



YUSAK ANSHORI

# Tourism Board

**STRATEGI PROMOSI PARIWISATA DAERAH**

Pengantar:

**Hermawan Kartajaya**



# Tourism Board

## STRATEGI PROMOSI PARIWISATA DAERAH

"Di era dimana kebutuhan akan kemitraan antara pemerintah, swasta dan masyarakat dalam berpromosi pariwisata tidak bisa dipungkiri lagi, maka lahirnya badan-badan promosi pariwisata adalah terobosan yang perlu disambut baik, walaupun pembentukan badan yang bisa efektif berjalan adalah cukup kompleks. Buku ini bermanfaat didalam membantu memahami kompleksitas tersebut".

**Prof. Wiendu Nuryanti Ph.D, Ketua Umum Badan Pengembangan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.**

"Gabungan Pengusaha Pariwisata Indonesia (GAPPI) memiliki peran penting dalam membangun dan mengembangkan promosi pariwisata suatu daerah. Buku ini menjelaskan dengan bahasa yang mudah dan membunmi disertai dengan contoh, sehingga memudahkan siapa saja yang ingin belajar maupun membentuk Badan Promosi Pariwisata Daerah (*Tourism Board*)".

**Ngruh Wijaya, Ketua Bali Tourism Board (BTB).**

"Buku ini sepertinya "kecil" tetapi dipastikan memberi kontribusi yang sangat "BESAR" pada kemajuan pariwisata daerah dan nasional ke depan, karena ditulis oleh seorang "Praktimisi" (Praktisi yang juga Akademisi), sehingga tidak melulu tentang teori-teori tetapi contoh praktis yang sangat "*applicable and measurable*" dalam merencanakan, membentuk, dan menjalankan Badan Promosi Pariwisata Daerah (*Tourism Board*)".

**Dodhy Achadiyat, Ketua BPC PHRI Balikpapan & Wakil Ketua Balikpapan Tourism Promotion Board (BTPB).**

"Buku ini menjadi salah satu jendela untuk melihat perkembangan pariwisata di Surabaya dan sekaligus dapat dijadikan acuan untuk *Tourism Board* yang sedang tumbuh di semua daerah di seluruh tanah air".

**S. Guntur Tampubolon, Executive Director Surabaya Tourism Promotion Board (STPB).**

"Buku ini luar biasa! Sangat inspiratif bagi kepala daerah maupun pelaku pariwisata untuk memasatkan pariwisata daerahnya secara profesional. Karena disusun dengan sistematis dan sangat operasional, buku ini seakan menjadi konsultan yang akan memandu pembacanya dalam mengembangkan sistem kelembagaan maupun strategi promosi pariwisata daerah".

**Prof. Tatik Suryani, Ketua STIE Perbanas Surabaya dan Vice President of South Asia Association for Institutional Research.**

"Pariwisata adalah salah satu industri unggulan di Indonesia yang membutuhkan banyak kreatifitas dan inovasi. Dengan lugas, buku ini mengupas tentang *tourism board* dan konsep industri pariwisata di Indonesia yang akan memudahkan para entrepreneur dan calon entrepreneur untuk melihat peluang bisnis dalam industri ini.

**Tony Antonio, Rektor Universitas Ciputra, Surabaya.**



ISBN: 978-602-8832-52-6



# Prakata

Berawal dari banyaknya daerah (provinsi/kabupaten/kota) yang menanyakan bagaimana membentuk *Tourism Board* seperti yang telah dilakukan oleh kota Surabaya. Demikian juga dengan setelah diundangkannya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 (UU No.10 Th.2009) tentang pariwisata, maka semakin bertambah banyak pertanyaan dan keinginan untuk bertemu, berdiskusi, meminta contoh, saran, dan seterusnya untuk membentuk *Tourism Board*. Buku ini ditulis untuk menjawab pertanyaan yang sering muncul seiring dengan banyaknya pemerintah daerah yang ingin membentuk Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) atau yang juga dikenal dengan istilah *Tourism Board*. Daripada penulis mengulang jawaban dari pertanyaan yang sama, maka penulis berusaha untuk mentransformasikan *tacit knowledge* yang penulis miliki menjadi *explicit knowledge* agar dapat dipelajari oleh semua orang. Dengan harapan siapa saja yang akan membentuk, terlibat, belajar dan menjalankan *Tourism Board* tidak akan menemui kesulitan karena memiliki dan membaca buku ini.

Penulis merupakan salah satu yang aktif (mewakili Surabaya Tourism Promotion Board/STPB) ikut memberikan masukan kepada Komisi X DPR RI pada saat menggodok UU No.10 Th 2009 tersebut bersama rekan-rekan dari Bali Tourism Board (BTB), North Sumatra Tourism Board (NSTB), dan Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta (BP2KY). Didalam buku ini hampir semuanya mengambil contoh dari Surabaya Tourism Promotion Board (STPB) karena penulis mengalami dan menjalankan semua kegiatan STPB secara langsung selama hampir lima tahun.

