

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pariwisata adalah kegiatan perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara dengan tujuan untuk mencari kesenangan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 mengenai ketentuan umum, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sedangkan, kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang dapat meningkatkan perekonomian negara. *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)* memprediksikan pariwisata akan menjadi industri terbesar dunia seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan setiap tahunnya yang mampu menciptakan pendapatan dunia sebesar USD 2 triliun pada tahun 2020.

Perkembangan pariwisata di Indonesia semakin berkembang seiring dengan laju perekonomian dunia. Indonesia kaya akan wisata alam dan budaya, dewasa ini pemerintah makin gencar mengembangkan sumber daya pariwisata yang akan direncanakan sebagai sumber devisa, oleh karena itu pemerintah menyadari pentingnya pariwisata sebagai sektor yang dapat memperbaiki taraf hidup masyarakat Indonesia secara umum dan secara khusus akan meningkatkan

Rizky Ananda, 2014

**PENGARUH EVENT MARKETING ATRAKSI WISATA DALAM MENCIPTAKAN REVISIT INTENTION WISATAWAN NUSANTARA KE KABUPATEN BELITUNG TIMUR**

taraf hidup masyarakat regional, dengan kata lain meningkatkan pendapatan masyarakat yang bertempat tinggal di lingkungan sekitar tempat wisata.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu mengatakan, pada tahun 2014 target kunjungan wisatawan mancanegara adalah 9,2 juta orang. Sedangkan wisatawan nusantara ditargetkan melakukan 255 juta pergerakan wisata. (Sumber: [www.travel.kompas.com](http://www.travel.kompas.com), 25/12/2013 – 16:17 WIB).

Tidak hanya wisatawan mancanegara yang semakin banyak datang ke Indonesia, tapi juga perjalanan wisatawan nusantara pun semakin meningkat. Data jumlah kunjungan wisatawan nusantara pada tahun 2008 – 2012 dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut.

**TABEL 1.1**  
**JUMLAH KEDATANGAN WISATAWAN NUSANTARA KE INDONESIA**  
**TAHUN 2008-2012**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Perjalanan (ribuan)</b>	<b>Pengeluaran Per Perjalanan (ribu Rp.)</b>	<b>Total Pengeluaran (triliun Rp.)</b>
<b>2008</b>	225,041	574.33	123.17
<b>2009</b>	229,731	600.30	137.91
<b>2010</b>	234,377	641.76	150.41
<b>2011</b>	236,752	662.68	156.89
<b>2012</b>	245,000	700.00	171.50

Sumber : BPS dan Kemenparekraf, 2012

Berdasarkan Tabel 1.1, dilihat dari banyaknya perjalanan wisatawan nusantara tiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2012 jumlah perjalanan wisatawan nusantara meningkat sebanyak 3,37%, mengalami peningkatan sebanyak 2,37% pada tahun 2011 yang meningkat sebanyak 1,00% dari tahun sebelumnya.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada awal 2013 menargetkan 250 juta perjalanan wisatawan nusantara, dan hingga Desember, tercatat sudah ada 248 juta perjalanan wisatawan nusantara. Kenaikan wisatawan nusantara tahun 2013 memang belum mencapai target, tetapi jumlah perjalanan tersebut meningkat dibanding tahun sebelumnya dan mengingatkan bahwa wisatawan nusantara juga patut diperhitungkan. Di tahun 2014, Kemenparekraf menargetkan 255 juta perjalanan wisatawan nusantara. Target ini diharapkan akan tercapai, mengingat akan semakin banyak hari libur nasional di

tahun 2014 yang memungkinkan wisatawan nusantara untuk berpergian. (Sumber: [www.travel.okezone.com](http://www.travel.okezone.com), 30/12/2013 – 17:23 WIB).

