Manajemen Operasional Layanan Kepariwisataan

Tim Penulis:
Hesty Aisyah, Dewi Andriani, Lenny Kurnia Octaviani, Anisa, Ray March Syahadat, Indi Ramadhani, Eliyanti Agus Mokodompit, Feriyadin, Pepy Afrilian, Nugroho Djati Satmoko, Rafika Hayati, Zahrotun Satriawati, Musafir.

Manajemen Operasional Layanan Kepariwisataan

Tim Penulis:
Hesty Aisyah, Dewi Andriani, Lenny Kurnia Octaviani, Anisa, Ray March Syahadat, Indi Ramadhani, Eliyanti Agus Mokodompit, Feriyadin, Pepy Afrilian, Nugroho Djati Satmoko, Rafika Hayati, Zahrotun Satriawati, Musafir.

Penerbit Widina

MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

Tim Penulis:
Hesty Aisyah, Dewi Andriani, Lenny Kurnia Octaviani, Anisa, Ray March Syahadat, Indi Ramadhani, Eliyanti Agus Mokodompit, Feriyadin, Pepy Afrilian, Nugroho Djati Satmoko, Rafika Hayati, Zahrotun Satriawati, Musafir.

Desain Cover:
Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Handarini Rohana

Editor:
N. Rismawati

ISBN:
978-623-459-581-9

Cetakan Pertama:
Juli, 2023

Tanggung Jawab Isi, pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

PRAKATA

Rasa syukur yang teramat dalam dan tiada kata lain yang patut kami ucapkan selain mengucap rasa syukur. Karena berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, buku yang berjudul Manajemen Operasional Layanan Kepariwisataan telah selesai di susun dan berhasil diterbitkan, semoga buku ini dapat memberikan sumbangsih keilmuan dan penambah wawasan bagi siapa saja yang memiliki minat terhadap pembahasan Manajemen Operasional Layanan Kepariwisataan.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap Manajemen Operasional Layanan Kepariwisataan. Dalam beberapa tahun belakangan ini, *sector* pariwisata semakin menjadi perhatian beberapa kalangan, seperti dari pihak swasta dan pemerintah. Masyarakat di Indonesia pun sudah mulai turut serta mengambil andil dalam pengembangan *sector* pariwisata di daerahnya masing-masing. Hal ini terjadi karena masyarakat mulai menyadari bahwa *sector* pariwisata dianggap bisa menjadi sumber pendapatan daerah yang nantinya juga akan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi daerah tersebut. Selain itu, ada *factor* lainnya yang membuat sektor pariwisata kini menjadi perhatian banyak pihak yaitu karena adanya perubahan pola pikir terhadap keberadaan *sector* pariwisata.

Di awal pengembangan pariwisata, beberapa daerah masih memiliki pola pikir yang *negative* terhadap pariwisata, seperti pariwisata cenderung *identic* dengan hal-hal yang negatif, seperti hiburan malam, pergaulan bebas, hedonisme, dan lain-lain sebagainya. Dampak dari pola pikir ini mengakibatkan sisi positif dari sektor pariwisata semakin melemah, seperti pemanfaatan Sumber Daya Alam (SDA) sebagai pertunjukkan, atraksi, serta pelestarian budaya. Namun sejak pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan, keadaan itu pun mulai berubah total, yaitu pariwisata mulai membawa banyak manfaat seperti menjadi sumber pendapatan bagi daerah pariwisata tersebut.

Akan tetapi pada akhirnya kami mengakui bahwa tulisan ini terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna, sebagaimana pepatah menyebutkan “tiada gading yang tidak retak” dan sejatinya kesempurnaan hanyalah milik tuhan semata. Maka dari itu, kami dengan senang hati secara terbuka untuk menerima berbagai kritik dan saran dari para pembaca sekalian, hal tersebut tentu sangat diperlukan sebagai bagian dari upaya kami untuk terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan karya selanjutnya di masa yang akan datang.

Terakhir, ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan turut andil dalam seluruh rangkaian proses penyusunan dan penerbitan buku ini, sehingga buku ini bisa hadir di hadapan sidang pembaca. Semoga buku ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memberikan kontribusi bagi pembangunan ilmu pengetahuan di Indonesia.

Juli, 2023

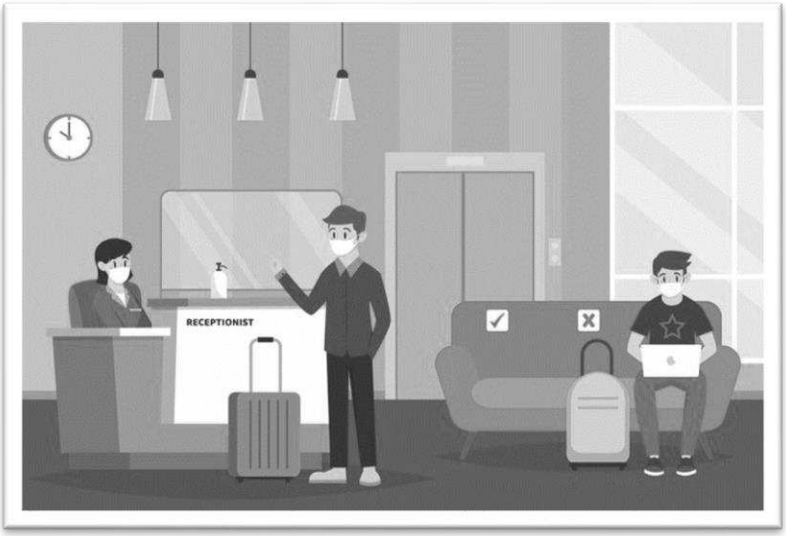
Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
BAB 1 *OVERVIEW* BISNIS INDUSTRI PARIWISATA **1**
A. Pendahuluan 2
B. Konsep Pariwisata 4
C. Bisnis Pariwisata 6
D. Bisnis Industri Pariwisata Indonesia 7
E. Bentuk Bisnis Pariwisata Indonesia 9
F. Pembangunan Bisnis Pariwisata Berkelanjutan 11
G. Rangkuman Materi 14
BAB 2 DASAR DAN PRINSIP LAYANAN **17**
A. Dasar Layanan 19
B. Prinsip Layanan 25
C. Rangkuman Materi 29
BAB 3 MERANCANG OPERASI LAYANAN **31**
A. Pendahuluan 32
B. Pengertian Layanan Operasional di Bidang Pariwisata 33
C. Komponen Layanan Operasional di Bidang Pariwisata 34
D. Proses Rancangan Layanan Operasional di Bidang Pariwisata 36
E. Strategi Pengembangan Layanan Operasional di Bidang Pariwisata 37
F. Tantangan dalam Merancang Layanan Operasional di Bidang Pariwisata 39
G. Studi Kasus Layanan Operasional di Bidang Pariwisata 41
H. Evaluasi Kinerja Layanan Operasional di Bidang Pariwisata 43
I. Rangkuman Materi 45
BAB 4 STRATEGI OPERASIONAL PELAYANAN PARIWISATA **51**
A. Pendahuluan 52
B. Konsep Pariwisata 54
C. Konsep Operasional 55
D. Pelayanan (Jasa) 57
E. Manajemen Strategi dan Manajemen Operasional Layanan 63

F. Rangkuman Materi 69
BAB 5 PENGUKURAN DAN PENGEMBANGAN KINERJA LAYANAN 73
A. Pendahuluan 74
B. Pengukuran Kinerja Layanan 74
C. Pengembangan Kinerja Layanan 77
D. Rangkuman Materi 83
BAB 6 LOKASI FASILITAS LAYANAN 87
A. Pendahuluan 88
B. Pengertian Lokasi Fasilitas Layanan 89
C. Jenis-Jenis Fasilitas Pariwisata 89
D. Kriteria Lokasi Penempatan Fasilitas Pariwisata 90
E. Rangkuman Materi 103
BAB 7 TATA LETAK FASILITAS LAYANAN KEPARIWISATAAN 105
A. Pendahuluan 106
B. Pengertian, Tujuan dan Manfaat Perencanaan Tata Letak 107
C. Pertimbangan-Pertimbangan Tata Letak Fasilitas Fisik Layanan Kepariwisataan 109
D. Tata Letak Fasilitas Fisik Layanan Kepariwisataan 116
E. Rangkuman Materi 131
BAB 8 MENGELOLA OPERASIONAL LAYANAN PARIWISATA 135
A. Pendahuluan 136
B. Pariwisata 138
C. Operasi (Produksi) 143
D. Pelayanan (Jasa) 146
E. Manajemen Operasional Layanan 150
F. Rangkuman Materi 156
BAB 9 PENGELOLAAN KAPASITAS DAN PERMINTAAN LAYANAN 161
A. Pendahuluan 162
B. Pengelolaan Kapasitas 163
C. Strategi Pengelolaan Kapasitas 169
D. Permintaan Layanan Pariwisata/*Managing Demand* 171
E. Siklus Permintaan 173
F. Rangkuman Materi 174

BAB 10 MENGELOLA ANTREAN (*MANAGING QUEUES OR WAITING LINE*) 177
A. Pendahuluan 178
B. Manajemen Operasi Jasa 179
C. Manajemen Pengunjung (*Visitor Management*) 184
D. Rangkuman Materi 201
BAB 11 MANAJEMEN KOMPLAIN 205
A. Pendahuluan 206
B. Kepuasan Pelanggan 207
C. Definisi Komplain 209
D. *Consumer Complaint Behavior* (CCB) 211
E. Pengelolaan Komplain 215
F. Rangkuman Materi 218
BAB 12 MANAJEMEN LAYANAN TRANSPORTASI 225
A. Pendahuluan 226
B. Transportasi 227
C. Transportasi dan Pariwisata 228
D. Kebutuhan Transportasi Pariwisata 230
E. Kualitas Jasa Layanan Transportasi 233
F. Rangkuman Materi 236
BAB 13 MANAJEMEN RANTAI PASOKAN KEPARIWISATAAN (*TOURSM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*) 243
A. Pendahuluan 244
B. Rantai Pasokan Pariwisata (*Toursm Supply Chain*) 245
C. Industri Pariwisata: Karakteristik Khas dan Fenomena Evolusioner 247
D. Komponen Industri Pariwisata 249
E. Pendekatan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan 252
F. Rangkuman Materi 257
GLOSARIUM 261
PROFIL PENULIS 271



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 1: *OVERVIEW* BISNIS INDUSTRI PARIWISATA

Hesty Aisyah, S.E., M.Si

Universitas Metamedia

BAB 1

OVERVIEW BISNIS INDUSTRI PARIWISATA

A. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun belakangan ini, *sector* pariwisata semakin menjadi perhatian beberapa kalangan, seperti dari pihak swasta dan pemerintah. Masyarakat di Indonesia pun sudah mulai turut serta mengambil andil dalam pengembangan *sector* pariwisata di daerahnya masing-masing. Hal ini terjadi karena masyarakat mulai menyadari bahwa *sector* pariwisata dianggap bisa menjadi sumber pendapatan daerah yang nantinya juga akan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi daerah tersebut. Data memperlihatkan bahwa ada beberapa *indicator* yang meningkat seiring dengan adanya kinerja yang baik dari *sector* pariwisata di Indonesia. Data tersebut diantaranya terjadinya kenaikan pada PDB nasional, yaitu 4,25% pada 2015 menjadi 5,25% pada 2018; peningkatan devisa sebesar 175, 71 triliun rupiah pada tahun 2015 menjadi 224 triliun rupiah pada tahun 2018; serta adanya kenaikan jumlah tenaga kerja dari 10,36 juta orang di tahun 2015 menjadi 12,7 juta orang di tahun 2018.

Selain itu, ada *factor* lainnya yang membuat sektor pariwisata kini menjadi perhatian banyak pihak yaitu karena adanya perubahan pola pikir terhadap keberadaan *sector* pariwisata. Di awal pengembangan pariwisata, beberapa daerah masih memiliki pola pikir yang *negative* terhadap pariwisata, seperti pariwisata cenderung *identic* dengan hal-hal yang negatif, seperti hiburan malam, pergaulan bebas, hedonisme, dan lain-lain sebagainya. Dampak dari pola pikir ini mengakibatkan sisi positif dari

DAFTAR PUSTAKA

Bafadhal, A. S. (2018). *Perencanaan Bisnis Pariwisata: Pendekatan Lean Planning*. Universitas Brawijaya Press.

Banjarnahor, A. R., Simanjuntak, M., Revida, E., Purba, S., Purba, B., Simarmata, J., Nasrullah, N., Murdana, I. M., Sudarmanto, E., & Harizahayu, H. (2021). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.

Buhalis, D., Costa, C., & Ford, F. (2006). *Tourism business frontiers*. Routledge.

Getz, D. (1993). Planning for tourism business districts. *Annals of Tourism Research*, *20*(3), 583–600.

Hanief, S., Pramana, D., Kom, S., & Kom, M. (2018). *Pengembangan Bisnis Pariwisata dengan Media Sistem Informasi*. Penerbit Andi.

