

## **Peran Sumber Daya Manusia Terhadap Efektivitas Pemasaran Biro Wisata**

**Ryan Chandi Alfianto, Sudarmadi**  
STIE ATMA BHAKTI Surakarta, Indonesia  
ryanchandialfianto@gmail.com

### **ABSTRACT**

*This article aims to analyze the role of human resources (HR) in enhancing marketing effectiveness in the travel agency industry. The research highlights that quality HR is a crucial element in implementing effective marketing strategies, as they are directly involved in interactions with consumers and in conveying information about tourism products. The method used in this study is a qualitative approach, with data collection techniques including in-depth interviews and observations at various tourist locations. The findings indicate that the development of HR competencies through ongoing training and education is essential to meet the demands of the ever-evolving tourism industry. Additionally, the use of information technology is also considered vital for expanding marketing reach and increasing the appeal of tourism products. These findings are expected to provide insights for travel agencies in optimizing the role of HR to achieve better marketing success.*

**Keywords:** Human Resources; Effectiveness; Marketing, Quality

### **ABSTRAK**

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran sumber daya manusia (SDM) dalam meningkatkan efektivitas pemasaran di industri biro wisata. Penelitian ini menyoroti bahwa SDM yang berkualitas merupakan elemen krusial dalam melaksanakan strategi pemasaran yang efektif, karena mereka terlibat langsung dalam interaksi dengan konsumen dan dalam menyampaikan informasi tentang produk wisata. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi di berbagai lokasi wisata. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengembangan kompetensi SDM melalui pelatihan dan pendidikan berkelanjutan sangat penting untuk memenuhi tuntutan industri pariwisata yang terus berubah. Selain itu, penggunaan teknologi informasi juga dianggap vital untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya tarik produk wisata. Temuan ini diharapkan dapat memberikan insight bagi biro wisata dalam mengoptimalkan peran SDM guna mencapai keberhasilan pemasaran yang lebih baik.

**Kata Kunci:** Sumber Daya Manusia, Efektivitas; Pemasaran; Kualitas

### **PENDAHULUAN**

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang cukup krusial keberadaannya pada perekonomian global, termasuk di negara Indonesia. Hal ini meliputi berbagai usaha yang berhubungan dengan perjalanan dan wisata, mencakup penyediaan barang dan jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan wisatawan. Pada sektor pariwisata, *concern* terhadap penyediaan barang dan jasa dengan tujuan terpenuhinya kebutuhan wisatawan, dapat dikatakan pariwisata adalah sektor jasa

dengan mekanisme pengaturan yang cukup kompleks, mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari daerah asal (*original destination*) ke daerah tujuan wisata (*tourism destination*) sampai ke daerah asalnya kembali. Industri pariwisata meliputi berbagai usaha yang berhubungan dengan perjalanan dan wisata, termasuk akomodasi, transportasi, makanan dan minuman, dan tempat wisata. Adanya kekayaan alam dan budaya, menjadikan negara Indonesia mempunyai peluang serta potensi yang baik dalam industri pariwisata. Secara keseluruhan, industri pariwisata di Indonesia memperlihatkan tren pertumbuhan yang positif dan diharapkan akan semakin berkembang seiring dengan upaya pemerintah dalam memperbaiki sektor pariwisata.

Biro perjalanan wisata (BPW) merupakan perusahaan yang mempunyai peran penting dalam industri pariwisata dengan menyediakan layanan untuk memudahkan masyarakat merencanakan dan mengatur perjalanan wisata. BPW berperan sebagai perantara kegiatan perjalanan wisata, meliputi pemesanan tiket, akomodasi, dan pengurusan dokumen perjalanan seperti paspor dan visa. BPW bertindak sebagai perantara antara wisatawan dan penyedia layanan pariwisata lainnya, membantu efisiensi proses perencanaan dan eksekusi pelaksanaan perjalanan. Secara umum, sektor pariwisata di Indonesia memiliki potensi yang signifikan untuk tumbuh lebih lanjut, terutama dengan adanya dukungan dari pemerintah dan keterlibatan masyarakat dalam melestarikan lingkungan serta budaya lokal. Biro perjalanan dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis berdasarkan layanan yang ditawarkan, diantaranya:

1. *Travel Agent*: Sebagai penyedia layanan yang bertugas membantu merencanakan dan mengatur perjalanan wisata untuk individu atau kelompok, mereka menyediakan berbagai layanan seperti pemesanan tiket, akomodasi, dan pengurusan dokumen perjalanan. Travel agent berfokus pada pemesanan akomodasi dan pemesana hotel.
2. *Tour Operator*: Menawarkan layanan wisata yang terstruktur, termasuk paket perjalanan yang mencakup akomodasi, transportasi, dan berbagai aktivitas wisata. Mereka memiliki tanggung jawab untuk merencanakan, mengatur, dan mengelola perjalanan untuk individu, kelompok, atau perusahaan.
3. *Online Travel Agent (OTA)*: Platform digital yang memudahkan pemesanan layanan perjalanan dan pariwisata secara *online*. OTA memungkinkan pengguna untuk dengan mudah mencari, membandingkan, dan memesan berbagai layanan, termasuk tiket pesawat, akomodasi, paket liburan, serta aktivitas wisata lainnya.

Pertumbuhan yang pesat dalam industri biro perjalanan wisata menyebabkan meningkatnya tingkat persaingan. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan dalam sektor ini perlu meningkatkan kualitas layanan yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Layanan yang berkualitas tinggi dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan. Dengan demikian, perusahaan tidak perlu khawatir tentang persaingan harga, karena pada akhirnya, yang mampu memberikan pelayanan terbaik dan menciptakan kepuasan pelanggan akan dapat bertahan dalam jangka panjang. Pada masa dengan segala kemajuan dan perkembangan zaman disertai ketatnya

persaingan, keberhasilan biro wisata tidak hanya ditentukan pada kualitas produk dan layanan yang ditawarkan, akan tetapi juga oleh kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam menjalankan strategi pemasaran yang efektif.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), sumber daya manusia merujuk pada potensi individu yang dapat ditingkatkan untuk kegiatan produksi. Dalam lingkungan organisasi, SDM mencakup seluruh orang yang berpartisipasi dalam aktivitas untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Kualitas sumber daya manusia yang tinggi dapat memicu inovasi, meningkatkan efisiensi, dan memperkuat efektivitas dalam operasi organisasi. Di samping itu, pengembangan SDM yang berkelanjutan akan menjamin bahwa individu-individu tersebut dapat memberikan kontribusi maksimal terhadap tujuan strategis perusahaan. Pentingnya sumber daya manusia (SDM) pada industri pariwisata, yaitu dalam konteks biro wisata tidak dapat dipandang dengan sebelah mata. Peran sumber daya manusia (SDM) dalam industri pariwisata, khususnya dalam konteks pemasaran biro wisata, menjadi semakin krusial di tengah persaingan yang ketat dan perkembangan teknologi yang pesat. Dalam era globalisasi ini, SDM tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana tugas, tetapi juga sebagai penggerak utama yang menentukan efektivitas strategi pemasaran. Keberhasilan biro wisata dalam menarik minat wisatawan sangat bergantung pada kemampuan dan keterampilan SDM yang dimiliki. Mereka harus mampu merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang inovatif, serta memberikan layanan yang berkualitas untuk memenuhi harapan konsumen.

Ababila sumber daya manusia (SDM) dalam sebuah biro wisata mampu memberikan pelayanan yang baik, kompeten, dan unggul di bidangnya maka biro wisata yang bersangkutan akan memperoleh dampak berupa citra yang baik menurut pandangan pelanggan, citra yang baik ini akan memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga meningkatkan kemungkinan bahwa mereka yang telah "terpuaskan" akan kembali menggunakan biro perjalanan wisata perusahaan yang sama di masa depan, dan cenderung sulit untuk beralih ke perusahaan lain. Sumber daya manusia (SDM) mempunyai peran sebagai elemen kunci yang menentukan keberhasilan dan daya saing pada sektor pariwisata, sumber daya manusia (SDM) juga mempunyai peran yang signifikan terhadap efektivitas pemasaran di biro wisata, terutama pada aspek pelayanan terhadap pelanggan dan promosi produk wisata. SDM yang terlatih serta berpengalaman mampu memberikan layanan yang lebih responsif dan memuaskan, dengan begitu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Hal tersebut dinilai cukup penting, karena kepuasan terhadap pelanggan mampu mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, yang juga merupakan salah satu bentuk promosi yang efektif. Sumber daya manusia berfungsi sebagai penghubung utama antara pelanggan dengan biro wisata itu sendiri, mereka bertanggung jawab dalam merancang paket wisata yang menarik, juga mengadaptasi penawaran sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Inovasi pada produk wisata bergantung pada kreativitas serta kemampuan SDM dalam memahami trend pasar, maka dari itu dibutuhkan karyawan dengan SDM yang dapat memastikan bahwa wisatawan mendapatkan *experience* dan pelayanan yang memuaskan disertai kenyamanan yang tinggi. SDM yang kompeten mampu menganalisis pasar,

segmentasi pelanggan, serta memilih saluran distribusi dan promosi yang tepat guna mencapai target pasar yang efektif. Karyawan yang terlatih dan kompeten dalam bidang pemasaran mampu menarik minat dan menumbuhkan kepuasan serta kebahagiaan untuk wisatawan dengan menyampaikannya informasi tentang produk dengan cara yang menarik dan sesuai dengan target pasar, sehingga meningkatkan daya tarik produk wisata. Kemampuan dalam menggunakan media sosial serta platform digital juga salah satu kunci untuk menarik customer dengan cakupan yang lebih luas di era sekarang ini.

Sumber daya manusia berfungsi sebagai ujung tombak pada interaksi dengan *customer*, menyalurkan segala informasi, serta menciptakan *experience* yang memberikan kepuasan bagi wisatawan. Kualitas pelayanan yang disediakan oleh karyawan sangat dapat mempengaruhi branding biro wisata dan keputusan customer untuk memilih layanan mereka. Salah satu cara dalam pengembangan kemampuan SDM dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan dan pendidikan pemasaran biro wisata. Adanya program pendidikan dan pelatihan kepada karyawan biro wisata yang senantiasa akan menghasilkan *output* berupa pengalaman, pengetahuan, serta ilmu baru akan semakin meningkatkan skill dan kualitas diri yang semakin kompeten di bidangnya. Keberadaan pelatihan dan pendidikan pada karyawan biro wisata yang berkelanjutan untuk SDM sangatlah krusial dan tidak boleh diabaikan. Program pelatihan yang efisien berperan dalam meningkatkan kemampuan karyawandengan tujuan mempersiapkan mereka untuk menghadapi tantangan baru di industri pariwisata, serta memastikan mereka tetap termotivasi dan terlibat dalam pekerjaan mereka. Selain itu, SDM juga mempunyai peran dalam menyusun dan melaksanakan strategi pemasaran yang kreatif dan berinovasi. Dengan pemahaman yang mendalam tentang pasar dan kebutuhan pelanggan, karyawan dapat membantu biro wisata dalam merancang kampanye pemasaran yang menarik dan sesuai. Pemasaran yang efektif tidak hanya akan meningkatkan visibilitas biro wisata, akan tetapi juga dapat menarik lebih banyak pelanggan.

Keberadaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas memiliki peranan yang sangat vital dalam pemasaran biro wisata. Dengan memberikan pelayanan yang baik, menciptakan inovasi produk, menerapkan strategi pemasaran yang efektif, mengelola hubungan dengan pelanggan, serta melakukan pelatihan secara berkelanjutan, SDM dapat mendukung biro wisata untuk meraih keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif. Keberhasilan ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kinerja perusahaan, tetapi juga pada perkembangan industri pariwisata secara keseluruhan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana Strategi Untuk Mengembangkan Sumber Daya Manusia Pada Biro Wisata Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan?
2. Bagaimana Intregasi Antara Sumber Daya Manusia dan Teknologi Informasi Terhadap Efektivitas Pemasaran Biro Wisata?

## **METODE PENELITIAN**

Metode penulisan merupakan pendekatan ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan mendeskripsikan, membuktikan, mengembangkan, dan menemukan pengetahuan, teori, tindakan, serta produk tertentu. Hal ini bertujuan untuk memahami, menyelesaikan, dan memprediksi masalah yang dihadapi dalam kehidupan manusia.

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang peran sumber daya manusia dalam pemasaran biro wisata. Pendekatan ini memberikan probabilitas peneliti untuk menggali pengalaman, pandangan, dan persepsi dari berbagai pihak yang terlibat, termasuk pengelola biro wisata, staf pemasaran, dan wisatawan. Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah observasi, dimana peneliti akan melakukan pengamatan langsung di lokasi-lokasi wisata yang dikelola oleh biro wisata untuk memahami peran sumber daya manusia dalam praktik pemasaran.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada Biro Wisata Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan**

Strategi pada prinsipnya adalah rangkaian dari perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Perencanaan dan strategi memungkinkan untuk memilih berbagai alternatif tindakan yang dianggap paling tepat, sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Untuk mencapai tujuan organisasi, strategi yang diterapkan perlu mempertimbangkan beberapa elemen, yaitu kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman. Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kesuksesan dalam mencapai tujuan pariwisata pada suatu biro wisata. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia bertujuan untuk meningkatkan kualitas SDM yang ada, sehingga dapat berkembang lebih baik, serta meningkatkan kemampuan, keterampilan, dan loyalitas terhadap organisasi. Pengembangan sumber daya manusia (SDM) di sektor pariwisata, khususnya pada biro wisata, menjadi kunci untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam konteks ini, strategi yang tepat sangat diperlukan untuk memastikan bahwa SDM yang ada dapat memberikan layanan yang optimal kepada wisatawan. Di bawah ini adalah pembahasan tentang strategi pengembangan sumber daya manusia yang dapat diimplementasikan oleh biro wisata

#### **1. Peningkatan Proses Rekrutmen**

Rekrutmen adalah tahap awal yang sangat penting dalam pengembangan sumber daya manusia. Prosedurnya harus dilaksanakan secara selektif untuk mendapatkan individu yang bukan hanya memiliki keterampilan teknis, tapi juga kemampuan interpersonal yang baik. Biro wisata harus mempertimbangkan latar belakang pendidikan dan pengalaman calon pekerja agar sesuai dengan kebutuhan organisasi. Selain itu, diversifikasi pegawai dari beragam latar belakang dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih dinamis dan inovatif. Untuk mengevaluasi tolak

ukur rekrutmen dalam strategi pengembangan sumber daya manusia, terdapat dua jenis rekrutmen yang digunakan dalam pengembangan karyawan, dapat dilakukan dengan cara berikut:

a. Seleksi

Dalam konteks ini, seleksi yang dimaksud adalah proses pemilihan dari sekumpulan pelamar yang paling memenuhi kriteria untuk posisi yang tersedia di Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba. Proses ini bertujuan untuk menentukan pelamar mana yang memiliki kemampuan dan akan diterima sebagai pegawai, salah satu contohnya adalah dengan mempertimbangkan latar belakang pendidikan calon pegawai.

b. Penempatan Pegawai

Penempatan pegawai yang dimaksud adalah klasifikasi dalam penempatan sumber daya manusia atau pegawai yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba. Proses ini dilakukan dengan menilai kesesuaian hasil seleksi terhadap tugas pokok dan fungsi (tupoksi) yang akan dijalankan, serta mempertimbangkan latar belakang pendidikan masing-masing pegawai.

2. Pendidikan dan Pelatihan Berkelanjutan

Pengembangan sumber daya manusia (SDM) dalam industri pariwisata sangatlah penting, mengingat bahwa interaksi langsung antara pelaku industri dan konsumen adalah elemen kunci dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan. Oleh karena itu, pelatihan dan pendidikan yang berkelanjutan bagi SDM menjadi suatu keharusan untuk meningkatkan kompetensi dan daya saing. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, SDM dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan efektivitas promosi produk-produk wisata. Pelatihan dapat berupa:

- a. Pelatihan Teknis: Berorientasi pada keterampilan khusus yang dibutuhkan dalam industri pariwisata, seperti manajemen hotel, pemanduan wisata, dan layanan pelanggan. Pelatihan teknis memberikan wawasan mendalam mengenai berbagai aspek dalam industri pariwisata, termasuk tren terbaru, kebijakan, dan teknologi yang relevan. Dengan pemahaman tersebut, pegawai dapat menyampaikan informasi yang akurat dan terkini kepada klien, sehingga meningkatkan kualitas layanan yang mereka tawarkan. Pegawai biro wisata sering menggunakan sistem reservasi dan manajemen yang kompleks. Pelatihan teknis menopang mereka agar menguasai penggunaan perangkat lunak dan alat yang diperlukan untuk melakukan pemesanan tiket, akomodasi, dan paket wisata yang efisien. Dalam pasar pariwisata yang kompetitif, biro wisata dengan pegawai yang terlatih secara teknis akan memiliki keunggulan dalam bersaing. Pelatihan ini menjamin bahwa pegawai memiliki keterampilan yang diperlukan untuk

memberikan layanan berkualitas tinggi dan memenuhi ekspektasi pelanggan.

- b. Pelatihan *Soft Skills*: *Soft pur*, seperti kemampuan komunikasi yang efektif dan empati, memungkinkan pegawai untuk berinteraksi dengan wisatawan dengan lebih baik. Ini membantu dalam memahami kebutuhan dan preferensi tamu, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan dan berkesan bagi *customer*. Industri pariwisata kerap kali menghadapi keadaan yang berubah dengan cepat. Kemampuan untuk beradaptasi dan fleksibilitas merupakan bagian dari *soft skill* yang membantu pegawai untuk menangani tantangan dengan sikap positif dan solusi yang cepat. *Soft skill* juga mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi masalah dan menemukan solusi yang memuaskan bagi tamu. Ini sangat penting dalam industri pariwisata, di mana pengalaman pelanggan dapat dipengaruhi oleh bagaimana masalah ditangani
- c. Pelatihan Bahasa Asing: Dengan banyaknya wisatawan dari luar negeri, kemampuan berbahasa asing menjadi krusial untuk memperbaiki kualitas komunikasi. Tidak hanya itu, dengan menguasai berbagai bahasa, pegawai biro wisata dapat menjangkau dan melayani wisatawan dari berbagai negara, yang pada gilirannya menciptakan pengalaman yang lebih inklusif dan menarik bagi para pelanggan.

### 3. Sertifikasi Kompetensi

Sertifikasi kompetensi menjamin bahwa tenaga kerja di sektor pariwisata telah memenuhi standar yang ditentukan oleh lembaga resmi. Ini berkontribusi pada peningkatan kredibilitas biro wisata di hadapan konsumen, yang semakin cermat dalam memilih layanan yang aman dan dapat dipercaya. Agar memastikan bahwa sumber daya manusia memiliki standar kompetensi yang tepat, biro wisata perlu mendorong pegawai untuk mengikuti sertifikasi kompetensi. Sertifikasi ini diadakan oleh lembaga yang berwenang dan akan memberikan pengakuan resmi terhadap kemampuan pegawai di bidang pariwisata. Proses sertifikasi umumnya mencakup pelatihan mendalam dan penilaian kompetensi, yang memungkinkan tenaga kerja untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam berbagai bidang pariwisata, termasuk manajemen perhotelan dan pemanduan wisata. Sertifikasi juga berperan sebagai bentuk perlindungan bagi konsumen. Dengan adanya sertifikasi, pelanggan merasa lebih terlindungi karena mereka mengetahui bahwa biro wisata telah memenuhi standar kualitas dan keamanan yang ditetapkan. Hal ini menciptakan suasana yang lebih mendukung bagi perkembangan industri pariwisata secara keseluruhan.

### 4. Evaluasi dan *Feedback* Penilaian

Dengan melakukan proses evaluasi, biro wisata dapat mengenali kekuatan dan kelemahan karyawan. Ini memberi manajemen pemahaman tentang bagian mana yang perlu ditingkatkan dan bagian mana yang sudah

berfungsi dengan baik. Berdasarkan informasi tersebut, strategi pelatihan dapat disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan khusus karyawan, sehingga meningkatkan efektivitas program pelatihan. Umpan balik yang positif dari evaluasi membantu karyawan memahami harapan manajemen dan meningkatkan kinerja mereka. Dengan adanya penilaian yang jelas, karyawan dapat lebih terfokus pada tujuan yang ingin dicapai dan mengasah keterampilan yang diperlukan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik. Evaluasi dan umpan balik mendorong terciptanya budaya pembelajaran yang berkelanjutan dalam organisasi. Ketika karyawan secara rutin menerima umpan balik, mereka menjadi lebih termotivasi untuk terus belajar dan berkembang. Ini sangat penting dalam industri pariwisata yang selalu berubah, di mana tren dan kebutuhan pelanggan sering kali mengalami perubahan. Kualitas pelayanan yang baik sangat tergantung pada kemampuan sumber daya manusia dalam memenuhi harapan pelanggan. Dengan mengevaluasi kinerja karyawan dan memberikan umpan balik secara rutin, biro wisata dapat memastikan bahwa staf mereka selalu siap untuk memberikan layanan yang memuaskan. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap biro wisata.

Strategi pengembangan sumber daya manusia di biro wisata perlu bersifat dinamis dan mampu beradaptasi dengan perubahan zaman. Dengan menekankan pada rekrutmen yang tepat, pendidikan berkelanjutan, peningkatan kompetensi, keterlibatan masyarakat, serta inovasi dalam manajemen, biro wisata dapat secara signifikan meningkatkan kualitas pelayanan. Sumber daya manusia yang berkualitas akan memberikan dampak positif terhadap daya saing industri pariwisata secara keseluruhan.

### **Kontribusi Integrasi Antara Sumber Daya Manusia dan Teknologi Informasi Terhadap Efektivitas Pemasaran Biro Wisata**

Integrasi antara sumber daya manusia (SDM) dan teknologi informasi (TI) mempunyai peran yang krusial dalam memaksimalkan efektivitas pemasaran. Pada hal ini, sinergi antara SDM dan TI bukan sekadar untuk meningkatkan efisiensi operasional akan tetapi juga untuk memperkuat strategi pemasaran yang lebih adaptif dan responsif terhadap kebutuhan pasar.

Adanya penguasaan TI oleh karyawan dapat meningkatkan efisiensi operasional. Teknologi informasi memungkinkan otomatisasi bermacam-macam tugas administratif, seperti pengelolaan penggajian dan manajemen kinerja sehingga dapat mengurangi beban kerja manual dan meminimalisir kesalahan administratif. Dengan begitu SDM dapat fokus pada tugas yang lebih strategis. Dengan integrasi TI, organisasi mampu mengakses data performa karyawan dan informasi penting lainnya dengan cepat. Hal ini dapat menunjang pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam penggunaan sumber daya serta pengembangan karir. Pemanfaatan teknologi informasi adalah salah satu pendekatan pemasaran yang lebih responsif. Ini memungkinkan biro wisata untuk mengakses audiens yang lebih besar melalui platform digital seperti media sosial, yang berkontribusi pada penguatan citra merek dan menarik perhatian wisatawan. Dengan menggunakan teknologi analitik, biro

wisata dapat lebih memahami preferensi dan perilaku wisatawan, sehingga mereka dapat menyesuaikan penawaran produk dan layanan yang lebih tepat. Integrasi teknologi informasi dan sumber daya manusia juga berperan dalam menciptakan budaya organisasi yang lebih inovatif.

Organisasi yang berhasil mengadopsi TI cenderung memiliki lingkungan kerja yang lebih kolaboratif dengan komunikasi antar unit yang lebih efisien. Membuat atmosfer kerja yang mendukung inovasi dan memungkinkan respons yang cepat terhadap perubahan di pasar. Secara keseluruhan, penggabungan sumber daya manusia dan teknologi informasi di biro wisata tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memperkuat strategi pemasaran. Dengan memanfaatkan teknologi informasi secara maksimal, biro wisata dapat lebih baik dalam merespons perubahan pasar, meningkatkan daya saing, dan mencapai keberhasilan jangka panjang dalam industri pariwisata yang semakin kompetitif.

## **KESIMPULAN**

Sumber daya manusia merupakan elemen yang penting dalam pengembangan dan kesuksesan industri pariwisata. SDM yang berkualitas tidak hanya berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga berdampak pada kemampuan biro wisata untuk menjangkau audiens yang lebih luas serta membangun citra merek yang kokoh. Kepentingan pendidikan dan pelatihan yang berkualitas bagi sumber daya manusia menjadi focus utama, karena hal ini akan meningkatkan kompetensi dan kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan yang terus berubah di industri. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan SDM akan berkontribusi pada peningkatan daya saing biro wisata dan pencapaian kesuksesan jangka panjang di sektor pariwisata yang semakin kompetitif.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad, A. J. (2024). Strategi pengembangan sumber daya manusia sektor pariwisata di Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kabupaten Bulukumba. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, hal. 37.
- Angga, D. (2015). Analisis variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa biro perjalanan wisata "Hobi Wisata Tour & Travel" Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 1 Juni, hal. 2.
- Iqbal, M. (2024). Peran SDM dalam meningkatkan daya saing perusahaan. *Pusdasi.uma.ac*.
- Lumanauw, N. (2020). Perencanaan paket wisata pada biro perjalanan wisata inbound (Studi kasus di PT. Golden Kris Tours, Bali). *Jurnal Ilmiah Hospitality*, hal. 1.
- Salsabila, N. F. (2023). Pentingnya pengembangan sumber daya manusia dalam industri pariwisata. *Kompasiana*.

Zulfikar, I. A., et al. (2023). Implementasi pengembangan sumber daya manusia pada perusahaan dan manfaatnya. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, hal. 58.