



## Analisis Potensi *Incentive Tour* di Kota Cirebon

Dian Fitriyana<sup>1</sup>, Chondro Suryono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Politeknik Pariwisata Prima Internasional, Indonesia

Alamat: Jl. Perjuangan No.18, Sunyaragi, Kec. Kesambi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45135

Korespondensi penulis: [dian@poltekparprima.ac.id](mailto:dian@poltekparprima.ac.id)

**Abstract.** *The city of Cirebon has emerged as a tourism destination city that has a variety of beauties, both natural beauty, artificial beauty, culinary, art, history and so on. In business management, in order to support tourism needs, the city of Cirebon follows developments by having more than 30 tours and travel companies that manage local, inter-city and overseas tourism. Incentive tours are often used by large companies as a form of appreciation for the performance results of the person concerned. This activity is also believed to be able to support individual loyalty to the company for a certain period of time. This method has been practiced by many out-of-town companies who send incentive tours to the city of Cirebon as a form of appreciation. This research was conducted in the city of Cirebon through observation and literature study in data collection and using qualitative methods. The results of data collection are described in accordance with current conditions and circumstances. The results of this research provide an illustration that tour and travel has a very important role in the world of tourism because it is one of the spearheads in developing tourism as well as being a driving force for tourists so that it is easier to find the information they want and can buy the service products offered. However, marketing in the incentive tour sector is still very minimal and is only known through word of mouth, not through large-scale promotions. Tour and travel service providers only create incentive tour package concepts by request from companies that contact them. There have not been any public tour packages operating in the corporate market.*

**Keywords:** *Tourism Potential, Tourists, Incentive Tour.*

**Abstrak.** Kota Cirebon muncul sebagai salah satu kota destinasi pariwisata yang memiliki beragam keindahannya, baik dari keindahan alam, keindahan buatan, kuliner, seni, sejarah dan lain sebagainya. Dalam sebuah management bisnis, demi menunjang kebutuhan pariwisata, kota Cirebon mengikuti perkembangannya dengan memiliki lebih dari 30 tour and travel yang mengurus wisata lokal, antar kota, maupun luar negeri. *Incentive tour* seringkali digunakan oleh perusahaan besar sebagai wujud apresiasi atas hasil kinerja dari yang bersangkutan. Kegiatan ini juga dipercaya dapat menunjang kesetiaan individu kepada perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Cara ini telah dipraktekkan oleh banyak perusahaan luar kota yang mengirimkan *incentive tour* ke kota Cirebon sebagai wujud apresiasinya. Penelitian ini dilakukan di kota Cirebon melalui observasi dan studi kepustakaan didalam pengumpulan data dan menggunakan metode kualitatif. Hasil pengumpulan data tersebut di deskripsikan sesuai dengan kondisi dan keadaan sekarang. Hasil dari penelitian ini memberikan gambaran Tour and travel memiliki peranan yang sangat penting bagi dunia pariwisata karena merupakan salah satu ujung tombak dalam mengembangkan pariwisata sekaligus sebagai motor penggerak untuk wisatawan agar lenih mudah mencari informasi yang diinginkan dan dapat membeli produk jasa yang ditawarkan. Namun, pemasaran dibidang *incentive tour* masih sangat minim dan hanya diketahui dari mulut ke mulut bukan dengan promosi besar-besaran. Para penyedia layanan tour and travel hanya membuat konsep paket *incentive tour by request* dari perusahaan yang menghubunginya. Belum didapati adanya paket wisata umum yang bergerak pada pasar perusahaan.

**Kata kunci:** Potensi Wisata, Tourists, Incentive Tour.

## 1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan salah satu sumber pariwisata yang dapat dikembangkan oleh setiap daerah di Indonesia. Pariwisata merupakan sektor yang lebih menekankan pada penyediaan jasa dengan mengoptimalkan potensi kawasan wisata. Kota Cirebon yang berpotensi sebagai tempat wisata dan memiliki keunikan dalam menarik para wisatawan. Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata yang merupakan penggerak utama sektor kepariwisataan membutuhkan kerjasama seluruh pemangku kepentingan yang terdiri dari masyarakat dan pemerintah, kerjasama langsung darikalangan usaha maupun dari pihak swasta (*stakeholders*). Sesuai dengan tugas dan kewenangannya, pemerintah merupakan pihak fasilitator yang memiliki peran dan fungsinya dalam pembuatan dan penentu seluruh kebijakan terkait potensi di kota Cirebon.

Cirebon merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini terletak di pesisir utara Jawa dan dikenal dengan jalur pantura yang menghubungkan Jakarta- Cirebon-Semarang-Surabaya. Sebagai salah satu tujuan wisata di Jawa Barat, Kota Cirebon memiliki banyak potensi sebagai destinasi wisata, karena memiliki tiga kategori utama yaitu Wisata Perdagangan dan Jasa (Wisata Belanja, Wisata Alam dan Wisata Kuliner), Wisata Ekonomi Kreatif (Wisata Kerajinan dan Wisata Kesenian), Wisata Budaya (Wisata Budaya, Wisata Sejarah dan Wisata Ziarah). Selain juga terdapat fasilitas penunjang seperti akomodasi dan akomodosi dan faktor pendukung yang dimiliki cukup memadai. Mulai dari modal angkutan(darat, laut, dan udara), hotel berbintang dan penginapan melati serta fasilitas lainnya seperti pusatperbelanjaan yang semakin banyak dari tahun ke tahun. Kegiatan *Incentive Tour* tersedia di kotaCirebon dimana merupakan perjalanan wisata yang unik dan khusus dalam rangka strategis untukmemotivasi wisatawan untuk berkunjung.

Kegiatan *Incentive Tour* ini wisatawan akan diajak untuk berwisata alam, wisata belanja danatraksi atraksi yang terampil. Ekonomi kreatif tidak hanya masuk melalui *something to buy* tetapijuga mulai merambah *something to do* dan *something to see* melalui paket wisata yang menawarkan pengalaman langsung dan interaksi dengan kebudayaan lokal. Dari kegiatan diatas maka secara tidak langsung industri kreatif akan berkembang dan menggerakkan perekonomian kota Cirebon. Denganbegitu potensi Cirebon sebagai wisata *incentive tour*, berdasarkan fenomena tersebut perlu dikaji lebih mendalam terhadap Analisis Potensi *Incentive Tour* di Kota Cirebon.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Kajian Teoritis merupakan kajian dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian saat ini, terutama terkait analisis potensi incentive tour. Beberapa penelitian yang relate yaitu dari jurnal Herawati, T., Rudatin, C.L.T., & Akbar, D. (2015) yang berjudul Potensi Kota Bandung sebagai destinasi incentive melalui pengembangan ekonomi kreatif, metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan hasil penelitian berdasarkan Dari hasil wawancara dan data sekunder yang terkumpul, berikutnya dianalisis menunjukkan bahwa Subsektor industri kreatif yang dapat dijadikan unggulan kota Bandung diantaranya yaitu musik, fashion, seni, desain, arsitektur, IT dan makanan (kuliner). Pemerintah sudah mempunyai instrumen kebijakan untuk menyokong industri kreatif, hanya penerapan dari kebijakan tersebutlah belum memuaskan, sehingga masih ada keluhan dari para pelaku industri kreatif mengenai perolehan perizinan usaha, promosi, tempat berekspresi, kemudahan dalam mendapat pinjaman serta tarif pajak yang dirasakan masih memberatkan. Bandung memiliki potensi sebagai destinasi Incentive Travel karena didukung dengan Industri kreatif nya yang sangat menunjang, yaitu adanya destinasi wisata yang indah, atraksi wisata (seni, budaya), kuliner, cinderamata, adanya pelayanan pertemuan dan konferensi. Disarankan ada berbagai stimulus perlu diberikan kepada pelaku sektor kreatif seperti keringanan pajak;. Adanya penyelenggaraan event internasional, workshop, seminar, ekspo industri kreatif, serta agar Pemerintah Daerah Kota Bandung mengatasi kemacetan lalu lintas untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Persamaannya dengan penelitian yang ingin dikaji mengkaji potensi incentive travel. Perbedaannya terletak pada objek dan lokasi penelitian serta permasalahan yang akan diteliti lebih dalam.

A. Mulyani & Reiza Miftah Wirakusuma. (2016) dengan judul penelitian Perencanaan Paket Wisata berdasarkan karakteristik dan motivasi wisatawan yang datang ke kampung Cirendeu kota Cimahi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menghasilkan 4 jenis paket wisata dengan penamaan yang menarik. Semua paket tersebut diharapkan dapat dikembangkan dan dapat pula memajukan pariwisata di Kampung Cirendeu. Persamaan dengan penelitian yang dikaji adalah sama-sama membuat paket wisata yang menarik untuk wisatawan.

Raka Andita Hidayat & Christina L. Rudatin dalam jurnal bisnis event (2021) dengan judul penelitian Tahapan Perencanaan Program Insentif Travel (Studi Kasus Program Insentif untuk Loyal Customer PT. Telkomsel), Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pengumpulan data yang diperoleh melalui studi kasus program perjalanan insentif bagi pelanggan setia Telkomsel yang diselenggarakan oleh PT. Kinarya Selaras dalam

praktek kerja lapangan di perusahaan dengan bidang terkait dan dengan membandingkan dengan teori-teori yang berkaitan dengan perencanaan perjalanan wisata untuk perusahaan. Hasil penelitian ini berada pada tahap-tahap yang dibutuhkan oleh perencana program insentif untuk menciptakan program perjalanan insentif yang menarik dan kreatif oleh perencana sehingga perencana program insentif dapat mengembangkan program insentif perjalanan untuk menarik minat pelanggan. Persamaan dengan penelitian yang sedang dikaji yaitu ingin menarik minat wisatawan melalui pendekatan kepada pemilik perusahaan dan membuat sebuah paket khusus yang ditujukan bagi karyawan dengan penawaran- penawaran menarik lainnya. Melakukan promosi baik melalui offline maupun online di platform Instagram, Tiktok, facebook, ataupun iklan di youtube dan bekerjasama dengan influencer sekaligus memperkenalkan pariwisata baik didalam maupun diluar kota Cirebon.

### **3. METODE PENELITIAN**

Hasil Analisis mengenai potensi incentive tour dan peranan stakeholders di kota Cirebon sebagai pendukung destinasi pariwisata berkelanjutan dan selanjutnya akan dilakukan sebagai destinasi pariwisata yang dijelaskan dalam bentuk deskriptif. Tahapan penelitian serupa juga digunakan dalam Suryono et al (2023), yang memungkinkan pengumpulan data secara maksimal melalui observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Ketiga teknik pengumpulan data tersebut diharapkan dapat saling melengkapi untuk memperoleh informasi yang diharapkan.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kota Cirebon muncul sebagai salah satu kota destinasi pariwisata yang memiliki beragam keindahannya, baik dari keindahan alam, keindahan buatan, kuliner, seni, sejarah dan lain sebagainya. Dalam sebuah management bisnis, demi menunjang kebutuhan pariwisata, kota Cirebon mengikuti perkembangannya dengan memiliki lebih dari 30 tour and travel yang mengurus wisata lokal, antar kota, maupun luar negeri.

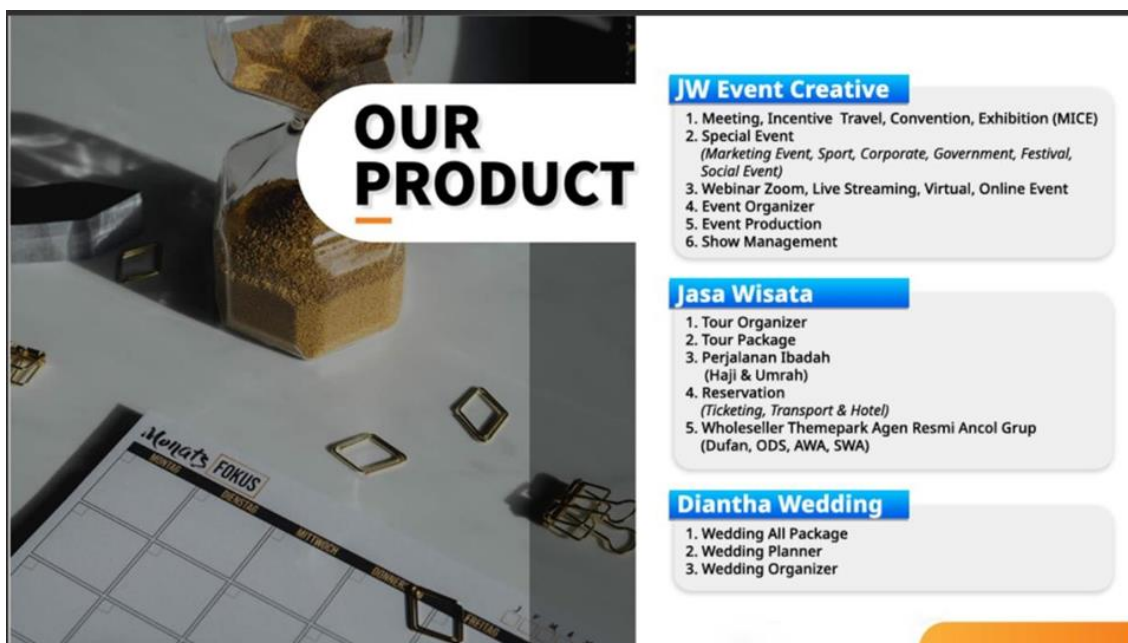
Incentive tour seringkali digunakan oleh perusahaan besar sebagai wujud apresiasi atas hasilkinerja dari yang bersangkutan. Kegiatan ini juga dipercaya dapat menunjang kesetiaan individu kepada perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Cara ini telah dipraktekkan oleh banyak perusahaanluar kota yang mengirimkan incentive tour ke kota Cirebon sebagai wujud apresiasinya.

Pemilihan kota Cirebon, menunjukkan adanya peluang dalam persaingan bisnis pariwisata yang memiliki peminatnya tersendiri dimata perusahaan. Harga yang bersaing dan

diikuti fasilitas yang cukup memenuhi standar, menjadikan perusahaan lebih memilih incentive tour di kota Cirebon sebagai solusi bagi para karyawannya yang ingin dibahagiakan.

Salah satu penyedia jasa tour yang ada di kota Cirebon adalah PT. Muharomi Kreatif Semesta. PT Muharomi Kreatif Semesta merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang Jasa Event, Project Management yang berpengalaman dalam memenuhi kebutuhan acara serta mampu bersaing untuk memberikan pelayanan harga dan fasilitas terbaik. Jasa Wisata Tour Organizer dengan legalitas CV Moharomi Kreatif Semesta berdiri sejak tahun 2009, kemudian berganti menjadi PT Moharomi Kreatif Semesta di tahun 2011.

Perusahaan ini bergerak di bidang jasa pariwisata diantaranya Tour and Travel, Event Organizer dan Wedding Organizer. Jasa Wisata ini berlokasi di Perumahan Bumi Asri Dawuan Blok.A2 No.18 Tengah Tani Cirebon. Jasa wisata ini menyediakan pelayanan Tour Travel diantaranya, Paket Tour Dometik dan Internasional, Haji dan Umrah, paket Outbond, Fun Games, Gathering Perusahaan, dan Kunjungan Kerja, Agen resmi Tiket Ancol Grup dan Taman Safari Indonesia, Event Organizer meeting, Wedding Organizer, dan team building, Tiket pesawat dan kereta api, pemesanan hotel, pengurusan passport dan visa, serta rental kendaraan.



Sumber: Hasil pengolahan data penulis, 2024

Gambar 4.1 Pelayanan Jasa Wisata

Produk dan layanan yang ditawarkan seperti berikut dan telah disesuaikan dengan pangsa pasar atau market share dari kota Cirebon. Selain itu, masih banyak pula PT / CV lain yang menyediakan jasa layanan serupa. PT Muharomi Kreatif Semesta sebagai salah satu penyedia jasa pariwisata di kota Cirebon telah mendapatkan banyak sekali program tawaran

untuk menjalankan incentive tour baik dari lokal maupun luar kota. Seluruh paket yang ditawarkan beragam dan harganya dapat disesuaikan dengan kebutuhan dari konsumen (dapat dilakukan negosiasi).

1. Potensi dan Peluang incentive tour di kota Cirebon, dapat dinilai dari beragam aspek jbaran yang dapat dijelaskan secara mendetail dalam paparan sebagai berikut:

a) Aksesibilitas

- Terhubung dengan akses jalan tol darat hingga kapal udara melalui bandara internasional kertajati
- Dalam proses pengembangan infrastuktur pendukung transportasi yang memadai

b) Fasilitas pendukung

- Hotel dan resort yang berkualitas
- Tempat MICE yang bervariasi

c) Kegiatan Wisata Beragam

- Paket tour budaya, sejarah hingga kuliner menjadi minat para wisatawan
- Wisata belanja yang dimiliki oleh sentra kerajinan tangan dan pasar tradisional Cirebon

d) Keramahan dan keamanan

- Lingkungan kota Cirebon memberikan rasa aman
- karakteristik masyarakatnya yang ramah terhadap wisatawan.

2. Peranan stakeholders terhadap incentive tour

Upaya mensukseskan program *incentive tour*, tentunya memerlukan peran dari para stakeholders sebagaimana yang telah berlangsung dalam seluruh sektor pariwisata. Peranan tersebut dapat dikatakan sebagai berikut:

a) Pemerintah Daerah

- Pengembangan infrastruktur dan fasilitas pendukung
- Pembuatan kebijakan terkait pariwisata

b) Pelaku Usaha Pariwisata

- Hotel, restoran hingga
- travel agen
- menyediakan paket yang menarik
- Inovasi jenis layanan untuk meningkatkan kepuasan dari wisatawan

- c) Investor
  - Investasi dalam pengembangan fasilitas intidanfasilitas pendukung destinasi pariwisata
  - Pengembangan proyek baru yang berpotensi menarik minat wisatawan
- d) Local community
  - Pelestarian budaya dan tradisi lokal
  - Partisipasi aktif masyarakat dalam melayani di bisnis pariwisata

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dengan maraknya peluang dan jumlah penyedia jasa tour yang ada dikota Cirebon, dapat dinilai bahwa kota Cirebon telah memiliki *market share* tersendiri dihati para wisatawan yang merencanakan liburannya di kota Cirebon. Hal ini dapat diartikan bahwa kota Cirebon, memiliki potensiwisata yang telah dilirik bagi wisatawan baik dalam maupun luar kota. Tour and travel memiliki peranan yang sangat penting bagi dunia pariwisata karena merupakan salah satu ujung tombak dalam mengembangkan parwisata sekaligus sebagai motor penggerak untuk wisatawan agar lenih mudah mencari informasi – informasi yang diinginkan dan dapat membeli produk jasa yang ditawarkan. Namun, pemasaran dibidang *incentive tour* masih sangat minim dan hanya diketahui dari mulut ke mulut bukan dengan promosi besar-besaran. Para penyedia layanan tour and travel hanya membuat konsep paket *incentive tour by request* dari perusahaan yang menghubunginya. Belum didapati adanya paket wisata umum yang bergerak pada pasar perusahaan.

### Saran

Para pemilik dari penyedia jasa tour dan travel disarankan untuk memulai pendekatan kepada pemilik perusahaan dan membuat sebuah paket khusus yang ditujukan bagi karyawan dengan penawaran- penawaran menarik lainnya. Melakukan promosi baik melalui offline maupun online di platform Instagram, Tiktok, facebook, ataupun iklan di youtube dan bekerjasama dengan influencer sekaligus memperkenalkan kan pariwisata baik didalam maupun diluar kota Cirebon.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Foster, D. L. (2002). *Sales and Marketing For The Travel Professional*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Suryono, C., Khalim, A., & Irawan, J. A. (2023). *Management Layanan Destinasi Wisata Kopeng*.
- Susilo, W. H. (2011). *Observasi di Kota Cirebon: Suatu Potensi Pariwisata dengan Meningkatkan Keberadaan Heritage*. Artikel. DIKTI.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Yoeti, Oka. (1990). *Pengantar Ilmu Pariwisata (Edisi Revisi)*. Bandung: Penerbit Angkasa.