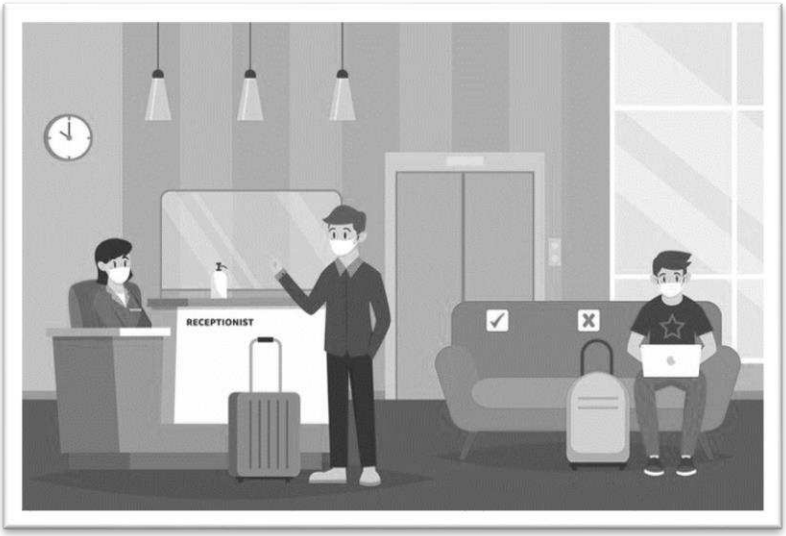
Kusuma, C. S. D. (2019). MICE-Masa depan bisnis pariwisata Indonesia. *Efisiensi: Kajian Ilmu Administrasi*, *16*(2), 52–62.

Lundberg, D. E. (1980). *The tourist business.* CBI Publishing Inc.

Luturlean, B. S., & Se, M. M. (2019). *Strategi Bisnis Pariwisata*. Humaniora.

Simanjuntak, M., Banjarnahor, A. R., Handiman, U. T., Permadi, L. A., Murdana, I. M., Nasrullah, N., Raditya, R., & Patiung, M. (2022). *Perancangan Model Bisnis Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.

Umar, A., Sasongko, A. H., Agusman, G., & Sugiharto, S. (2016). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bisnis Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, *7*(2), 79225.



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 2: DASAR DAN PRINSIP LAYANAN

Dewi Andriani, S.ST.Par., M.Par

Politeknik Bosowa

BAB 2

DASAR DAN PRINSIP LAYANAN

Layanan atau pelayanan merupakan jasa yang ditawarkan untuk memberikan nilai yang lebih. Dengan memberikan layanan yang prima kepada tamu/konsumen akan menaikkan nama seseorang, suatu tempat hingga produk itu sendiri. Berbagai usaha diciptakan untuk memberikan layanan yang unik dan menarik yang dapat diingat oleh tamu/konsumen. Ketertarikan pada suatu layanan yang memberikan kesan positif menjadi kunci terjalinnya hubungan yang baik dikemudian hari bahkan dapat menjadi bekal pemasaran secara gratis. Pada KKBI layanan berarti membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang yang artinya layanan memastikan kebutuhan seseorang atau kelompok mulai dari awal hingga akhir proses layanan dapat meninggalkan kesan positif.

Layanan berfokus pada penawaran kepada tamu/konsumen, dengan kata lain jasa atau layanan merupakan segala sesuatu pada level abstrak yang dapat dioperasionalisasikan dan diinterpretasikan dengan cara yang berbeda (Edvardsson *et al,* 2005). Pada kutipan diatas dapat dijabarkan dasar dari sebuah layanan dapat di liat dari pendekatan pertama yang menekankan layanan sebagai obyek pertukaran. Pendekatan kedua menjelaskan layanan sebagai pandangan terhadap penciptaan nilai. Dapat disimpulkan bahwa layanan merupakan kegiatan, proses, kinerja, interaksi, pengalaman dan solusi terhadap berbagai permasalahan tamu/konsumen. (Kasmir, 2008).

DAFTAR PUSTAKA

Bafadhal, A. S., & SAB, M. (2021). *Manajemen Komplain Dan Kualitas Layanan Pariwisata*. Deepublish.

Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar pelayanan prima*. Elex Media Komputindo

Ciptono, F. (2011). Pemasaran Jasa. *Yogyakarta: Bayumedia Publishing*

Edvardsson, B., Gustafsson, A. and Roos, I. (2005), "Service portraits in service research –a critical review".

Frimayasa, A. (2017). Konsep Dasar dan Strategi Pelayanan Prima (Service Excellent) Pada Indosat Ooredo. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, *17*(1).

Hasan, S., Awalia, S., Sihombing, N., Hakim, I., & Juliana, J. (2022). Pemasaran Jasa

https://kbbi.web.id/pelayanan

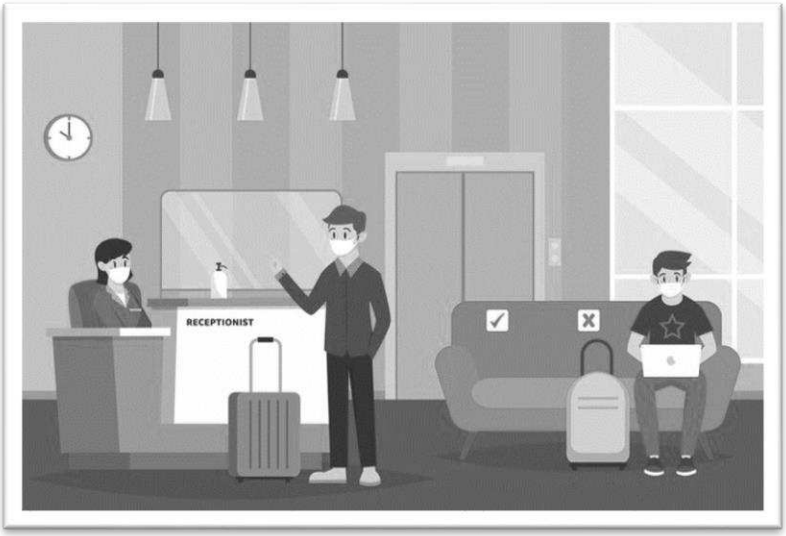
Kasmir, 2008. Etika Customer Service, Raja Grafindo Persada, Jakarta

Marsum, W. A. (2005). Restoran dan Permasalahannya. *Penerbit Andi Offset. Yogyakarta*.

Norman, R. (1991). Service Management: Strategy and Leadership in Service Business. Gr. Britain: John Willey and sons.

Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithaml, Valarie A. 1996. "Refinement and Reassessment of The SERVQUAL Scale".

Rangkuti, F. (2017) Customer care excellence: meningkatkan kinerja perusahaan melalui pelayanan prima. Gramedia Pustaka Utama.



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 3: MERANCANG OPERASI LAYANAN

Lenny Kurnia Octaviani, S.Par., M.Par

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta

BAB 3

MERANCANG OPERASI LAYANAN

A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan industri yang terus berkembang di seluruh dunia. Dalam beberapa dekade terakhir, industri ini telah mengalami pertumbuhan pesat dan dianggap sebagai salah satu sektor perekonomian yang paling cepat berkembang. Menurut *World Tourism Organization* (UNWTO), jumlah turis internasional telah meningkat dari 25 juta pada tahun 1950 menjadi 1,4 miliar pada tahun 2018 (UNWTO, 2019). Pertumbuhan ini tentu saja memberikan banyak peluang bagi pelaku bisnis pariwisata untuk mengembangkan bisnis mereka. Namun, persaingan yang semakin ketat juga menuntut para pelaku bisnis untuk mengelola operasi layanan kepariwisataan dengan lebih efektif dan efisien (Morrison & O'Leary, 1999).

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi, para pelaku bisnis pariwisata perlu mengikuti perkembangan teknologi tersebut dalam merancang operasi layanan yang lebih efektif dan efisien (Buhalis & Law, 2008). Dalam hal ini, internet dan teknologi *mobile* menjadi alat yang sangat penting dalam industri pariwisata. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah wisatawan yang melakukan pemesanan melalui internet telah meningkat pesat (Euromonitor, 2018). Oleh karena itu, perusahaan perlu mengoptimalkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan mereka (Lashley, 2014).

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, F., Razak, D. A., & Din, N. (2019). Service quality evaluation of heritage tourism sites using the SERVQUAL model. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 20(3), 257-275.

Asgari, A., Asgari, M., & Pourkhani, P. (2020). Investigating the effect of menu diversity on customer satisfaction and behavioral intentions in restaurants. Journal of Hospitality Marketing & Management, 29(8), 904-922.

Buhalis, D., & Foerste, M. (2015). SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value. Journal of Destination Marketing & Management, 4(3), 151-161.

Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet - The State of eTourism Research. Tourism Management, 29(4), 609-623. doi: 10.1016/j.tourman.2007.08.014.

Chathoth, P. K., Ungson, G. R., Harrington, R. J., & Chan, E. S. (2013). Co-creation and higher order customer engagement in hospitality and tourism services: A critical review. International Journal of Hospitality Management, 32, 111-119.

Chen, Y., Chen, T., Hsu, M. H., & Chen, C. Y. (2021). Investigating the impact of Total Quality Management on organizational performance in the hotel industry. Journal of Hospitality and Tourism Management, 48, 166-175.

Euromonitor International. (2018). Global travel trends 2018. Euromonitor International.

Ferguson, R. J., & Pizam, A. (2018). The sage handbook of tourism management. Sage Publications.

Gursoy, D., Lu, L., & Lu, X. (2020). Antecedents and outcomes of sustainable tourism: The role of consumer–company identification. Journal of Sustainable Tourism, 28(7), 1001-1018.

Kim, W. G., & Lee, H. G. (2018). Impact of service quality, perceived value, and customer satisfaction on behavioral intentions in fast-food restaurants. Journal of Hospitality & Tourism Research, 42(4), 521-528.

Kimes, S. E., & Wirtz, J. (2003). Has revenue management become acceptable? Findings from an international study on the perceived legitimacy of a controversial practice. Journal of Service Research, 5(2), 115-125.

Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2017). The impact of personalisation on hotel guest experiences. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 29(1), 139-159.

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2013). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson Education Limited.

Kumar, A., Mukherjee, D., & Rahman, Z. (2020). Customer satisfaction and loyalty in the hospitality industry: An Indian perspective. Journal of Hospitality and Tourism Management, 43, 1-10.

Kusumawardhani, N., Prayogo, D., & Nawangsari, L. (2020). The influence of service quality of destination management on tourist satisfaction: Case study of Borobudur Temple, Indonesia. Tourism and Hospitality Management, 26(1), 89-100.

Lashley, C. (2014). Information and communication technologies in tourism. Journal of Travel & Tourism Marketing, 31(6), 709-712.

Lee, H. J., & Back, K. J. (2015). Exploring the Dimensions of Service Quality in Tourism and Hospitality Marketing. Journal of Travel & Tourism Marketing, 32(7), 856-869. doi: 10.1080/105484.

Lee, T. H., & Back, K. J. (2019). The impacts of overtourism and sustainable tourism development in rural tourism destinations: A case study of Jeju Island, Korea. Sustainability, 11(4), 1081.

Morrison, A. M., & O'Leary, J. T. (1999). Environmental management in the hospitality industry: A guide for students and managers. Routledge.

Paraskevas, A., & Altinay, L. (2013). Service Quality in the Tourism and Hospitality Industry: A Literature Review. In M. Kozak & P. Andreu (Eds.), Advances in Hospitality and Leisure (Vol. 9, pp. 15-39). Emerald Group Publishing Limited. doi: 10.1108/S1745-3542(2013)0000009004.

Paraskevas, A., Buhalis, D., & Butler, R. (2017). Tourism business frontiers: consumers, products and industry. Routledge.

Scott, N., & Hall, C. M. (2018). The Routledge Handbook of Tourism and Hospitality Education. Routledge.

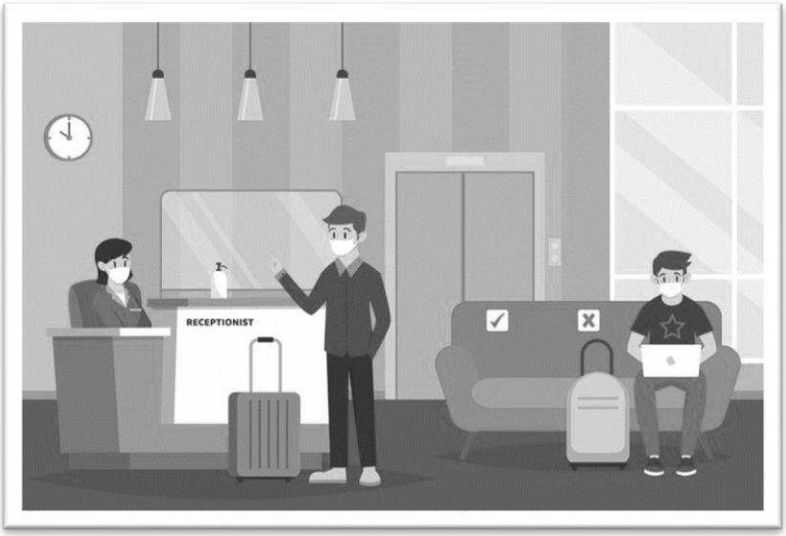
Shang, J., & Chen, Y. (2015). Service quality, customer satisfaction and loyalty in Chinese e-banking services. Journal of Business Research, 68(9), 1939-1946.

Tang, C. F., Tan, B. W., & Ong, S. L. (2020). Evaluating the competitiveness of ASEAN tourism industry using the TOPSIS and Shannon entropy model. Journal of Sustainable Tourism, 28(5), 711-734.

UNWTO. (2019). UNWTO world tourism barometer. UNWTO.

UNWTO. (2020). Global guidelines to restart tourism. World Tourism Organization.

Wang, D., Li, X. R., & Wang, X. Y. (2015). Service quality, customer satisfaction and loyalty in Chinese airline industry. Journal of Air Transport Management, 44-45, 121-127.



