

Winardi, 1989. *Strategis Pemasaran (marketing Strategy)*, Penerbit Mandar Maju, Bandung.

Wahab, Saleh, 2003. *Manajemen Kepariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta

Yoeti, Oka A, 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Surya Angkasa, Bandung

Yoeti, Oka a. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*, Pradnya Paramita, Jakarta

Sumber Lain:

<http://www.suarapembaruan.com> 13 April 2014

<http://www.disbudpar.org>

<http://www.Malukuprov.go.id/2014>

<http://www.sailbanda.com/sail-banda-harus-sukses /2014> diakses pada tanggal 30 April 2014

LAMPIRAN

DATA HASIL WAWANCARA
DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA PROVINSI MALUKU

Narasumber :

1. Kabag pemasaran disbudpar propinsi Maluku
2. Kasie promosi disbudpar propinsi Maluku

A. Kegiatan promosi pariwisata pasca konflik

Pada tahap perencanaan dan pelaksanaan

- a. Pada tahun berapakah setelah periode pasca konflik, kegiatan pengembangan pariwisata Maluku mulai dilakukan kembali?

Jawab : pasca konflik kegiatan pengembangan pariwisata mati total hingga tahun 2004.

- b. Seperti apa pengembangan bentuk pengembangan pariwisata di Maluku pasca konflik?

Jawab : pengembangan pasca konflik pada tahun-tahun awal sekitar tahun 2004-2008 lebih dipusatkan kepada pembangunan fisik. Setelah konflik banyak sekali obyek wisata dan sarana prasarana pendukung wisata yang rusak oleh karena itu kami benar-benar memusatkan perhatian untuk memperbaiki jumlah kerusakan yang terjadi .

- c. Apakah ada dinas pariwisata yang merumuskan kegiatan khusus untuk melakukan promosi pariwisata Maluku?

Jawab: kegiatan khusus ada, seperti event-event internasional dan nasional yang diharapkan dapat dilaksanakan dengan Maluku sebagai tuan rumah. Selain itu salah satu yang kami kembangkan adalah kegiatan keikutsertaan Maluku di ajang pameran pariwisata internasional.

- d. Bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan oleh dinas pariwisata dan kebudayaan Maluku berjalan sejauh ini?

Jawab: berjalan cukup baik sebenarnya, namun beberapa kendala seperti kondisi keamanan dan dana kegiatan yang masih belum

terlalu mendukung sedikit memberikan kesulitan bagi kami dalam melakukan kegiatan promosi.

- e. Kendala-kendala apa saja yang ditemui dalam pelaksanaan kegiatan promosi tersebut?

Jawab: terbatasnya kualitas staf dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Maluku yang khusus menangani program promosi, saya sendiri hanya memiliki 3 orang staf . selain itu kurangnya dana untuk membiayai promosi terutama promosi keluar negri juga mengalami kendala tersendiri. Belum lagi kondisi keamanan yang stabilnya cenderung naik turun.

- f. Apa tujuan dari kegiatan tersebut?

Jawab: tujuan dari kegiatan promosi kami tentu saja untuk mengubah pendapatan masyarakat baik diIndonesia maupun mancanegara tentang Maluku yang kita tauh sendiri pernah mengalami konflik Sara, kami ingin orang-orang tidak lagi mengaitkan Maluku dengan konflik yang telah terjadi. Kami juga ingin menunjukkan kepada masyarakat Maluku yang baru pasca konflik dengan pesona yang masi sama seperti masa dahulu sebelum konflik. Khusus untuk tahun 2013, disesuaikan dengantema, kami juga ingin memperkenalkan kekayaan budaya Maluku kepada dunia, bahwa Maluku tidak hanya memiliki kekayaan alam tetapi juga budaya yang patut diperhitungkan.

- g. Apa pesan utama yang ingin disampaikan lewat kegiatan promosi pariwisata pasca konflik?

Jawab: pesan utama kegiatan promosi tahun 2013 adalah Maluku sebagai pusat wisata bahari dan budaya. Kami ingin orang-orang mengenal Maluku melalui kekuatan bahari dan budayanya.

- h. Bagaimanakah langkah-langkah penyusunan kegiatan promosi yang dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata Maluku?

Jawab : penyusunan kegiatan promosi dimasa awal kepengurusan didinas kebudayaan n pariwisata Maluku. Jadi semua kegiatan

analisis analisis situasi, proses penentuan tujuan strategi hingga anggaran?

- i. Siapakah/ publik manakah yang menjadi target kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan?

Jawab: target kami adalah wisatawan baik lokal, nusantara maupun mancanegara. Selain itu target kami juga para investor yang ingin menanamkan modal di Maluku.

- j. Adakah riset-riset tertentu yang dilakukan khususnya mengenai target market dan kegiatan promosi yang dilakukan? Dan bagaimana

untuk periode 2004-2008 berakhir. Kami melalui proses yang kurang lebih sama seperti instansi lain. Kami melakukan kegiatan analisis situasi, proses penentuan tujuan strategi hingga anggaran?

- i. Siapakah/ publik manakah yang menjadi target kegiatan promosi pariwisata yang dilakukan?

Jawab: target kami adalah wisatawan baik lokal, nusantara maupun mancanegara. Selain itu target kami juga para investor yang ingin menanamkan modal di Maluku.

- j. Adakah riset-riset tertentu yang dilakukan khususnya mengenai target market dan kegiatan promosi yang dilakukan? Dan bagaimana pelaksanaannya?

Jawab: tidak ada

- k. Saluran komunikasi apa yang kemudian dipilih untuk melakukan promosi pada target audience?

Jawab: kami memilih radio, leaflet, iklan di televisi, koran lokal, dan pembuatan buku panduan wisata.

- l. Dalam kegiatan promosi tentunya ada penggunaan alat-alat promosi seperti iklan, sales promotion, personal selling ataupun public relation. Pada kegiatan promosi pariwisata Maluku pasca konflik sara, alat promosi mana saja yang digunakan?

Jawab: iklan, pelaksanaan pameran dan public relation.

- m. Apa alasan atau pertimbangan yang diambil saat memutuskan menggunakan alat promosi tersebut?

Jawab: yang terlintas difikiran kami melihat kepada kondisi yang ada adalah penggunaan alat promosi tersebut. Daripada menggunakan yang lain tetapi pelaksanaannya kemudian ngak maksimal kan lebih baik menggunakan yang sudah sering kami gunakan.

- n. Dari alat-alat promosi yang dipih, manakah yang benar-benar digunakan dan berfungsi secara efektif?

Jawab: kesemua yang kami pilih berfungsi dengan cukup efektif.

- o. Dalam keseluruhan pelaksanaan kegiatan promosi, darimanakah sumber dana yang didapat?

Jawab: sumber dana kami adalah APBN dan APBD

B. Tahap evaluasi

- a. Dari keseluruhan kegiatan promosi pasca konflik dalam rentang waktu 2012-2013 sampai sejauh ini apakah sudah sesuai dengan target yang diinginkan oleh dinas pariwisata dan kebudayaan ?

Jawab: kalo dibilang sesuai dengan target tentu saja belum semua target terlaksana, akan tetapi diilang setidaknya kami sudah melangkah maju dan berupaya keras untuk membangun kembali pariwisata meskipun toh untuk mengembalikan keadaan seperti sebelum konflik masi butuh usaha lagi yang jauh lebih keras.

- b. Adakah imbas dari rangkaian kegiatan promosi yang dilakukan terhadap jumlah kunjungan wisatawan keMaluku pasca konflik?

Jawab: tentu saja ada.

- c. Seberapa besar pencapaian jumlah kunjungan pariwisata diMaluku?

Jawab: kurang lebih 50% dari target kami.

- d. Bagaimana proses evaluasi yang dutekuni oleh dinas kebudayaan dan pariwisata Maluku menyangkut kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan?

Jawab: secara internal adalah sistem pelaporan yang akan dilakukan adalah sistem penjajahan yaitu kepala seksi akan melaporkan kegiatan setiap triwulan kepada kasubdin, dan kasubdin akan melaporkan kegiatannya pada kepala dinas di tiap semester. Secara eksternal dinas kebudayaan pariwisata akan membuat laporan pelaksanaan daerah berupa laporan bulanan, triwulan, semesteran, tahunan, lakip dan laporan pertanggung jawaban gubernur bidang kebudayaan dan pariwisata (LPJ gubernur).

3. Narasumber :Ketua Asosiasi Agen Perjalanan Wisata Maluku (ASITA)

- a. Bagaimana perkembangan kegiatan perjalanan wisata ke Maluku pasca konflik sara menurut pengamatan anda?

Jawab: pasca konflik menurun drastis ya antara tahun 2002-2005 itu kunjungan wisatawan benar-benar menurun drastis. Tetapi belakangan ini pergerakan wisatawan mulai membaik.

- b. Kerjasama apa saja yang dilakukan ASITA dengan pihak dinas kebudayaan dan pariwisata Maluku?

Jawab: kerja sama kami tentu saja adalah saling mendukung untuk memberikan pelayanan pariwisata terbaik. Masalah regulasi dan sebagaimana diurus oleh pihak dinas kebudayaan dan pariwisata . kami memastikan dukungan melalui peningkatan pelayanan tour dan trevel bagi wisatawan.

- c. Adakah program khusus yang ditawarkan oleh agen-agen wisata diMaluku dalam rangka promosi pariwisata di Maluku?

Jawab: untuk tahun 2012, kami melaksanakan Maluku travel fair bekerja sama dengan garuda Indonesia . kegiatan ini target utamanya adalah wisatawan khususnya wisatawan mancanegara . kami mengajak meteka menghabiskan libur akhir tahu diMaluku dengan memberikan diskon perjalanan.

- d. Bagaimana ASITA melihat program-program promosi pariwisata Maluku pasca konflik yang dilaksanakan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata?

Jawab: sejauh ini cukup baik ya, tetapi tentu saja masih banyak hal yang harus dikembangkan dan diperbaiki dan langkah baiknya peran serta masyarakat Maluku lebih ditingkatkan lagi.