

UPSKILLING TENAGA INDUSTRI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF DALAM RANGKA AKSELERASI PENGUATAN PELAYANAN PRIMA KEPADA WISATAWAN RETREAT DI BALI UTARA

Dr. I Putu Gede Parma, S.ST., M.Par. ¹

¹Jurusan Manajemen, FE UNDIKSHA
Email : gede.parma@undiksha.ac.id

ABSTRAK

Upskilling activities for tourism industry and creative economy personnel in the context of accelerating the strengthening of excellent service to retreat tourists in North Bali aims to increase the knowledge, understanding and abilities of tourism industry and creative economy personnel in the context of accelerating the strengthening of excellent service to tourists. The final goal is the formation of tourism and economic industry personnel who contribute positively to the acceleration of strengthening excellent service to retreat tourists in North Bali. The method used in this community service is training that will be given to tourism industry and creative economy personnel. The training implementation begins with the delivery of excellent service material which provides an important understanding of how to provide complete service to visitors so that they feel satisfied. This training is only limited to delivering general material which needs to be followed up with subsequent, more practical training as needed

Keywords: tourism industry, creative economy, excellent service

ABSTRACT

Kegiatan upskilling tenaga industri pariwisata dan ekonomi kreatif dalam rangka akselerasi penguatan pelayanan prima kepada wisatawan retreat di bali utara bertujuan untuk meningkatnya pengetahuan, pemahaman serta kemampuan tenaga industri pariwisata dan ekonomi kreatif dalam rangka akselerasi penguatan pelayanan prima kepada wisatawan. Tujuan akhirnya adalah terbentuknya tenaga industry pariwisata dan ekonomi yang berkontribusi positif terhadap akselerasi penguatan pelayanan prima kepada wisatawan retreat di bali utara. Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan yang akan diberikan kepada pihak tenaga industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Pelaksanaan pelatihan dimulai dengan penyampaian materi pelayanan prima yang memberikan pemahaman penting bagaimana memberikan pelayanan paripurna kepada pengunjung sehingga mereka merasa puas. Pelatihan ini baru sebatas penyampaian materi secara umum yang perlu ditindak lanjuti dengan pelatihan berikutnya yang lebih praktis sesuai kebutuhan.

Kata Kunci: industri pariwisata, ekonomi kreatif, pelayanan prima.

PENDAHULUAN

Kondisi pandemic Covid 19 selama dua tahun terakhir ini, menyebabkan pariwisata di Indonesia ditutup. Dampaknya begitu terasa pada hampir semua sektor. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang bagi pendapatan daerah. Terdapat penurunan kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 11,8% pada tahun 2020. Selain itu dikemukakan bahwa terdapat pengurangan karyawan Hotel sehingga diberlakukan juga

jadwal kerja secara bergantian bagi yang berstatus kontrak dan permanen (Cahyani D, 2020). Demikian juga di Lombok Barat. Semenjak adanya Covid -19, anggaran pendapatan dari sektor pariwisata turun tajam. Penyebaran virus Corona menyebabkan wisatawan yang berkunjung ke Bali Utara sangat berkurang. Dampaknya sangat terasa pada sektor penunjang pariwisata seperti hotel, restoran maupun pengusaha retail juga tidak lepas dari pengaruh adanya virus Corona. Sepinya wisatawan juga berdampak pada

restoran atau rumah makan yang sebagian besar konsumennya adalah para wisatawan. Mengakibatkan begitu banyak pekerja harus kehilangan pekerjaannya.

Sehubungan dengan pengabdian kepada masyarakat, Tim Pengabdian kami tergerak untuk berperean aktif untuk melakukan upaya peningkatan Keterampilan masyarakat dalam masa pandemi ini melalui Pelatihan Upskilling bagi tenaga industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Bahasa Inggris memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam dunia modern dan menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat penting dalam hubungan Internasional (Lystiana Nurhayat Hakim, Tri Agustini Solihati, 2021). Terlebih lagi dimasa pandemi seperti saat ini, setiap pekerja dituntut untuk memiliki kemampuan bahasa Inggris yang baik dan berdaya saing sehingga dapat bertahan dalam industri pariwisata.