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 4: STRATEGI OPERASIONAL PELAYANAN PARIWISATA

Anisa, S.S., M.Par

Sekolah Tinggi Pariwisata Soromandi Bima

BAB 4

STRATEGI OPERASIONAL PELAYANAN PARIWISATA

A. PENDAHULUAN

Sistem operasional pelayanan sebagai strategi dan upaya dalam menjalankan suatu kegiatan saat ini sangat dibutuhkan dalam segala jenis bidang usaha. Hal tersebut berkaitan dengan karakteristik pelayanan yang akan digunakan pada suatu sistem. Service (pelayanan) adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan dan ditujukan untuk memberi kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan sehingga menghasilkan kualitas tinggi dan melebihi yang diharapkan *customer*. Pelayanan diperlukan *customer* sebagai upaya untuk mewujudkan *service excellence*. Pelayanan pada industri pariwisata menarik perhatian dari berbagai unsur seperti: pemerintah, swasta, pelaku usaha hingga masyarakat. Adanya industri ini menawarkan produk berbentuk barang dan jasa yang terdiri dari ragam kegiatan, fasilitas dan layanan seperti akomodasi, transportasi, perencanaan wisata, tempat hiburan, dan pelayanan sehingga membutuhkan strategi yang tepat dalam pengelolaan pelayanan pada sektor pariwisata. Industri pariwisata yang dikelola bertujuan untuk menyediakan produk pariwisata sesuai dengan kebutuhan wisatawan yang berkunjung pada suatu destinasi. Oleh karena itu, pelayanan yang diberikan harus memiliki kiat dan strategi khusus dalam menerapkan pelayanan yang memuaskan pelanggan melebihi yang diprediksi. Strategi tersebut diperlukan mengingat produk pariwisata sangat perlu diperhatikan, terutama karakteristik operasional layanan kepariwisataan.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, Bastari. 2020. Perananan Manajemen Strategi dan Manajemen Operasional dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan. *Jurnal Tahdzibi*, 3 (2): 57–66.

Ariani, D. W. (2011). *Manajemen Operasi Jasa*. Penerbit Universitas Terbuka.

Ariffin, A. A. M., & Maghzi, A. (2012). International Journal of Hospitality Management A preliminary study on customer expectations of hotel hospitality : Influences of personal and hotel factors. *International Journal of Hospitality Management*, *31*, 191–198. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.012

Bordoloi, S., Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2023). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. McGraw Hill LLC.

Gronroos, C. (1990). Relationship Approach to Marketing in Service Contexts : The Marketing and Organizational Behavior Interface. *Journal of Busmess Research*, *11*, 3–11.

Grönroos, C., & Voima, P. (2013). Critical Service Logic : Making Sense of Value Creation and Co-Creation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *March*. https://doi.org/10.1007/s11747-012-0308-3

Jafari, J. (1974). Tourism, The Components and Nature of Tourism. *Annals of Tourism Research*, *1*(3), 73–89.

Johnston, R. (2005). Service operations management : from the roots up. *International Journal of Operations & Production Management*, *25*(12), 1298–1308. https://doi.org/10.1108/01443570510633666

Kemenpar. (2009). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan*. 1–40.

Korsi, Z., Hasani, D. Z., & Korsi, A. (2014). Employee Skills, a Very Important Factor in Tourism Grouth. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, *3*(2), 397–399. https://doi.org/10.5901/ajis.2014.v3n2p397

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.

Lukman, S. (2000). *Manajemen kualitas pelayanan*. Stia Lan Press.

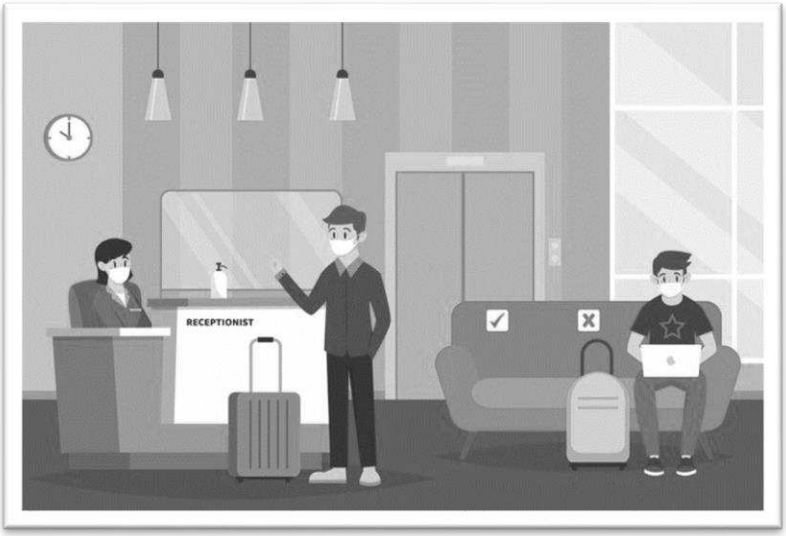
Nurlia. 2018. Strategi Pelayanan dengan Konsep Service Excellent. *Jurnal Meraja*, 1 (2): 17–30.

Pollack, B. L. (2009). customer satisfaction and loyalty Linking the hierarchical service quality model to customer satisfaction and loyalty. *Journal of Services Marketing*, *23*(1), 42–50. https://doi.org/10.1108/08876040910933084

Silvestro, R. (2002). Employee satisfaction and loyalty drive service profitability. *International Journal of Operations & Production Management*, *22*(1), 30–49. https://doi.org/10.1108/01443570210412060

Suwintari, I. G. A. E. (2020). *Kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan Tourist Information Counters di Jalan Padma Utara Legian, Kuta*.

Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi.



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 5: PENGUKURAN DAN PENGEMBANGAN KINERJA LAYANAN

Ray March Syahadat, S.P., M.Si

Program Studi Arsitektur Lanskap, Institut Sains dan Teknologi Nasional

BAB 5

PENGUKURAN DAN PENGEMBANGAN KINERJA LAYANAN

A. PENDAHULUAN

Kinerja layanan merujuk pada bagaimana suatu layanan atau jasa memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen. Kinerja layanan dapat diukur melalui pengukuran kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan variabel lainnya terkait dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Kinerja layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap suatu bisnis atau organisasi. Kinerja layanan dalam kepariwisataan mengacu pada kinerja yang diberikan dalam industri pariwisata. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti produktivitas, kualitas layanan, dan koordinasi layanan. Pentingnya mencapai kinerja yang optimal dalam memberikan pelayanan di industri pariwisata yaitu untuk memenuhi aspirasi dan tuntutan pemangku kepentingan, serta untuk meningkatkan pengalaman pariwisata secara keseluruhan. Bab ini berisi mengenai pengertian, tujuan, cara, indikator, serta manfaat dari pengukuran dan pengembangan kinerja layanan.

B. PENGUKURAN KINERJA LAYANAN

Kinerja layanan perlu diukur karena tujuannya adalah untuk mengevaluasi seberapa baik layanan tersebut telah dilaksanakan dan apakah sudah memenuhi harapan pelanggan atau tidak. Dengan melakukan pengukuran kinerja, dapat diketahui kemajuan atau perkembangan layanan, apakah telah mencapai target atau belum, serta mengetahui apakah terdapat kekurangan atau kelemahan dalam layanan

DAFTAR PUSTAKA

Björk, P., & Kauppinen-Räisänen, H. (2012). A netnographic examination of travelers' online discussions of risks. *Tourism Management Perspectives*, *2*, 65–71. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.03.003

Damanik, J. (2013). *Pariwisata Indonesia antara Peluang dan Tantangan*. Pustaka Pelajar.

Kozinets, R. V., Scaraboto, D., & Parmentier, M. (2018). Evolving netnography: How brand auto-netnography, a netnographic sensibility, and more-than human netnography can transform your research. *Journal of Marketing Management*, *34*, 3–4. https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1446488

Oktadiana, H., & Pearce, P. L. (2020). Losing touch: Uncomfortable encounters with tourism technology. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *42*, 266–276. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.01.011

Reid, E., & Duffy, K. (2018). A netnographic sensibility: Developing the netnographic/social listening boundaries. *Journal of Marketing Management*, *34*, 263–286. https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1450282

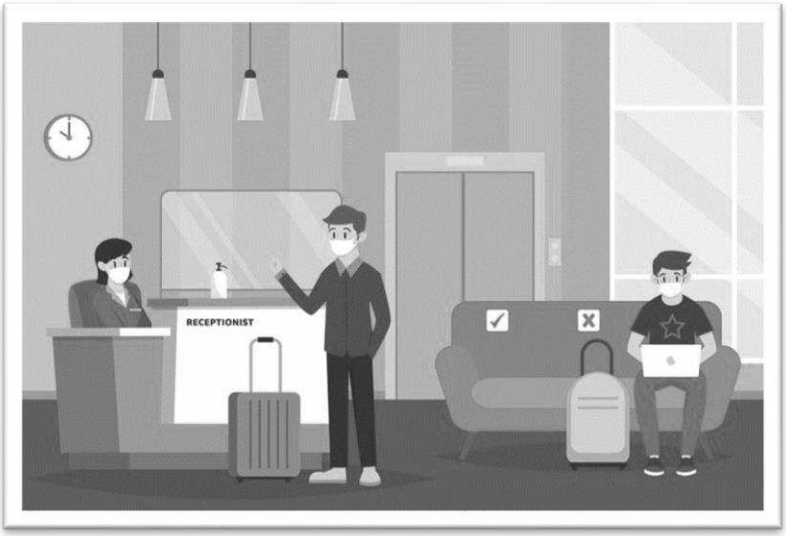
Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pariwisata (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi R&D)*. Alfabeta.

Suliyanto. (2014). *Statistika Non Parametrik dalam Aplikasi Penelitian*. Penerbit Andi.

Syahadat, R. M., Putra, R. T., Saleh, I., & Putra, R. I. S. (2022). Planning of Cibogo agrotechnopark as an agricultural based edutourism landscape in Cirebon. *Jurnal Pariwisata Pesona*, *7*(1), 29–38. https://doi.org/10.26905/jpp.v7i1.6565

Wardiyanta. (2006). *Metode Penelitian Pariwisata*. Penerbit Andi.

Warpani, S. P., & Warpani, I. P. (2007). *Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah*. Penerbit ITB.



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 6: LOKASI FASILITAS LAYANAN

Indi Ramadhani, S.E., M.M

Universitas Siliwangi

BAB 6

LOKASI FASILITAS LAYANAN

A. PENDAHULUAN

Lokasi fasilitas pariwisata sangat penting karena dapat mempengaruhi keberhasilan dan keberlanjutan industri pariwisata di suatu daerah secara signifikan. Lokasi fasilitas pariwisata sangat penting karena dapat berdampak pada aksesibilitas, dampak ekonomi, dampak lingkungan, keunggulan kompetitif, dan pelestarian budaya dan warisan lokal. Aksesibilitas fasilitas pariwisata memainkan peran penting dalam menarik pengunjung. Wisatawan lebih memilih fasilitas yang mudah dijangkau, terutama yang dekat dengan pusat transportasi atau destinasi wisata utama. Jika fasilitas terletak di area yang sulit diakses, pengunjung dapat memilih untuk pergi ke tempat lain. Selain itu, pariwisata merupakan sumber pendapatan yang signifikan bagi banyak komunitas. Lokasi fasilitas pariwisata dapat memberikan dampak ekonomi yang signifikan pada daerah tersebut. Jika fasilitas tersebut terletak di daerah yang mudah diakses dan menarik bagi wisatawan, maka dapat meningkatkan pendapatan dan kesempatan kerja. Lokasi fasilitas wisata juga dapat berdampak pada lingkungan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memilih lokasi fasilitas pariwisata dengan hati-hati dan memastikan bahwa fasilitas tersebut tidak memberikan efek yang merugikan bagi lingkungan. Fasilitas pariwisata juga harus ditempatkan di area yang memamerkan budaya dan warisan lokal. Ini membantu melestarikan dan mempromosikan warisan budaya daerah tersebut, yang dapat menjadi daya tarik yang signifikan bagi wisatawan.

TUGAS DAN EVALUASI

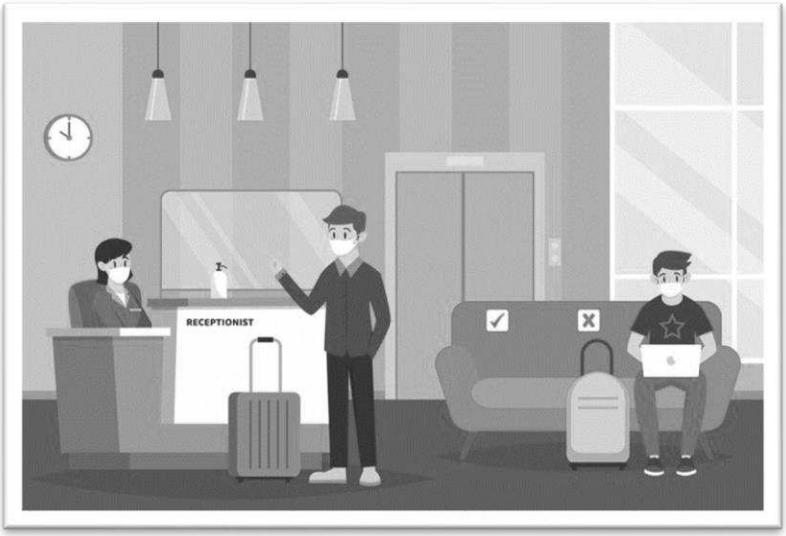
1. Jelaskan pentingnya lokasi fasilitas layanan pariwisata!
2. Jelaskan yang dimaksud fasilitas wisata dan lokasi fasilitas wisata!
3. Jelaskan kriteria lokasi penempatan fasilitas pariwisata!
4. Sebutkan fasilitas-fasilitas di tempat pariwisata berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022!

