaksana, tidak terlepas dari bantuan dan Kerjasama banyak pihak, antara lain kami ucapkan terimakasih kepada :

1. Universitas Dehasen Bengkulu khususnya Fakultas Ilmu Komputer.
2. Agen Tour Ayra Holiday.
3. Pihak-pihak yang telah membantu kegiatan ini.
4. Bli Wayan selaku pramuwisata selama di Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Anom, I. P., Suryasih, I. A., Nugroho, S. & Mahagangga, I. G. A. O., 2017. Turismemorfosis: Tahapan selama Seratus Tahun Perkembangan dan Prediksi Pariwisata Bali. *Jurnal Kajian Bali*, 7(2), hal. 59-80.
- Ardana, I Gusti Gede. 2007. *Pemberdayaan Kearifan Lokal Masyarakat Bali dalam Menghadapi Budaya Global*. Pustaka Tarukan Agung.
- Ashrama, B., Pitana, I. G. & Windia, W. 2007. *Bali is Bali Forever. Sustainable in the Framework of Tri Hita Karana*. Denpasar: Bali Travel News.
- Fajar, N. M. A. P. 2015. *Pelaksanaan Peraturan Daerah Bali No. 5 Tahun 2008 di Kabupaten Badung*, Denpasar: Universitas Udayana.
- Geriya, W. 1995. *Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional, Global: Bunga Rampai Antropologi Pariwisata*. Denpasar: Upasada Sastra.
- Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 2 Tahun 2012 tentang *Kepariwisataan Budaya Bali*.
- Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 5 Tahun 2016 tentang *Pramuwisata*.
- PHRI Bali. 2013. *Berharap dari Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD)*. PHRI News. Tersedia dari URL: <http://www.phribali.or.id/news/berharap-daribadan-promosi-pariwisata-daerah-bppd.htm>
- Pond, K. 1993. *The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Pujaastawa, I.B.G. & Ariana, Nyoman. 2015. *Pedoman Identifikasi Potensi Daya Tarik Wisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Purnomo, D. Sudana, I. P. & Mananda, I. G. S., 2016. *Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan terhadap Kompetensi serta Dampaknya pada Kinerja Pramuwisata Bali*. *Jurnal IPTA*, 4(2), hal. 52-57.
- Purwaningsih, R. M. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pemandu Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan di Candi Perambanan*. *Jurnal Nasional Pariwisata*, hal. 146-153.
- Putra, I. B. P. S., Negara, I. M. K., Wijaya, N. M. S. 2017. *Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Pelayanan Pramuwisata di Bali*. *Jurnal IPTA*, 5(1), hal. 29- 34.
- Soekadijo, R. G. 1996. *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai Systemic Linkage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Subaya, S. P. 2017. *Pramuwisata dari Berbagai Perspektif*. *Majalah Cendrawasih*, Vol. 1: hal. 75-76
- Sudira, I. M. 2012. *Pariwisata adalah Guide*. *Majalah Cakrawala*, Vol. 1: hal. 15-17.
- Suparta, I. K. 2016. *Promosi Pariwisata Bali Melalui Digital*. *Antara News*, 10 Mei. Tersedia dari: <https://bali.antaranews.com/berita/90259/promosi-pariwisatabali-melalui-digital>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*.
- Yanis, I. N., 2012. *Efektivitas Pelaksanaan Peraturan Daerah Bali No 5 tahun 2008 tentang Pramuwisata* (tesis). Denpasar: Universitas Udayana

Yudi, I. K. T., Karini, N. M. O. & Dewi, L. G. L. K. D. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pramuwisata Lokal Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan di Daya Tarik Wisata Alas Kedaton Tabanan. Jurnal IPTA, 3(1), hal. 25-31.