Pada Kesempatan ini penulis juga menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pemerintah kota Surabaya khususnya kepada Bapak Walikota Bambang Dwi Hartono dan Bapak Wakil Walikota Surabaya Arif Afandi (periode2005-2010) yang telah memberikan kepercayaan dan dukungan untuk membentuk dan menumbuhkembangkan STPB. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pengurus STPB yang dengan sukarela mau meluangkan waktu, tenaga, pikiran, bahkan materi untuk kemajuan promosi kota Surabaya. Tanpa mereka semua, penulis sebagai *Executive Director* STPB tidak akan dapat banyak berbuat. Secara Khusus penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Prof. Tatik Suryani (Ketua STIE Perbanas dan *Vice President of South East Asia Association for Institutional Research*) yang telah menyediakan “rumah akademis” kepada penulis. Demikian juga dengan Bapak Ir. Tony Antonio M.Eng, Rektor Universitas Ciputra Surabaya, yang telah berkenan memberikan ijin penerbitan buku ini.

Penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada Bapak Hermawan Kartajaya (*Founder and President MarkPlus Inc.* dan *President, World*

*Marketing Association*) yang telah memberikan kata pengantar. Demikian juga dengan Prof. Wiendu Nuryanti PhD, (Ketua Umum Badan Pengembangan Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta), Bapak Ngurah Wijaya (Ketua Bali Tourism Board), Bapak Dodhy Achadiyat (Ketua BPC PHRI Balikpapan & Wakil Ketua Balikpapan Tourism Promotion Board), dan Bapak Guntur Tampubolon (*Executive Director* Surabaya Tourism Promotion Board) yang telah bersedia meneruskan tongkat estafet STPB serta memberikan *endorsement*.

Ucapkan terimakasih juga penulis sampaikan kepada seluruh rekan-rekan media, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur, asosiasi pariwisata, serta asosiasi lainnya di Surabaya dan Jawa Timur yang telah membantu program-program STPB sehingga berjalan dengan bagus seperti ASITA, PHRI, APPBI, Paguyuban Cak Ning Surabaya, Organda, HPI, Casa Grande, PERSI, dll. Secara khusus dan tulus penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada seluruh masyarakat surabaya karena mereka lah aktor utama yang membuat keberhasilan pariwisata surabaya. Tanpa keterlibatan dan kepedulian masyarakat terhadap perkembangan pariwisata daerah, sehebat apapun pemerintah daerahnya, sehebat apapun pengurus organisasinya tidak akan ada artinya. Salut untuk seluruh masyarakat Surabaya!

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya juga penulis sampaikan kepada seluruh pembeli dan pembaca buku ini. Penulis sangat menghargai semua masukan dari pembaca tanpa embel-embel membangun atau menghancurkan. Bagi penulis masukan adalah masukan, dengan adanya masukan berarti penulis mendapat kesempatan untuk terus memperbaiki buku ini. Semua masukan dapat dikirim lewat email ke [yusak@indosat.net.id](mailto:yusak@indosat.net.id) atau SMS ke +62819887399. semoga buku ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan pariwisata Indonesia khususnya promosi pariwisata daerah.

*Sparkling Surabaya*, Oktober 2010

Penulis

# Daftar Isi

DESTINATION MARKETING .....	vii
(Pengantar Hermawan Kartajaya)	
PRAKATA .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
PENDAHULUAN .....	1
<b>Bagian Kesatu</b>	
<b>PEMBENTUKAN TOURISM BOARD .....</b>	<b>7</b>
• <i>Tricle Model</i> Sebagai Modal Awal .....	8
• Penyusunan Pengurus .....	13
• Visi, Misi dan Positioning .....	23
• <i>City Tourism</i> dan <i>Resort Tourism</i> .....	24
• Pendanaan Organisasi .....	27
• Kantor Sekretariat dan <i>Tourist Information Center (TIC)</i> .....	29
<b>Bagian Kedua</b>	
<b>KEGIATAN TOURISM BOARD .....</b>	<b>31</b>
• Pembuatan Logo dan Merek Daerah .....	32
• Penyusunan Program Kerja .....	34
– Pembuatan Materi Promosi .....	35
– Membuat <i>Calendar of Event</i> .....	38
– <i>Roadshow, Famtrip</i> dan <i>Tradeshaw</i> .....	40
– Materi Presentasi dan <i>Press Release</i> .....	45
– Pemasangan Iklan Di Media .....	51
• Memaksimalkan Duta Wisata .....	52
• Peran <i>Public Relations Hotel</i> .....	52
• <i>Co-Branding</i> dengan <i>business product</i> , Kesenian, dan Asosiasi .....	53
• Kantor Perwakilan <i>Tourism Board</i> .....	61
<b>Bagian Ketiga</b>	
<b>EVALUASI DAN LAPORAN .....</b>	<b>63</b>
• Menentukan Indikator yang Terukur .....	64
• Membuat Laporan Ke Kepala Daerah .....	65

Bagian Keempat	
PENUTUP .....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	77
GLOSARIUM .....	79
INDEKS .....	81
TENTANG PENULIS .....	83