DAFTAR PUSTAKA

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2022 Tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata Tahun Anggaran 2022.

Putri, R. A., Farida, N., & Dewi, R. S. (2015). Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan (Studi Pada Pengunjung Domestik Taman Wisata Candi Borobudur). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 1-11.

Yoeti, Oka A. 2003. Tours and Travel Marketing. Jakarta: Pradnya Paramitha.



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 7: TATA LETAK FASILITAS LAYANAN KEPARIWISATAAN

Dr. Eliyanti Agus Mokodompit, S.E., M.Si

FEB-Universitas Halu Oleo, Kendari

BAB 7

TATA LETAK FASILITAS LAYANAN KEPARIWISATAAN

A. PENDAHULUAN

Tata letak adalah salah satu keputusan penting dalam manajemen operasional. Tujuan perencanaan tata letak pada pokoknya adalah meminimumkan biaya dan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Tata letak atau tata ruang yang baik membantu pengelola destinasi menciptakan kenyamanan, keamanan dan keselamatan yang berujung pada terciptanya kepuasan bagi pengunjung atau wisatawan. Dalam jangka panjang, tata letak yang efektif membantu penyedia jasa kepariwisataan mencapai strategi yang mendukung diferensiasi, biaya rendah dan respon cepat.

Keputusan terkait tata letak atau tata ruang fasilitas fisik layanan kepariwisataan sangat dipengaruhi oleh keputusan-keputusan bidang pemasaran dan keputusan bidang operasional lainnya. Produk utama pariwisata adalah jasa. Keputusan-keputusan terkait pemasaran pariwisata sangat dipengaruhi oleh karakteristik *intability*, *inseparability*, *variability* dan *perishability* dari jasa dan pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan tentang operasionalisasi tata letak.

Wisatawan adalah elemen terpenting dalam pariwisata. Pariwisata ada karena adanya wisatawan. Perencanaan tata letak di destinasi wisata perlu mempertimbangkan preferensi wisatawan, seperti preferensi wisatawan muslim atas pariwisata halal. Demikian pula, pertimbangan terkait kesehatan dan keamanan berwisata para pengunjung destinasi setelah pandemi covid-19. Aspek internal yang perlu dipertimbangkan

DAFTAR PUSTAKA

Ariani, D.W. (2009). *Manajemen Operasi Jasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata*. (Edisi Agustus 2020). Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (https://kemenparekraf.go.id. Diakses tanggal 28 Nopember 2021)

Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.(2020).*Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Penyelenggaraan Kegiatan (Event).* (Edisi September 2020). Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (https://kemenparekraf.go.id. Diakses tanggal 28 Nopember 2021)

Deitiana,T.(2011).*Manajemen Operasional Strategi dan Analisa, Services dan Manufaktur*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Heizer, J., dan Render,B.(2015). *Manajemen Operasi, Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Jakarta: Salemba Empat

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2018). *Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata*. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (djpk.kemenkeu.go.id.https://jjpk.kemenkeu.go.id. Diakses tanggal 3 Januari 2023)

Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). (2022). *Template Memandu Muslim Traveler dalam Pengembangan Pariwisata Daerah.* (https://knks.go.id. diakses 28 Januari 2023)

Krajewski,L.J., Ritzman, L.P dan Malhotra, M.K (2007). *Operation Management: Processes and Value Chain* (8th Edition). Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall

Mukhlas, A.P.S.(2008). Analisis Pengembangan Fasilitas Kawasan Wisata Pantai Trikora Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau. *Tugas Akhir.* Pekanbaru: Universitas Riau

Nafis,Vina Maluna.(2018). Rancangan Traceability Halal untuk Desain Tata Letak Fasilitas Obyek Wisata Lava Bantal, Berbah, Sleman. *Tugas akhir*. Yogyakarta: Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia (https://dspace.uii.ac.id. Diakses tanggal 3 Januari 2023).

Nurfitri,S.(2022). Strategi Tata Letak (Layout) pada Taman Rekreasi Asia Farm Pekanbaru. *Skripsi.* Pekanbaru: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau (https://repository.uir.ac.id. Diakses tanggal 3 Januari 2023)

Setiawan, J.,dan Fandeli, C.(2004). Perencanaan Tata Letak Fasilitas Wisata di Kawasan Wisata Alam Sendang Kalireno RPH Deles BKPH Surakarta KPH Surakarta. *Skripsi.* Perpustakaan Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada (etd.repository.ugm.ac.id. Diakses 5 Februari 2023)

Spenceley, A.,Kohl,J.,McArthur,S.,Myles,P.,Notarianni,M.,Paleczny,D *et al*. (2015). Visitor Management. In: *Worboys,G.L.,et al (eds).Protected Area Governance and Management*. Canberra,Australia: The Australian National University (ANU) Press.715-749

Sunaryo, B.(2013).*Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media

Sunyoto, D., dan Wahyudi,D.(2010). *Manajemen Operasional Teori, Soal-Jawab dan Soal Mandir*i. Yogyakarta: CAPS

Suryadana,L., dan Octavia,V.(2015).*Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Alfabeta

Sutono, A,dan Rahtomo,W.(2020). *Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal 2019.* Jakarta: Deputi Bidang Pengembangan dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata

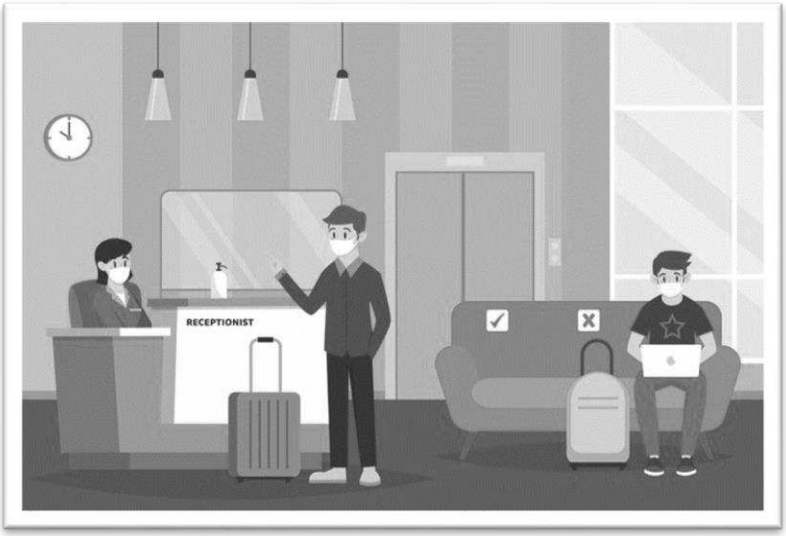
Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Jakarta: ANDI.

Tjiptono,F.,dan Chandra,G.(2012). *Pemasaran Stratejik*. (Edisi 2). Yogyakarta: ANDI

Vellas,F., dan Bécherel,L.(2008).*Pemasaran Pariwisata Internasional Sebuah Pendekatan Strategis.*Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Yoeti, Oka A.(2003).*Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita

Yoeti,Oka A.(2008). *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 8: MENGELOLA OPERASIONAL LAYANAN PARIWISATA

Feriyadin, S.Pd., M.M

Sekolah Tinggi Pariwisata Soromandi Bima

BAB 8

MENGELOLA OPERASIONAL LAYANAN PARIWISATA

A. PENDAHULUAN

Dewasa ini, Industri pariwisata adalah sektor unggulan yang mampu menarik perhatian dari berbagai unsur seperti: pemerintah, swasta, pelaku usaha hingga masyarakat. Kehadiran industri ini menawarkan produk berbentuk barang dan jasa yang terdiri dari ragam kegiatan, fasilitas dan layanan seperti akomodasi, transportasi, perencanaan wisata, tempat hiburan, pelayanan, dan banyak lagi lainnya. Salah satu tujuan industri pariwisata adalah menyediakan produk pariwisata sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan yang lebih luas. Hal ini disebabkan oleh sifat kompleksitas produk pariwisata yang mencakup banyak industri seperti penginapan, transportasi, dll. Dalam industri pariwisata tidak sekedar produk pariwisata yang beragam karakternya melainkan juga perlunya memahami keberagaman kebutuhan dan preferensi wisatawan. Oleh karenanya, pelaku atau pengusaha pariwisata perlu memahami karakteristik produk yang akan dijual untuk keberhasilan sebuah usaha. Maka dari itu, mengingat sifat kompleks dari produk pariwisata sangat perlu diperhatikan, terutama karakteristik seperti layanan perlu mendapat atensi khusus dalam mengelola operasional layanan kepariwisataan.

Dalam kegiatan pariwisata, Rajaratnam *et al.,* (2014) mengungkapkan bahwa aktivitas pelayanan adalah suatu hal yang sangat penting untuk menciptakan citra positif di benak wisatawan. Salah satu produk unggulan pariwisata adalah pelayanan (*service*). Layanan terbaik menciptakan kepuasan tersendiri bagi wisatawan. Beberapa kriteria yang perlu

transformasi. Dalam manajemen operasi dilakukan proses transformasi yang mengubah *input* menjadi *output*. *Input* dapat meliputi bahan baku, pelanggan, atau produk yang berasal dari sistem lain. Proses transformasi dapat dikategorikan sebagai fisikal, lokasi, pertukaran, penyimpanan, fisiologikal, informasional, dll.

TUGAS DAN EVALUASI

1. Jelaskan dampak yang akan dirasakan oleh organisasi pelayanan apabila sumber daya manusia tidak mampu menjalankan tugasnya?
2. Sebutkan persamaan tanggung jawab manajer operasi dalam organisasi/perusahaan layanan?
3. Jelaskan perbedaan pengalaman layanan dan hasil layanan dalam produk layanan?
4. Sebutkan dan jelaskan tentang karakteristik dari layanan?
5. Berikan pandangan anda secara kritis mengenai keterkaitan produk barang dan jasa dalam *industry* pariwisata di era teknologi informasi saat ini?

DAFTAR PUSTAKA

Andriani, D., Adelia, S., Juliansyah, R., Wiratanaya, G. N., Sari, D. P., Pidada, I. B. A., Purwaningrum, H., Hatibie, I. K., Putri, Z. E., Haryanto, E., Feriyadin, Satmoko, N. D., Lumanauw, N., Afrilian, P., & Hanim, W. (2022). *PERENCANAAN PARIWISATA* (1st ed.). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.

Anser, M. K., Ali, M., Usman, M., Rana, L. T., & Yousaf, Z. (2020). Ethical Leadership and Knowledge Hiding : An Intervening and Interactional Ethical leadership and knowledge hiding : an intervening and interactional analysis. *The Service Industries Journal*, *March*. https://doi.org/10.1080/02642069.2020.1739657

Ariani, D. W. (2011). *Manajemen Operasi Jasa*. Penerbit Universitas Terbuka.

Ariffin, A. A. M., & Maghzi, A. (2012). International Journal of Hospitality Management A preliminary study on customer expectations of hotel hospitality : Influences of personal and hotel factors. *International Journal of Hospitality Management*, *31*, 191–198. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.012

Batinggi, A., & Ahmad, B. (1998). *Manajemen Pelayanan Umum*. Universitas Terbuka.

Bhat, S. (2011). *Production and Operation Management*. Himalaya Publishing House Pvt. Ltd.

Bordoloi, S., Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2023). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*. McGraw Hill LLC.

Chase, R. B., & Apte, U. M. (2007). A history of research in service operations : What ' s the big idea ? *Journal of Operations Management*, *25*, 375–386. https://doi.org/10.1016/j.jom.2006.11.002

Edvardsson, B. (2005). Service quality: beyond cognitive assessment. *Managing Service Quality*, *15*(2), 127–131. https://doi.org/10.1108/09604520510585316

Fick, G. R., & Ritchie, J. R. B. (1991). Measuring Service Quality in the Travel and Tourism Industry. *Journal of Travel Research*. https://doi.org/10.1177/004728759103000201

Gronroos, C. (1990). Relationship Approach to Marketing in Service Contexts : The Marketing and Organizational Behavior Interface. *Journal of Busmess Research*, *11*, 3–11.

Grönroos, C., & Voima, P. (2013). Critical Service Logic : Making Sense of Value Creation and Co-Creation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *March*. https://doi.org/10.1007/s11747-012-0308-3

Haksever, C., Chaganti, R., & Cook, R. G. (2004). A Model of Value Creation: Strategic View. *Journal of Business Ethics*, *October 2016*. https://doi.org/10.1023/B

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management*. Pearson Education Limited.

Jafari, J. (1974). Tourism, The Components and Nature of Tourism. *Annals of Tourism Research*, *1*(3), 73–89.

Javalgi, R. R. G., & Young, R. B. (2006). Marketing research , market orientation and customer relationship management : a framework and implications for service providers. *Journal of Services Marketing*, *January 2014*. https://doi.org/10.1108/08876040610646545

Johnston, R. (2005). Service operations management : from the roots up. *International Journal of Operations & Production Management*, *25*(12), 1298–1308. https://doi.org/10.1108/01443570510633666

Johnston, R., & Clark, G. (2005). *Service Operations Management*. Pearson Education Limited.

Johnston, R., & Johnston, R. (2006). Operations : From Factory to Service Management. *International Journal of Service Industry Management*, *5*(1), 49–63.