Berwisata sudah menjadi gaya hidup bagi wisatawan nusantara, khususnya bagi wisatawan nusantara pada kelas menengah ke atas. Ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya perjalanan wisatawan nusantara, yaitu karena banyak hari libur, adanya *trend* jual beli paket wisata online dan banyaknya paket wisata yang ditawarkan membuat wisatawan nusantara semakin penasaran untuk menjelajahi negerinya sendiri.

Peringkat daya saing pariwisata Indonesia mengalami peningkatan. Berdasarkan data *The Travel and Tourism Competitiveness Index* yang dilansir *World Economic Forum* 2013, daya saing pariwisata Indonesia mampu naik empat peringkat, dari posisi 74 pada 2011 ke posisi 70 pada 2013 dari 140 negara. (Sumber: [www.antaraneews.com](http://www.antaraneews.com), 10/02/2014 – 10:42 WIB)

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf), Mari Elka Pangestu saat jumpa pers di Jakarta, Kamis (04/04/2013) mengatakan, Indonesia masih kuat di *value for money*. Untuk faktor harga, Indonesia dipandang sebagai destinasi yang *value for money*. Terjadi kenaikan di kategori *value for money* dari peringkat 6 menjadi 9. Selain kategori tersebut, Indonesia juga menonjol di kategori *culture and heritage* (budaya dan warisan sejarah) dan *rich natural resources* (kekayaan dan keindahan alam). (Sumber: [www.travel.kompas.com](http://www.travel.kompas.com), 05/04/2013 – 08:35 WIB).

Indonesia terdapat banyak destinasi tujuan wisata yang mempunyai ciri khas masing-masing. Selain itu juga, banyak destinasi pariwisata Indonesia berpotensi untuk dikembangkan dan memiliki daya saing. Peringkat Daya Saing Destinasi Pariwisata Indonesia dapat dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

**TABEL 1.2**  
**PERINGKAT DAYA SAING DESTINASI PARIWISATA INDONESIA**

Provinsi	Peringkat	Skor Daya Saing Destinasi (Total)
Kepulauan Riau	1	444,63
Sulawesi Utara	2	378,77
Sumatera Utara	3	377,58
Sulawesi Selatan	4	323,71
Sumatera Barat	5	321,71

Provinsi	Peringkat	Skor Daya Saing Destinasi (Total)
Nusa Tenggara Timur, Maluku	6	295,15
<b>Bangka Belitung</b>	<b>7</b>	<b>288,70</b>
Papua	8	275,63
Papua Barat	9	252,98

Sumber: Cetak Biru Pengembangan Destinasi Pariwisata Indonesia (2007-2014), Budpar.

\*) Skor daya saing destinasi DKI: 630,69 dan Bali: 605,96

\*) Skor total didapat dari nilai keseluruhan indikator yang meliputi lingkungan, sarana dan prasarana, SDM pariwisata, aksesibilitas, manfaat pada masyarakat, sosial, harga, dan teknologi.

Pada Tabel 1.2 dapat diketahui Provinsi Bangka Belitung menduduki peringkat ke 7 dalam daya saing destinasi pariwisata dengan skor mencapai 288,70. Ini membuktikan Provinsi Bangka Belitung terus berupaya meningkatkan potensi dan daya saing pariwisatanya agar bisa menjadi di posisi pertama dalam daya saing destinasi pariwisata Indonesia ke depannya.

Provinsi Bangka Belitung terdiri atas dua Pulau, yaitu Pulau Bangka dan Pulau Belitung yang secara keseluruhan memiliki tujuh Kabupaten/Kota. Pulau Bangka terdapat empat Kabupaten dan satu Kota. Pulau Belitung terbagi atas dua Kabupaten, yaitu Kabupaten Belitung dan Kabupaten Belitung Timur.

