Marketing Pesona Indonesia Merupakan Salah Satu Kunci Ketahanan Nasional

PROF. DR. HJ. RAHMAWATI,S.E.,MM.CPS.CMA





KATA PENGANTAR

Orasi ini berisi pandangan saya tentang bagaimana "**MARKETING PESONA INDONESIA MERUPAKAN SALAH SATU KUNCI KETAHANAN NASIONAL"** Saya menyadari sepenuhnya bahwa sebagaimana kewajiban saya untuk menjunjung tinggi tegaknya integritas moral dan etika profesional sivitas akademika dan kukuhnya kesarjanaan di lingkungan Universitas Mulawarman. Terbersit harapan saya agar orasi ilmiah ini dapat menjadi sumbangsih kecil dari saya untuk tujuan mulia tersebut.

Semoga tulisan ini dapat memberikan wawasan, dan inspirasi yang bermanfaat bagi para pembaca.

Samarinda, 18 September 2023

Rahmawati

Sinopsis Penelitian Unggulan



01

Benarkah Lombok Layak Menjadi Destinasi Wisata Halal nomor 1 Dunia, Menurut Persepsi Wisatawan Dalam Negeri, di *Publish oleh Geojurnal of Tourism and Geosites* pada tahun 2021.



02

Experience Quality Sebagai Kunci Keberhasilan Pengembangan Wisata Halal lombok.



03

Do Indonesian dare to travel during the pandemic



04

What makes gen Y and Z feel stressed anxious and interested in doing social tourism when pandemic



MARKETING PESONA INDONESIA MERUPAKAN SALAH SATU KUNCI KETAHANAN NASIONAL

MARKETING PESONA INDONESIA MERUPAKAN SALAH SATU KUNCI KETAHANAN NASIONAL

Orasi ilmiah ini mengangkat tema tentang pentingnya peran pemasaran wisata (*tourism marketing*) untuk meningkatkan kinerja sektor pariwisata Indonesia, dan dampaknya terhadap ketahanan Nasional Indonesia.