Kemenpar. (2009). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan*. 1–40.

Korsi, Z., Hasani, D. Z., & Korsi, A. (2014). Employee Skills, a Very Important Factor in Tourism Grouth. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, *3*(2), 397–399. https://doi.org/10.5901/ajis.2014.v3n2p397

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.

Lukman, S. (2000). *Manajemen kualitas pelayanan*. Stia Lan Press.

Musthofa, B. M., Priyanto, & Putri, E. N. (2017). Optimalisasi Peran Pusat Informasi dan Pemanduan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Kebun Raya Bogor. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*, *2*(1), 16–24.

Pollack, B. L. (2009). customer satisfaction and loyalty Linking the hierarchical service quality model to customer satisfaction and loyalty. *Journal of Services Marketing*, *23*(1), 42–50. https://doi.org/10.1108/08876040910933084

Rajaratnam, S. D., Munikrishnan, U. T., Sharif, S. P., & Nair, V. (2014). Service quality and previous experience as a moderator in determining tourists ' satisfaction with rural tourism destinations in Malaysia : A partial least squares approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *144*, 203–211. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.288

Sawitri, N. P., Yasa, N. N. K., & Jawas, A. (2013). TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TEGAL SARI ACCOMMODATION DI UBUD. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, *7*(1), 40–47.

Silvestro, R. (2002). Employee satisfaction and loyalty drive service profitability. *International Journal of Operations & Production Management*, *22*(1), 30–49. https://doi.org/10.1108/01443570210412060

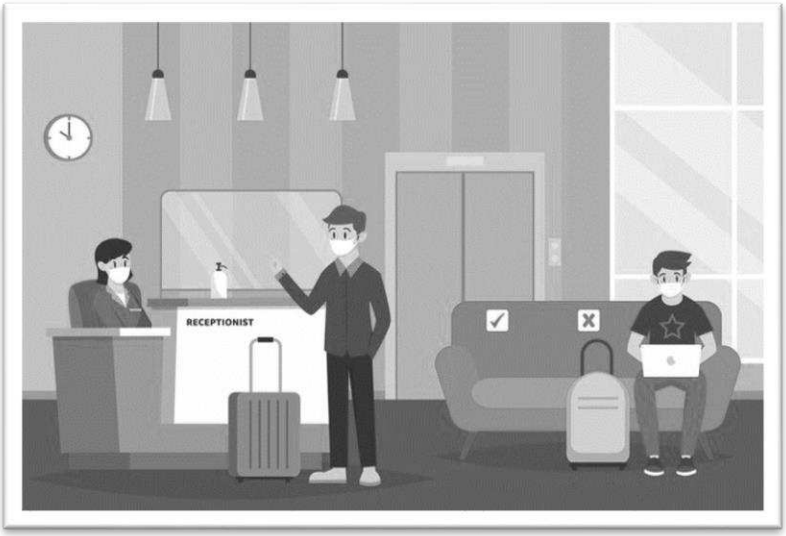
Suwintari, I. G. A. E. (2020). *Kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan Tourist Information Counters di Jalan Padma Utara Legian, Kuta*.

Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi.

TUMMALA, V. M. R., & TANG, C. L. (1994). Strategic Quality Management, Malcolm Baldrige and European Quality Awards and ISO 9000 Certification: Core Concepts and Comparative Analysis. In R. Linn, D. Yu, & K. Tam (Eds.), *Annual Issue of IIE (HK)*. Marking Device Limited.

Wemmerl, U. (2015). A Taxonomy for Service Processes and Its Implications for System Design. *International Journal of Service Industry Managemen*, *September*. https://doi.org/10.1108/09564239010002126

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *21*(1), 1–12.



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 9: PENGELOLAAN KAPASITAS DAN PERMINTAAN LAYANAN

Pepy Afrilian, M.Par

UIN Mahmud Yunus Batusangkar

BAB 9

PENGELOLAAN KAPASITAS DAN PERMINTAAN LAYANAN

A. PENDAHULUAN

Industri pariwisata tidak dapat dipisahkan dari pelayanan. Pelayanan pada industri pariwisata memiliki peran dalam memuaskan wisatawan hingga menjadi salah satu indikator dalam mewujudkan loyalitas wisatawan. Pelayanan pada pariwisata menjadi nilai yang menarik sebab memiliki salah satu sifat tidak terlihat dengan kasatmata (*intangible*) tetapi dapat dirasakan. Berkembangnya industri pariwisata membuat para pelaku industri pariwisata bersaing dengan sehat melalui menjaga dan meningkatkan pelayanan. Pelayanan yang maksimal akan mewujudkan kepuasan wisatawan dan menjadi nilai tambah bagi pengelola wisata. Sebuah kebanggaan juga dirasakan oleh pengelola jika dapat memberikan pelayanan yang maksimal untuk wisatawan.

Potensi pelayanan untuk kepuasan membuat siklus yang saling tarik menarik dan tidak bisa dipisahkan dalam pariwisata. Beberapa penelitian terdahulu juga menjelaskan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan bahkan dapat menciptakan loyalitas (Afrillian *et al.,* 2021; Dwipayana *et al.,* 2017; Hermanto, 2022). Menilai pentingnya menjaga pelayanan maka sangat dibutuhkan sebuah analisis permintaan pelayanan melalui motif wisatawan. Ada berbagai jenis motif wisatawan untuk berkunjung seperti motif internal dan eksternal maka permintaan layanan pun menjadi hal yang krusial dan mendesak untuk diterapkan dalam pengelolaan pariwisata.

TUGAS DAN EVALUASI

Dalam sebuah objek wisata mengalami keramaian pada libur semester karena kebutuhan wisatawan untuk beristirahat setelah proses belajar, namun yang dirasakan malah antri dan merasa tidak nyaman karena terlalu penuh, maka objek wisata tersebut membutuhkan perhitungan yang lebih dalam mengenai kapasitas. Jawablah pertanyaan berikut:

1. Silahkan analisis permintaannya
2. Bagaimanakah manajemen pelayanan yang terbaik diberikan?
3. Jelaskan hubungan populasi dan daya tampung dari kasus tersebut
4. Analisis pengelolaan kapasitas menggunakan matriks
5. Berikan solusi menanggapi kejadian tersebut

DAFTAR PUSTAKA

Afrilian, P. (2021). Analisis Peran Dinas Pariwisata Kota Bukit Tinggi Dalam Meningkatkan Fasilitas Pada Objek Wisata Taman Margasatwa Kinantan. *Pusaka: Journal Of Tourism, Hospitality, Travel And Business Event*, *3*(1), 44–48. Https://Doi.Org/10.33649/Pusaka.V3i1.30

Afrillian, P., Yulianda, H., & Atika Afriyani. (2021). Strategi Promosi Wisata Kota Bukittinggi Melalui Kuliner Nasi Kapau. *Indonesian Journal Of Tourism And Leisure*, *2*(2), 107–116. Https://Doi.Org/10.36256/Ijtl.V2i2.163

Bhagwat, J. M., & Devadas, V. (2021). Sustainable Infrastructure Planning By Using Carrying Capacity Assessment In Gwalior City. In *Environmental Science And Engineering* (Issue April). Springer International Publishing. Https://Doi.Org/10.1007/978-3-030-61891-9_6

Croes, R., & Ridderstaat, J. (2017). The Effects Of Business Cycles On Tourism Demand Flows In Small Island Destinations. *Tourism Economics*, *23*(7), 1451–1475. Https://Doi.Org/10.1177/1354816617697837

Dwipayana, I. K., Widana, I. K. A., & Sutarya, I. G. (2017). Analisis Faktor Penentu Kepuasan Wisatawan Perancis Terhadap Kualitas Pelayanan Pramuwisata Di Pt. Pacto Bali PRIMA HOLIDAYS SANUR BALI. *Jurnal Penelitian Agama Hindu*, *1*(1), 100–104.

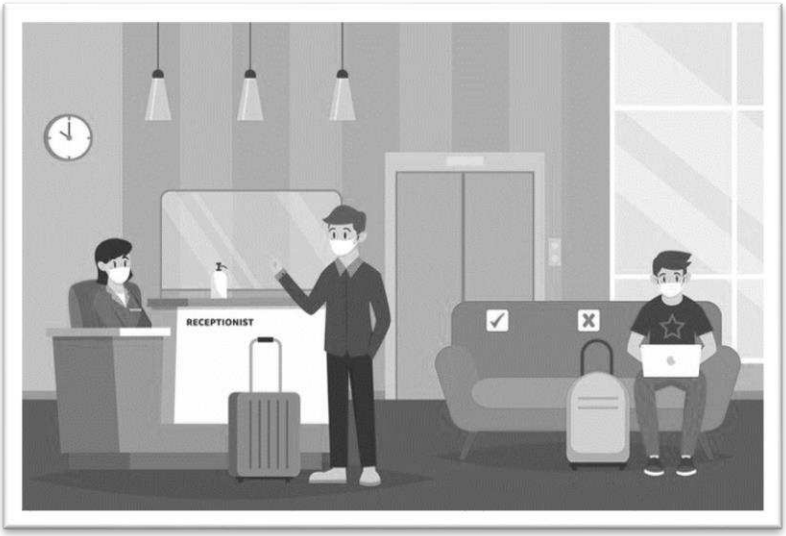
Hanajayani, G., & Sariffuddin, S. (2018). MENGATUR DESA WISATA : Peran Tokoh Masyarakat Membangun Inisiatif Kolektif Organising Rural Tourism : The Role Of Local Champion To Build. *TATA LOKA*, *20*(2), 195–204.

Hermanto, Dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan Pada Objek Wisata Air Terjun Curup Tenang Bedegung Muara Enim. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *7*(1), 1–7.

Miller, A. E., & Josephs, L. (2009). Whiteness As Pathological Narcissism. *Contemporary Psychoanalysis*, *45*(1), 93–119.

Mustika, D., & Sediyono, E. (2016). Sistem Informasi Manajemen Rantai Pasok Pariwisata Untuk Pembuatan Produk Wisata Pada Agen Tour & Travel Dengan Analisis Swot Dan Metode Analytic Network Process (ANP). *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, *02*(01), 177–185. Https://Doi.Org/10.21456/Vol6iss2pp177-185

Zhang, H., Song, H., Wen, L., & Liu, C. (2021). Annals Of Tourism Research Forecasting Tourism Recovery Amid COVID-19. *Annals Of Tourism Research*, *87*, 103149. Https://Doi.Org/10.1016/J.Annals.2021.103149



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 10: MENGELOLA ANTREAN (*MANAGING QUEUES OR WAITING LINE*)

Nugroho Djati Satmoko, S.E., M.SIE

Universitas Padjadjaran

BAB 10

MENGELOLA ANTREAN (*MANAGING QUEUES OR WAITING LINE*)

A. PENDAHULUAN

Dalam kosakata (*vocabulary*) Bahasa Inggris, kita mengenal kata *tourism* yang diterjemahkan kedalam Bahasa Indonesia menjadi dua arti, yaitu:

a. Kepariwisataan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *Online*, "**Kepariwisataan** (*noun)* adalah perihal atau yang berhubungan dengan pariwisata" (Setiawan, Arti Kata Pariwisata, 2021). Kemudian menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 Ayat 4: "**Kepariwisataan** adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha" (LembaranNegaraRepublikIndonesiaTahun2009Nomor11, 2009).

b. Pariwisata.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Bab I Ketentuan Umum Pasal 1:

- Ayat 3: "**Pariwisata** adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah".

DAFTAR PUSTAKA

123RFContributors. (2023). *Drive Thru Stock Vectors, Clipart and Illustrations*. Retrieved from https://www.123rf.com/clipart-vector/drive_thru.html.

CambridgeDictionary. (2023). *Meaning of Queue in Essential English Dictionary*. Retrieved from https://dictionary.cambridge.org/dictionary/essential-british-english/queue.

Dreamstime. (2023). *Ticket Booth at Circus, Seller and People Queue*. Retrieved from https://www.dreamstime.com/ticket-booth-circus-seller-people-queue-ticket-booth-circus-seller-open-window-diverse-adult-people-children-image176487749.

Filimonov, D. (2020, April 24). *Everything is a Queueing System*. Retrieved from https://blog.dfilimonov.com/2020/04/24/everything-is-a-queueing-system.html.

FreetronSystems. (2023). *Intelligent Queue Management System* . Retrieved from https://freertronsystems.com/pos-queuing-systems/.

Glasson, J., Godfrey, K., & Goodey, B. (1995). *Towards Visitor Impact Management: Visitor Impacts, Carrying Capacity, and Management Responses in Europe's Historic Towns and Cities.* Aldershot: Avebury.

HappyVisitor. (2021). *Upgrade Your Visitor Management And Gate Pass Management*. Retrieved from https://happy-visitor.com/.

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, 13th Edition.* Harlow: Pearson.

Hillier, F. S., & Lieberman, G. J. (2021). *Introduction to Operations Research, 11th Edition.* New York: McGraw-Hill.

IGIGlobal. (2022). *What is Tourism Industry*. Retrieved from https://www.igi-global.com/dictionary/tourism-industry/64553.

IGIGlobal. (2023). *What is Visitor*. Retrieved from https://www.igi-global.com/dictionary/visitor/52555.

Johnston, R., Shulver, M., Slack, N., & Clark, G. (2021). *Service Operations Management, 5th Edition.* Harlow: Pearson.

Krajewski, L., Ritzman, L. P., & Malhotra, M. K. (2013). *Operations Management: Processes and Supply Chains, 10th Edition, Global Edition.* Harlow: Pearson.