Kabupaten Belitung Timur terbagi atas tujuh Kecamatan yang disetiap Kecamatan memiliki destinasi pariwisatanya masing-masing. Berikut ini dapat dilihat daftar Daya Tarik Wisata yang terdapat di setiap Kecamatan di Kabupaten Belitung Timur yang disajikan pada Tabel 1.3 sebagai berikut:

**TABEL 1.3**  
**NAMA-NAMA DAYA TARIK WISATA KABUPATEN BELITUNG**  
**TIMUR KEADAAN TAHUN 2011**

No.	Kecamatan	Nama Daya tarik Wisata
I.	MANGGAR	Pantai Nyiur Melambai Bukit Samak/Gubok Berangsai Pantai Serdang Pulau Memperak Pulau Buku Limau Pulau Siadong Pulau Penanas Pulau Nangka Bandoeng River Pantai Olipier Pantai Keramat Wisata Eks Kulong Minyak

No.	Kecamatan	Nama Daya tarik Wisata
II.	KELAPA KAMPIT	Pantai Batu Pulas Pantai Sengaran Pantai Pesairan Pantai Selindang Pantai Tanjung Keluang
		Pulau Pekandis Museum Buding Pulau Keran Oven Vit (Tambang Terbuka eks BHP) Stoven
III.	DAMAR	Pantai Burung Mandi Pantai Bukit Batu Vihara Dewi Kwan Im Pantai Tambak Danau Mempaya Pantai Bukit Batu Malang Lepau
IV.	GANTUNG	Bendungan Pice Gantung Danau Nujau Pulau Dapor (Sirkuit Cross) Wisata Sastra Laskar Pelangi Kepulauan Air Masin Wisata Sejarah Makam – KA.Loeso
V.	DENDANG	Pemandian Sukma Alam Situs Balok Lama Situs Balok Baru
VI.	SIMPANG PESAK	Pantai Pangkalan Limau Pantai Punai Pantai Pulau Pandan Pantai Lalang Permai Pantai Tanjung Batu Itam Pantai Batu Lalang Pantai Gunong Pantai Batu Buyong Pantai Batu Belida
VII.	SIMPANG RENGGIANG	Pemandian Gurok Tindongan Gurok Berangan, Air Keperis

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur, Tahun 2011

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa Kabupaten Belitung Timur memiliki potensi wisata yang bagus untuk dikembangkan menjadi pariwisata andalan Indonesia. Kabupaten Belitung Timur kaya akan wisata bahari yang sebenarnya tidak kalah bagus dengan Bali atau Lombok, hanya saja masih banyak yang belum mengetahui daya tarik yang terdapat di Kabupaten Belitung Timur, maka tingkat kunjungan wisatawannya masih sedikit. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Pemerintah Daerah Kabupaten Belitung Timur terus berupaya agar

wisatawan yang berkunjung terus meningkat dari waktu ke waktu. Jumlah wisatawan (mancanegara dan nusantara) yang berkunjung ke Kabupaten Belitung dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut ini:

**TABEL 1.4**  
**JUMLAH WISATAWAN KE KABUPATEN BELITUNG TIMUR**  
**TAHUN 2006-2013**

Tahun	Jumlah Wisatawan nusantara	Pertumbuhan (%)	Jumlah Wisatawan manca-negara	Pertumbuhan (%)	Jumlah Kunjungan Wisatawan	Pertumbuhan (%)	Target kunjungan
2007	2.497	-	14	-	2.511	-	-
2008	2.781	11,4	46	228,6	2.827	12,6	-
2009	2.865	3	16	-65,2	2.881	1,9	-
2010	10.701	273,5	145	806,3	10.846	276,5	9.945
2011	13.436	25,6	202	39,3	13.638	25,7	13.231
2012	28.142	109,5	1.503	644,1	29.645	117,4	23.070
2013	<b>40.935</b>	<b>45,5</b>	<b>820</b>	<b>-45,4</b>	<b>41.755</b>	<b>40,9</b>	<b>41.529</b>
2014	-	-	-	-	-	-	76.630