Latar Belakang



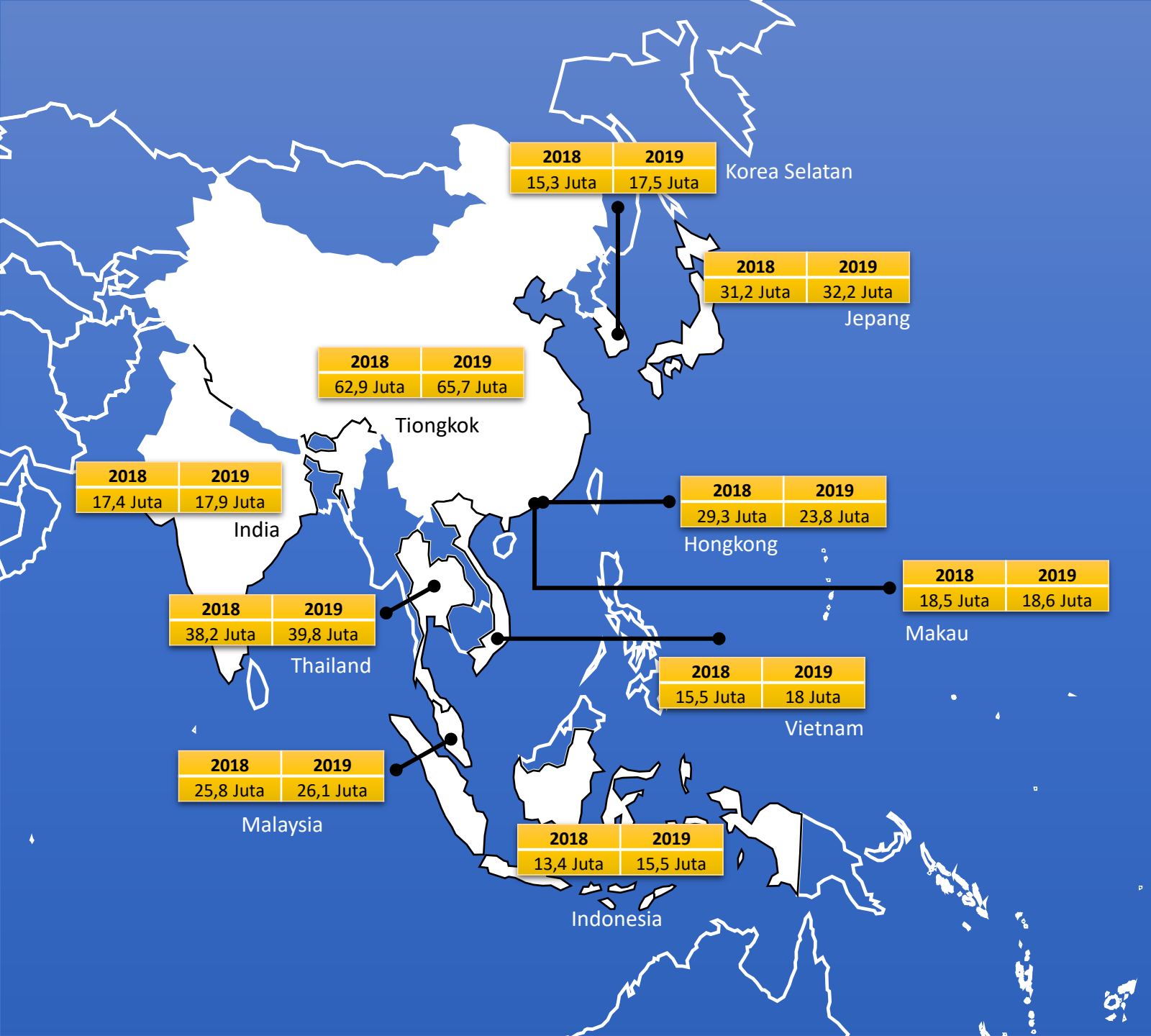
Potensi Utama Pariwisata Indonesia



Kinerja Pariwisata Indonesia



Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing Negara Asia Pasific



Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing Negara Asia Pasific

Dari data terihat bahwa Indonesia kalah dari 3 negara anggota ASEAN yaitu Thailand, Malaysia dan Vietnam.

Mengapa bisa seperti itu? padahal 3 negara ASEAN di atas dari berbagai *survey* tentang tempat wisata terindah dan terbaik, tidak masuk sebagai negara pemenang.

Data Kunjungan Wisatawan Domestik



Data Kunjungan Wisatawan Domestik

Aceh

2021	2022	2023
5.632.315	7.483.957	4.162.215





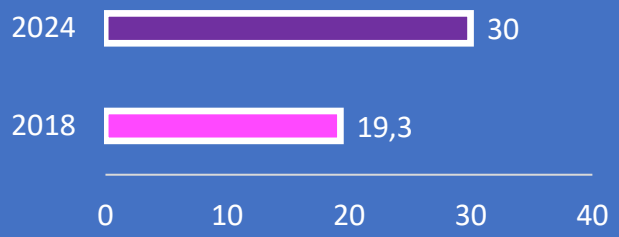
PROVINSI	2021	2022	2023
SULAWESI TENGGARA	2.509.188	12.754.805	5.691.596
SULAWESI UTARA	3.690.956	4.809.131	2.648.904
SUMATERA BARAT	8.477.593	10.750.168	6.472.847
SUMATERA SELATAN	6.534.906	8.088.606	4.961.375
SUMATERA UTARA	16.857.305	21.892.296	13.074.957

PROVINSI	2021	2022	2023
ACEH	5.632.315	7.483.957	4.162.215
BALI	9.009.667	11.132.389	7.866.625
BANTEN	38.396.859	48.935.825	26.861.646
BENGKULU	1.639.658	1.988.998	1.173.547
DI YOGYAKARTA	24.551.526	18.888.517	11.929.092
DKI JAKARTA	51.705.258	63.081.040	32.275.669
GORONTALO	1.299.319	1.619.987	987.701
JAMBI	3.066.614	3.892.005	2.309.393
JAWA BARAT	97.358.488	128.667.116	81.589.327
JAWA TENGAH	134.782.286	103.991.668	60.390.014
JAWA TIMUR	158.616.085	198.913.339	115.912.549
KALIMANTAN BARAT	2.271.124	3.138.799	2.149.224
KALIMANTAN SELATAN	4.506.915	5.716.978	3.722.827
KALIMANTAN TENGAH	1.727.916	2.438.971	1.498.488
KALIMANTAN TIMUR	2.365.615	5.266.467	3.528.151
KALIMANTAN UTARA	229.797	334.625	226.685
BANGKA BELITUNG	1.005.293	1.586.000	93.422
KEP. RIAU	504.707	782.185	443.148
LAMPUNG	8.855.256	10.745.577	6.638.204
MALUKU	535.755	596.315	355.630
MALUKU UTARA	621.652	1.146.400	691.152
NTB	3.172.037	4.030.281	5.141.118
NTT	2.762.675	3.264.914	1.623.464
PAPUA	878.435	1.052.891	623.579
PAPUA BARAT	551.066	473.811	258.145
RIAU	6.465.613	9 084411	5.784.362
SULAWESI BARAT	952.328	3.021.169	1.481.778
SULAWESI SELATAN	9.974.040	30.089.324	17.308.416
SULAWESI TENGAH	1.791.212	5.205.728	2.849.262

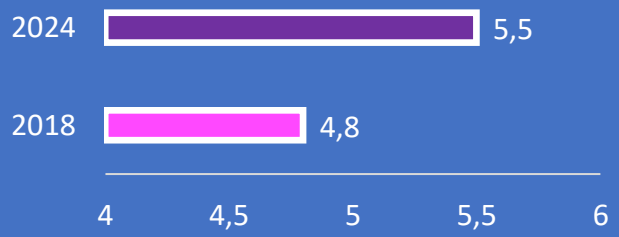
Sumbangan devisa sektor pariwisata pada tahun 2024 ditargetkan sebesar 30 Miliar USD dan sumbangan terhadap PDB 5,5 %