Kumar, D. (2014, November 30). *Service Marketing and Its Importance*. Retrieved from https://www.slideshare.net/deepsny03/service-marketing-and-its-importance.

LembaranNegaraRepublikIndonesiaTahun2009Nomor11. (2009, Januari 16). *Pengertian Kepariwisataan*. Retrieved from https://jdih.bumn.go.id/baca/UU%20Nomor%2010%20Tahun%202009.pdf.

Pizam, A. (2009). What is the Hospitality Industry and How Does It Differ from the Tourism and Travel Industries? *International Journal of Hospitality Management No. 28* , pp.183-184.

Pngtree. (2023). *People Different Races Stand Near Atm Cash Machine Vector PNG Images*. Retrieved from https://pngtree.com/freepng/people-different-races-stand-near-atm-cash-machine_8218143.html.

PristineWord. (2022, October 13). *Line vs. Queue*. Retrieved from https://www.pristineword.com/noun-line-queue/.

Queue-it. (2023, May 15). *Queuing Theory: Definition, History & Real-life Applications & Examples*. Retrieved from https://queue-it.com/blog/queuing-theory/#:~:text=Queuing%20theory%20was%20first%20introduced,and%20engineer%20Agner%20Krarup%20Erlang.

Robbins, S. P., Decenzo, D. A., & Coulter, M. (2013). *Fundamentals of Management: Essential Concepts and Applications, 8th Edition.* Upper Saddle River: Prentice Hall.

Russell, R. S., TaylorIII, B. W., Bayley, T., & Castillo, I. (2020). *Operations Management: Creating Value Along the Supply Chain, 2nd Canadian Edition.* Toronto: John Wiley & Sons.

Satista. (2023). *What is Tourism Industry*. Retrieved from https://www.igi-global.com/dictionary/does-the-covid-19-pandemic-affect-the-stock-returns-of-the-turkish-tourism-industry/64553.

Satmoko, N. D. (2022). *Rantai Pasok Pariwisata. Dalam: Manajemen Pariwisata. Srisusilawati, dkk.* Bandung: Widina.

SlidePlayer.com. (2023). *S2 Core Business Goods and Services*. Retrieved from https://slideplayer.com/slide/1714853/.

Stevenson, W. J. (2021). *Operations Management. 14th Edition.* New York: McGraw-Hill.

Stoner, J. A., Freeman, R. E., & Gilbert, D. R. (1995). *Maanagement, Sixth Edition.* Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Sugito, & Hoyyi, A. (2013). Proses Antrean dengan Kedatangan Berdistribusi Poisson dan Pola Pelayanan Berdistribusi General. *Media Statistika, Vol. 6, No. 1*, Hal.51-60.

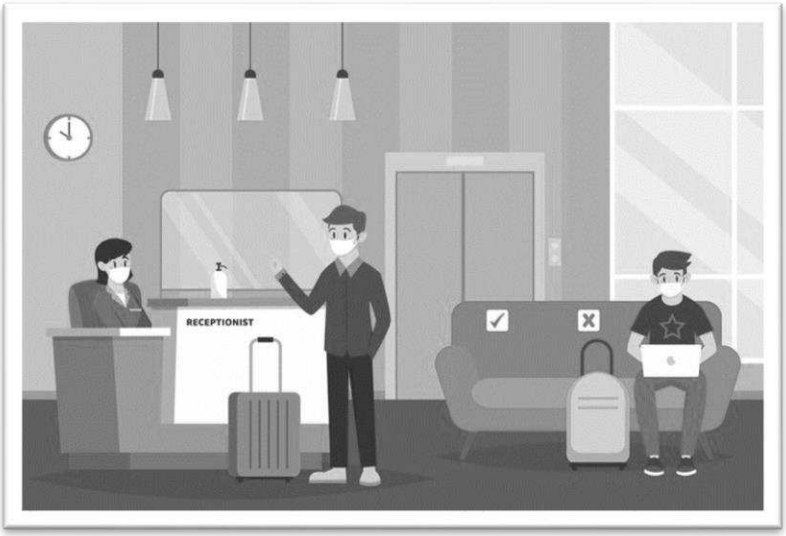
Taha, H. A. (2007). *Operations Research: An Introduction, 8th Edition.* Upper Saddle River: Pearson – Prentice-Hall.

TaylorIII, B. W. (2013). *Introduction to Management Science, 11th Edition / Bernard W. Taylor III.—Ed. 11.* Upper Saddle River: Pearson.

Tensator. (2023). *Theme Park Queue Management - Preparing Tourist Attractions for Re-Opening After Lockdown*. Retrieved from https://www.tensator.com/how-to-prepare-your-tourist-attraction-for-re-opening-after-lockdown/.

Vocabulary.com. (2023). *Definitions of Waiting line*. Retrieved from https://www.vocabulary.com/dictionary/waiting%20line#:~:text=Definitions%20of%20waiting%20line,synonyms%3A%20queue.

WashingtonCounty. (2023). *Tourist Facilities*. Retrieved from https://www.washingtoncountyor.gov/environmental-health/tourist-facilities.



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 11: MANAJEMEN KOMPLAIN

Rafika Hayati, S.ST.Par., M.Par

Politeknik Bosowa

BAB 11

MANAJEMEN KOMPLAIN

A. PENDAHULUAN

Industri pariwisata merupakan salah satu *industry* dengan karakteristik produk yang unik, dikatakan demikian karena pariwisata merupakan industri yang tidak dapat berdiri sendiri melainkan pariwisata mengandalkan *industry* lain dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan. Sebagai salah satu contoh bahwa dalam memenuhi kebutuhan fasilitas layanan makan di hotel atau restoran dibutuhkan produsen bahan makanan yang berasal dari petani lokal maupun produsen bahan impor untuk menyediakan berbagai jenis menu bagi wisatawan. Pada contoh lainnya bahwa aksesibilitas menuju suatu destinasi wisata tidak hanya bergantung pada jenis transportasi yang nyaman digunakan melainkan juga pada kondisi jalan, keberadaan marka jalan yang mempermudah aksesibilitas dan keberadaan sinyal pada suatu destinasi wisata. Contoh-contoh yang diuraikan tersebut menjadi bukti bahwa dalam menciptakan kepuasan wisatawan tidak hanya bergantung pada *front liner* bidang pariwisata melainkan juga seluruh *stakeholder* yang terlibat dalam mendukung terjadinya suatu kegiatan wisata.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu aspek pada produk pariwisata yang menentukan arah pengembangan suatu destinasi wisata, fasilitas yang akan dibangun, kebutuhan utama wisatawan terhadap suatu destinasi wisata sehingga dapat terwujud pengelolaan pariwisata yang memadai dan mampu memberikan kepuasan bagi sebagian besar wisatawan yang berkunjung. Adanya kepuasan pelanggan tidak lepas dari keberadaan komplain atau keluhan mengenai produk atau jasa yang

DAFTAR PUSTAKA

Armistead, C., Clark, G., & Stanley, P. (1992). Managing service recovery. *Operations Management*, 1–26.

Azizah, S. N., Simanjuntak, M., & Muflikhati, I. (2022). Consumer Complaint Behaviour in Indonesia: Role of Knowledge and Self-Confidence. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, *15*(1), 90–101. https://doi.org/10.24156/jikk.2022.15.1.90

Boshoff, C. . (1997). An experimental study of service recovery options. *International Journal of Service Industry Management*, *8*(2), 110–130.

Butelli, S. (2007). *Consumer Complaint Behavior (CCB): A Literature Review*. *September*, 1–30.

Cook, S., Kemas, A. faizal R., & Poppy, H. (2004). *Customer Care Excellence: Cara untuk Mencapai Customer Focus*. PPM.

Crié, D. (2003). Consumers' complaint behaviour. Taxonomy, typology and determinants: Towards a unified ontology. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, *11*(1), 60–79. https://doi.org/10.1057/palgrave.dbm.3240206

Day, R.L; Ash, S. . (n.d.). Consumer response to dissatisfaction with durable products. *Advances in Consumer Research*, *6*, 438–444.

Dharmmesta, B. S., & Shellyana, J. (2002). Pengaruh Ketidakpuasan konsumen,karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan perpindahan merek. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, *17*(1), 91–104.

Filip, A. (2013). Complaint Management: A Customer Satisfaction Learning Process. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *93*, 271–275. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.09.188

Gusmadara, L. H. Y. U. (2013). Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Perilaku Perpindahan Merk Pada Pegguna SIM CARD Simpati Pt. Telkomsel Tbk di Kota Padang. *Journal of Economic and Economic Education*, *2*(1), 50–58. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22202/economica.2013.v2.il.217

Indriyani, S., & Mardiana, S. (2016). Pengaruh Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Mahasiswa. *Journal of Business*, *2*(01), 10–11. https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/view/615/406%0Ahttps://www.neliti.com/id/publications/75725/pengaruh-penanganan-keluhan-complaint-handling-terhadap-kepercayaan-dan-komitmen

Novirani, D. (2012). Pengukuran kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan unit bisnis. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL ReSaTek II-2012*, *November*, 1–13.

Philip Kotler, Lane Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Terjemahan). Erlangga.

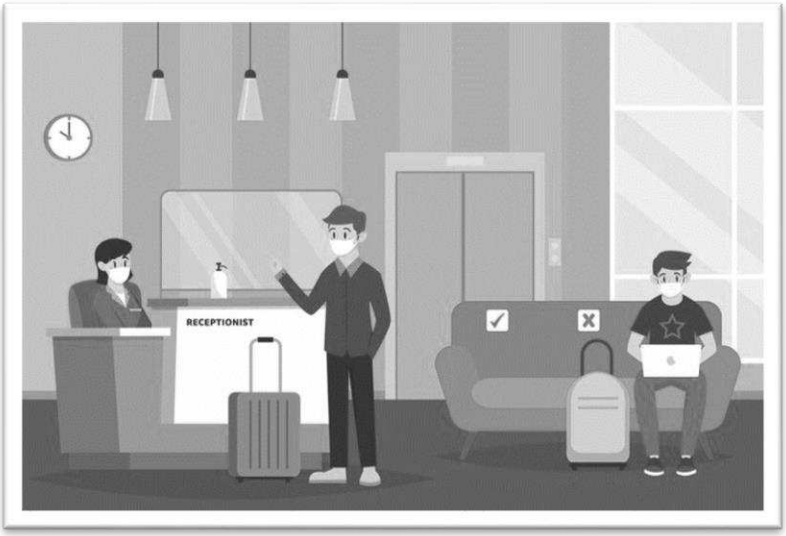
Rahayu. (2011). CONSUMER COMPLAINT BEHAVIOR (CCB) PELANGGAN MINIMARKET DI JOMBANG. *Ekuitas*, *15*(1), 84–107.

Suharseno, T., Hidayat, R., & Dewi, D. A. L. (2013). Kategori Produk Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Dengan Kebutuhan Mencari Variasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, *18*(2), 176–182.

Wirakanda, G. G., & Putri, I. S. (2020). Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Di Kantor Pos Bandung 40000). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, *10*(2), 1–11. https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1020/698

Wirtz, Jochen, L. C. (2022). *Complaint Handling and Service Recovery* (pp. 442–475).

Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Complaint Handling and Service Recovery. In *Services Marketing* (Issue October 2021, pp. 442–475). https://doi.org/10.1142/9781944659806_0013



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 12: MANAJEMEN LAYANAN TRANSPORTASI

Zahrotun Satriawati, S.Par., M.Par

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo (STIPRAM) Yogyakarta

BAB 12

MANAJEMEN LAYANAN TRANSPORTASI

A. PENDAHULUAN

Manajemen transportasi merupakan salah satu sektor penting dalam aktivitas bidang pariwisata karena dapat menunjang efisiensi, kenyamanan, keamanan yang dapat menciptakan kepuasan dalam berwisata. Transportasi selain sebagai penghubung daerah asal wisatawan dengan destinasi wisata juga mempunyai potensi daya tarik wisata, jika transportasi bagus maka pariwisata cenderung dapat berkembang dan begitu pula sebaliknya.

Transportasi dimanfaatkan dalam membawa/mengantarkan wisatawan yang berasal dari daerah tempat asal untuk menuju ke daerah tujuan wisata dan akan mengantarkan kembali wisatawan ke daerah tempat asalnya. Kegiatan berpindah tempat tersebut secara langsung maupun tidak langsung dapat berpengaruh pada sektor perekonomian masyarakat yang berada di daerah tujuan. Dalam sistem transportasi pariwisata terdapat hubungan antara transportasi dan pariwisata yang dapat dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu

1. Aksesibilitas, kemudahan wisatawan dalam mengakses tujuan wisata
2. Permintaan jasa transportasi, timbul akibat adanya permintaan dalam memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan
3. Kualitas pelayanan transportasi, suatu bentuk pelayanan yang disediakan oleh penyedia jasa transportasi akan kecepatan, ketepatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan

pengaturan udara, ketersediaan fasilitas khusus, tempat makan, tempat sampah, dan kualitas fasilitas pelayanan.

- Kecepatan
  Kecepatan menunjukkan berapa lama waktu tempuh yang dibutuhkan untuk bergerak antara lokasi satu dengan lokasi lainnya. Kecepatan merupakan faktor yang sangat penting dan erat kaitannya dengan efisiensi sistem transportasi. Pada prinsipnya setiap orang selalu menginginkan kecepatan yang tinggi dalam menggunakan transportasi agar cepat sampai tetapi keinginan tersebut terbatas pada kemampuan mesin penggerak yang terbatas dan kemampuan manusia dalam mengendalikan pergerakan juga mengalami keterbatasan.

DAFTAR PUSTAKA

Al Abror, B. H., & Manullang, O. R. (2019). Layanan Transportasi dalam Pengembangan Pariwisata di Kabuapten Kerinci. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, *6*(2), 125–134.

Andriansyah, Dr. (2015). *Manajemen Transportasi Dalam Kajian dan Teori*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, universitas Prof Dr Moestopo Beragama.

Badan Pusat Statistik. (2022). *Perkembangan Pariwisata Oktober 2022*. https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/12/01/1879/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-pada-oktober-2022-mencapai-678-53-ribu-kunjungan-dan-jumlah-penumpang-angkutan-udara-domestik-pada-oktober-2022-naik-10-08-persen.html#:~:text=Dari%20Januari%20hingga%20Oktober%202022,periode%20yang%20sama%20tahun%202021.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, *21*(1), 97–116.

Firdaus, I., Lesmini, L., & Widiyanto, P. (2018). Faktok-faktor yang Mendorong Wisatawan Menggunakan Transportasi Umum. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik (JMTRANSLOG)*, *5*(1), 63–76.

Gunn, A. C., & Var, T. (2002). *Tourism Planning Basics, Concepts, Cases Fourth Edition* (4th ed.). Routledge.

Miro, F. (2005). *Perencanaan Transportasi: Untuk Mahasiswa, Perencana, dan Praktisi*. Erlangga.

Nasution, M. N. (2015). *Manajemen Transportasi*. Ghalia Indonesia.

Simbolon, M. M. (2003). *Ekonomi transportasi*. Ghalia Indonesia.

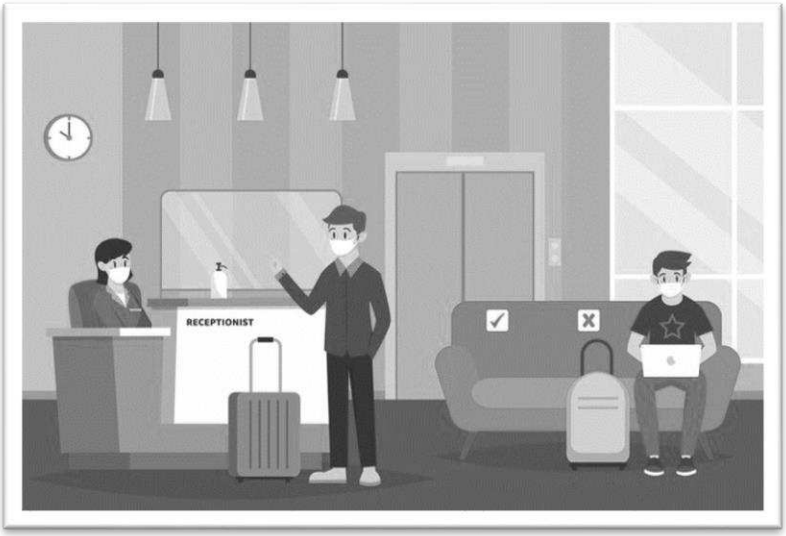
Tambunan, N. (2009). Posisi transportasi dalam pariwisata. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, *4*(1–6), 39–48.

Utami, A. L. (2020). Potensi Transportasi Umum Dalam Mendukung Pengembangan Pariwisata Kota Palangka Raya. *Jurnal Transportasi*, *20*(3), 201–2012.

Van Truong, N., & Shimizu, T. (2017). The effect of transportation on tourism promotion: Literature review on application of the Computable General Equilibrium (CGE) Model. *Transportation Research Procedia*, *25*, 3096–3115.

Wiweka, K., Wachyuni, S. S., Adnyana, P. P., & Safitri, A. N. (2020). Sarana Transportasi Sebagai Daya Tarik Wisata: Kajian Persepsi Wisatawan Berkunjung Ke Kepulauan Seribu Studi Kasus: Kapal Km Sabuk Nusantara 66. *Journal of Tourism and Economic*, *3*(2), 77–96.

Yoeti, O. A. (1997). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Pradnya Paramita.



MANAJEMEN OPERASIONAL LAYANAN KEPARIWISATAAN

BAB 13: MANAJEMEN RANTAI PASOKAN KEPARIWISATAAN (*TOURSM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*)

Dr. Musafir, S.E., M.Si

Universitas Ichsan Gorontalo

BAB 13

MANAJEMEN RANTAI PASOKAN KEPARIWISATAAN (*TOURSM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*)

A. PENDAHULUAN

Manajemen rantai pasokan dikenal dengan dua istilah, yaitu Rantai Pasokan Pariwisata (TSC) dan Saluran Distribusi Pariwisata (TDC). "rantai pasokan pariwisata dan Saluran distribusi dapat didefinisikan sebagai jaringan organisasi pariwisata yang memasok berbagai komponen pariwisata produk/jasa seperti penerbangan dan akomodasi untuk distribusi dan pemasaran produk wisata akhir di tujuan wisata tertentu, dan melibatkan baik di sektor swasta maupun publik" (Song, 2012). Pada intinya, Rantai Pasokan Pariwisata mencakup semua penyedia barang dan jasa yang berkontribusi memenuhi kebutuhan wisatawan dalam arti luas.

Sebagai jaring yang disusun oleh pemasok, operator, wisatawan, dan organisasi terkait lainnya, rantai pasokan pariwisata membeli berbagai sumber daya yang dibutuhkan industri pariwisata dan mentransfer ke layanan dan dukungan inti, yang pada akhirnya akan diberikan kepada wisatawan (Wang Xifang, 2012). Keberadaan rantai pasokan pariwisata ditentukan oleh pemahaman produk pariwisata; satu biro perjalanan tidak dapat menyediakan semua produk dan layanan, yang hanya dapat diwujudkan dengan koordinasi berbagai perusahaan terkait.

Untuk itu perlu ada Integrasi vertikal dan horizontal dalam industri pariwisata, Istilah integrasi mengacu pada koordinasi proses pengambilan keputusan beberapa perusahaan, seperti penggabungan dua atau lebih

DAFTAR PUSTAKA

Baggio, R. (2014). Complex tourism systems: a visibility graph approach. Kybernetes, Vol. 43, 3/4, pp. 445-461.

Bramwell, B.; Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. Journal of Sustainable Tourism, Vol. 1, 1, pp. 1-5.

Britton, S. (1982). The Political Economy of Tourism in the Third World. Annals of Tourism Research, 9, 331-358. https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90018-4

Butler, R.W. (1993). Tourism–An evolutionary perspective. In Nelson, J.G.; Butler, R.; Wall, G. (eds.), Tourism and sustainable development: Monitoring, planning, managing. Waterloo: Heritage Resources Centre, University of Waterloo, pp. 26-43

Buyukkeklik, B. Ozoglu, and E. Kemer (2014). "Buyer-supplier relationship in tourism supply chains: a research in Cappadocia Region, Turkey," Journal of Applied Sciences, vol. 14 no. 7, pp. 660- 668.

Cracolici & Nijkamp (2009). The Attractiveness and Competitiveness of Tourist Destinations: A Study of Southern Italian Regions. Tourism Management 30(3):336-344 DOI:10.1016 /j. tourman .2008.07. 006.

CSBE, Central Board of Secondary Education (2015). Introduction to Hospitality Management, Hospitality Management, Class XII, December 2015.

Danaher, P. J., & Arweiler, N. (1996). Customer Satisfaction in the Tourist Industry: A Case Study of Visitors to New Zealand. Journal of Travel Research, 35, 89-93.

Edgell Sr, D.L. (2016). Managing sustainable tourism: a legacy for the future. London and New York: Routledge, 2016.

Franch, M.. (20210). Marketing delle destinazioni turistiche: metodi, approcci e strumenti. Milano: McGraw-Hill,

Goeldner & Ritchie, (2012). Tourism : Principles, Practices, Philosophies. Eleventh edition.

Hunter, C. Sustainable tourism as an adaptive paradigm. Annals of Tourism Research, Vol. 24, 4, 1997, pp. 850-867.

Medlik (1991). Managing Toursm. Butterworth-Heinemann Ltd. Halley court, Jordan Hill, Oxford OX2 8E.

Pellicano, M.; Perano, M.; Casali G.L. (2016). The Enterprise Relational View (ERV): exploring future in strategic management. Proceedings of 4rd Business Systems Laboratory International Symposium, Mykolas Romeris University, August 24-26, Vilnius, Lithuania, 2016, pp. 228-233

Piboonrungroj, and S.M. Disney (2015). Supply chain collaboration in tourism: a transaction cost economics analysis," International Journal of Supply Chain Management, vol. 4 no. 3, pp. 25-31,.

Ritchie, J.B.; Crouch, G.I. The competitive destination: A sustainable tourism perspective. Oxon, UK: CABI, 2003, ISBN 0851996647.

Sheehan, Alfonso Vargas-Sánchez, Angelo Presenza (2016). The Use of Intelligence in Tourism Destination Management: An Emerging Role for DMOs. International Journal of toursm research.

Smith, S. L. (1994). The Tourism Product. Annals of Tourism Research, 21, 582-595.
https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90121-X

Song, (2014). Tourism Supply Chain Management," New York: Routledge, Taylor Francis group.

Wang Xifang. (2012) Tourism supply chain flexibility research - oriented tourism service trade competitiveness of ascension [M]. Shanghai University of finance and economics press.

Weaver D. A (2000). Broad context model of destination development scenarios. Tourism Management, Vol. 21, pp. 217-224.

X. Zhang and Song (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. Toursm Management. Volume 30, Issue 3, June 2009, Pages 345-358.

X. Zhang, Haiyan Song, George Q. Huang (2008). "Progress in Tourism Management - Tourism supply chain management: A new research agenda", journal homepage: www.elsevier.com/locate/tourm an, 2008.

PROFIL PENULIS

Hesty Aisyah, S.E., M.Si

Penulis lahir di Jakarta, pada 6 November 1989. Ia tercatat sebagai lulusan Magister Fakultas Ekonomi Universitas Andalas. Sejak tahun 2016, telah tercatat sebagai salah satu Dosen Tetap STMIK Indonesia Padang. Mata Kuliah yang diampu sampai saat ini adalah ilmu Organisasi Manajemen dan Kewirausahaan. Selain sebagai dosen tetap, dari tahun 2020 sampai saat ini juga menjabat sebagai Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Untuk karya ilmiah yang sudah diterbitkan baik berupa buku atau artikel ilmiah bisa dilihat di *database* Google Scholar/ hestyaisyah. Bagi yang ingin kolaborasi riset dan PkM silakan kontak lebih lanjut secara personal di hestyaisyah@stmikindonesia.ac.id.

Dewi Andriani, S.ST.Par., M.Par

Penulis yang lahir di Surabaya, 25 Agustus 1985 menyelesaikan pendidikan Diploma IV Manajemen Perhotelan di Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta melalui beasiswa Dikmenjur pada tahun 2005-2008. Berbekal Akta Mengajar yang didapatkan melalui pendidikan di Universitas Negeri Jakarta tahun 2008, penulis memulai profesi sebagai Guru Pariwisata di SMKN 8 Makassar pada tahun 2008-2013. Penulis mendapat kesempatan untuk belajar di Jerman pada salah satu kampus ternama *"Otto Von Güriecke Universität"* dan magang di *"Berufsbildende Schulen Hermann Beims Magdeburg"* pada tahun 2011-2012. Melanjutkan karier sebagai Dosen Vokasi Perhotelan di Politeknik Bosowa pada tahun 2013-sekarang. Penulis melanjutkan pendidikan Magister Pariwisata di almamater yang sama (STP Trisakti Jakarta yang sekarang menjadi Institut Pariwisata Trisakti) pada tahun 2014-2016 melalui Beasiswa Unggulan. Penulis aktif sebagai Peneliti dan Narasumber Pengabdian kepada Masyarakat dibidang Perhotelan dan Gastronomi dengan ID Sinta 6164198. Bergabung bersama LSP Pariwisata Anging Mammiri Provinsi Sulawesi Selatan sebagai Asesor Kompetensi bidang Pariwisata untuk SMK, Politeknik hingga Hotel dengan

ID Asesor MET.000.001630.2016 sejak tahun 2016-sekarang. Penulis dapat dihubungi melalui email:
dewi.andriani@politeknikbosowa.ac.id/dewi25andriani@gmail.com.

Lenny Kurnia Octaviani, S.Par., M.Par

Penulis perempuan kelahiran Gunungkidul pada Tanggal 1 Oktober 1987, yang semasa kecil tinggal di sebuah Dusun bernama Gedoro, Desa Nglegi, Kapanewon Patuk, Kabupaten Gunungkidul. Masa pendidikan dari TK sampai Sekolah Menengah Atas diselesaikan di Kabupaten Gunungkidul, kemudian setelah tamat SMA melanjutkan Kuliah di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta pada Prodi S1 *Hospitality*, kemudian melanjutkan Program Magister di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta pada Prodi S2 Pariwisata dengan konsentrasi MICE *and EVENT*. Selama Kuliah aktif mengikuti berbagai kegiatan seperti HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) devisi Bahasa Mandarin, *Tour Guide*, dan *Event* Pariwisata baik Nasional maupun Internasional. Pernah Bekerja di Jakarta, Malaysia dan Taiwan. Untuk saat ini tercatat sebagai Dosen Tetap di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta pada Mata Kuliah *Sustainable Tourism* dan *Foreign Language*: Mandarin, selain itu juga aktif menulis jurnal nasional maupun internasional. Untuk bisa berkomunikasi dengan penulis dapat melalui email penulis: lennykurniaoctaviani@stipram.ac.id

Anisa, S.S., M.Par

Penulis bernama Anisa lahir di Bima tepatnya di Lela Kelurahan Jatibaru Kota Bima. Keseharian penulis sebagai wirausaha dan seorang dosen *(lecturer)* di Sekolah Tinggi Pariwisata (STIPAR) Soromandi Bima. Penulis lebih banyak menggunakan waktu untuk melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi (pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat). Disamping itu, beberapa kali diundang sebagai narasumber *(speaker)* dalam kegiatan *Business and Tourism*.

Ray March Syahadat, S.P., M.Si

Penulis merupakan dosen, peneliti, dan praktisi di bidang arsitektur lanskap. Penulis merupakan dosen tetap di Program Studi Arsitektur Lanskap, ISTN Jakarta dan juga aktif menjadi dosen tamu di beberapa institusi pendidikan tinggi di Indonesia. Sebagai seorang peneliti, penulis telah menghasilkan puluhan artikel ilmiah yang telah dipublikasikan dalam jurnal, *prosiding*, dan buku. Selanjutnya sebagai praktisi, penulis memiliki riwayat terlibat dalam beberapa proyek pembangunan baik skala lokal, regional, maupun nasional. Saat ini penulis aktif sebagai pengurus Ikatan Arsitek Lanskap Indonesia (IALI) Provinsi Jawa Tengah. Adapun riwayat pendidikan yang telah ditamatkan olehnya antara lain Sarjana Pertanian dari Mayor Agronomi dan Hortikultura serta Minor Komunikasi IPB 2012 dan Magister Sains Program Studi Arsitektur Lanskap IPB 2014. Saat ini penulis tercatat sebagai mahasiswa Program Doktor Kajian Pariwisata UGM, mahasiswa Program Magister Manajemen STIE Bank BPD Jateng, dan mahasiswa Program Sarjana Ilmu Lingkungan Universitas Ivet. Topik ekspertisnya adalah perencanaan lanskap wisata, sejarah, dan budaya serta hortikultura lanskap.

Indi Ramadhani, S.E., M.M

Penulis dilahirkan di Tasikmalaya dan menempuh Pendidikan di Kota Tasikmalaya yang dimulai dari TK Pertiwi, SDN Citapen I, kemudian SLTPN I Tasikmalaya, dan dilanjutkan ke SMUN I Tasikmalaya. Pendidikan Tinggi ditempuh pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Tasikmalaya (2005-2009) kemudian menyelesaikan Program Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Siliwangi Tasikmalaya pada tahun 2011. Pada tahun 2012-2015 penulis menjadi dosen di Amik Hass Tasikmalaya dan Politeknik Triguna Tasikmalaya. Sejak tahun 2015, penulis menjadi Dosen PNS di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi Tasikmalaya dan melakukan

beberapa penelitian di bidang Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Operasional.

Dr. Eliyanti Agus Mokodompit, S.E., M.Si

Penulis adalah dosen tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo, Kendari. Manajemen Operasional adalah salah satu mata kuliah yang diampu. Menyelesaikan pendidikan S3 dengan bidang kajian Strategi Pengembangan Pariwisata. Banyak mengikuti kegiatan-kegiatan penelitian dan seminar tentang kepariwisataan maupun menyusun modul tentang kepariwisataan. Berpartisipasi sebagai penulis pada buku "Manajemen Pariwisata (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)" dengan judul tulisan "Membangun Atraksi Wisata di Kawasan Konservasi" terbitan Widina pada tahun 2020.

Feriyadin, S.Pd., M.M

Penulis bernama Feriyadin lahir di Bima tepatnya di Wadumbolo Kel. Dara Kota Bima. Keseharian sebagai seorang dosen *(lecturer)* di STIPAR Soromandi Bima. Penulis lebih banyak menggunakan waktu untuk melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi (pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat). Disamping itu, beberapa kali diundang sebagai narasumber *(speaker)* tingkat Nasional dan Internasional serta diminta menjadi pelatih *(trainer)* Kemenparekraf RI untuk pelatihan pemasaran *online*.

Pepy Afrilian, M.Par

Penulis berprofesi sebagai dosen pada program studi pariwisata syariah, UIN Mahmud Yunus Batusangkar yang pada tahun 1991 dilahirkan di Jakarta tanggal 25 April. Bermula dari *hoby photography* yang membawa untuk berkeliling Indonesia sekaligus mempelajari budaya keramahtamahan *authentic* pada masing-masing daerah yang dikunjungi membuat menekatkan

diri untuk melanjutkan pendidikan pada keilmuan pariwisata. Setelah lulus D-4 pada program studi MICE (*Meeting, Incentive Travel, Conferences and Exhibitions)* bekerja pada bidang manajemen *event* sebagai *project officer* dan *project planner* dalam *event* yang berskala nasional dan *international*. Penasaran untuk mendapatkan ilmu yang lebih banyak mengenai pariwisata, maka pada tahun 2017 menyelesaikan pendidikan pascasarjana ilmu pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta. Selain menjadi dosen juga memiliki usaha dibidang perjalanan wisata dan mengembangkan penelitian pada bidang manajemen *event* dan *rural development*. Buku ini adalah buku ke empat secara keseluruhan dan buku ke dua dengan penulis bersama.

Nugroho Djati Satmoko, S.E., M.SIE

Kota Bandung dikenal sebagai *Parijs van Java*, dan juga *lembur kuring*. Di kota inilah penulis dilahirkan tepatnya 27 Februari 1959, hidup dan menetap sampai saat ini. Pendidikan yang telah ditempuhnya: SDN Ayudia III Bandung (1966-1971); SMPN 1 Bandung (1972-1974); Jurusan Ilmu Pasti dan Pengetahuan Alam SMAN 3 Bandung (1975-1977); Jurusan Ekonomi Perusahaan (sekarang Jurusan Manajemen) FE Unpad (1978-1983); pasca sarjana (magister) Jurusan Manajemen dan Teknik Industri Institut Teknologi Bandung (1986-1989). Bidang kepakarannya adalah Riset Operasi, Manajemen Operasi & Logistik. Pada tahun 1984 diterima menjadi Pegawai Negeri Sipil Pusat yang ditempatkan di FE Unpad, dan sampai saat ini telah mengabdi (> 36 tahun), pada Departemen Manajemen dan Bisnis (Demabis) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. Buku pertama yang ditulisnya adalah Logistik: Sebuah Pengantar-2020, Penerbit DreXa *Publisher* Bandung. Berikutnya selama tahun 2020-2022 telah pula menulis sebanyak tiga puluh tujuh *Book Chapter* di sembilan penerbit antara lain:

1. Diandra – Yogyakarta (6 *books chapter*).
2. Widina Bhakti Persada – Bandung (15 *books chapter*).
3. Insan Cendekia Mandiri – Padang (1 *book chapter*).
4. Media Sains Indonesia – Bandung (5 *books chapter*).

5. Tahta Media Group – Klaten (5 *books chapter*).
6. Nasya *Expanding Management* – Sidoarjo (1 *book chapter*).
7. Eureka Media Aksara – Purbalingga (1 *book chapter*).
8. Mifandi Mandiri Digital – Medan (2 *book chapter*).
9. Indie Press – Bandung (1 *book chapter*).

nDs - 2023

E-mail Penulis: nugrohodjati_s@yahoo.co.id

Rafika Hayati, S.ST.Par., M.Par

Penulis adalah seorang tenaga pendidik di salah satu perguruan tinggi vokasi di Makassar yaitu Politeknik Bosowa. Lahir di Ujung Pandang, pada tanggal 6 Januari 1989. Latar belakang pendidikan bidang pariwisata dimulai ketika penulis melanjutkan pendidikan di jurusan akomodasi perhotelan pada SMK Telkom Sandhy Putra 1 dari tahun 2004-2006. Pada jenjang perguruan tinggi penulis menamatkan Diploma 3 pada Akademi Pariwisata Makassar tahun 2006-2009 pada jurusan manajemen usaha perjalanan wisata. Pada jenjang Diploma 4 di Universitas Udayana Bali tahun 2010-2011 fakultas pariwisata dan pada tahun 2012-2014 menamatkan jenjang magister program sudi Kajian Pariwisata di Universitas Udayana Bali. Pengalaman menulis karya ilmiah dimulai ketika menamatkan pendidikan pada jenjang perguruan tinggi, semakin diasah ketika bergabung sebagai tenaga pendidik di Politeknik Bosowa tahun 2014 hingga saat ini. Adapun beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain dengan judul *Developing Historic Building as Heritage Tourism in Urban Area Study Case: Makassar City* yang dipresentasikan pada Asia Tourism Forum 2018 di Bandung. Penulis juga terlibat dalam penelitian bidang perhotelan dan kuliner antara lain pada tahun 2017 dengan beberapa judul, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perubahan Harga Kamar Secara Harian di *Novotel Makassar Grand Shayla City Centre Total Quality Management Implementation of Room Attendant of Housekeeping Department at Hotel Ibis Budget Makassar Airport*. Pada tahun 2018-2022, *The Impacts of Leafy Green Vegetables Towards Food Safety Management System Implementation In Novotel Makassar Grand*

Shayla City Centre. Tinjauan Kebijakan Pembelian Barang Pada Bagian *Purchasing* Saat Pandemi Di Novotel Grand Shayla Makassar. Sebagian penelitian ini telah dimuat pada jurnal terakreditasi dan *non* akreditasi.

Zahrotun Satriawati, S.Par., M.Par

Penulis lahir di Klaten pada tanggal 12 Maret 1990. Menyelesaikan studi Strata-1 pada jurusan Pariwisata bergelar S.Par di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta pada tahun 2012 dan Program Pascasarjana Magister Pariwisata bergelar M.Par di Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Trisakti Jakarta pada tahun 2018. Saat ini Zahrotun adalah salah satu dosen tetap di Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta dan aktif melakukan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu aktif mengajar pada jurusan Strata-1 Pariwisata untuk mata kuliah Manajemen Transportasi Pariwisata dan mata kuliah *Travel and Transport Operation* pada jurusan D3 Perhotelan, selain mengajar ia juga aktif meneliti, dan melakukan pengabdian kepada masyarakat di bidang pariwisata. sebelum menjadi tenaga pendidik pernah bekerja di Industri Biro Perjalanan Wisata selama 6 Tahun dan aktif menjadi *Tour Leader*, ia juga mempunyai sertifikat kompetensi keahlian Pemandu wisata dan *Tour Leader* selain itu juga ia pernah berperan aktif pada keanggotaan organisasi FOSIPA Indonesia (Forum Silaturahmi Insan Pariwisata Indonesia) selama 4 (Empat) Tahun.

Dr. Musafir, S.E., M.Si

Penulis lahir di Jeneponto pada tanggal 28 November 1969 dan sekarang menetap di Gorontalo. Menyelesaikan pendidikan SD, SMP, dan SMA di Kab. Jeneponto. Pada tahun 1992 melanjutkan pendidikan Strata Satu di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UMI Makassar, dan pada tahun 2007 menyelesaikan pendidikan magister di Universitas Hasanuddin serta tahun 2018 menyelesaikan program Doktor Ilmu Manajemen di Universitas Hasanuddin. Sejak tahun 2000-sekarang aktif sebagai dosen tetap di Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo. Tahun 2000-2005

ketua jurusan manajemen dan tahun 2010-2012 sebagai Ketua Lembaga Penelitian serta tahun 2021-sekarang dipercaya sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Unisan Gorontalo. Mengampuh beberapa mata kuliah antara lain, Manajemen SDM, Pemasaran, Operasional, Perilaku Organisasi dan Manajemen strategik. Pengurus APTISI Wilayah Gorontalo bidang kewirausahaan, Dewan Pembina Ikatan Ahli Ekonomi Indonesia komisariat Universitas Ichsan periode 2022-2026, dan aktif dalam berbagai penelitian-penelitian.

Manajemen Operasional Layanan Kepariwisataan

Dalam beberapa tahun belakangan ini, sektor pariwisata semakin menjadi perhatian beberapa kalangan, seperti dari pihak swasta dan pemerintah. Masyarakat di Indonesia pun sudah mulai turut serta mengambil andil dalam pengembangan sektor pariwisata di daerahnya masing-masing. Hal ini terjadi karena masyarakat mulai menyadari bahwa sektor pariwisata dianggap bisa menjadi sumber pendapatan daerah yang nantinya juga akan berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi daerah tersebut. Selain itu, ada faktor lainnya yang membuat sektor pariwisata kini menjadi perhatian banyak pihak yaitu karena adanya perubahan pola pikir terhadap keberadaan sektor pariwisata.

Di awal pengembangan pariwisata, beberapa daerah masih memiliki pola pikir yang negatif terhadap pariwisata, seperti pariwisata cenderung identik dengan hal-hal yang negatif, seperti hiburan malam, pergaulan bebas, hedonisme, dan lain-lain sebagainya. Dampak dari pola pikir ini mengakibatkan sisi positif dari sektor pariwisata semakin melemah, seperti pemanfaatan Sumber Daya Alam (SDA) sebagai pertunjukkan, atraksi, serta pelestarian budaya. Namun sejak pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan, keadaan itu pun mulai berubah total, yaitu pariwisata mulai membawa banyak manfaat seperti menjadi sumber pendapatan bagi daerah pariwisata tersebut.

ISBN 978-623-459-581-9

Penerbit widina
www.penerbitwidina.com