

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia adalah negara yang tidak luput dari keindahan dan kaya akan hasil alam serta keberagaman budaya dari berbagai suku, ras, budaya, agama, dan Sejarah. Karena hal itu Indonesia jadi dikenal dengan potensi wisata yang sangat banyak. Oleh karena itu, potensi tersebut harus dimaksimalkan dengan baik agar wisatawan manca negara tertarik untuk mengexplore Indonesia.

Namun semenjak adanya pandemi covid-19 telah menyebabkan keterpurukan pariwisata seluruh dunia sehingga mengancam perekonomian. Sektor yang paling terkena dampaknya adalah pariwisata karena kunjungan wisatawan manca negara menjadi turun dan juga pembatalan tiket pesawat dan akomodasi lainnya. Hal ini juga terjadi karena melambatnya pariwisata dalam negeri, khususnya wisatawan dalam negeri, masyarakat enggan melakukan perjalanan karena khawatir akan penyebaran dampak Covid-19 di kawasan wisata[1].

Hal ini juga terjadi ketika aktivitas pariwisata menurun dan pariwisata berdampak pada UMKM, pekerja informal dan mengurangi lapangan kerja. Kita harus tahu bahwa pariwisata sejauh ini merupakan industri padat karya menarik lebih dari 13 juta pekerja, sub-industri yang berdampak atau efek pengganda setelahnya termasuk sub industri yang terbentuk di bawah ini yang juga terkena dampak pandemi COVID 19 pada sektor pariwisata[1].

Sebagaimana telah dijelaskan dalam Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata merupakan salah satu jenis industri yang tumbuh, berkembang, dan berpotensi menjadi peluang baru bagi berkembangnya usaha pariwisata dan industri terkait lainnya. yang memberikan fasilitas dan pelayanan kepada wisatawan. Usaha-usaha yang mempunyai potensi untuk dikembangkan antara lain : usaha perjalanan dan pariwisata seperti jasa perjalanan, biro perjalanan wisata, usaha akomodasi seperti hotel, motel dan jenis akomodasi lainnya seperti , restoran, usaha hiburan, usaha jasa, perbankan, perdagangan valuta asing dan atraksi, maupun UMKM lainnya. Fokus pengembangan usaha pariwisata dapat

dimiliki dan dikelola oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah dalam bentuk manajemen atau pengelolaan usaha secara mandiri dalam bentuk kerjasama antar pemilik, kepemilikan dan pengelolaan oleh berbagai pihak atau pemangku kepentingan, pada akhirnya memberikan prospek. untuk pertumbuhan dan perkembangan perekonomian daerah dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat[2].

Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung sendiri memiliki potensi terkait pariwisata yang sangat tinggi, maka dari itu saya ingin membantu peningkatan UMKM masyarakat indonesia dengan melihat peluang dari pariwisata ini melalui kerja praktek di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Pangkalpinang. UMKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung pada saat ini sangat beragam dalam pemenuhan kebutuhan yang diperlukan pada sektornya masing masing. DISPAR Kota Pangkalpinang juga sering membuat kegiatan food milenial festival dalam membantu peningkatan pendapatan UMKM yang menjadi event rutin pada setiap tahun.

Industri pariwisata saat ini perlu memanfaatkan media sosial (online) seperti Instagram untuk mempromosikan destinasi wisata di Kepulauan Bangka Belitung dan beradaptasi dengan metode media periklanan dan pemasaran online dengan visualisasi untuk mempromosikan daya tarik agar jangkauan wisatawan lebih luas[1].

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pemasaran dan promosi yang diimplementasikan dinas pariwisata kota Pangkalpinang, apakah efektif strateginya dalam menarik wisatawan ?
2. Bagaimana pengelolaan destinasi wisata saat ini dan apa saja kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan yang dihadapi di sektor pariwisata kota Pangkalpinang?
3. Apakah dinas pariwisata kota pangkalpinang sudah mengadopsi inovasi dan teknologi untuk meningkatkan pengalaman wisatawan?

### **1.3. Batasan Masalah**

1. Ruang lingkup di laporan magang ini mencakupi pariwisata yang berlokasi di Kota Pangkalpinang dengan pemanfaatan pemasaran digital.
2. Pemasaran Digital / digital marketing difokuskan untuk bidang pemasaran di dinas pariwisata kota pangkalpinang

### **1.4. Tujuan Penulisan**

1. Mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan promosi yang iimplementasikan dinas pariwisata kota pangkalpinang dan menilai keefektifannya dalam menarik wisatawan
2. Mengetahui pengelolaan dalam hal destinasi wisata dan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi dinas pariwisata Kota Pangkalpinang saat ini
3. Mengetahui pengadposian yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Pangkalpinang dalam hal teknologi dalam peningkatan pengalaman pariwisata terhadap wisatawan
4. Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM di sektor pariwisata, termasuk pemasaran digital, promosi, dan manajemen merek.
5. Mempelajari cara mempertahankan dan memperluas jaringan pelanggan serta meningkatkan layanan pelanggan untuk menciptakan pengalaman.
6. Memahami prinsip keberlanjutan dan menerapkannya dalam konteks UMKM pariwisata untuk melindungi lingkungan, budaya, dan ekonomi lokal.
7. Pemahaman mendalam tentang industri pariwisata, tren pasar dan faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi industri ini.
8. Menjalin hubungan kolaboratif dengan pemangku kepentingan, termasuk mitra bisnis, organisasi pariwisata, dan komunitas lokal.
9. Mengintegrasikan teknologi dalam operasional pariwisata UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing.
10. Dengan tercapainya tujuan tersebut, magang diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pertumbuhan UMKM di bidang pariwisata,

sekaligus mendapatkan pengalaman berharga untuk karir mereka di masa depan.

### **1.5. Manfaat Penulisan**

Penulisan laporan magang pemasaran pariwisata memiliki banyak manfaat bagi peserta magang dan stakeholder. Beberapa manfaatnya tercantum di bawah ini.

1. Magang pariwisata memberikan kesempatan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang industri pariwisata, termasuk tren, peluang dan tantangannya. Hal ini akan membantu kepada seluruh stakeholder dalam pembangunan atau perkembangan sektor wisata dan UMKM.
2. Magang Pemasaran Pariwisata membantu peserta magang mengembangkan keterampilan pemasaran yang diperlukan, seperti merencanakan kampanye pemasaran, menganalisis pasar, dan menggunakan alat pemasaran digital.

Magang memungkinkan peserta untuk merasakan langsung bagaimana konsep pemasaran diterapkan dalam situasi dunia nyata. Pengalaman langsung ini akan memperdalam pemahaman Anda tentang bagaimana strategi pemasaran diterapkan dalam industri pariwisata.