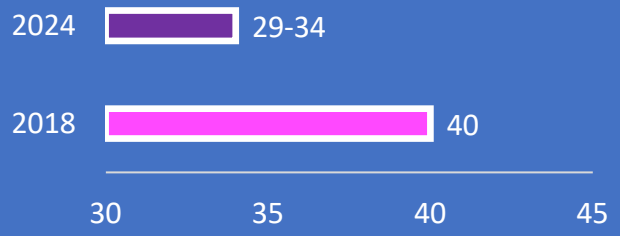
Devisa Pariwisata
(Miliar USD)



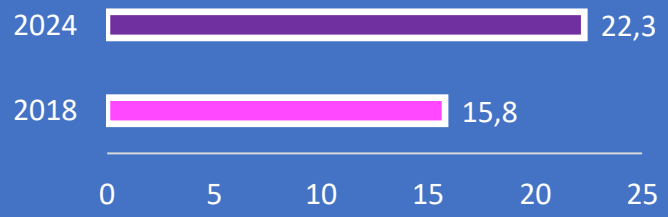
Kontirbusi PDB Pariwisata
Kontribusi (%)



Daya Saing Sektor
Pariwisata (Peringkat TTCI)



Jumlah Wisatawan
Mancanegara
(Juta Kunjungan)



Permasalahan Pemasaran Pariwisata di Indonesia



Strategi Pemasaran



1. *Survey Online*
2. Branding
3. Integrasi Komunikasi
4. Sistem Informasi Terpusat
5. Kemitraan dengan Maskapai
6. Promosi di Negara Lain
7. Peningkatan Daya Saing
8. Kemitraan dengan Negara Tetangga
9. *Event* Parawisata

a. Kampanye Pemasaran Digital
b. Kolaborasi dengan *Influencer*
c. *Ads*
d. *Endorsment*

a. Analisis Pasar
b. Penentuan Identitas
c. Pembuatan Logo dan Slogan
d. Konsistensi Branding
e. *Brand storytelling*
f. Citra Positif
g. Jangkaun Media Sosial
h. Kolaborasi dengan *Influencer*
i. Pengalaman Interaktif
j. Evaluasi

Dampak Hubungan Kinerja Pariwisata Terhadap Ketahanan Ekonomi dan Ketahanan Nasional Indonesia


Dampak Pada Ketahanan Ekonomi
Pendapatan dan Pekerjaan
Pengeluaran Wisatawan
Pembangunan Infrastruktur
Pengembangan Kecakapan Lokal
Promosi Budaya dan Seni
Peningkatan Pendapatan Valuta Asing
Pertumbuhan Sektor Perdagangan, Transportasi, Kuliner, Ritel dan Manufaktur
Diverifikasi Ekonomi
Peningkatan Pendapatan Pemerintah

Dampak Pada Ketahanan Nasional



01
Keamanan dan Stabilitas Nasional

02
Kemandirian Ekonomi

03
Kemampuan Penanggulangan Krisis

04
Keamanan Energi dan Pangan

05
Investasi dan Pertumbuhan Ekonomi

06
Pengaruh dalam Diplomasi

07
Dampak pada Anggaran Pertahanan







UCAPAN TERIMA KASIH



Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan support sehingga pencapaian gelar guru besar dapat diraih, khususnya kepada:

1. Rektor dan segenap pimpinan Universitas Mulawarman.
2. Dekan dan segenap pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unmul.
3. Ketua Jurusan Manajemen dan Koordinator Program Studi Manajemen (S1, S2 dan S3) serta semua dosen dan karyawan pada Jurusan Manajemen FEB Unmul.
4. Tim reviewer bidang Manajemen yang telah memberikan catatan terkait pengajuan berkas guru besar kami, khususnya kepada:
    a. Prof. Dr.Djoko Setyadi.SE.,M.Sc (FEB UNMUL)
    b. Prof. Dr. Hj. Aji Ratna Kusuma, M.Si (FISIP UNMUL)
    c. **Prof. Dr. Dr. H. Aminullah Assagaf, S.E., M.S., M.M., M.Ak. (FEB** Universitas Dr. Soetomo, Surabaya)
    d. Prof. Dr. Heru Kurnianto Tjahjono, MM (FEB UMY)
    e. Prof. Amirul Mukminin, S.Pd., M.Sc. Ed., Ph.D.(Universitas Jambi)
5. Keluarga tercinta alm.abah H.M.Thaha Bakrie, mama Hj.Siti Fatimah, suami Bejo Yunalisa.,ST.kedua anak yang tersayang kakak Kiki (Muhammad Nazhir Rizqullah) dan my sweet heart Puput (Lathifah Athaillah Putri) beserta seluruh kerabat dan keluarga besar alm.Kai Bakrie dan alm.kai Husein Arsyad dan
6. Sahabat dan soulmate akademik saya mbak Prof.Dr.Sri Langgeng., M.Si dan juga Mbak Professor Ramadhania.,M.Si yang telah memberikan support.
7. Rekan tim kerja KedaiReka dan juga Mas Dio, Mas Roy, Mbak Linda.

Semoga Allah SWT., memberikan Rahmat dan Hidayahnya kepada kita semua,

Aamiin