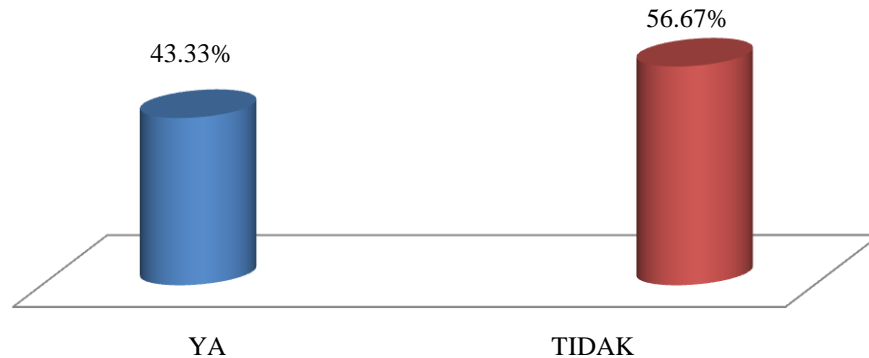
Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur, 2014

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat dilihat jumlah kunjungan wisatawan meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2013, jumlah kunjungan wisatawan meningkat dari tahun 2012. Akan tetapi, jika dilihat dari pertumbuhannya, tahun 2013 pertumbuhan wisatawannya lambat, lebih kecil dibanding tahun 2012.

Jika dilihat dari presentasi pertumbuhan wisatawan, kenaikan pertumbuhan pada tahun 2012 dari tahun 2011 adalah 91,7%, sedangkan pada tahun 2013 dari tahun 2012 adalah -76,5% atau turun sebesar 76,5%. Kunjungan wisatawan nusantara ke Kabupaten Belitung Timur tiap tahunnya juga mengalami peningkatan. Tapi, jika dilihat dari persentase kenaikannya juga, persentase wisatawan nusantara yang berkunjung mengalami penurunan sebesar 64% dari tahun 2012.

Untuk melihat sejauh mana niat wisatawan untuk berkunjung kembali ke Kabupaten Belitung Timur, maka dilakukan Pra Penelitian mengenai *Revisit Intention* kepada 30 wisatawan nusantara yang sudah pernah berkunjung ke Kabupaten Belitung Timur. Pra Penelitian ini hanya menggunakan satu atribut

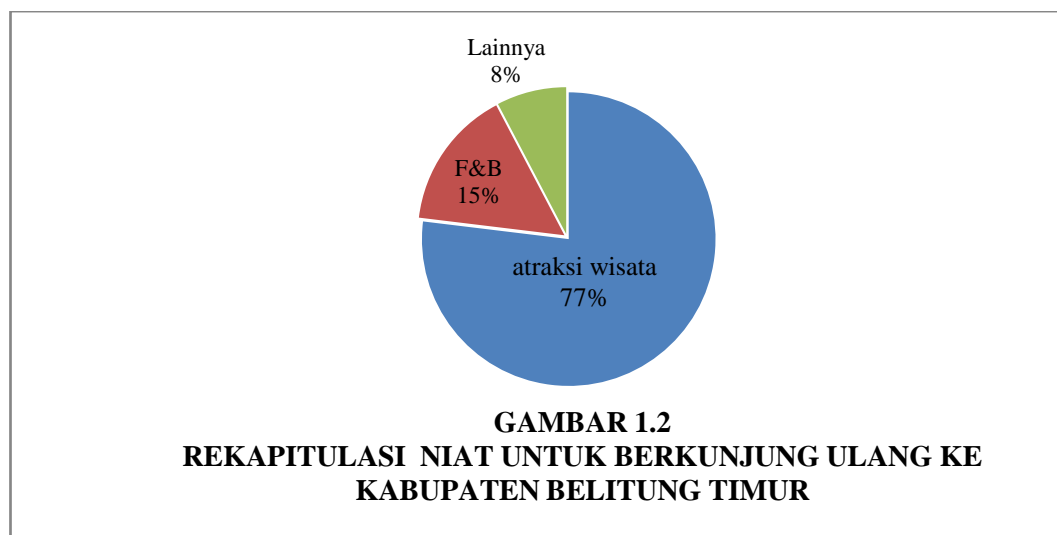
dari *revisit intention* yaitu *intention to revisit*. Adapun hasil dari Pra Penelitian dapat dilihat dari Gambar 1.1 di bawah ini:



Sumber: Hasil Pengolahan Data Pra Penelitian di Lapangan, 2014

**GAMBAR 1.1**  
**PRESENTASI REVISIT INTENTION WISATAWAN NUSANTARA KE**  
**KABUPATEN BELITUNG TIMUR**

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa sebanyak 43,33% wisatawan nusantara berniat untuk berkunjung ulang dan sisanya sebanyak 56,67% wisatawan nusantara tidak memiliki niat untuk berkunjung ulang ke Kabupaten Belitung Timur. Hal-hal yang mempengaruhi niat untuk berkunjung ulang wisatawan nusantara ke Kabupaten Belitung Timur dapat dilihat pada Gambar 1.2 di bawah ini:

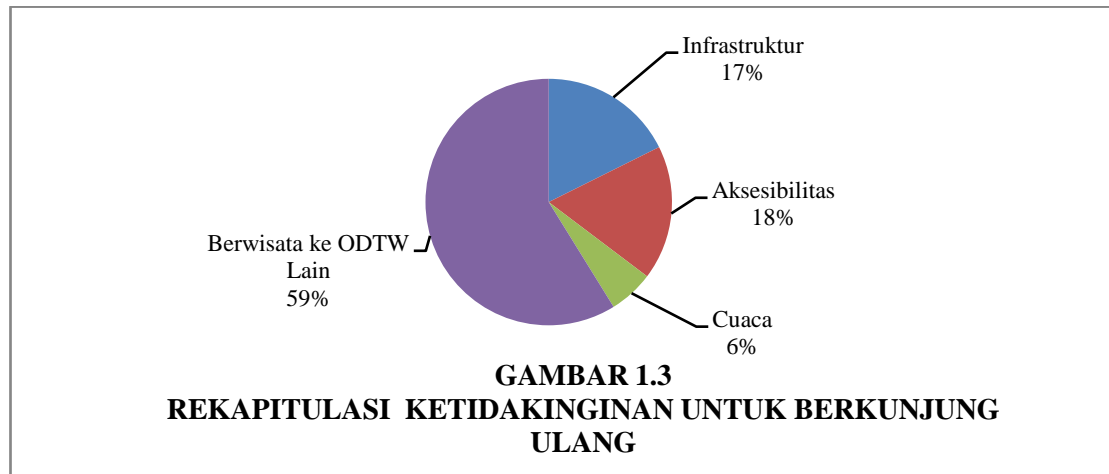


**GAMBAR 1.2**  
**REKAPITULASI NIAT UNTUK BERKUNJUNG ULANG KE**  
**KABUPATEN BELITUNG TIMUR**

Sumber: Hasil Pengolahan Data Pra Penelitian di Lapangan, 2014

Berdasarkan Gambar 1.2, sebanyak 77% alasan wisatawan ingin mengunjungi Kabupaten Belitung Timur lagi adalah karena atraksi wisatanya,

baik itu dari *event*, budaya, atau sumber daya alamnya. Sisanya sebanyak 15% dan 8% alasannya adalah karena kecocokan kuliner khas dan keramah-tamahan penduduk Kabupaten Belitung Timur itu sendiri. Kemudian hal-hal yang mempengaruhi wisatawan nusantara tidak berniat untuk kembali mengunjungi Kabupaten Belitung Timur dapat dilihat pada Gambar 1.3 di bawah ini:



Sumber: Hasil Pengolahan Data Pra Penelitian di Lapangan, 2014

Berdasarkan Gambar 1.3, sebesar 59% yang merupakan alasan terbesar wisatawan nusantara tidak berniat untuk berkunjung ulang ke Kabupaten Belitung Timur adalah karena ingin berwisata ke daya tarik wisata lain yang ada di Indonesia, karena masih banyak daya tarik wisata di Indonesia yang belum pernah dikunjungi sebelumnya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur pada tanggal 1 April 2014, secara keseluruhan wisatawan puas dengan daya tarik pariwisata yang terdapat di Kabupaten Belitung Timur, namun terdapat beberapa faktor yang menyebabkan ketidaknyamanan dan dapat mengurangi kepuasan wisatawan selama berkunjung. Misalnya akomodasi yang standar, transportasi yang minim, atraksi wisata yang cenderung monoton yaitu hanya melihat daya tarik wisatanya saja. Maka dari itu Dinas dan Pemerintah Kabupaten Belitung Timur mengadakan *event-event* atau atraksi wisata dengan tujuan selain untuk menarik kunjungan wisatawan, juga untuk memperkaya pengalaman wisatawan yang sedang berkunjung, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan. Hal-hal yang menandai kepuasan



salah satunya adalah keinginan mereka untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan kepada orang lain.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur telah membuat rencana strategi (RENSTRA) dan program prioritas untuk 5 tahun ke depan dimulai pada tahun 2011-2015 yang salah satu tujuan dari Renstra tersebut adalah untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Belitung Timur. Program-program dari Renstra tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.5 berikut ini:

**TABEL 1.5**  
**PROGRAM DAN RENCANA KEGIATAN DINAS KEBUDAYAAN**  
**DAN PARIWISATA KABUPATEN BELITUNG TIMUR**  
**TAHUN 2011-2015**

No.	Program Prioritas Dinas	Kegiatan-kegiatan Berdasarkan Program
1.	Program Pelayanan Administrasi Perkantoran	1. Penyediaan Jasa Administrasi Perkantoran 2. Penyediaan Alat Tulis Kantor dan Barang Cetak 3. Penyediaan Komponen Instalasi Listrik/Penerangan Bangunan Kantor 4. Penyelenggaraan Koordinasi dan Konsultasi Dalam dan Luar Daerah
2.	Program Peningkatan Sarana dan Prasarana Aparatur	1. Pembangunan Gedung Kantor 2. Pengadaan Perlengkapan/Peralatan Gedung Kantor 3. Pemeliharaan Rutin/Berkala Gedung Kantor 4. Pemeliharaan Rutin/Berkala Kendaraan Dinas/Operasional/ Jabatan 5. Pemeliharaan Rutin/Berkala Perlengkapan/Peralatan Gedung Kantor
3.	Program Peningkatan Disiplin Aparatur	1. Monitoring dan Evaluasi Pembangunan Pariwisata Kab. Belitung Timur 2. Pengadaan Pakaian Dinas/Lapangan/Hari-hari Tertentu
4.	Program Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Aparatur	1. Pendidikan dan Pelatihan Struktural/Fungsional/Teknis 2. Bimtek/Sosialisasi Peraturan Perundang-undangan
5.	Program Peningkatan Pengembangan Sistem Pelaporan Capaian Kinerja dan Keuangan	Penyusunan Laporan Capaian Kinerja dan Laporan Keuangan Semesteran dan Akhir Tahun

<b>No.</b>	<b>Program Prioritas Dinas</b>	<b>Kegiatan-kegiatan Berdasarkan Program</b>
6.	Program Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Pelaku Usaha Pariwisata	Pembinaan dan Pengawasan Jasa Usaha Kepariwisata
7.	Program Peningkatan dan Pengembangan Seni dan Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelatihan Musik dan Tari</li> <li>2. Penyelenggaraan Penataan Museum.</li> <li>3. