STRATEGI PROMOSI TIC (*TOURIST INFORMATION CENTER*) DI PUSAT DOKUMENTASI DAN INFORMASI KEBUDAYAAN MINANGKABAU (PDIKM) KOTA PADANG PANJANG

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program Studi Pariwisata Syariah

Disusun Oleh :

FADHILLA PRADIYANTI
NIM: 3519041

PROGRAM STUDI PARIWISATA SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M.DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI

TAHUN 2023

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"Strategi Promosi TIC (*Tourist Information Center*) Di Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) Kota Padang Panjang"** yang disusun oleh **FADHILLA PRADIYANTI, NIM 3519041,** skripsi mahasiswa program studi S1 Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi Tahun 2023.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan permasalahan yang ada pada TIC (*Tourist Information Center*) di PDIKM, yang mengalami kurangnya dalam pelayanan informasi dan kurangnya dalam mempromosikan wisata terkait PDIKM. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi TIC (*Tourist Information Center*) di PDIKM Kota Padang Panjang.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu, melakukan penelitian berupa observasi, wawancara, dengan menghasilkan informasi lisan dengan tulisan dari apa yang menjadi objek penelitian yang diteliti menggambarkan suatu keadaan tentang Strategi Promosi TIC (*Tourist Information Center*) di PDIKM Kota Padang Panjang.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa strategi promosi TIC (*Tourist Information Center*) di Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau Kota Padang Panjang dalam promosi wisata meliputi strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) yaitu *product, price, place, promotion*. Dan kegiatan yang dilakukan pihak TIC (*Tourism Information Center*) diantaranya, promosi media sosial seperti *instagram, tiktok, dan facebook,* bekerjasama dengan tim, dan melakukan pemasaran konten.

Kata Kunci: *Strategi Promosi, Tourism Information Center*

DAFTAR ISI

ABSTRAK **2**
DAFTAR ISI **3**
KATA PENGANTAR **5**
BAB I **8**
PENDAHULUAN **8**
A. Latar Belakang Masalah 8
B. Identifikasi Masalah 17
C. Batasan Masalah 17
D. Rumusan Masalah 17
E. Tujuan Penelitian 18
F. Kegunaan Penelitian 18
G. Penjelasan Judul 19
BAB II **21**
LANDASAN TEORI **21**
A. Tinjauan Literatur/Landasan Teori 21
1. Teori Pariwisata Syariah 21
2. Teori Promosi 22
3. Teori Pariwisata 27
4. Fungsi *Tourism Information Center* 28
5. Peran *Tourism Information Center* 29
6. Prinsip Pelayanan Dalam Pandangan Islam 31
B. Kajian Terdahulu 35
BAB III **40**
METODE PENELITIAN **40**
A. Jenis Penelitian 40
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian 40
C. Jenis Dan Sumber Data 41
D. Informan Penelitian 42

E. Teknik Pengumpulan Data 43
F. Metode Analisis Data 45
BAB IV 47
HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS PEMBAHASAN 47
A. Gambaran Umum PDIKM Kota Padang Panjang 47
1. Sejarah Singkat kota Padang Panjang 47
2. Visi dan Misi Kota Padang Panjang 50
3. Sejarah Berdirinya PDIKM 51
4. Visi Dan Misi PDIKM 55
B. Hasil Penelitian 56
a. Strategi Promosi di PDIKM Yang Dilakukan Oleh Pihak Staff TIC 56
b. Hambatan TIC Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata PDIKM 63
c. Strategi Promosi Secara Syariah 66
BAB V 70
PENUTUP 70
A. Kesimpulan 70
B. Saran 70
DAFTAR PUSTAKA 72
DAFTAR LAMPIRAN 75

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahi rabbil'alamin atas segala puji kepada Allah SWT, serta rasa syukur tak terhingga penulisnucapkan, atas segala kemudahan serta kasih dan sayang-Nya sehingga proses dalam penyelesaian untuk membuat skripsi ini Allah SWT mudahkan. Shalawat SAW beserta para keluarga dan sahabatnya sekalian yang telah membekali umatnya dengan pengetahuan dan pendidikan yang sempurna. Dengan demikian penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudu**l "Strategi Promosi TIC (*Tourist Information Center*) Di Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau Kota Padang Panjang".**

Penulisan Skripsi ini merupakan syarat dalam penyelesaian program studi S1 Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi guna memperoleh gelar S.E

Keberhasilan penyusunan Skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang sangat tulus, Skripsi ini saya persembahkan untuk ayahanda Agus Prayetno dan ibunda Novemiyanti dan adik Olivia Yashinta Pradiyanti yang sangat saya cintai dan sayangi yang tak pernah lelah memberikan dukungan. Penulis mengucapkan beribu-ribu terima kasih karena sudah menjadi penyemangat penulis dalam mewujudkan cita-cita dan menyelesaikan studi hingga akhir.

Penulisan Skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari pihak lain, oleh karena itu izinkan penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak/Ibu yang telah berjasa dalam penyelesaian Skripsi ini kepada :

1. Ibu **Dr. Ridha Ahida, M.Hum** selaku Rektor Univeritas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi beserta bapak/ibu Wakil Rektor.
2. Ibu **Dr. Hesi Eka Puteri, SE, M.Si** selaku Dekan Dakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univeristas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi
3. Ibu **Dr. Rusyaida D,M.Ag** selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA) dan juga selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak **Cahya Agung Mulyana, S.T.,MPPar** selaku ketua program studi S1 Pariwisata Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
5. Bapak/Ibu Dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi khususnya Dosen FEBI yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan
6. Bapak/Ibu Staff kepegawaian Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi yang telah memberikan kemudahan penulis dalam pengurusan surat menyurat dalam proses perkuliahan hingga penyelesaian Skripsi ini.

7. Bapak **Drs.Maiharman** selaku Kepala Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kota Padang Panjang yang membantu dan memberi izin penulis dalam penelitian.
8. Bapak/Ibu selaku pihak staff TIC di PDIKM Kota Padang Panjang yang telah bersedia membantu dan meluangkan untuk memberikan informasi kepada penulis dalam penelitian ini.
9. Teruntuk orang terdekat terimakasih atas dukungan dan doa yang terus mengalir hingga peneliti menyelesaikan skripsi ini, tanpa dukungan dan motivasi penulis tidak akan kuat sampai saat ini.
10. Teruntuk sahabat-sahabatku, khususnya Hesti Romanda, Tiara Rahmadani Sanjaya dan Tiwy Ananda terimakasih atas kebersamaan serta semangat, motivasi yang telah diberikan.
11. Teruntuk sahabat kos ku, Viska Mai randa, Eka Ratna Dilla Dan Roihana terimakasih atas bantuan, perhatian dan doa dan semangat yang luar biasa.
12. Teruntuk teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas doa dan dukungan dari kalian semua, yang telah memberikan kekuatan dan semangat untuk penulis.
13. Teruntuk seluruh teman-teman seperjuangan program studi Pariwisata Syariah khususnya angkatan 2019 yang telah memberikan pengalaman dan kenangan, serta suka duka di tanah perantauan.

Semoga apapun yang kalian berikan dan doakan akan berbalik pada kalian pula, segala ketulusan dan keikhlasan kalian dibalas oleh Allah SWT dan dimudahkan segala urusannya, Aamiin yaa Rabbal'alamin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk masukan berupa kritikan dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan kepada semua pihak.

Bukittinggi, 8 Juni 2023
Penulis

Fadhilla Pradiyanti

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumatera Barat dianugerahi keindahan alam dan budaya yang melekat serta kuliner yang lezat. potensi yang dimiliki ini memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan nusantara dan macanegara. Sektor pariwisata di sumatera barat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan

makin meningkatnya kebutuhan akan pariwisata. Pembangunan sektor pariwisata diarahkan untuk menjadi sektor andalan dan penarik ekonomi yang mampu menggalakan berbagai kegiatan ekonomi guna menyediakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan peroleh pendapatan asli daerah (PAD). Disamping itu Sumatera Barat mempunyai destinasi wisata yang sangat potensial. Tempat wisata di Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan wisata yang sangat populer di Indonesia. Banyaknya destinasi wisata yang bisa dikunjungi saat liburan tentu memberikan keuntungan tersendiri. Provinsi Sumatera Barat sudah didukung dengan berbagai fasilitas penunjang, pelayanan yang bagus dan masyarakat yang ramah sehingga membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi Sumatera Barat ini. [1]

Sumatera Barat juga menyediakan *halal destination* yang ramah terhadap wisatawan muslim. Beberapa fasilitas yang dibutuhkan wisatawan Muslim seperti kuliner halal, tempat ibadah, hingga hotel dan atraksi yang sesuai dengan syariat Islam. Hal ini dikarenakan sebagain besar masyarakat di Sumatera Barat menganut *adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah* yang sangat kuat dengan nilai-nilai keislamannya. Karena itulah sebagian besar destinasi wisata dan kebudayaan di Sumatera Barat ramah terhadap wisatawan muslim, serta sangat mendukung untuk dikunjungi wisatawan Muslim domestik maupun mancanegara. Menurut fatwa DSN-MUI Nomor:108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah, destinasi wisata halal yaitu kawasan geografis

[1] Rahma Aulia Adenisa. *Potensi Sumber Daya Alam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia.* Jurnal Nasional Pariwisata (JNP). Vol 12. No 1. April 2020.

yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujdunya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah.[2]

Pemerintah Daerah Sumatera Barat terus berkomitmen untuk menjadikan daerah Sumatera Barat sebagai destinasi wisata halal Nasional. Hal ini diwujudkan dengan disahkannya Perda Nomor 01 Tahun 2020 tentang Pengelolaan Pariwisata Halal di Sumatera Barat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman seluruh pihak dan masyarakat tentang penyelenggaraan pariwisata halal di Sumatera Barat. Melalui perda tersebut Pemerintah Daerah Sumatera Barat mendorong para pelaku usaha pariwisata yang ada di Sumatera Barat seperti, UMKM, restoran/rumah makan, hotel, biro perjalanan dan sebagainya untuk memiliki sertifikasi halal yang merupakan salah satu elemen penting bagi *halal destination* di Sumatera Barat, guna mendukung konsep destinasi wisata halal.

Pengelolaan pariwisata yang baik dengan kebijakan yang baik maka akan menberikan dampak positif dan diiringi dengan jaringan dan akses yang baik, jaringan dan akses tersebut dapat berupa pelayanan kepada wisatawan, seperti pelayanan informasi. Pelayanan informasi sangat berpengaruh pada penilaian wisatawan dan pengguna jasa yang lainnya.

Pelayanan adalah dimana suatu tindakan seseorang terhadap yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang tingkat kepuasannya

[2] Henderson, J. C. (2016). *Halal food, certification and halal tourism: Insight from Malaysia and Singapore*. *Tourism Management Perspective*, 30, 1-5

hanya dapat dirasakan oleh orang yang dilayani dan orang yang melayani, jika pelayanan yang diberikan dikelola dengan sangat baik maka wisatawan akan kembali dan menjalin komunikasi dalam mendapatkan informasi lain.[3] Beberapa kawasan di Sumatera Barat misalnya: Kota Padang Panjang di Kawasan Pusat Dokumentasi Informasi Dan Kebudayaan Minangkabau, terdapat TIC *(Tourism Information Center)* yang tugasnya memberikan informasi dan pelayanan kepada wisatawan.

Informasi menjadi salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat, tersedianya informasi membuat wisatawan mendapatkan jawaban yang dapat dipercaya bagi pertanyaan yang diajukan dan memberi kesempatan untuk mengenalkan suatu produk. informasi memiliki peran yang cukup besar dalam membantu suatu keputusan. Oleh karena itu, kegiatan penyampaian informasi perlu dilakukan adanya lembaga khusus yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. lembaga yang dimaksud adalah *Tourist Information Center* (TIC).

Kota Padang Panjang, Kota yang dijuluki sebagai Kota Serambi Mekkah ini merupakan kota yang berada pada jalur silang dan terhubung dengan jalur lintas sumatera sehingga menjadikan kota ini berada pada posisi yang cukup strategis karena terletak pada lintasan regional anatara Kota Padang dengan Kota Bukitinggi. Objek wisata PDIKM memiliki potensi yang

[3] Gianina, Inten Setio. Arik Prasetya dan Rizki Yudhi. *Analisis Peran TouristInformation Center terhadap Pengambilan Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek dan Kawasan Wisata (Tourist Information Center Malioboro).* Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 38 No 1 September, 2016.

dapat menarik kunjungan wisatawan. Terletak di Kelurahan Silaing Bawah yang merupakan kelurahan paling selatan di Kota Padang panjang.

Pesona wisata dan budaya yang luar biasa merupakan salah satu destinasi wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Keragaman adat istiadat dan tradisi, keramahan masyarakat dan kekayaan warisan budaya merupakan ketertarikan yang sangat kuat untuk menarik siapapun agar mengenal dan menikmati sudut kota Padang panjang ini.[4]

Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) salah satu museum kebudayaan minangkabau yang ada di kota Padang Panjang. Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) untuk memberikan informasi mengenai kebudayaan minangkabau dan mengumpulkan berbagai dokumen audio dan visual peninggalan kebudayaan minangkabau.

Tourist Information Center merupakan suatu layanan yang berada di Pusat Dokumentasi Informasi dan Kebudayaan Minangkabau Kota Padang Panjang. pertumbuhan dunia pariwisata selain dipenuhi oleh ragam objek wisata maupun potensi wisata yang dijual harus juga mempunyai nilai jual, oleh karena itu peran promosi yang terus berjalan dan terarah ke berbagai aspek dan tujuan. Peran promosi serta informasi yang transparan atas suatu daerah tujuan wisata sangat penting untuk diketahui wisatawan (*tourist*).

Diperlukan adanya suatu peranan dan tugas pokok yang jelas dalam kinerja pelayanan informasi. Oleh karena itu, faktor tersebut menjadi perhatian

[4] Kementrian Pariwisata*,"Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya",(*Jakarta Selatan : Gedung Film Pesona Indonesia, 2019), hlm.13

utama yang harus dipersiapkan sedini mungkin oleh pihak pusat dokumentasi informasi dan kebudayaan minangkabau khususnya *Tourist Information Center* dalam menghadapi era globalisasi.

Pelayanan informasi yang diberikan oleh *Tourist Information Center* dalam pariwisata di PDIKM padang panjang kepada wisatawan dilakukan secara langsung (*face to face*) maupun secara tidak langsung, yaitu melalui brosur ,internet dan lain-lain. akan tetapi tidak semua wisatawan mengetahui mengenai informasi yang telah di pasarkan karena kurangnya dalam hal promosi. Dengan adanya unit *Tourist Information Center*, maka diharapkan dapat memberi bantuan ataupun kemudahan bagi para pelaku wisata, khususnya wisatawan *(Tourist).* [5]

Dalam penelitian ini, peneliti memilih PDIKM untuk objek penelitian. Dengan banyaknya informasi yang berkaitan tentang budaya minangkabau ini. objek wisata edukasi dan sejarah ini banyak dikunjungi oleh mahasiswa pelajar, dan masyarakat lokal maupun mancanegara. Berikut ini data tentang informasi pengunjung wisatawan ke objek wisata PDIKM dalam beberapa waktu terakhir.

Tabel 1. 1 Jumlah Data Wisatawan Di PDIKM Padang Panjang

Jenis Wisatawan	Tahun			
	2018	2019	2020	2021
Wisatawan mancanegara	32,858	1,098	798	10

[5] Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi.* Jakarta: Prenadamedia Group

Wisatawan Nusantara	15,957	623	369	900

(Sumber: Tourist Information Center PDIKM Padang Panjang)

Dari tabel diatas dapat dilihat dari data informasi jumlah wisatawan yang datang ke PDIKM dari mancanegara dan nusantara dari tahun 2018 sampai 2021. Hal ini menjelaskan bahwa mengalami peningkatan dan penurunan kunjungan wisata pada setiap tahunnya. Penurunan jumlah wisatawan diakibatkan karena mengalami perubahan yang signifikan sehingga membuat pengunjung memilih destinasi wisata yang lain. misalnya seperti wisata buatan ataupun minat khusus. Hal tersebut merupakan suatu perhatian tersendiri bagi pihak PDIKM dalam meningkatkan kualitas dalam pelayanan informasi dan komunikasi. Melihat banyaknya potensi yang di miliki Kota Padang Panjang tersebut, minat wisatawan yang berkunjung dan banyaknya tujuan destinasi wisata yang setiap tahunnya bertambah, maka dari itu pelayanan informasi pariwisata sangat diperlukan dan berpengaruh pada penilaian dan kepuasaan wisatawan dan pengguna jasa pariwisata, karena kualitas pelayanan suatu destinasi wisata dibuktikan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat kunjung wisatawan, sehingga semakin berkualitas layanan informasi yang diberikan maka semakin berminat wisatawan untuk berkunjung. Akan tetapi ,kurangnya sumber daya manusia untuk mempromosikan dan memberikan pelayanan penuh secara langsung kepada wisatawan yang berkunjung ke PDIKM, serta kurangnya minat pengunjung dalam mendapatkan informasi terkait destinasi wisata PDIKM, maka dari itu menjadi suatu hal masalah tersendiri bagi pihak *Tourist Information Center*

Pusat Dokumentasi Infomasi dan Kebudayaan Minangkabau memiliki *Tourism Information Center* atau Pusat Informasi Pariwisata yang berfungsi sebagai tenaga pendamping yang mana sebagai media pengenalan dan promosi pariwisata di PDIKM Kota Padang Panjang.

Tourism Informatian Center juga memiliki tugas memberikan pelayanan penuh secara langsung kepada wisatawan yang berkunjung ke PDIKM, selain itu juga membantu melayani kebutuhan wisatawan dan memperkenalkan destinasi wisata kepada wisatawan yang berkunjung ke PDIKM. PDIKM memiliki potensi untuk mengembangkan pariwisata syariah. Pariwisata syariah tidak hanya untuk wisatawan muslim karena memiliki karakteristik produk dan layanan yang universal. Dimana produk dan layanan yang ditawarkan pariwisata syariah sama seperti pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan hukum syariah,sehingga pariwisata syariah juga tidak terbatas pada wisata religi. Salah satu hubungan yang berkaitan antara TIC dengan pariwisata syariah adalah dari segi pelayanan dan informasi, seperti yang telah disebutkan dalam sebuah hadis masalah tentang pelayanan dan informasi, yang seharusnya dapat diterapkan dengan secara syariah sebagai berikut :

Dijelaskan tentang adab menyampaikan informasi dalam Firman Allah subhanahu Wa Ta’ala.

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, jika daatang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak

menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."(QS Al-Hujurat:49)

Dijelaskan tentang hadis pelayanan dalam islam, Sabda Nabi SAW.

Artinya: "Barangsiapa diserahi urusan manusia lalu menghindar melayani kamu yang lemah dan mereka yang memerlukan bantuan, maka kelak di hari kiamat, Allah tidak akan mengindahkannya." (HR. Imam Ahmad)

Berdasarkan Pra-riset yang telah dilakukan oleh peneliti pada saat magang, menurut salah satu staf pihak TIC (*Tourism Information Center)* yang ada di kawasan wisata PDIKM pada saat wawancara yaitu Ibu Dina Amalia S.Hum. *Tourism Information Center* yang ada di PDIKM dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam informasi dan komunikasi terhadap wisatawan yang berkunjung ke PDIKM. Namun, *Tourism Information Center* di PDIKM ini masih banyak memiliki kekurangan dan masih banyak yang harus dibenahi.seperti keberadaan TIC (*Tourism Information Center)* yang belum diketahui secara luas oleh wisatawan maupun masyarakat sekitar, dimana keberadaan TIC tersebut berada di bawah rumah gadang PDIKM.[6]

Mengingat TIC yang sangat penting dalam meningkatkan kunjungan dan menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung baik itu wisatawan mancanegara atau nusantara. Oleh karena itu, faktor tersebut menjadi perhatian utama yang harus diperhatikan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul ***"Strategi Promosi TIC (Tourist Information***

[6] *Hasil Wawancara Narasumber Ibu Dina Amalia S.Hum.* Staf Pihak PDIKM Kota Padang Panjang, 30 September 2020.

Center) Di Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau Kota Padang Panjang"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat kita tulis sebagai berikut :

1. Kurangnya dalam pelayanan informasi mengenai wisata yang diberikan pihak TIC kepada wisatawan
2. Kurangnya dalam hal mempromosikan wisata terkait PDIKM

C. Batasan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka penulis membatasi hanya pada Strategi Promosi TIC *(Tourist Information Center)* Pada Destinasi Wisata.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah yang diajukan adalah :

1. Bagaimana strategi pihak TIC dalam mempromosikan objek wisata PDIKM ?
2. Apa saja hambatan dalam mempromosikan TIC ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Strategi Promosi TIC *(Tourist Information Center)* Pada Destinasi Wisata.

F. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat praktis
   a. Secara praktis penelitian ini dapat digunakan oleh pihak manajemen organisasi *Tourist Information Center* untuk menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas kerja sehingga para pelaku wisata dapat merasakan peranan yang maksimal dampak pelayanan yang diakukan oleh *Tourist Information Center*
   b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana pembelajaran bagi para pembaca mengenai tema pemasaran wisata kota, terutama wisata Kota Padang Panjang.

2. Manfaat Teoritis

   Secara teoritis penelitian ini memiliki manfaat untuk memperdalam pengetahuan mengenai ilmu pemasaran dan peranan suatu organisasi promosi wisata daerah, terutama pemasaran pariwisata dan badan promosi wisata daerah.

G. Penjelasan Judul

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang terdapat dalam judul proposal skripsi ini sebagai berikut :

Strategi : adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. melalui strategi, manajemen mengartikan rencana berskala dasar dan berorientasi ke masa yang akan datang mereka untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan organisasi mengenai bagaimana, kapan, dan dimana organisasi akan bersaing. Suatu strategi yang baik tidak akan berhasil apabila tidak diikuti dengan kebijaksanaan dan taktik yang tepat. yang dimaksud dengan kebijaksanaan adalah dapat membuat keputusan-keputusan yang tepat dan akurat. Sedangkan taktik adalah bagaimana teknik atau caranya agar kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan dapat bekerja secara terpadu, sehingga dapat bersaing bahkan dapat menempatkan perusahaannya di atas perusahaan lain. [7]

Promosi : merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan

[7] Amirullah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 4

juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.[8]

Strategi Promosi :Strategi merupakan suatu rencana permainan untuk mencapai sasaran yang ingin dicapai suatu unit usaha. Sedangkan Promosi adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen untuk menyampaikan informasi tentang produk atau jasa agar para konsumen tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi promosi adalah perencanaan dan pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada para konsumen dan sasaran lainnya.[9]

[8] Onny Fitriani Sitorus dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017), h. 8.

[9] Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Media Sains Indonesia, 2020), h. 141.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Literatur/Landasan Teori

1. Teori Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah mrupakan kegiatan yang didukung berbagai fasilitas serta layanan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah yang memenuhi syariat islam. Fasilitas dan layanan yang disediakan tidak bertentangan dengan nilai-nilai islam. Sehingga masyarakat muslim dapat menikmati fasilitas dan layanan yang disediakan masyarakat dengan leluasa.[10]

Berdasarkan pengertian di atas, konsep syariah yang tidak melanggar atau bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah berhubungan dengan konsep halal dan haram di dalam islam. Halal diartikan dibenarkan., sedangkan haram diartikan dilarang.

Pariwisata syariah dalam prespektif masyarakat pada umumnya berupa wisata ziarah makam ulama, masjid-masjid, peninggalan-peninggalan sejarah, umrah, haji, dan lain-lain. Sebenarnya pariwisata syariah bukan hanya wisata ziarah melainkan pariwisata adalah trend baru pariwisata dunia yang dapat berupa wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan yang keseluruhannya dibingkai dalam nilai-nilai islam.

---

[10] Kemenpar. (2012, Desember 20). *Kemenparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia.*

2. Teori Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. [11]

Promosi juga merupakan kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang ditujukan untuk memberikan informasi kepada publik dengan harapan tujuan perusahaan tercapai, yaitu terjadinya peningkatan pendapatan sebagi hasil penambahan penggunaan jasa atau pembelian produk yang ditawarkan. [12]

Demikian pula terhadap promosi pariwisata yang memiliki tujuan adalah untuk memberitahukan, membujuk,atau meningkatkan konsumen atau wisatawan supaya wisatawan yang bersangkutan mempunyai keingunnan untuk datang berkunjung ke daerah yang telah dipromosikan. Oleh karena itu promosi wisata harus dilakukan melalui media komunikasi yang efektif, sebab orang-orang yang menjadi sasaran promosi mempunyai selera dan keinginan yang berbeda-beda. Karena, promosi adalah salah satu alat yang digunakan suatu organisasi ataupun perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan cara memberitahu, membujuk,

---

[11] A. Hamdani Dalam Buku Drs. Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Caps, 2012), hlm. 154.

[12] Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, (*Jakarta: Anggota IKAPI, 2010), h. 49

mempengaruhi, mengkomunikasikan kepada konsumen agar membeli produk ataupun jasa yang ditawarkan. [13]

a. Tujuan Promosi

Adapun tujuan dari perusahaan melakukan promosi menurut Tjiptono adalah menginformasikan (i*nforming*), mempengaruhi dan membujuk (*persuading)* serta mengingatkan (reminding).

1. Menginfromasikan

   Dalam hal ini instansi atau organisasi harus menjelaskan bagaimana cara kerja tentang produk tersebut dan meluruskan kesan yang salah dalam menyampaikan, serta membangun citra perusahaan .

2. Mempengaruhi

   Instansi atau organisasi harus dapat mempengaruhi pelanggan agar dapat membentuk pilihan yang ditawarkan, tetapi pada dasrnya promosi ini kurang disenangi oleh sebagian masyarakat, namun pada kenyataannya promosi ini sangat berpengaruh terhadap terjualnya suatu produk.

3. Mengingatkan

   Tujuan promosi ini bertujuan untuk mengingatkan bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat dan juga untuk mengingatkan akan tempat yang menjual produk perusahaan. Tujuan ini sangat penting karena perusahaan akan

[13] Ilham, *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*, (Yogyakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 9.

mempertahankan pembeli yang ada dengan mengingatkan mereka kembali kepada kepuasan yang lalu sehingga mereka tidak berbalik kepada pesaing lainnya.

Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya bagimana orang dapat menjual produk perusahaan, lalu memahaminya berupa sikap menyukai, yakin kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat akan produk tersebut.

b. Bauran Promosi (Promotion Mix)

Bauran promosi merupakan gabungan dari berbagai jenis promosi yang ada untuk suatu produk yang sama agar hasil dari kegiatan promosi yang dilakukan dapat memberikan hasil yang maksimal. Sebelum melakukan promosi sebaiknya dilakukan perencanaan yang matang dan mencakup bauran promosi. Konsep bauran promosi *(promotion mix)* terdiri konteks dasar 4P *(Product, Price, Place, dan Promotion)*.[14]

Adapun aneka macam melakukan promosi, dan kecenderungannya ialah cara yang dipakai makin berkembang, secara garis bedar kelompok cara promosi dapat dibagi menjadi sebagai berikut: *Advertising, Personal Selling,* Publisitas, *dan Sales Promotion.*

1. Periklanan *(Advertising)*

Periklanan merupakan salah satu bentuk kegiatan promosi yang sering dilakukan perusahaan. Periklanan juga dilakukan untuk

[14] Daryanto, *Manajemen Pemasaran Cet. Ke-1,* (Bandung: PT Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera, 2011), hlm. 95.

memasarkan produk baru atau tidak terjangkau salesmen atau *personal selling*. Periklanan sering dilakukan melalui surat kabar, majalah, radio, dan TV. Periklanan juga merupakan salah satu bentuk dari komunikasi (*Impersonal Communication)* yang digunakan oleh perusahaan barang atau jasa.

Kegiatan periklanan ialah kegiatan menyebarluaskan berita (informasi) kepada pasar (masyarakat/konsumen). masyarakat perlu diberi tahu siapa (sponsor) yang berindak melalui media iklan tersebut.

2. Penjualan Perorangan *(Personal Selling*)

Personal Selling adalah kegiatan promosi yang dilakukan antara individu yang sering bertatap muka yang ditunjukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

Dalam operasinya, personal selling lebih fleksibel dibandingkan dengan yang lain. Ini disebabkan karena tenaga-tenaga penjual tersebut dapat secara langsung mengetahui keinginan, moif dan perilaku konsumen sehingga mereka langsung dapat langsung mengadakan penyesuaian seperlunya.

3. Publisitas

Seperti halnya *advertising* (periklanan), publisitas menggambarkan komunikasi massa, namun juga tidak seperti

periklanan mengeluarkan biaya untuk waktu dam rruang beriklan. Publisitas lebih kepada kegiatan promosi yang hampir sama dengan periklanan yaitu melalui media masa tetapi informasi yang diberitakan tidak dalam bentuk iklan tetapi sebuah berita.

Publisitas biasanya dilakukan dalam bentuk berita atau komentar editorial mengenai produk atau jasa dari perusahaan atau lembaga/organisasi. Bentuk-bentuk ini dimuat dalam media cetak atau televisi secara gratis karena perwakilan media menganggap informasi tersebut penting dan layak disampaikan kepada publik. Dengan demikian publisitas ini tidak dibiayai oleh perusahaan atau lembaga/organisasi yang bersangkutan.

4. Promosi Penjualan *(Sales Promotion)*

Bentuk *sales promotion* (promosi penjulan) terdiri dari semua kegiatan promosi yang mencoba merangsang terjadinya pebelian dalam waktu yang singkat. Secara tradisional, promosi penjulan selama ini dipergunakan dalam pasaran barang konsumen yang bergerak cepat.

Promosi penjualan mempunyai beberapa karakteristik yang menonjol, yaitu menarik perhatian, memberikan informasi yang bernilai bagi konsumen, memberikan kemudahan, bersifat membujuk dan menggerakan konsumen untuk terlibat dalam transaksi.

Buaran promosi (*promotion mix)* merupakan variabel-variabel terkendali yang dapat digunakan perusahaan atau lembaga/instansi untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dari pasar tertentu yang dituju perusahaan atau lembaga /isntansi. Bauran promosi didunakan dalam strategi promosi dengan mengkombinasikan unsur-unsur dalam *marketing mix* (bauran pemasaran). *Marketing mix* (bauran pemasaran dalam pelaksanaannya unsur-unsur tersebut saling mempengaruhi dan menunjang satu sama lain yang tidak dipisahkan untuk mencapai pemasaran yang lebih efektif.

3. Teori Pariwisata

Pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. [15] Pariwisata adalah serangkaian kehiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga atau kelompok dari tempat tinggal aslanya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan. Kunjungan yang dimaksud bersifat sementara dan pada waktunya akan kembali ke tempat tinggal semula. [16]

---

[15] Direktorat Jenderal Pariwisata, *Pengantar Pariwisata Indonesia*, dalam Muljadi A.J Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2009.

[16] Muljadi A.J, *Kepariwisataan dan Perjalanan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2010,

Uraian di atas tersebut memiliki pengertian bahwa tidak semua orang yang melakukan perjalan dari suatu tempat asal ke tempat lain termasuk kegiatan wisata. Perjalanan rutin sseorang ke tempat bekerja walaupun mungkin cukup jauh dari segi jarak tentu bukan termasuk kategori wisatawan. Dengan kata lain, kegiatan pariwisata adalah kegiatan bersenang-senang *(leisure*) yang mengeluarkan uang atau melakukan tindakan konsumtif.

4. Fungsi *Tourism Information Center*

Tourist Information Center memiliki fungsi dan tujuan yaitu :

a. Dapat meningkatkan pendapatan daerah dengan menyediakan informasi pariwisata sekaligus menjai media promosi agar daerah tersebut lebih banyak dikenal dan menarik bagi wisatawan.
b. Meningkatkan minat wisatawan untuk datang ke daerah pariwisata yang dituju.
c. Menambah pengetahuan mengenai pariwisaata dan budaya di daerah tersebut.

Berdasarkan fungsinya, terdapat 4 dan 1 tambahan fungsi dari *Tourist Inforrmation Center* menurut Pearce [17]:

a. Fungsi Promosi

Fungsi utama *Tourist Information Center* adalah sebagai tempat sarana informasi. informasi yang disampaikan menjadi media terutama bagi daerah setempat, mempromosikan daerah wisatanya. Dengan

[17] Widjaja,H.A.W.Komunikasi: *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat.* Jakarta: Bumi Aksara. 2010

begitu, pendapatan daerah tersebut juga dapat meningkat karena adanya fungsi promosi.

b. Fungsi Orientasi dan Peningkatan Kunjungan

Desain *Tourist Information Center* yang menarik dan memberikan pengalaman tersendiri,dapat mengundang lebih banyak pengunjung untuk datang. Selain itu, *Tourist Information Center* juga perlu memberikan rekomendasi seputar lokasi dan tempat wisata baru yang dapat didatangi pengunjung.

c. Fungsi Kontrol dan Penyaringan

Tourist Information Center berperan dalam menjadi titik gerbang utama pengunjung menuju destinasi wisata lainnya. Fungsi ini membuat *Tourist Information Center* dapat mengantarkan dan menyebar ratakan pengunjung ke titik-titik daerah wisata pada daerah tersebut.

d. Fungsi Subsititusi

Bukan hanya sekadar menjadi pusat informasi sebagai titik masuk pengunjung ke wisata lain, namun Tourist Information Center juga dapat berperan menjadi objek wisata itu sendiri. Tentunya harus dengan mempunyai cara yang menarik.

5. Peran *Tourism Information Center*

a. Menyediakan Informasi wisata

Tugas utama staff TIC adalah menyampaikan informasi wisata. Informasi wisata disampaikan kepada wisatawan secara lisan. Staff

TIC sebagai komunikator harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Informasi yang tepat dan benar menjadi prioritas utama bagi staff TIC untuk menjaga nama baiknya. Nama baik dijaga dengan memberi kesan pertama, yaitu sapa,senyum,dan sabar.

c. Memberi Kemudahan dan Menyelesaikan Masalah Wisatawan

Staff memberikan penjelasan informasi satu persatu secara bertahap. Bagaimanapun latar belakang informasi yang dimiliki wisatawan, informasi TIC tetap memberikan gambaran pada wisatawan. Staff juga berupaya menghadirkan beberapa agen perjalanan berkualitas.

Kemudahan dan penyelesaian masalah oleh staff TIC juga tercermin dari kenyamanan yang dibangun. Kenyamanan dibangun oleh staff TIC dari komunikasi. Berbagi pengalaman kepada wisatawan dan sesama staff, mendorong terbangunnya komunikasi bersifat kekeluargaan.. Staff maupun wisatawan dapat merasa nyaman dalam berkomunikasi. Kenyamanan ini juga menimbulkan toleransi sosial.

d. Meningkatkan Lama Kunjungan

Melalui tugas staff TIC sebagai penyampai informasi, kegiatan publisitas secara otomotis terlaksana. Publisitas dilakukan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Wisatawan yang sudah mengetahui obyek wisata, seringkali ragu mengunjungi karena takut merugi. Staff TIC berupaya menyakinkan dalam hal ini bukan memaksa, tetapi

menggambarkan hal-hal yang bisa dilakukan atau didapatkan wisatawan di obyek wisata tersebut. Sehingga menarik minat wisatawan mengunjungi obyek wisata.

e. Mengumpulkan Data Wisatawan

Pendataan yang dilakukan staff TIC dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan bertanya langsung pada wisatawan dan pengsisian blanko komentar. Jika dilihat dari kedua metode penggalian data, bertanya langsung kepada wisatawan adalah cara yang dapat mendata wisatawan lebih dalam. Saat staff TIC bertanya mengenai informasi yang diinginkan wisatawan, maka staff akan mendaaptatkan data mengenai kebutuhan dan keinginan wisatawan, dan karakter wisatawan.

6. Prinsip Pelayanan Dalam Pandangan Islam

Menurut ensiklopedi islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah. Agar suatu pelayanan harus lebih terarah maka semua pihak harus mempunyai pedomana dan prinsip yang dituangkan dalam ajaran islam. Dimana islam menekankan keabsahab suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum. [18]

Adapun konsep pelayanan dalam islam adalah sebagai berikut:

a. Prinsip Tolong Menolong *(Ta'awun)*

[18] Daryanto & Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan*, (Yogyakarta : Gava Media, 2014), h.135.

Memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Sebagai mana dijelaskam dalam ayat al quran :

اللهَ ۖإِنَّ اللهَ ۖوَاتَّقُوا وَالْعُدْوَانِ الْإِثْمِ عَلَى تَعَاوَنُوْا وَلَا وَالتَّقْوٰىۖ الْبِرِّ عَلَى وَتَعَاوَنُوْا الْعِقَابِ شَدِيْدُ

Artinya: Dan tolong menolong lah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran, Dan bertaqwalah kamu kepada Allah sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (Al-Maidah 5:2)[19]

Maksud ayat diatas adalah di ibaratkan orang berilmu membantu orang lain dengan ilmunya, orang kaya membantu dengan kekayaannya. Dan hendaknya kaum muslimin menjadi satu tangan dalam membantu orang yang mmebutuhkan. Jadi, seorang mukmin setelah suami amal shalih, berkewajiban membantu orang lain dengan ucapan atau tindakan yang memmacu semangat orang lain untuk beramal.

f. Prinsip Memberi Kemudahan *(At-Tasyir)*

Menyadari tabiat mansia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekannya, maka Allah SWT menurnkan syariat'at islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan adalah menghilangkan

[19] Nurdi Ali, *Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: Universitas Islam Terbuka, 20010), h. 14

hal-hal yang menyukitkan *(masyaqah)* masyarakat yang berlebih-lebihan, dan menghabiskan daya manusia dalam melaksanakannya. [20]

Meskipun demikian tidaklah berarti bahwa syariah islam menghilangkan sama sekali kesulitan yang mungkin di alami oleh manusia dalam kehidupannya. Hanya saja diharpakan ketentuan yang terdapat dalam syariat islam dapat mengurangi kesulitan bagi manusia. Hal ini sesuai dalam firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah 185 yaitu :

هَٰذَٰكُمۡ مَا عَلَى اللهَ وَلِتُكَبِّرُوا الۡعِدَّةَ وَلِتُكۡمِلُوا الۡعُسۡرَ بِكُمُ يُرِيۡدُ وَلَا الۡيُسۡرَ بِكُمُ اللهُ يُرِيۡدُ تَشۡكُرُوۡنَ وَلَعَلَّكُمۡ

Artinya: Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu, dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.

g. Prinsip Lemah Lembut *(Al-Layin)*

Untuk berlaku lemah lembut juga telah dijelaskan dalam Al-quran dalam Q.S Ali Imron 159 yang berbunyi :

عَنۡهُمۡ فَٱعۡفُ ۖ حَوۡلِكَ مِنۡ لَٱنفَضُّواْ ٱلۡقَلۡبِ غَلِيظَ فَظًّا كُنتَ وَلَوۡ ۖ لَهُمۡ لِنتَ ٱللَّهِ مِّنَ رَحۡمَةٍ فَبِمَا ٱلۡمُتَوَكِّلِينَ يُحِبُّ ٱللَّهَ إِنَّ ۚ ٱللَّهِ عَلَى فَتَوَكَّلۡ عَزَمۡتَ فَإِذَا ۖ ٱلۡأَمۡرِ فِي وَشَاوِرۡهُمۡ لَهُمۡ وَٱسۡتَغۡفِرۡ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu betlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah, sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.

Yang dimaksud dengan bersikap keras disini adalah bertutur kata kasar. Al-hasan mengatakan " Berlaku lembah leembut inilaj akhlaq

[20] Husnul Khatimah, *Penerapan Syariah Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011),h.89

Muhammad shallallahu ‘alahi wasallam yang dimana beliau diutus dengan membawa akhlaq yang mulia ini.[21]

h. Prinsip Kekeluargaan *(Ukhuwah)*

Ukhuwah yang secara jelas dinyatakan dalam Al-Qur’an adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinanya bukan karena agama. Ini tercermin jelas dalam ayat Al-Qur’an surat Al-Hujurat 10 yang berbunyi:

تُرْحَمُونَ لَعَلَّكُمْ ٱللَّهَ وَٱتَّقُوا۟ ۚ أَخَوَيْكُمْ بَيْنَ فَأَصْلِحُوا۟ إِخْوَةٌ ٱلْمُؤْمِنُونَ إِنَّمَا

Artinya: Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.

Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik. Adapun pelayanan yang mempunyai niat yang baik menurut islam yaitu:

1. Pelayanan diberikan sesuai harapan pelanggan dengan merasakan kepuasan secara maksimum.
2. Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan tetapi konsumen tidak mengetahuinya.
3. Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan pelanggan mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana tugas pelayanan.

Baik Alquran maupun hadis memberikan pedoman tertentu dalam masalah tata karma untuk kebaikan perilaku dalam masalah bisnis. Seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku bisnis

[21] Taisirul karimir Rahman, *Tafsir Al-Qurthubi*,(Bandung: Dar Ibni Hazm, 2010), h.639

mereka sesuai yang dianjurkan Alquran dan Sunnah. Sopan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan juga merupakan dasar-dasar jiwa melayani dalam bisnis.

Sikap melayani adalah salah satu prinsip bisnis yang islami Rasullah mengatakan "saidul kaunkhalimuhum" (pengurus/pengusaha itu adalah pelayanan bagi customernya). Karena itu sikap murah hati, dan sikap melayani mestilah menjadi kepribadian semua karyawan yang bekerja. [22]

B. Kajian Terdahulu

Penelitian masa lalu merupakan hal yang sangat membantu untuk dijadikan bahan kajian dan acuan yang memberikan garis besar dari penelitian masa lalu. Setelah peneliti melakukan peninjauan kepustakaan atas kajian terdahulu, peneliti menemukan pembahasan yang hampir sama dengan judul peneliti sebagai berikut :

1. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Subur Novia R. Dengan judul **"Strategi Pengembangan *Tourist Information Center* (TIC) sebagai Penyedia Layanan Informasi Pariwisata di Kota Ternate (Studi Kasus Dinas Pariwisata Kota Ternate) "** pada tahun 2020. Menjelaskan tentang strategi yang dilakukan oleh dinas pariwisata dalam pengembangan *Tourist Information Center* sebagai penyedia layanan informasi pariwisata menggunakan analisis SWOT kemudian faktor ini digunakan untuk

[22] Endang Soetari, *Ilmu Hadits Kajian Diriwayah dan Diriyah*, (Bandung: Mimbar Pustaka,2010),h.140

membuat strategi berdasarkan matriks SWOT. Media informasi yang tersedia di *Tourist Information Center* kurang di update. sehingga diperlukan media informasi yang lain. [23]

2. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Andiwi Meifilina. Dengan judul **"Peran *Tourism Information Center* (TIC) pada Gangguan Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Blitar"** pada tahun 2021. Menjelaskan tentang bagaimana kontribusi penggunaan media sosial instagram yang digunakan oleh *Tourism Information Center* (TIC) di kabupaten Blitar dalam menjalankan perannya dalam mempromosikan pariwisata di kabupaten Blitar. Dengan tujuan menggunakan media sosial instagram agar dapat tersampaikan secara maksimal kepada pengguna pesan sosial isntagram dan konten promosi agar penyebarannya efektif. [24]
3. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zuriadi Wira Negara. Dengan judul **"Tourist Centre Di Singkawang"** pada tahun 2020. Menjelaskan tentang peningkatan jumah kunjungan wisata di Kota Singkawang serta kabupaten di sekitar Kota Singkawang tidak sebanding dengan peningkatan fasilitas layanan. Walaupun industri pariwisata terus meningkat, namun belum ada fasilitas berupa layanan terpusat yang mengambil peranan dalam menginformasikan dan mempromosikan pariwisata tersebut. [25]

---

[23] Novia R,Subur, *Strategi Pengembangan Tourist Information Center (Tic) Sebagai Penyedia Layanan Informasi Pariwisata Di Kota Ternate (Studi Kasus Dinas Pariwisata Kota Ternate*) ,2020.

[24] Meifilina Andiwi, *Peran Tourism Information Center (TIC) pada Gangguan Media Sosial Instagram dalam Mempromosikan Pariwisata Kabupaten Blitar*,2021.

[25] Negara,Zuriadi Wira*, Tourist Centre Di Singkawang*,2020.

4. Hasil penelitian yang dilakukan Joanna Kusumadewi Suwito, Judy Djoko Wahjono Tjahjo, & Astri Yogatama. Dengan judul **"Strategi Komunikasi Online Public Relations Tourism Information Center (TIC) Surabaya dalam Melakukan Komunikasi Pariwisata di Kota Surabaya"** pada tahun 2020. Menjelaskan tentang strategi komunikasi *Public Relations* (PR) *Tourism Information Center* (TIC) surabaya dalam melakukan komunikasi pariwisata di surabaya. TIC surabaya sebagai media informasi dam media promosi pariwisata merupakan praktisi yang menjalankan aktivitas PR sebagai representasi dari dinas kebudayaan dan pariwisata kota surabaya.[26]
5. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Norma Veliska Daraginari, Septi Mariasari. Dengan judul **"Strategi Penawaran Objek Wisata Berbahasa Inggris Di *Tourist Information Center* Malioboro Yogyakarta"** pada tahun 2021. Menjelaskan tentang banyakanya wisatawan yang berkunjung setiap harinya membuat TIC malioboro menjadi perantara wisatawan dalam mencari informasi wisata, *Tourist Information Center* malioboro sangat baik dalam memberikan penawaran objek wisata di yogyakarta berbahasa inggris kepada wisatawan asing. [27]

[26] Suwito,Joanna Kusumadewi,Dkk. *Strategi Komunikasi Online Public Relations Tourism Information Center (TIC) Surabaya dalam Melakukan Komunikasi Pariwisata di Kota Surabaya.*2020

[27] Daraginari, Norma Veliska,Dkk. *Strategi Penawaran Objek Wisata Berbahasa Inggris Di Tourist Information Center Malioboro Yogyakarta.*2021

6. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Usman Renda, Adam Rilla, Nasrullah, Indah Mutmainah. Dengan judul **"Strategi Pengelolaan *Tourism Information Center* (TIC) Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan"** pada tahun 2020. Menjelaskan tentang pengelolaan TIC agar kedepannya dapat dikelola dengan lebih baik. yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi dalam pengambilan kebijakan pengelolaan kepariwisataan oleh pemerintah setempat. Berdasarkan hasil analisis keseluruhan faktor / dimensi persepsi wisatawan terhadap pelayanan *Tourism Information Center* (TIC) di dinas kebudayaan dan pariwisata provinsi sulawesi selatan berada pada kategori tidak puas. Untuk menjadikan kualitas pelayanan di TIC menjadi pelayanan yang prima, maka pengelola perlu meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan tingkah laku petugasnya dengan cara seperti : memperhatikan penampilan petugas TIC, memberi informasi yang tepat, memberikan pelayanan yang tepat waktu, menghindari kesalahan ketika memberikan pelayanan, dapat menghargai saat melayani, menjaga sikap pada saat melayani, meningkatkan pengetahuan petugas TIC, dapat menggunakan bahasa yang mudah dan jelas terhadap wisatawan. [28]

Secara umum, dari penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terdapat perbedaan. Dari hal tersebut peneliti menemukan bahwa penelitian yang akan diangkat ini merupakan sebuah keterbaruan yang signifikan dari penelitian-penelitian terdahulu,dimana penelitian terdahulu digunakan dengan

[28] Renda Usman, Rilla Adam,Dkk. *Stategi Pengelolaan Tourist Information Center Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan*.2020

variabel kuantitafif sedangkan penelitian terbaru yang disajikan ini terdapat fenomena-fenomena atau informasi baru yang akan tentu saja dapat mengembangkan penelitian sebelumnya dan digunaakan dengan riset kualitatif. Penelitian yang dilakukan ini untuk memberikan penguatan terhadap keseluruhan dalam penelitian sebelumnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif berfungsi dalam membantu peneliti untuk mencari, mengumpulkan, mengolah serta menganalisis data hasil penelitian. Selain itu, metode ini juga dapat membantu peneliti untuk memperoleh informasi lebih mendalam ketika wawancara.

Penelitian kualitatif menelaah yaitu pengumpulan data dilakukan dalam bentuk kata-kata baik lisan maupun tulisan, ucapan, isyarat, pengalaman dan perilaku yang dapat diamati.[29] Berbeda dengan penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif bernaung di bawah kutub paradigma interpretivisme, subyektivisme, definisi sosial.[30] Oleh karena itu, peneliti memilih metode kualitatif untuk menganalisis strategi promosi TIC *(Tourist Information Center)* Dalam Pemasaran Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) Di Kota Padang Panjang

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapat gambaran dan informasi yang lebih jelas, lengkap, serta memungkinkan dan mudah bagi peneliti untuk melakukan penelitian observasi. Oleh karena itu, maka penulis

---

[29] Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, Kencana, Jakarta, 2010, hlm. 288

[30] Burhan Bungin, *Analisis Data Penlitian Kualitatif,* PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 14

menetapkan lokasi penelitian adalah tempat di mana penelitian akan dilakukan. Dalam hal ini, penelitian ini dilakukan di Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minangkabau yang terletak di Jl. Bustanil Arifin. SH. Silaing Bawah Kec.Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang. Sumatera Barat 27118.

C. Jenis Dan Sumber Data

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu jenis penelitian yang memberikan gambaran atau gambaran tentang suatu keadaan untuk mengumpulkan informasi yang diperoleh. Data berasal dari sumber-sumber yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti, sehingga data yang didapat bersumber dari subyek yang terpercaya. Hal ini dilakukan agar memperoleh data dari sumber yang relevan terhadap penelitian. Pada penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subyek terkait permasalahan sesuai dengan penelitian.[31] Dalam penelitian ini data primer yang digunakan terkait tentang data-data strategi promosi TIC. Untuk mendapatkan data primer dalam penelitian dilakukan melalui wawancara dan observasi. Dengan demikian data primer dalam penelitian ini adalah keterangan dari wawancara penulis dengan 3 orang yaitu sebagai berikut :

[31] Suharsini Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta, Rineke Cipta, 2011,hlm.22

1. Staf bagian TIC *(Tourist Information Center*) Ibu Dina Amalia S.Hum
2. Staf bagian TIC (*Tourist Information Center*) Bapak Ihsan
3. Wisatawan yang berkunjung 1 orang

b. Data sekunder

Data Sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung. pada umumnya, data sekunder diperoleh dari riset perpusatakaan yaitu dengan mengumpulkan, membaca, dan memahami teori-teori dari buku artikel, jurnal, majalah atau data dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu strategi promosi TIC di pusat dokumentasi dan informasi kebudayaan minangkabau Padang panjang.

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif posisi sumber data yang berupa manusia (narasumber) sangat penting peranannya sebagai individu yang memiliki informasinya. Peneliti dan narasumber di sini memiliki posisi yang sama, oleh karena itu narasumber bukan sekedar memberikan tanggapan pada yang diminta peneliti, tetapi ia dapat lebih memilih arah dan selera dalam menyajikan informasi yang ia miliki. Karena posisi inilah sumber data yang berupa manusia di dalam penelitian kualitatif disebut sebagai informan. Informan dalam penelitian adalah orang atau pelaku yang benar-benar tahu dan menguasai masalah, serta terlibat

langsung dengan masalah penelitian.[32] Informan dalam penelitian ini adalah 3 (tiga) orang, yaitu merupakan staf pihak TIC (*Tourist Information Center)* di PDIKM dan wisatawan yang berkunjung. .

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah penting dalam sebuah penelitian, yaitu sebagai bahan analisis dari hasil penelitian. Dalam penelitian metode yang akan digunakan antara lain:

a. Observasi

Dalam penelitian ini, segala instrument yang berhubungan dengan Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian secara langsung maupun tidak langsung. Pengamatan biasanya menggunakan panca indera seperti mata, telinga.[33] Metode observasi yang digunakan yaitu non partisipasi, yaitu pengamatan yang dilakukan peneliti dengan mengambil jarak atau menjauhkan diri dari keterlibatan peneliti dalam aktivitas subjek yang diamati.[34]

Objek penelitian, seperti aktivitas TIC yang bertugas mendokumentasikan aktivitas wisatawan yang sedang berkunjung ke PDIKM dan membuat promosi dalam mengembangkan pemasaran di PDIKM tersebut dilakukan pengamatan agar mendapatkan informasi.

---

[32] H.B. Sutopo, *Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian,* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2010), hlm. 60

[33] Ahmad Tanze, *Metodologi Penelitian Praktis..,* hal. 84

[34] Ditha Prasanti, *Studi Kualitatif Tentang Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan,* Jurnal Lontar Vol. 6 No.1 Januari-Juni 2018, 13-21.

namun hanya mengamati saja mengenai peran *tourist information center* (TIC) guna memperoleh data atau informasi yang diperlukan.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan interview pada salah satu atau beberapa orang yang bersangkutan.Wawancara biasanya dilakukan untuk menggali informasi. [35]

Kegiatan ini dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan pada tujuan penyelidikan dalam interview ini, peneliti mempersiapkan terlenih dahulu pertanyaan-pertanyaan yang diajukan melalui pedoman wawancara. Hal ini digunakan untuk mendapatkan bukti yang kuat sebagai pendukung argumentasi terkait TIC tersebut.

c. Dokumentasi

Agar lebih memperkuat hasil penelitian, peneliti menggunakan dokumentasi berupa foto-foto pada staff TIC melakukan pelayanan informasi kepada wisatawan yang berkunjung .

Dengan demikian sumber data tentang informasi yang berhubungan dengan penelitian dalam bentuk tulisan, melalui data dokumentasi ini peneliti mendapatkan data yang bersifat dokumentatif yaitu mengenai Strategi promosi TIC *(Tourist Information Center)* di PDIKM.

[35] Ahmad Tanze, *Metodologi Penelitian Praktis*..., hal. 89

F. Metode Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif, dimana tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Analisa dilakukan setelah data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini terkumpul. [36]

Metode analisis data dalam penelitian kulitatif dilakukan sejak memasuki lapangan hingga selesai di lapangan. Adapun metode analisis data dilakukan dengan cara :

1. Tahap Reduksi Data, peneliti dituntut harus memiliki kemampuan berpikir sensitive dengan kecerdasan, keluasan, serta kedalam wawasan yang tinggi. [37] Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya.

   Reduksi data dalam penelitian ini akan memfokuskan pada strategi promosi TIC di pusat dokumentasi dan informasi kebudayaan minangkabau (PDIKM) kota Padang Panjang.

---

[36] Andi Mappiare AT, *Dasar-dasar Metodologi Riset Kualitatif Untuk Ilmu Sosial dan Profesi*, (Malang: Jenggala Pustaka Utama, 2011), hal. 80

[37] Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rencana Penelitian*, (Yogyakarta : Ar-ruzz Media, 2011), hal. 106-107.

2. Tahap Penyajian Data, yang meliputi pengklarifisian dan indentifikasi data , yaitu menuliskan kumpulan data yang terorganisir berdasarkan indikator terkait strategi promosi TIC [38]
3. Tahap Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi, dalam penelitian ini merupakan aktifitas pemberian makna dan memberikan penjelasan terhadap hasil penyajian data yang diperoleh dari analisis data terhadap staff TIC, dan wisatawan yang berkunjung terkait strategi promosi TIC .[39]

[38] Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif*, (Makassar : Sekolah Tinggi Theologia Jafray, 2018), hal. 53

[39] Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revis*i, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), hal. 6

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PDIKM Kota Padang Panjang

1. Sejarah Singkat kota Padang Panjang

Padang Panjang merupakan wilayah yang dapat disebut sebagai Minangkabau kecil. Karena penduduknya berasal dari berbagai daerah di Minangkabau. Sehingga dapat dilihat, dialek yang menjadi bahasa sehari-hari bukan dialek yang khas, melainkan dialek standar Minangkabau yang mudah dimengerti. Hal ini terbentuk karena terjadinya asimilasi berbagai adat dan kebudayaan Minangkabau dari berbagai daerah. Salah satu faktornya adalah Padang Panjang sebagai kota perlintasan yang telah dikenal sejak masa lampau.

Padang Panjang adalah salah satunya pintu gerbang menuju pariaman dan Padang yang terkenal dengan empat alur jalan menuju Pariaman dan Padang. *Pertama* Jalan janjang banyak, yaitu jalan yang ada sekarang (Dibuat waktu Gubernur Jendral Van den Bosch 1930 atau jalan yang sering dilewati oleh masyarakat 5 koto dan 6 koto sekarang). *Kedua* Jalan Jawi, yaitu jalan yang terletak di lembah sungai andok. Jalan ini yang sering dilewati oleh masyarakat 4 koto. *Ketiga* Jalan Ambacang Rombok di tambangan yaitu yang sering dilewati oleh masyarakat sekitar daerah Singkarak dan Solok.

Secara geografis Kota Padang Panjang berbatasan langsung dengan Kabupaten Tanah Datar, baik di sebelah utara, selatan, barat maupun timur. Di sebelah utara, barat, dan selatan berbatasan dengan Kecamatan X Koto sedangkan sebelah timur dengan Kecmatan Batipuh. Berikut dipaparkan batas wilayah Kota Padang Panjang:

Tabel 4.1 Batas Wilayah Kota Padang Panjang

Uraian	Keterangan
Letak Geografis	100 derajat 20 menit - 100 derajat 30 menit BT 0 derajat 27 menit - 0 derajat 32 menit LS
Batas Daerah	Berbatasan Langsung dengan Dua Kecamatan di Kabupaten Tanah Datar yaitu : Sebelah Barat : Kecamatan X Koto Tanah Datar Sebelah Timur : Kecamatan Batipuh Sebelah Utara : Kecamatan X Koto Tanah Datar Sebelah Selatan : Kecamatan X Koto Tanah Datar

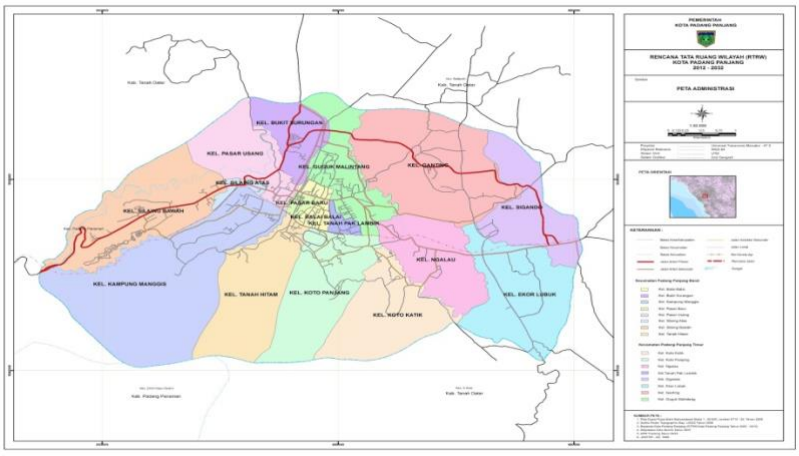
(*Sumber: BAPPEDA Kota Padang Panjang, 2017)*

Berdasarkan tabel diatas, bahwa batas wilayah Kota Padang panjang disebelah berbatasan dengan kecamatan X Koto Kabupaten Tanah datar, sebelah selatan berbatasan dengan X Koto Datar, sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Batipuh Kabupaten Tanah Datar dan sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan X Koto Kabupaten Tanah Datar. Maka dapat disimpulkan bahwa Kota Padang Panjang merupakan kota kecil yang dikelilingi oleh Kabupaten Tanah Datar.

Walaupun kecil, Kota Padang Panjang memiliki posisi yang cukup strategis karena terletak pada lintasan regional antara Kota Padang Panjang dengan Kota Bukttinggi, dan begitu juga antara Kota Solok dengan Kota Bukittinggi.

Kota Panjang berada di daerah di daerah ketinggian yang terletak antara 650 sampai 850 meter diatas permukaan laut, berada pada kawasan pegunungan yang berhawa sejuk dengan suhu udara maksimum 26.1 ºC dan minimum 21.8 º, dengan cerah hujan yang cukup tinggi dengan rata-rata 3.295 mm/tahun. Di bagian utara dan agak ke barat berjejer tiga gunung: Gunung Marapi, Gunung Singgalang dan Gunung Tandikat. Berikut peta yang menggambarkan Kota Padang Panjang secara keseluruhan:

Tabel 4.2 Peta Kota Padang Panjang



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS),2017

Kawasan kota ini sebelumnya merupakan bagaian dari wilayah Tuan Gadang di Batipuh. Pada masa Perang Padri kawasan ini diminta Belanda

sebagai salah satu pos pertahanan dan sekaligus batu loncatan unuk menundukkan kaum Padri yang menguasai kawasan *Luhak Agam*. Selanjutnya Belanda membuka jalur jalan baru dari kota ini menuju Kota Padang karena lebih mudah dibandingkan melalui kawasan Kubung XIII di Kabupaten Solok sekarang. Kota ini pernah menjadi pusat pemerintahan sementara Kota Padan, setelah Kota Padang dikuasai Belanda pada masa agresi militer Belanda sekitar tahun 1947.

2. Visi dan Misi Kota Padang Panjang

VISI : *" Padang Panjang Amanah, Aman, dan Sejahtera"*

Padang Panjang Amanah , memiliki makna pemerintahan derah dan masyarakat Kota Padang Panjang mampu melaksanakan hak dan kewajiban dengan baik sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku. Padang Panjang Aman, memiliki maksud tidak hanya aman dari tindak kriminalitas, tapi yang dimaksud dengan aman lebih luas lagi, yaitu : Masyarakat sudah terlepas dari persoalan kebutuhan dasar serta lebih mandiri. Dan kehidupan yang Sejahtera, menggambarkan kondisi masyarakat dalam keadaan makmur, sehat dan damai.

Dengan demikian Visi Padang Panjang Amanah, Aman dan Sejahtera mengandung makna sebagai kota yang mencerminkan unsur pemerintahan dan masyarakatnya mampu melaksanan hak dan kewajibannya sesuai dengan norma, budaya, dan aturan yang berlaku,

terpenuhinya kebutuhan dasar lebih mandiri sehingga menggambarkan keadaan mayarakatnya yang makmur, sejahtera dan damai.

MISI:

a. Menetapkan Tatakelola Pemerintahan yang Amanah dan Anti KKN.
b. Meningkatkan pelayanan pendidikan yang berkualitas dan islami
c. Meningkatkan Kualitas Kesehatan Masyarakat
d. Meningkatkan Kulitas lingkungan Hidup dan Infrastruktur Kota.
e. Mengoptimalkan Potensi dan Daya Saing Ekonomi Daerah.
f. Mewujdukan Masyarakat yang Sejahtera dan berbudaya.

3. Sejarah Berdirinya PDIKM

Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau berada disebuah kota kecil yaitu Kota Padang Panjang, tepatnya di Keluarahan Silaing Bawah, Kecamatan Padang Panjang Barat. Letak PDIKM tersebut tidak jauh dari jalan raya, rute Padang-Bukittinggi kira-kira 200meter dari jalan.

Berdirinya PDIKM ini merupakan prakarsa dari Bapak Abdul Hamid yaitu seorang tokoh masyarakat Minangkabau yang sehari-harinya menjadi salah satu seorang dari pengurus INS Kayu Tanam Sumatera Barat. Beliau seorang budayawan Minangkabau yang telah banyak sekali berperan dalam melestarikan kebudayaan Minangkabau secara umum dan dari kesenian khususnya.

Bapak Abdul Hamid dalam memprakasrsai pendirian PDIKM ini mempunyai obsesi: “ Kebudayaan Minangkabau yang dikenal masyarakat sebagai kebudayaan oral”. Dalam Minangkabau tidak dikenal aksara (Asli Mianngkabau) yang penurunannya dari mulut kemulut dan dikhawatirkan akan berubah bahkan akan hilang. Ditakutkan generasi yang akan datang hanya akan mengenal kebudayaan sebagai kisah lama dan tinggal kenangan. Gagasan ini hendaknya di abad 20 ini bisa direalisasikan. Secara visusal, Bapak Abdul Hamid menginginkan suatu yang dapat dilihat dalam pelaksanaan upacara-upacara yang benar timbul dalam masyarakat dalam seperti turun mamdi, perkawinan pengangkatan penguhulu, upacara khitanan dan lain sebagainya yang semua ini disamping ada tulisan mengenai ini juga direkam dan dijadikan dokumentasi yang bisa menjadi bahan untuk mempelajari upacara-upacara dalam adat tersebut.

PDIKM dibawahi oleh yayasan yaitu Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau. Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau ini berkedudukan di Jakarta dan didirikan Pada Tanggal 8 Januari 1988 berdasarkan Akta Notaris No.4 Tanggal 8 Januari 1988, Notaris Rini Soemintapoera,SH, yang berkantor dijalan Gandaris Tengah No.III/8 Kebayoran Baru Jakarta Selatan.

Dalam Akta Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau disebutkan, Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut diatas yayasan akan melakukan berbagai kegiatan berupa:

a. Mendirikan sebuah rumah gadang Mianngkabau yang berstruktur asli diatas sebidang tanah di Kelurahan Silaing Bawah, Kecamatan Padang Panjang Barat Kotamadya Daerah Tingkat II Padang Panjang Barat seluas 20.000 M^2 (Dua Puluh Ribu Meter Persegi).
b. Mengumpulkan foto kopi dan nikro film dan sebagainya fari semua tulisan sebelum perang dunia II tentang atau yang berhubungan dari Kebudayaan Minangkabau di majalah-majalah, surat-surat kabar, dan sebagainya yang terdapat diperpustakaan Nasional, Museum Arsip Nasional, Balai Pustaka, dan Sebagainya.
c. Memvideokan semua kegiatan upacara adat asli di berbagai kehidupan minangkabau
d. Merekam lagu-lagu asli (Tradisionaal) Minangkabau.
e. Mengumpulkan alat-alat musik Minangkabau klama atau duplikatnya.
f. Menerjemahkan tulisan-tulisan dalam bahasa asing kedalam bahasa Indonesia.
g. Menyalin tulisan-tulisan yang ditulis dalam tulisan bahasa Arab kedalam Bahasa Indonesia latin.
h. Mengumpulkan dokumen-dokumen atau salinannya yang terdapat dalam perpustakaan diluar Indonesia (Akta YDIKM,1980:2-3).

Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau yang berkedudukan di Jakarta menunjuk beberapa orang orang untuk menjadi pengurus dalam operasional PDIKM sehari-hari yang dikepalai oleh Ir. Yoesoef, B, atau lebih dikenal dengan sebutan Pak “U”, Pak “U” inilah yang

bertanggung jawab untuk kegiatan sehari-hari baik dalam publikasi maupun dalam perawatan dan pemeliharaan.

Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (YDIKM) dalam akta menetapkan kepengurusan yayasan tersebut dalam pasal 7 ayat (4). Akta YDIKM sebagai berikut:

- Ketua Umum : Abdul Hamid
- Ketua : H. Bustanil Arifin, Sarjana Hukum Jakarta
- Bendahara : Drs. Kamaludin Bahoedin, Padang
- Sekretaris : Ans Navis
- Para Anggota : Walikotamadya Daerah Tingkat II Padang Panjang
  Boestanul Arifin Adam, Padang Panjang
  Ali Akbar Navis, Padang
  Dr. Firdaoes Bahaodin, Padang
  Ir. Yoesoef Bahaudin, Padang
  Marwan Arifin, SH, Padang [40]

Pada masa orde baru mentri koperasi Indonesia yang mana juga ketua dari Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (YDIKM) berinisiatif untuk mendirikan sebuah lembaga nonprofit berupa wadah untuk menghimpun berbagai dokumen dan informasi tentang kebudayaan Mnangkau. Abdul Hamid sebagai ketua umum yang hampir sepanjang hidupnya mengabdi pendidikan di Sumatera Barat di minta untuk

[40] Fani Ruktami, Skripsi*:"Sistem Informasi Pengolahan Data Kebudayaan Minangkabau Berbasis Web"*(Batusangkar : Iain Batusangkar,2018) Hlm.7

diperhatikan untuk menjajaki didirikannya lembaga ini pada 8 Januari 1988 didirikanlah Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau.

Pada tanggal 8 agustus 1988 dilakukanlah peletakan batu pertama sebagai tanda dimulainya pembangunan PDIKM diatas tanah seluas 2 Ha dengan arsitektur mengikuti bentuk rumah gadang dan diresmikan pemakaiannya Pada Tanggal 19 Desember 1990. Seiring berjalannya waktu, bertepatan dengan hari jadi Kota Padang Panjang ke 225 Tanggal 1 Desember 2015 di gedung DPRD Kota Padang Panjang atas kesepakatan Yayasan Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau dengan pemerintah Kota Padang Panjang maka pengelola TDIKM dialihkan dari YDIKM kepada Kota Padang Panjang dalam hal ini Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata. Hal ini untuk menjamin pengelola yang lebih baik, baik dalam hal materi, manajemen, maupun sumber daya manusia pengelolanya[41]

4. Visi Dan Misi PDIKM

1. Visi PDIKM

Memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada berbagai kalangan masyarakat melakukan berbagai studi ataupun pengamatan terhadap kebudayaan minangkabau demi terpeliharanya peranan kebudaayaan minangkabau untuk menghadapi perjalanan bangsa indonesia masa mendatang.

[41] Widya Sukma Yolanda, Skripsi: *" Analisis Potensi Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) Sebagai Wisata Sejarah dan Edukasi di Kota Padang Panjang"* (Bukitinggi : Ian Bukittinggi,2020)Hlm.41

2. Misi PDIKM

a) Memperkokoh esksistensi kebudayaan minangkabau ditenfah kebudayaan bangsa di dunia.

b) Menyebarkan informasi potensi kebudayaan minangkbau seluas-luasnya dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi.

c) Mengupayakan PDIKM Padang Panjang sebagai wadah terlengkap yang memiliki dokumentasi kebudayaan minnagkabau.

d) Memeberikan kontribusi poisitif terhadap perkembangan kebudayaan bangsa.

B. Hasil Penelitian

a. Strategi Promosi di PDIKM Yang Dilakukan Oleh Pihak Staff TIC

Strategi promosi adalah salah satu teknik yang dilakukan untuk menerobos selera dan keinginan konsumen, menciptakan citra yang mampu mempengaruhi sejumlah orang yang diharapkan akan mempunyai perhatian produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan yang dilakukan pihak TIC merupakan program kerja yang bertujuan untuk memberitahukan kepada khalayak tentang destinasi wisata PDIKM agar supaya khalayak atau calon wisatawan tertarik untuk berkunjung..

1. Promosi Media Sosial

Pihak *Tourism Information Center* adalah salah satu pihak yang berperan penting dalam mengembangkan dan meningkatkan konsep promosi maupun pusat informasi destinasi wisata PDIKM di Kota Padang Panjang, terutama dalam menyampaikan informasi melalui

berbagai media. Hal ini menandakan bahwa pihak *Tourism Information Center* juga sudah mulai mengatur strategi dalam melakukan promosi wisata.

Adapun saluran promosi yang digunakan *Tourism Information Center* yaitu media sosial, karena dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi wisata informasi yang disampaikan akan lebih cepat diterima oleh khalayak umum, dan informasinya pun akan lebih cepat trending. maka dari itu, *Tourism Information Center* akan lebih mudah untuk menyebarkan informasi tentang wisata agar tempat yang ditawarkan pun bisa menarik wisatawan untuk berkunjung, sehingga wisatawan yang berkunjung ke PDIKM mendapatkan jawaban yang dapat dipercaya. Media Sosial dapat digunakan untuk berbagai hal, di antaranya adalah sebagai media penyebaran informasi, media interaksi sosial, dan media usaha jual beli.

Ini sebanding dengan penelitian penulis yang dilakukan melalui wawancara pribadi ibu Dina Amalia S.Hum selaku staff pihak TIC. Dari hasil wawancara tersebut mengungkapkan:

Tourism Information Center yang ada di PDIKM dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam informasi dan komunikasi terhadap wisatawan yang berkunjung ke PDIKM. Namun, Tourism Information Center di PDIKM ini masih banyak memiliki kekurangan dan masih banyak yang harus dibenahi.

Pihak TIC memang sudah melakukan promosi dari dulu namun belum begitu maksimal, dan pada saat covid-19 melanda wisata PDIKM pun tutup dan tidak ada wisatawan satupun yang berkunjung , sehingga pihak TIC harus melakukan strategi ulang kembali untuk

meningkatkan kunjungan wisata. Dan pihak TIC memilih untuk menginformasikan promosi wisata ke media sosial agar lebih mudah, salah satunya instagram, tiktok dan facebook..[42]

Dari hasil wawancara tersebut, bahwa TIC adalah salah satu pihak yang berperan penting dalam meningkatkan promosi maupun pusat informasi yang ada di PDIKM. Kemajuan teknologi yang ada saat ini juga mesti dimanfaaatkan oleh pihak TIC dalam mempromosikan sektor pariwisata, terutama dalam menyampaikan informasi melalui berbagai media. Hal ini menandakan bahwa TIC juga sudah mulai mengatur strategi dalam melakukan promosi wisata.

"Media Sosial digunakan sebagai salah satu komponen utama yang digunakan melakukan promosi wisata di PDIKM. Karena dengan media sosial informasi yang disalurkan akan lebih cepat sampai ke masyarakat umum."

Media sosial dapat digunakan untuk berbagai hal, di antaranya adalah sebagai media penyebaran informasi, media interaksi sosial, dan media usaha jual beli. Adapun saluran promosi yang digunakan TIC yaitu media sosial, karena dengan menggunakan media sosial sebagai media promosi wisata informasi yang disampaikan akan lebih cepat diterima oleh khlayak umum, dan informasinya pun akan lebih cepat meluas. Maka dari itu, Pihak TIC akan lebih mudah untuk menyebarkan informasi tentang wisata agar tempat yang ditawarkan pun bisa menarik wisatawan untuk berkunjung.

[42] Wawancara Dina Amalia S.Hum, *Staff Pihak TIC Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau,* 28 Maret 2023

2. Bekerjasama Dengan Tim

Untuk menjalankan sebuah perusahaan diperlukan organisasi atau tim yang dapat membuat aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Kerjasama tim sangat berperan dalam perusahaan karena terlibat langsung dalam menyampaikan produk ke pelanggan. bagaimanapun kemajuan teknologi, fungsi orang sebagai bagian dari pelayanan tidak dapat digantikan, perusahaan jasa dapat membedakan dirinya dengan cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan pelanggan. Pengolahan yang baik dari suatu organisasi membutuhkan adanya struktur organisasi yang baik juga, dimana struktur itu dapat membedakan tugas dan fungsi dari setiap organisasi tersebut, sehingga dapat menunjang tercapainya tujuan utama dari organisasi yang bersangkutan.

Dalam proses promosi yang dilakukan pihak TIC sudah mengatur strategi awal yaitu dengan membentuk tim publikasi khusus untuk melakukan promosi. Tim publikasi ini yang ahli dibidang promosi , yang nantinya akan mempublish langsung berbagai kegiatan promosi yang sedang berlangsung di PDIKM. seperti yang diungkapkan oleh Bapak Ihsan Pihak Staff TIC dalam wawancara tersebut:

"Ini juga merupakan strategi yang merupakan rancangan dalam target untuk kedepannya agar dalam mempromosikan wisata ini lebih baik lagi dibanding tahun-tahun sebelumnya, sehingga Pihak TIC bekerjasama dengan tim, dan akan membahas bagaimana project-project yang sudah berjalan, dan melakukan evaluasi kinerja dan program-program baru untuk kedepannya. Tim publikasi ditugaskaan untuk mengelola akun instagraam PDIKM , akan tetapi disini tim tidak hanya fokus pada

kegiatan oromosi saja, namun juga pada saat dalam memberikan informasi kepada wisatawan yang berkunjung dan dibaantu oleh ibu-ibu yang ada di PDIKM yang sudah mengabdi belasan tahun " [43]

Dengan membentuk tim publikasi ini, maka pihak TIC akan lebih mudah dalam menerapkan promosi. Dan ini juga merupakan salah satu strategi TIC dalam melakukan kegiatan promosi Tim publikasi ini harus memiliki ide baru dan kreatif untuk mempromosikan berbagai kegiatan yang sedang berlangsung maupun berbagai event yang ada di PDIKM. Dalam melakukan program informasi yang dibuat, Pihak TIC bekerjasama dengam tim untuk promosi tersebut. Ini merupakan strategi awal yang digunakan pihak TIC dalam hal promosi wisata.

Dari hasil wawancara diatas tersebut, Pihak TIC bekerjsama dengan tim yang akan melakukan kegiatan publikasi di instagram PDIKM, baik itu promosi wisata, event maupun lainnya. Dan pihak TIC dan tim ini mengelola akun @pdikm.padangpanjang sebagai akun promosi PDIKM.

3. Pemasaran Konten

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan staff pihak TIC selama ini adalah dengan terus melakukan promosi di media sosial maupun media cetak serta juga melaksanakan berbagai macam event sehingga nantinya akan menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke PDIKM. Seperti halnya yang paling aktif untuk saat ini melakukan promosi di Instagram.

[43] Wawancara Ihsan, *Staff Pihak TIC Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau,* 27 Maret 2023

Ketika melakukan promosi wisata di Instagram, Pihak TIC menerapkan berbagai macam strategi, agar oromosi yang ddilakukan bisa maksimal.

Strategi yang TIC gunakan dalam melakukan promosi di Instagram yaitu setiap konten yang akan dipostinng di instagram dengan dikemas sebaik mungkin, tidak sebatas sekedar foto atau video. Karena benar-benar harus menyeleksi apakah foto atau video itu sudah menarik untuk meningkatkan minat wisatawan.

Dan menurut hasil wawancara dengan pihak staff TIC Dina Amalia S.Hum, mengungkapkan :

> *"Untuk strategi TIC ini dalam mempromosikan pariwisata di Instagram yaitu dengan menampilkan konten-konten yang menarik, dengan kebutuhan di sekarang ini maupun kebutuhan pariwisata. Contohnya, dengan memposting foto atau video yang menarik untuk memikat wisatawan"*[44]

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas, salah satu strategi yang digunakan untuk melakukan promosi pada media sosial yaitu harus dilihat terlebih dahulu konten atau produk yang akan ditawarkan ke publik memang harus benar-benar menarik, sehingga wisatawan yang melihat tersebut puas, dan mempunyai keinginan untuk berkunjung.

Dalam menayangkan konten destinasi wisata pada media sosial tersebut, harus sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Demikian agar dapat mecapai target dan tujuan maksimal. TIC tersebut juga dalam

[44] Wawancara Dina Amalia S.Hum, *Staff Pihak TIC Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau,* 28 Maret 2023

menayangkan konten tersebut juga harus memperhatikan layak atau tidak layak nya ditayangkan.

Strategi pemasaran yang meliputi gabugan penjualan dan promosi penjualan disini yang peneliti ketahui. promosi yang dilakukan dengan media sosial seperti *instagram, facebook, tiktok* dan untuk brosur mereka hanya melakukan sesekali tidak menjadikannya agenda rutin. pihak TIC selalu membagikan informasi mengenai Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) pada platform media sosial yang mereka miliki. Memberikan informasi pada halaman media sosial mereka yang dimana hal tersebut diharapkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata PDIKM.

Akan tetapi, mengenai strategi promosi yang dilakukan oleh pihak TIC terdapat ada yang belum sesuai dengan strategi yang diharapkan. sesuai yang diungkapkan oleh ibu Dina Amalia S.Hum selaku staff TIC :[45]

"Yang belum maksimal dilakukan adalah pendekatan atau silaturahmi dengan pihak travel agent dan pelaku wisata. dengan alasan jadwal kunjungan yang padat dan tidak menentu dan event yang sedang banyak dilaksanakan di objek wisata pdikm sehingga menjadi hal yang terus kami perbaiki agar bisa kami minimalisir dengan baik lagi dalam memberikan pelayanan yang baik untuk wisatawan yang berkunjung"

Dari hasil wawancara tersebut, yang menjadi salah satu belum strategi yang belum diharapkan oleh pihak TIC karena kurangnya sosialisasi yang diberikan sehingga menjadi hal yang harus diperhatikan

[45] Wawancara Dina Amalia S.Hum, *Staff Pihak TIC Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau,* 28 Maret 2023

kembali oleh pihak TIC dalam memberikan pelayanan dan menjadi strategi awal untuk kedepannya agar terciptanya hubungan antar pelaku wisata dan juga pihak TIC tersebut.

b. Hambatan TIC Dalam Mempromosikan Destinasi Wisata PDIKM

1. Hambatan Pada Lingkungan

Dalam mencapai suatu tujuan, tentunya pasti banyal hal yang harus dilewati untuk bisa memperoleh hasil yang maksimal. Begitupun dalam hal promosi pada instagram, tidak semuanya bisa berjalan mulus seperti yang diinginkan, ada hambatan-hambatan yang mengurangi kegiatan promosi.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Dina Amalia S.Hum staff pihak TIC mengungkapkan:

" Dalam setiap perjalanan akan ada rintangan atu ekspetasi yang tidak sesuai. seperti, mengalami penurunan persentasi atau jumlah kunjungan yang sangat ekstrem sehingga kami tidak bisa mencapai apalagi melebihi target. faktor nya yang mempengaruhi kondisi ini adalah pada sat itu adalah dengan membuat strategi dan target untuk kedepannya, seperti melakukan kembali pendekatan kepada pihak-pihak wisata dan meningkatkan kenyamanan pengunjung serta mengikuti protokol yang diwajibkan sehingga pengunjung menjadi yakin dan tertarik untuk berkunjung ke PDIKM tanpa harus waspada. dan juga peralatan yang seadanya sehingga pihak TIC menggunakan dengan alat pribadi seperti dalam hal kamera untuk dokumentasi"

Dari hasil wawancara diatas tersebut, yang menjadi salah satu hambatan itu pada saat marak-maraknya covid-19 sehingga wisata mati total dan membuat rekapan pengunjug menurun drastis, akan tetapi pihak TIC berusaha mengembalikan dan memiliki target bagaimana untuk kedepannya, hanya saja untuk kekurangan alat pribadi dalam

mempromosikan PDIKM itu masih bisa kami atasi dengan menggunakan alat pribadi kami masing-masing.

Dan menurut dari hasil wawancara dengan salah satu wisatawan yang bekunjung, mengatakan :

"Dalam segi apapun yang ditawarkan oleh pihak staff TIC yang ada di PDIKM sangat baik, hanya saja perlu ditingkatkan lagi dimana dalam segi menyampaikan informasi harus lebih struktual agar bisa lebih dipahami dan juga agar staff yang melayani memakai baju khas adat minangkabau untuk menyambut wisatawan yang berkunjung dan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Dan juga agar staff-staff bisa menguasai bahasa asing lainnya, terlebih lagi banyak wisatawan mancanegara yang berkunjung seperti negara kami yaitu china, karena bahasa cina ini sudah sangat mendunia. sehingga sangat disayangkan jika wisatawan mancanegara tidak mengerti informasi apa yang sudah disampaikan. dan juga dalam harga yang telah ditawarkan oleh PDIKM , saya merasa kurang mahal, karena sebagai tempat yang memiliki banyak sejarah, sejarah sangat mahal bagi saya maka dari itu sangat disayangkan sekali karena jika ada yang rusak pasti akan butuh perbaikan agar destinasi wisata PDIKM ini bagus kembali."[46]

Dari hasil wawancara tersebut, yang menjadi salah satu hambatan itu adalah bahasa asing yang belum semua dikuasai oleh pihak TIC sehingga menjadi hambatan bagi pihak TIC dan wisatawan. karena kurang pahamnya dalam pelayanan informasi yang diberikan. dan juga dalam harga yang ditawarkan itu tidak sesuai harga karena PDIKM penuh dengan sejarah, sehingga sangat disayangkan jika sejarah yang bernilai tinggi tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan.

[46] Wawancara Elly Loe, *Wisatawan di Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau*, 27 Maret 2023

2. Kelemahan dan Kekuatan Pada TIC

Dalam penghambat strategi promosi TIC terdapat kelemahan bagi berlangsungnya TIC dan juga kekuatan yang dapat menunjang kelancaran TIC.

Kekuatan internal yang paling menonjol adalah kekompakan antar staff dimana staff TIC ini bekerjasama Tim dalam melakukan promosi destinasi wisata PDIKM tersebut. Peluang utama dijalankannya TIC ini adalah dengan adanya potensi wisata yangada di PDIKM mampu menarik perhatian wisatawan. dan juga mengevaluasi kembali bagaimana cara kinerja staff TIC tersebut agar memberikan pelayanan yang terbaik kepada wisatawan nanti nya.

Kelemahan pada TIC ini adalah pada sumber daya manusia. Kelemahan ini menjadi yang utama bukan yang paling buruk, akan tetapi mengingat TIC menjadi hal yang penting dalam penyampaian inforrmasi secara langsung, maka peran sumber daya manusia disini sangatlah penting. Staff TIC sebagai penyampai informasi masih memiliki keterbatasan dalam berbahasa dan komunikasi yang belum maksimal.

3. Upaya Yang Dilakukan Staff TIC Dalam Strategi Promosi TIC

Upaya yang dilakukan pihak TIC dalam mengatasi hambatan tersebut di antaranya adalah melakukan *briefing* (diskusi) apa saja yang menjadi terkendala dalam melakukan promosi TIC tersebut. Di dalam *briefing* ini staff TIC membahas project-project yang sudah berjalan, evaluasi kinerja-kinerja bagaimana dalam hal pelayanan yang diberikan,

juga informasi yang disampaikan dan program-program baru innovatif lainnya yang akan ditayangkan pada sosial media mereka dan membuat menarik perhatian wisatawan.

c. Strategi Promosi Secara Syariah

Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) memiliki potensi untuk mengembangkan wisata syariah, wisata syariah tidak hanya untuk wisatawan muslim tetapi wisatawan mancanegara juga bisa. Dimana produk dan layanan yang ditawarkan wisata syariah sama seperti wisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan hukum syariah. Salah satu hubungan yang berkaitan dalam TIC (*Tourism Information Center*) itu sendiri adalah dari segi pelayanan dam informasi.

Adapun strategi promosi yang dilakukan secara syariah di PDIKM dengan pihak TIC itu sendiri diantaranya :

1. Memberikan fasilitas yang lengkap, kemananan dan pelayanan yang baik, seperti adanya tempat ibadah dan toilet yang bersih sehingga pengunjung merasa nyaman dan betah dalam beribadah.
2. Memberikan pelayanan yang terbaik, Dimana TIC itu sendiri harus memberikan pelayanan dengan sopan, santun, senyum, dan ramah. Sehingga setiap wisatawan merasakan dihargai dengan kedatangan mereka.

3. Berpakaian dengan sopan dan rapi, dengan begitu agar bisa telihat lebih enak dipandang oleh wisatawan yang berkunjung, terlebih dengan pelayanan yang diberikan oleh TIC sangat baik
4. Harus bersikap jujur, dimana dalam Islam sangat dilarang berbohong dan menipu yang akan menyebabkan kerugian nantinya. maka dari itu pihak TIC selalu bertindak jujur kepada para wistaawan yang berkunjung dalam hal mempromosikan atau memberikan informasi seputar destinasi wisata yang ada di PDIKM tersebut. Karena dengan jujur akan menjalankan bisnis dengan tenang, akan mengangkat harkat dan martabat detinasi wisata itu sendiri.

Dalam Hadis Nabi dari HR.Bukhari & Muslim:

مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ، وَيُنْسَأَ لَهُ فِي أَثَرِهِ، فَلْيَصِلْ رَحِمَهُ

"Barangsiapa ingin agar rezekinya dilapangkan dan pengaruhnya diluaskan maka hendaknya ia menyambung tali silahturahmi".

Dari sini dapat disimpulkan bahwa dalam suatu usaha kegiatan promosi harus melakukan silahturahmi dengan para konsumen. Karena dengan menjaga silahturahmi dengan para konsumen dapat menjaga hubungan baik demgan mereka dan apabila para promosi semakin banyak bertemu konsumen, semakin banyak pula relasi yang dikenal dan akan semakin memperpanjang tali silahturahmi dengan para konsumen.

1. Nilai-Nilai Kearifan Lokal Secara Syariah

Nilai adalah sesuatu yang berharga, sehingga menjadi patokan dalam kehidupan. Nilai memberi makna dalam suatu hidup, sehingga memberi corak dalam perilaku manusia.[47]

Secara etimologi "kearifan (*wisdom*) kemampuan seseorang dalam menggunakan akal pikirannya untuk menyikapi suatu kejadian, obyek atau situasi". Sedangkan lokal berarti kejadian yang terjadi pada cdaerahnya. Kearifan lokal adalah pikiran positif manusia yang berhubungan dengan alam, lingkungan, yang bersumber dari adat istiadat, nilai agama, petuah-petitih nenek moyang yang terbentuk oleh masyarakat sekitar.[48]

Kearifan lokal merupakan hubungan yang mengatur dalam kehidupan masyarakat yang dikenal sebagai adat. Oleh karena itu, kearifan lokal adalah sebuah sistem yang dianut oleh masyarakat yang mengandung nilai dan norma yang perlu diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Kearifan lokal merupakan hubungan yang mengatur dalam kehiudpan masyarakat yang dikenal sebagai adat. Seiap suku bangsa yang ada di Indonesia memiliki adat yang berbeda, tetapi memiliki kesamaan pada lokalnya dalam menjaga hubungan sesama manusia dengan berbagai macam ritual dan tradisi yang digunakan.

---

[47] Nashihin, *"Internalisasi Nilai-Nilai Agama Islam dalam Pembinaan Akhlak Mulia,"* Jurnal Ummul Qura, Vol. 5, No. 1, 2015, 2.

[48] Imam Santoso Ermawi, *Kearifan Lokal Dalam Perencanaan dan Perancangan Kota Untuk Mewujudkan Arsitektur Kota Yang Berkelanjutan* (Malang: Group Konservasi Arsitektur dan Kota, Universitas Merdeka Malang, 2011), 7.

Adapun kearifan lokal yang dapat terdapat di PDIKM dipaparkan dibawah ini, diantaranya:

a. **Makan Bajamba**, makan bajamba atau juga disebut makan barapak adalah makan yang dilakukan oleh masyarakat minangkabau dengan cara duduk bersama-sama di dalam suatu ruangan atau tempat yang telah ditentukan. Tradisi ini umumnya dilangsungkan di hari-hari besar agama Islam dan dalam berbagai upacara adat, pesta adat, dan pertemuan penting lainnya.
b. **Rumah Gadang,** Dimana memiliki keunikan tersendiri baik dari segi arsitektur maupun nilai filososi yang memaknai rumah gadang tersebut, yang menunjukkan nenek moyang suku Minangkabau dalam membangun tempat tinggal mereka.
c. **Tari Pasambahan,** Tari penghormatan dalam acara-acara yang biasanya diselenggarakan di PDIKM. Sebagai wujud rasa hormat terhadap tamu yang datang. Selain itu, penampilan tarian ini untuk menunjukkan hati yang bersih dan niat tulus dari tuan rumah dalam menerima tamu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang "Strategi Promosi TIC (*Tourist Information Center*) Di Pusat Dokumentasi Informasi Dan Kebudayaan Minangkabau Kota Padang Panjang" maka peneliti menarik beberapa kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang didapatkan yaitu :

1. Strategi promosi destinasi wisata PDIKM yang digunakan oleh staff pihak TIC *(Tourist Information Center)* dalam promosi wisata meliputi strategi Marketing Mix (bauran pemasaran) yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *dan promotion* (promosi)
2. Kegiatan yang dilakukan oleh staff pihak TIC (*Tourism Information Center)* untuk melakukan program kerja dalam strategi promosi meliputi, promosi media sosial, bekerjasama dengan tim, dan pemasaran konten.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang "Strategi promosi TIC di Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau" maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Untuk pihak TIC *(Tourist Information Center)* harus selalu produktif dan inovatif dalam melakukan promosi, lebih bisa ditingkatkan kembali kerjasama dalam pelayanan informasi, dan mengupgrade skill

bahasa asing agar wisatawan merasa puas, dan paham sehingga tertarik dengan apa informasi yang diberikan.

2. Untuk Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau agar bisa selalu menjaga nilai-nilai sejarahnya agar kelak masyarakat khsuusnya Kota Padang Panjang merasa bangga dengan hal-hal sejarah yang sangat melekat dan sudah sangat dikenal.
3. Untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas bahan-bahan penelitian, sehingga didapati strategi promosi TIC di Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau yang lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Tanze, *Metodologi Penelitian Praktis*.., hal. 84
Ahmad Tanze, *Metodologi Penelitian Praktis*..., hal. 89

Andi Mappiare AT, *Dasar-dasar Metodologi Riset Kualitatif Untuk Ilmu Sosial dan Profesi,* (Malang: Jenggala Pustaka Utama, 2011), hal. 80

Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rencana Penelitian*, (Yogyakarta : Ar-ruzz Media, 2011), hal. 106-107.

Amirullah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), 4

A. Hamdani Dalam Buku Drs. Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Caps, 2012), hlm. 154.

Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial*, Kencana, Jakarta, 2010, hlm. 288

Bungin, Burhan.2015, *Analisis Data Penlitian Kualitatif,* PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 14

Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran dan Brand Destinasi.* Jakarta: Prenadamedia Group

Daryanto & Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan*, (Yogyakarta : Gava Media, 2014), h.135.

Daryanto, *Manajemen Pemasaran Cet. Ke-1,* (Bandung: PT Sarana Tutorial Nuraini Sejahtera, 2011), hlm. 95.

Direktorat Jenderal Pariwisata, *Pengantar Pariwisata Indonesia*, dalam Muljadi A.J Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2009.

Ditha Prasanti, *Studi Kualitatif Tentang Penggunaan Media Komunikasi Bagi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan,* Jurnal Lontar Vol. 6 No.1 Januari-Juni 2018, 13-21.

Endang Soetari, *Ilmu Hadits Kajian Diriwayah dan Diriyah*, (Bandung: Mimbar Pustaka,2010), h.140

Fani Ruktami, Skripsi*:"Sistem Informasi Pengolahan Data Kebudayaan Minangkabau Berbasis Web"*(Batusangkar : Iain Batusangkar,2018) Hlm.7

Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication, (*Jakarta: Anggota IKAPI, 2010), h. 49

Gianina, Inten Setio. Arik Prasetya dan Rizki Yudhi. *Analisis Peran Tourist Information Center terhadap Pengambilan Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek dan Kawasan Wisata (Tourist Information Center Malioboro).* Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 38 No 1 September, 2016.

Henderson, J. C. (2016). *Halal food, certification and halal tourism: Insight from Malaysia and Singapore. Tourism Management Perspective*, 30, 1-5

Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif*, (Makassar : Sekolah Tinggi Theologia Jafray, 2018), hal. 53

H.B. Sutopo, *Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*, (Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2010), hlm. 60

Husnul Khatimah, *Penerapan Syariah Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011),h89

Hasil Wawancara Narasumber Ibu Dina Amalia S.Hum. Staf Pihak PDIKM Kota Padang Panjang, 30 September 2020.

Ilham, *Komunikasi Pemasaran: Strategi dan Taktik*, (Yogyakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 9.

Imam Santoso Ermawi, *Kearifan Lokal Dalam Perencanaan dan Perancangan Kota Untuk Mewujudkan Arsitektur Kota Yang Berkelanjutan* (Malang: Group Konservasi Arsitektur dan Kota, Universitas Merdeka Malang, 2011), 7.

Kementrian Pariwisata*,"Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya",(*Jakarta Selatan : Gedung Film Pesona Indonesia, 2019), hlm.13

Kemenpar. (2012,Desember20). *Kemenparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia.*

Mubarok, Nurul. 2017. *"Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista".* Strategi Pemasaran Islam. Vol. 3. No. 1.

Muljadi A.J, *Kepariwisataan dan Perjalanan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010,

Nashihin, *"Internalisasi Nilai-Nilai Agama Islam dalam Pembinaan Akhlak Mulia,"* Jurnal Ummul Qura, Vol. 5, No. 1, 2015, 2.

Nurdi Ali, *Pendidikan Agama Islam*, (Jakarta: Universitas Islam Terbuka, 2010), h. 14

Onny Fitriani Sitorus dan Novelia Utami, *Strategi Promosi Pemasaran*, (Jakarta: FKIP UHAMKA, 2017), h. 8.

Rahma Aulia Adenisa. *Potensi Sumber Daya Alam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia.* Jurnal Nasional Pariwisata (JNP). Vol 12. No 1. April 2020.

Suharsini Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta, Rineke Cipta, 2011,hlm.22

Taisirul karimir Rahman, *Tafsir Al-Qurthubi*,(Bandung: Dar Ibni Hazm, 2010), h.639

Tengku Firli Musfar, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Media Sains Indonesia, 2020), h. 141.

Wawancara Dina Amalia S.Hum, *Staff Pihak TIC Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau,* 28 Maret 2023

Wawancara Elly Loe, *Wisatawan di Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau,* 27 Maret 2023

Wawancara Ihsan, *Staff Pihak TIC Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau,* 27 Maret 2023

Widya Sukma Yolanda, Skripsi: *" Analisis Potensi Pusat Dokumentasi Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) Sebagai Wisata Sejarah dan Edukasi di Kota Padang Panjang"* (Bukitinggi : Iain Bukittinggi,2020)Hlm.41

Widjaja,H.A.W.Komunikasi: *Komunikasi dan hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bumi Aksara.2010

DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara Dengan Narasumber :

Nama **:Dina Amalia S.Hum**

Jabatan **:Pihak Staff TIC Pusat Dokumentasi Informasi Dan Kebudayaan Minangkabau (PDIKM)**

1. Apa sajakah kegiatan yang dirancang oleh TIC dalam mempromosikan destinasi wisata PDIKM?
2. Apa saja media yang dipakai oleh TIC dalam proses mempromosikan destinasi wisata PDIKM?
3. Apakah TIC memiliki target dalam hal mempromosikan destinasi wisata PDIKM untuk kedepannya?
4. Apa yang menjadi kendala pihak TIC dalam mempromosikan wisata PDIKM?
5. Apa upaya untuk mengatasi hambatan yang dihadapi TIC dalam mempromosikan wisata?

Nama **:Ihsan**

Jabatan **:Pihak Staff TIC Pusat Dokumentasi Informasi Dan Kebudayaan Minangkabau (PDIKM)**

1. Apa sajakah kegiatan yang dirancang oleh TIC dalam mempromosikan destinasi wisata PDIKM?
2. Apa saja media yang dipakai oleh TIC dalam proses mempromosikan destinasi wisata PDIKM?
3. Apakah TIC memiliki target dalam hal mempromosikan destinasi wisata PDIKM untuk kedepannya?
4. Apa yang menjadi kendala pihak TIC dalam mempromosikan wisata PDIKM?
5. Apa upaya untuk mengatasi hambatan yang dihadapi TIC dalam mempromosikan wisata?

Pedoman Wawancara Dengan Wisatawan :

Nama :Elly Loe

1. Apa yang membuat anda tertarik untuk berkunjung ke destinasi wisata PDIKM?
2. Apakah menurut anda harga yang ditetapkan oleh PDIKM untuk berkunjung ke destinasi wisata sudah cocok dengan apa yang ditawarkan?
3. Bagaimana pendapat anda tentang wisata PDIKM yang ditawrkan oleh TIC?
4. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh para staff TIC terhadap wisatawan, apakah sudah sesuai dengan apa yang anda harapakan sebelumnya?

Lampiran 1

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

Nomor : 498.9/In.26.3/PP.00.9/11/2022

Tentang

Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi S1 Pariwisata Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Membaca : Lembaran Pengajuan Judul Proposal Skripsi dan Penetapan Pembimbing oleh Ketua Program S1 Pariwisata Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi an. **Fadhilla Pradiyanti** NIM. **3519041** tanggal 28 November 2022

Menimbang :
a. bahwa untuk lebih terarah dan terkoordinirnya penulisan Skripsi mahasiswa UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, maka perlu ada Pembimbing.
b. bahwa nama yang tersebut dibawah ini, dipandang cakap dan mampu untuk diangkat sebagai Pembimbing.

Mengingat :
1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 4286);
2 Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5336);
3 Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 5500);
4 Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2019 tentang Pendidikan Tinggi Keagamaan, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 120, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomr 6263);
5 Peraturan Presiden RI No. 85 Tahun 2022 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi menjadi Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 135).
6 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2015 jo Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (Berita Negara Republik IndonesiaTahun 2017 Nomor 1598);
7 Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2017 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 1328);

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : Menyetujui Outlines, Daftar Kepustakaan bagi Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul **" Strategi Promosi TIC (Tourist Information Center) Di Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) Kota Padang Panjang"**

Kedua : Menunjuk saudara :

Nama	:	**Dr. Rusyaida.D, M.Ag**
NIP	:	196906091997032001
Pangkat/Gol.Ruang	:	Pembina (IV/a) / Lektor Kepala
Bidang Keahlian Pokok	:	Hukum Islam
Memberi Mata Kuliah	:	Ushul Fiqh
Untuk Tugas	:	Pembimbing

Ketiga : Masa penulisan skripsi minimal selama 4 (empat) bulan sejak SK Pembimbing dikeluarkan.

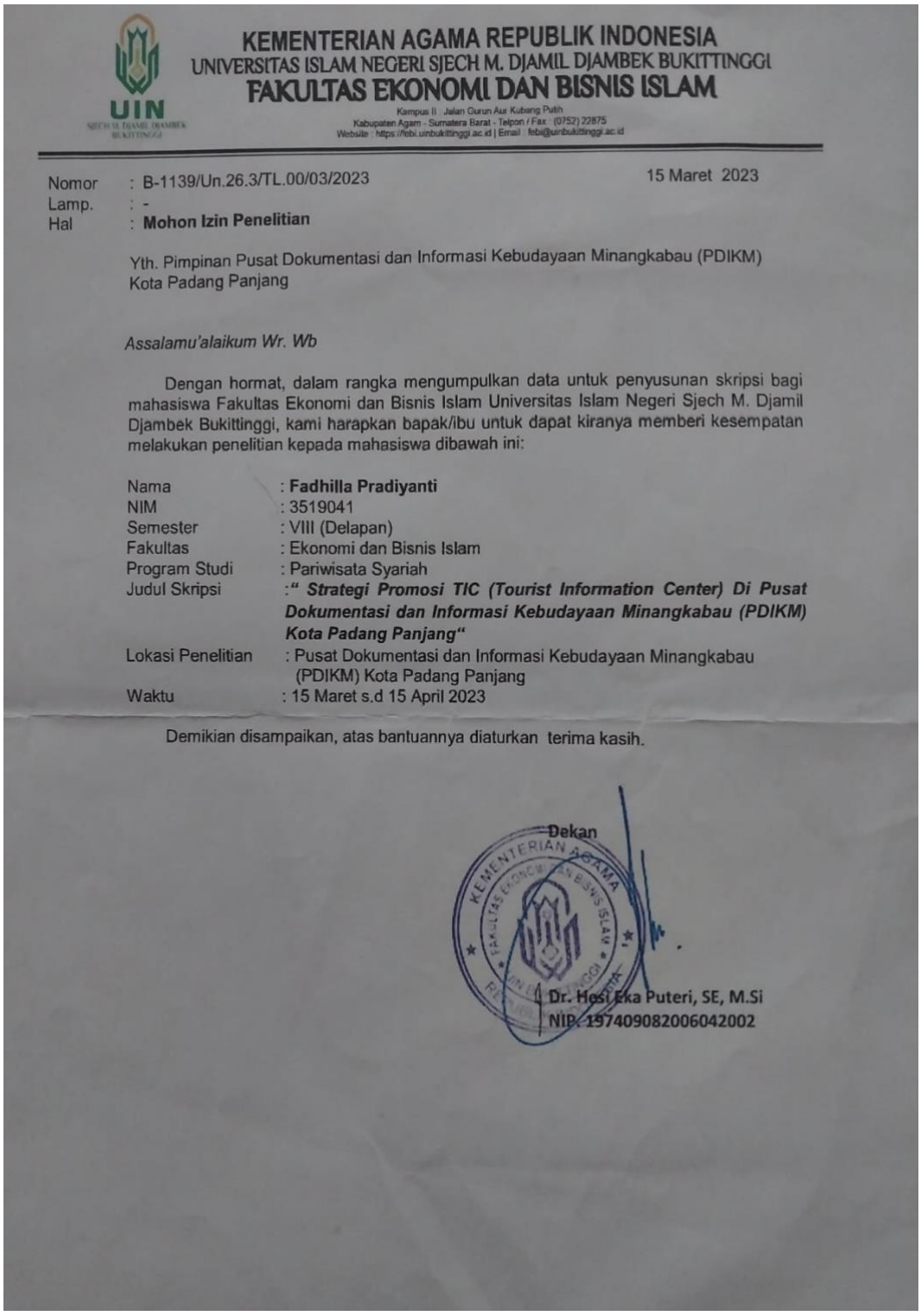
Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini, akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bukittinggi
Pada Tanggal : 28 November 2022

ILYAS

Tembusan :
1. Pembimbing;
2. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 2



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Kampus II : Jalan Gurun Aur Kubang Putih
Kabupaten Agam - Sumatera Barat - Telpon / Fax : (0752) 22875
Website : https://febi.uinbukittinggi.ac.id | Email : febi@uinbukittinggi.ac.id

Nomor : B-1139/Un.26.3/TL.00/03/2023 — 15 Maret 2023
Lamp. : -
Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM)
Kota Padang Panjang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, kami harapkan bapak/ibu untuk dapat kiranya memberi kesempatan melakukan penelitian kepada mahasiswa dibawah ini:

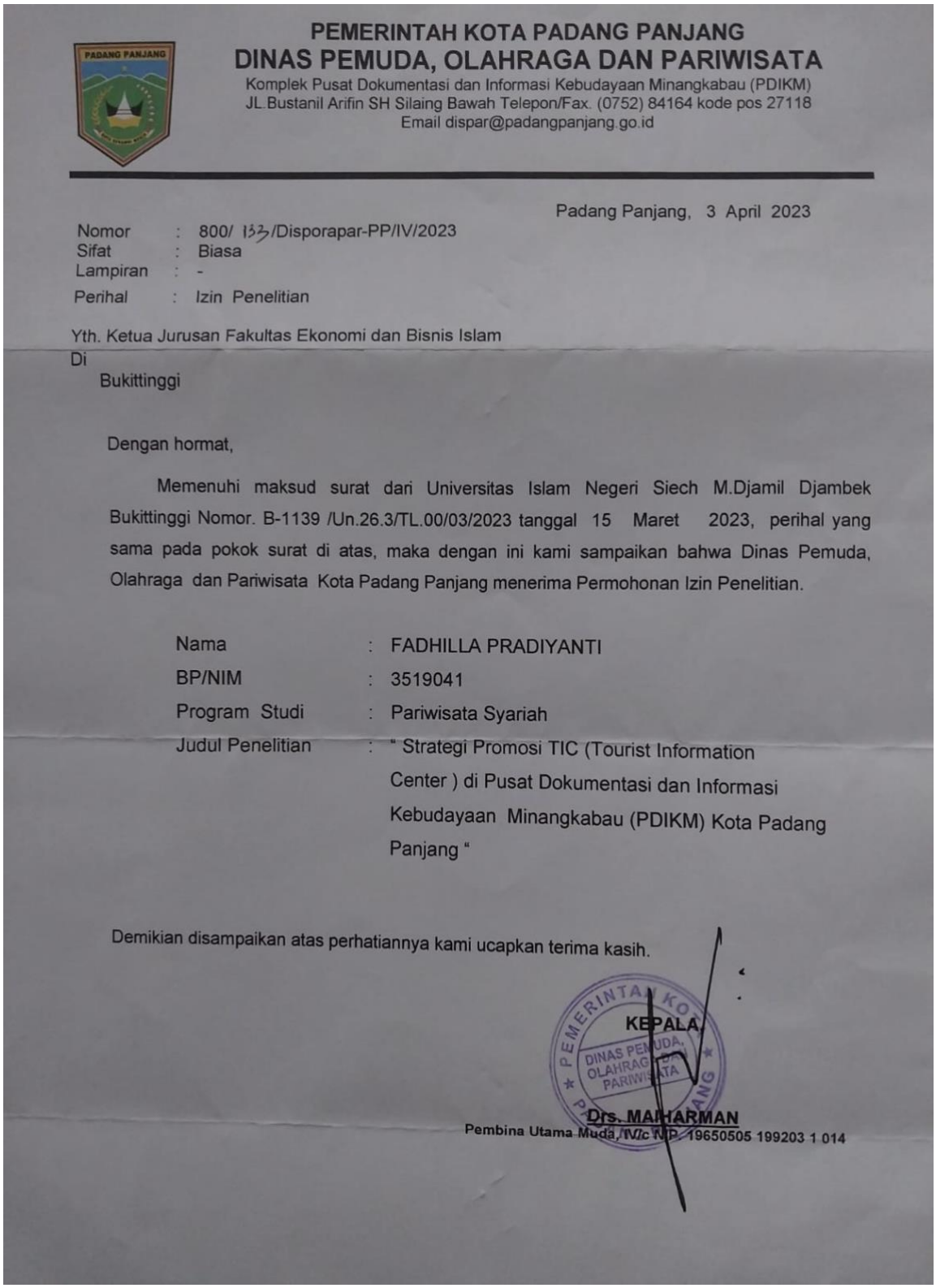
Nama	: **Fadhilla Pradiyanti**
NIM	: 3519041
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Pariwisata Syariah
Judul Skripsi	:***" Strategi Promosi TIC (Tourist Information Center) Di Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) Kota Padang Panjang"***
Lokasi Penelitian	: Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) Kota Padang Panjang
Waktu	: 15 Maret s.d 15 April 2023

Demikian disampaikan, atas bantuannya diaturkan terima kasih.

Dekan

Dr. Hesi Eka Puteri, SE, M.Si
NIP. 197409082006042002

Lampiran 3



PEMERINTAH KOTA PADANG PANJANG
DINAS PEMUDA, OLAHRAGA DAN PARIWISATA
Komplek Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM)
JL.Bustanil Arifin SH Silaing Bawah Telepon/Fax. (0752) 84164 kode pos 27118
Email dispar@padangpanjang.go.id

Padang Panjang, 3 April 2023

Nomor : 800/ 133/Disporapar-PP/IV/2023
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Yth. Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Bukittinggi

Dengan hormat,

Memenuhi maksud surat dari Universitas Islam Negeri Siech M.Djamil Djambek Bukittinggi Nomor. B-1139 /Un.26.3/TL.00/03/2023 tanggal 15 Maret 2023, perihal yang sama pada pokok surat di atas, maka dengan ini kami sampaikan bahwa Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Padang Panjang menerima Permohonan Izin Penelitian.

Nama	:	FADHILLA PRADIYANTI
BP/NIM	:	3519041
Program Studi	:	Pariwisata Syariah
Judul Penelitian	:	" Strategi Promosi TIC (Tourist Information Center) di Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) Kota Padang Panjang "

Demikian disampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

KEPALA,

Drs. MAHARMAN
Pembina Utama Muda, IV/c NIP. 19650505 199203 1 014

Lampiran 4

SURAT KETERANGAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fadhilla Pradiyanti

NIM : 3519041

Pogram Studi : Pariwisata Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : **"Strategi Promosi TIC (Tourist Information Center) Di Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (Pdikm) Kota Padang Panjang".**

Telah menyelesaikan penelitian mengenai strategi promosi TIC (Tourist Information Center) di pusat dokumentasi informasi kebudayaan minangkabau mulai tanggal 15 Maret sampai 15 April 2023 untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Padang Panjang, 15 April 2023

KEPALA,

Drs. MAIMARMAN

Pembina Utama Muda, IV/c NIP. 19650505 199203 1 014

Lampiran 5



Dokumentasi pengambilan data saat staff PDIKM menyampaikan informasi kepada wisatawan.



Dokumentasi tempat penyedia layanan informasi atau disebut dengan TIC *(Tourism Information Center)*





Dokumentasi Wawancara Dengan Bapak Ihsan Selaku Pihak Staff TIC

Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau.





Dokumentasi Wawancara Dengan Ibu Dina Amalia S.Hum Selaku Pihak Staff TIC Pusat Dokumentasi Dan Informasi Kebudayaan Minangkabau.





Dokumentasi Wawancara Dengan Salah satu Wisatawan Yang berkunjung

Ke PDIKM