Dengan menerapkan Metode Pelatihan yang menarik dan didukung oleh media pembelajaran yang *up-to-dated*. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Estrada bahwa media pembelajaran adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyampaikan bahan pembelajaran yang dapat menarik perhatian, minat, pikiran dan perasaan pembelajar dalam kegiatan pembelajaran sehingga tujuan belajar tercapai (Salamah, Lindawat, Asriyadi, & Kusumanto, 2021). Materi pembelajaran disampaikan oleh para pakar dari Tim yang berpengalaman dan profesional dalam bidang pengajaran Bahasa Inggris. Bahasa Inggris sangat dibutuhkan karena merupakan bahasa Internasional yang digunakan di sebagian besar negara di dunia dan digunakan dalam berbagai sektor terutama dalam industri Pariwisata. Inilah alasan mengapa Tim pengabdian mengambil judul Pengabdian kepada Masyarakat yaitu “Upskilling Tenaga Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Rangka Akselerasi Penguatan Pelayanan Prima Kepada Wisatawan Retreat di Bali Utara.

METODE

Kegiatan Pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat terbagi menjadi tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan tahap monitoring. Berikut adalah rincian tiap tahapan yang akan dilaksanakan:

1. Tahap Persiapan

- a) Penyusunan program kerja pendampingan dan pelatihan.
Penyusunan program pendampingan dan program kerja pelatihan agar kegiatan yang dilaksanakan menjadi lebih teratur dan terarah. Program ini meliputi semua hal-hal yang bersifat teknis, manajerial dan penjadwalan (*time schedule*).
- b) Penyusunan materi pelatihan
Materi meliputi teknik pendampingan, penanganan dan penyuluhan berkesinambungan.
- c) Persiapan sarana dan prasarana pelatihan.
Persiapan ini meliputi penyediaan sarana dan prasarana tempat pelatihan dan pendampingan.
- d) Koordinasi lapangan.
Koordinasi lapangan akan dilakukan oleh Tim.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelatihan kegiatan upskilling tenaga industri pariwisata dan ekonomi kreatif dapat meningkatkan akselerasi penguatan pelayanan prima kepada wisatawan retreat di Bali Utara Kegiatan ini akan dihadiri oleh pegawai dinas pariwisata kabupaten Buleleng.

3. Tahap Evaluasi dan Monitoring

Tahap evaluasi yaitu untuk mengetahui capaian peserta pelatihan dalam menguasai materi dan terampil dalam menerapkan indikator yang menjadi acuan Tim PKM dalam pembelajaran (Rukayah, Jenny IS Poerwanti, Ahmad Syawaludin, 2021). Evaluasi ini juga bertujuan untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari pelaksanaan kegiatan pelatihan yang dilakukan. (Permana et al, 2020; Rizka et al, 2018). Dalam hal ini disesuaikan dengan pembelajaran Speaking. Evaluasi dilakukan sejak dimulainya kegiatan sampai akhir kegiatan PKM dan menjadi pijakan pelaporan kegiatan. Adapun bahan evaluasi/

indikator keterlaksanaan program kerja PKM yaitu kesesuaian antara rencana program kerja dengan luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini. Monitoring dilakukan secara intensif oleh tim pelaksana setiap kegiatan berlangsung untuk memastikan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan sejalan dengan monitoring, sehingga jika ada kendala akan segera diselesaikan. Evaluasi dilakukan setiap tahap kegiatan, adapun rancangan evaluasi memuat uraian bagaimana dan kapan evaluasi akan dilakukan, kriteria, indikator pencapaian tujuan, dan tolok ukur yang digunakan untuk menyatakan keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan. Memberikan bimbingan kepada mitra agar tetap terus mengembangkan pembinaan secara konsisten.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi kreatif dan industri kreatif adalah satu kesatuan, di masyarakat modern dua istilah ini sudah tidak asing lagi. Keberadaan ekonomi kreatif mampu menopang kehidupan masyarakat dengan berlandaskan kemandirian, artinya orang tak lagi bergantung pada terbukanya lapangan kerja. Dengan mereka paham akan konsep ekonomi kreatif maka industri kreatif bisa berkembang seperti di luar negeri. Memang di Indonesia sendiri Industri kreatif masih belum maksimal perkembangannya, hal itu dikarenakan masih banyak masyarakat yang pola pikirnya masih berbasis kolonial. Artinya sudah terbiasa untuk bekerja pada orang lain, ketergantungan inilah yang membuat orang tidak mampu menciptakan ide-ide baru untuk memandirikan diri sendiri.

Saat ini sering dilihat fenomena dimana banyak sekali kaum terpelajar dalam artian mereka yang mampu menyelesaikan pendidikannya dengan baik, tetapi justru sangat kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan. Inilah mindset yang harus diubah ketika orang seharusnya sudah tidak lagi berpegang pada konsep itu, menciptakan lapangan kerja secara mandiri

walaupun masih disebut self employ bukanlah sebuah persoalan. Agar lebih paham pengertian ekonomi kreatif dan industri kreatif diuraikan berikut ini. Teori ini membagi peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga adalah gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang keempat yang merupakan gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide dan gagasan kreatif (Alvin Toffler, 1980).

Ekonomi kreatif yaitu ide berupa barang ekonomi yang sangat penting, lebih penting dari objek yang ditekankan di kebanyakan model-model ekonomi. Di dunia dengan keterbatasan fisik ini, adanya penemuan ide-ide besar bersamaan dengan penemuan jutaan ide-ide kecil yang membuat ekonomi tetap tumbuh (Paul Romer, 1993). Juga ada para ahli lain memberikan pernyataan bahwa “*The Creative Economy*” menemukan kehadiran gelombang ekonomi kreatif setelah menyadari pertama kali pada tahun 1996 ekspor karya hak cipta Amerika Serikat mempunyai nilai penjualan sebesar US\$ 60,18 miliar yang jauh melampaui ekspor sektor lainnya seperti otomotif, pertanian, dan pesawat (Howkins, 2001). Menurut Howkins ekonomi baru telah muncul seputar industri kreatif yang dikendalikan oleh hukum kekayaan intelektual seperti paten, hak cipta, merek, royalti dan desain. Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep berdasarkan aset kreatif yang berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Dos Santos, 2007).

Industri Kreatif diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Industri kreatif juga dikenal dengan nama lain industri budaya (*culture industry*). Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif yakni industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan

mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif yakni industri yang mengandalkan talenta, keterampilan dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual (Simatupang, 2007). Menurut Howkins, industri kreatif terdiri dari periklanan, arsitektur, seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, Penelitian dan Pengembangan (R&D), perangkat lunak, mainan dan permainan, Televisi dan Radio, dan Permainan Video). Industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan dalam perekonomian, berbagai pihak berpendapat bahwa "kreativitas manusia adalah sumber daya ekonomi utama" dan bahwa "industri abad kedua puluh satu akan tergantung pada produksi pengetahuan melalui kreativitas dan inovasi.

Berbagai pihak memberikan definisi yang berbeda-beda mengenai kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam industri kreatif. Bahkan penamaannya sendiri pun menjadi isu yang diperdebatkan dengan adanya perbedaan yang signifikan sekaligus tumpang tindih antara istilah industri kreatif, industri budaya, dan ekonomi kreatif.

Kreatifitas merupakan modal utama dalam menghadapi tantangan global. Bentuk-bentuk ekonomi kreatif selalu tampil dengan nilai tambah yang khas, menciptakan "pasar"nya sendiri, dan berhasil menyerap tenaga kerja serta pemasukan ekonomis. Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep berdasarkan modal kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2007). Ekonomi kreatif terbukti berpengaruh positif dalam membangun negara-negara di seluruh benua untuk menggali dan mengembangkan potensi kreativitas yang dimilikinya. Negara - negara membangun potensi ekonomi kreatif dengan caranya masing - masing sesuai dengan kemampuan yang dimiliki negara tersebut. Indonesia menyadari bahwa industri kreatif

merupakan sumber ekonomi baru yang wajib dikembangkan lebih lanjut di dalam perekonomian nasional.

Konsep ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Alvin Toffler (1980) dalam teorinya melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga adalah gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang keempat yang merupakan gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide dan gagasan kreatif.

Untuk mengembangkan ekonomi kreatif, pemerintah Indonesia dibawah kepemimpinan presiden, harus membuat beberapa strategi besar dan melaksanakan pembangunan secara terintegrasi antara masyarakat, swasta dan pemerintah. Di antaranya sebagai berikut:

- a. Menyiapkan insentif untuk memacu pertumbuhan ide kreatif berbasis budaya. Insentif itu mencakup perlindungan produk budaya, pajak, kemudahan memperoleh dana pengembangan, fasilitas pemasaran dan promosi, hingga pertumbuhan pasar domestik dan internasional.
- b. Membuat roadmap ide kreatif.
- c. Membuat program komprehensif untuk menggerakkan ide kreatif melalui pendidikan, pengembangan SDM, desain, mutu dan pengembangan pasar.
- d. Memberikan perlindungan dan insentif bagi karya ide kreatif. Beberapa contoh produk ide kreatif yang dilindungi HKI-nya, di antaranya buku, tulisan, drama, tari, koreografi, karya seni rupa, lagu atau music, dll.
- e. Pemerintah akan membentuk Indonesian *Creative Council* yang akan menjadi jembatan untuk menyediakan fasilitas bagi para pelaku ide kreatif.

Pemerintah akan menyelenggarakan lomba Indonesia Creative Idol (ICI) 2008, yang bertujuan untuk melestarikan dan mengembangkan ide kreatif. Dengan menggenjot perkembangan ide kreatif di Bali, banyak manfaat yang bisa diraih apabila semua pihak yang terlibat di dalamnya serius untuk membangun ekonomi kreatif, di antaranya:

- a. Bisnis Usaha Kecil Menengah makin berkembang sebagian besar bergerak di ide kreatif. Beberapa masalah Usaha Kecil Menengah di Bali, seperti pemasaran, promosi, manajerial, informasi, Sumber Daya Manusia, teknologi, desain, jejaring (networking), dan pembiayaan diharapkan bisa segera teratasi. Diharapkan Usaha Kecil Menengah menjadi penggerak utama perekonomian nasional dengan kontribusi 54% kepada Pendapatan Domestik Bruto dan pertumbuhan rata-rata 12,2% per tahun pada 2025 bisa terwujud.
- b. Mengurangi tingkat kemiskinan.
- c. Mengurangi tingkat pengangguran.

Ekonomi kreatif bagi Bali sudah bukan hal yang asing, oleh karena itu harus memaksimalkan fungsi dari ekonomi kreatif itu agar Negara mendapat pendapatan yang maksimal sehingga dapat membantu pertumbuhan ekonomi di Bali dan Indonesia umumnya. Perkembangan ekonomi kreatif yang positif adalah langkah yang tepat dalam memaksimalkan kreatifitas masyarakat untuk membantu membangun perekonomian Bali sehingga bisa menggali potensi dari budaya dan lingkungan sekitar, agar hasil kreatifitas untuk membangun perekonomian Bali dapat di perhitungkan tingkat Nasional dan internasional.

Ekonomi kreatif yakni sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Konsep ini akan didukung dengan keberadaan industri kreatif yang menjadi pengejawantahannya. Seiring berjalannya waktu, perkembangan ekonomi sampai pada taraf ekonomi kreatif setelah

beberapa waktu sebelumnya, dunia dihadapi dengan konsep ekonomi informasi yang mana informasi menjadi hal yang utama dalam pengembangan ekonomi.

John Howkins dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* “pertama kali memperkenalkan istilah ekonomi kreatif. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997, Amerika Serikat menghasilkan produk-produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) senilai 414 miliar dolar yang menjadikan HKI sebagai barang ekspor nomor satu di Amerika Serikat. John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea*. Dijelaskan ekonomi kreatif sebagai “kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang”. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.”

Pada tahun 2006 Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menginstruksikan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Proses pengembangan ini diwujudkan pertama kali dengan pembentukan Indonesian Design Power oleh Departemen Perdagangan untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Pada tahun 2007 dilakukan peluncuran Studi Pemetaan Kontribusi Industri Kreatif Indonesia 2007 pada Trade Expo Indonesia.

Ekonomi kreatif merupakan sektor baru yang diangkat pemerintah untuk dikelola hingga tingkat kementerian. Sebelumnya, sektor ekonomi kreatif belum dikelola secara terkoordinasi di kementerian dan hanya tersebar di kementerian terkait. Bersumber dari Laporan Kinerja Kemenparekraf Tahun 2012, sektor ekonomi kreatif tersebut diangkat ke tingkat kementerian karena memiliki nilai strategis bagi Indonesia. Nilai tersebut yakni kontribusi yang signifikan, penciptaan iklim bisnis yang positif, mengangkat citra dan identitas bangsa, menggunakan sumber daya terbarukan,

mendorong terciptanya inovasi, dan memberikan dampak sosial yang positif. Adanya pengelolaan ekonomi kreatif di tingkat kementerian tentu makin membantu insan kreatif Indonesia untuk berkembang. Kemenparekraf pun terus melakukan peningkatan kinerja, melakukan penelitian dan pengembangan, serta menjalin kerja sama dengan berbagai pihak. Beberapa upaya yang telah dilakukan, misalnya pembebasan visa untuk wisatawan, kerjasama dengan pemerintah luar negeri maupun sektor industri seperti Microsoft, Singapore Airlines, Ducati, dan sebagainya. Keberadaan kementerian yang fokus pada pengembangan ekonomi kreatif diharapkan juga dapat mewujudkan visi bangsa Indonesia yang berkualitas hidup dan bercitra kreatif di mata dunia. Industri kreatif Indonesia akan memiliki masa depan cerah bila ditilik dari perkiraan Alvin Toffler, keberadaan pemerintah, serta potensi kreativitas generasi muda.

Pembangunan pariwisata yang terpadu dan berkelanjutan perlu memperhatikan dampak serta aspiratif dengan adat istiadat masyarakat di sekitar daerah tujuan wisata. Masyarakat setempat, wisatawan, pengusaha (investor), biro perjalanan serta Pemerintah Daerah harus saling terpadu untuk berupaya secara maksimal mengembangkan potensi wisata yang memperhitungkan keuntungan dan manfaat rakyat banyak. Dengan dibangunnya sarana dan prasarana kepariwisataan di daerah tujuan wisata tersebut maka akan banyak tenaga kerja yang diperlukan. Perputaran uang akan meningkat dengan adanya kunjungan para wisatawan baik domestik maupun non domestik, hal ini tentu akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap peningkatan penerimaan devisa negara, pendapatan nasional serta pendapatan daerah.

Adapun pengertian pariwisata yang berkelanjutan yaitu industri pariwisata yang berkomitmen untuk membuat dampak yang rendah pada lingkungan dan budaya lokal, sambil membantu menciptakan lapangan kerja di masa depan bagi masyarakat lokal. Tujuan

dari pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah untuk membawa pengalaman positif bagi masyarakat setempat, perusahaan pariwisata dan wisatawan sendiri. Para ekonom global memperkirakan pertumbuhan pariwisata internasional, berkisar antara tiga dan enam persen per tahun, tergantung pada lokasinya. Sebagai salah satu industri terbesar dan yang berkembang cepat di dunia, pertumbuhan ini (pariwisata) akan memberikan dampak yang besar pada habitat biologis yang beragam dan budaya masyarakat asli, yang sering digunakan untuk mendukung pariwisata massal. Meskipun terdapat beberapa alasan di luar faktor ekonomis yaitu yang bersifat non ekonomis dalam pengembangan pariwisata. Pembangunan pariwisata perlu direncanakan secara matang dan terpadu dengan memperhatikan segala sudut pandang serta persepsi yang saling mempengaruhi. Mulai dari potensi yang dimiliki daerah setempat, adat istiadat kebiasaan hidup masyarakat sekitar lokasi pariwisata, kepercayaan yang dianutnya, sampai kepada kebiasaan dan tingkah laku wisatawan yang direncanakan akan tertarik untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata yang siap dikembangkan.

Kebijakan yang memperhatikan kompleksitas permasalahan tersebut diharapkan akan tercipta suasana lokasi daerah tujuan wisata yang harmonis, aman, nyaman, bersih, bebas polusi dan memiliki lingkungan yang terpelihara, sehingga menyenangkan semua pihak khususnya para wisatawan. Pariwisata berkelanjutan yakni pengembangan pariwisata yang dijalankan tanpa merusak lingkungan, tatanan sosial & budaya setempat yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Pada tahun 1992, dalam *United Nation Conference on Environment and Development –the Earth Summit*– di Rio de Janeiro, dirumuskan program tindak yang menyeluruh hingga abad ke-21 yang disebut Agenda 21, yang kemudian diadopsi oleh 182 negara peserta konferensi termasuk Indonesia.

Agenda 21 merupakan blueprint untuk menjamin masa depan yang berkelanjutan dari planet bumi dan merupakan dokumen yang mendapatkan kesepakatan internasional yang sangat luas, menyiratkan konsensus dunia dan komitmen politik di tingkat yang paling tinggi. Dalam tataran kepariwisataan internasional, pertemuan Rio ditindaklanjuti dengan Konferensi Dunia tentang Pariwisata Berkelanjutan pada tahun 1995 yang merekomendasikan pemerintah negara dan daerah untuk segera menyusun rencana tindak pembangunan berkelanjutan untuk pariwisata serta merumuskan dan mempromosikan serta mengusulkan Piagam Pariwisata Berkelanjutan. Prinsip-prinsip dan sasaran-sasaran dari piagam antara lain.

- a. Pembangunan pariwisata harus berdasarkan kriteria keberlanjutan, dapat didukung secara ekologis dalam waktu yang lama, layak secara ekonomi, adil secara etika dan sosial bagi masyarakat setempat.
- b. Pariwisata harus berkontribusi kepada pembangunan berkelanjutan dan diintegrasikan dengan lingkungan alam, budaya dan manusia.
- c. Pemerintah dan otoritas yang kompeten, dengan partisipasi lembaga swadaya masyarakat dan masyarakat setempat harus mengambil tindakan untuk mengintegrasikan perencanaan pariwisata sebagai kontribusi kepada pembangunan berkelanjutan.
- d. Pemerintah dan organisasi multilateral harus memprioritaskan dan memperkuat bantuan, langsung atau tidak langsung, kepada proyek-proyek pariwisata yang berkontribusi kepada perbaikan kualitas lingkungan.
- e. Ruang-ruang dengan lingkungan dan budaya yang rentan saat ini maupun di masa depan harus diberi prioritas khusus dalam hal kerja sama teknis dan bantuan keuangan untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan.
- f. Promosi dan dukungan terhadap berbagai bentuk alternatif pariwisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan.
- g. Pemerintah harus mendukung dan berpartisipasi dalam penciptaan jaringan untuk penelitian, diseminasi informasi dan transfer pengetahuan tentang pariwisata dan teknologi pariwisata berkelanjutan.
- h. Penetapan kebijakan pariwisata berkelanjutan memerlukan dukungan dan sistem pengelolaan pariwisata yang ramah lingkungan, studi kelayakan untuk transformasi sektor, dan pelaksanaan berbagai proyek percontohan dan pengembangan program kerjasama internasional.

Kunci keberhasilan usaha bidang jasa pada umumnya terletak dari pelayanan maksimal yang diberikan kepada konsumen. Demikian juga dalam usaha bidang pariwisata sangat mengandalkan bagaimana pelayanan dapat dikerjakan dengan sangat prima untuk memberikan kepuasan kepada para wisatawan. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian dari melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang, meladeni: para pembantu sibuk ~ tamu. menerima (menyambut) ajakan (tantangan, serangan, dan sebagainya) mengendalikan; melaksanakan penggunaannya. Sedangkan pengertian pelayanan adalah perihal atau cara melayani. Adapun definisi pelayanan menurut Majid (2009:35), pelayanan adalah suatu tindakan nyata dan segera untuk menolong orang lain (pelanggan, mitra kerja, mitra bisnis, dan sebagainya), disertai dengan senyuman yang ramah dan tulus. Sedangkan Pelayanan menurut Kasmir (2017: 47) pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Menurut Freddy, 2017 Pelayanan prima adalah suatu

pelayanan terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain pelayan primamerupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sudah ditentukan. Sedangkan menurut Firmansyah, 2016 pelayanan prima adalah pelayanan yang baik danmemuaskan pelanggan atau masyarakat atau pemangku kepentingan lainnya; upaya memenuhi kebutuhan atau permintaan; menyiapkan, mengurus yang diperlukan secara Prima, sehingga pelanggan mendapatkan sesuatu yang melebihi harapannya.

1. Layanan prima adalah membuat pelanggan merasa penting. Daryanto dalam Suminar.R dan Apriliawati. M, 2017 menjelaskan tujuan pelayanan prima adalah: Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan.
2. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang atau jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.
3. Untuk membutuhkan kepercayaan pelanggan terhadap pelanggan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.
4. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen.
5. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.
6. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya. Menurut Daryanto dan Ismanto Setyabudi, 2014 pelayanan prima berfungsi sebagai:
 1. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat, dan cepat.
 2. Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan.
 3. Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha.
 4. Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk/jasa.
 5. Memenangkan persaingan pasar.
 6. Memuaskan pelanggan agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan.
 7. Memberikan keuntungan pada perusahaan.

SIMPULAN

Perencanaan pariwisata bertujuan untuk mencapai cita-cita atau tujuan pengembangan pariwisata. Secara garis besar perencanaan pariwisata mencakup beberapa hal penting, yaitu sebagai berikut. Pertama, perencanaan pembangunan ekonomi yang bertujuan untuk memacu pertumbuhan berbagai jenis industri yang berkaitan dengan pariwisata. Kedua, perencanaan penggunaan tanah. Ketiga, perencanaan infrastruktur yang berhubungan dengan jalan, bandar udara, dan keperluan lainnya, seperti listrik, air, pembuangan sampah, dan lain-lain. Keempat, perencanaan pelayanan sosial yang berhubungan dengan penyediaan lapangan pekerjaan, pelayanan kesehatan, pendidikan, dan kesejahteraan sosial. Kelima, perencanaan keamanan yang mencakup keamanan internal untuk daerah tujuan wisata dan para wisatawan. Pembangunan pariwisata umumnya dilakukan oleh sektor swasta terutama pembangunan fasilitas dan jasa pariwisata.

Pelaksanaan pelatihan yang diberikan kepada tenaga industri pariwisata dan ekonomi kreatif dalam rangka akselerasi penguatan pelayanan prima kepada wisatawan retreat di bali utara baru sebatas pemahaman secara umum tentang pelayanan prima, masih banyak materi lanjutan yang harus diberikan kepada peserta agar kompetensi dalam memberikan layanan prima bisa maksimal. Melihat antusiasme dari peserta cukup tinggi perlu kiranya pelatihan ini dilakukan secara periodic sesuai kebutuhan dengan mengundang pemateri serta praktisi yang kompten pada bidangnya.

DAFTAR RUJUKAN

Amran, Ali, Yani Restiani Widjaja, and Siti Nuryanti. 2019. "Service Excellence Dan Servicescape: Faktor Dominan Dalam Menciptakan Kepuasan Tamu Hotel". *Jurnal Kajian Pariwisata 1* (1), 44-52.

- <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/135>.
- Artana, I. W. A., & Rusmiati, N. N. (2019). peningkatan peran kependudukan wisata (ranger) di objek wisata sangeh. *Jurnal Perhotelan Dan Pariwisata*, 9(2), 255–269.
- Chatarina Muryani, Sigit Santosa dan Singgih Prihadi. 2020. Ekowisata Berbasis Masyarakat . CV. Pramudita Press. Sukoharjo. Daryanto dan Isnanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Penerbit Gava Media. Yogyakarta.
- Ferdinal Asmin. 2018. Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan: Dimulai dari Konsep Sederhana.
<https://www.researchgate.net/publication/323309174>
- Frimayasa, A., & Administrasi, M. 2017. Konsep Dasar Dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Perusahaan.
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/1882>
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kodhyat. (2013). *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. PT. Gramedia Pustaka Utama Malang.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2011). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall Mondy.
- Maulana, Egi (2016) Pengaruh Service Excellence Dalam Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Tamu Yang Menginap Di Marbella Suites Bandung: Survey pada wisatawan individu yang memutuskan menginap di Marbella Suites Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.
URI <http://repository.upi.edu/id/eprint/23710>
- Prayudi, M. Edy Susilo dan Heti Herastuti. 2017. *Membangun Desa Wisata*. LPPM UPN Veteran Yogyakarta
- R. Wayne, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Erlangga: Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer Care Excellence Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Tama Tb.
- Ratna Suminar dan Mia Apriliawati. 2017. Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari* Vol. 4 No. 2 – Juni 2017
- Rosdiana Rosdiana, Indri Syahfitri (2019) Peranan Pendidikan dan Pelatihan (Diklat) Pelayanan Prima dalam Meningkatkan Kompetensi Aparatur Pelayanan Publik. *Journal of Millennial Community*, Vol 1, No 1 (2019)
- Sjafri Mangkuprawira. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Strategik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yoeti, Oka, A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradaya Pratama.
- Zulkarnain Wildan dan Sumarsono. 2018. *Manajemen dan Etika Perkantoran Praktik Pelayanan Prima*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya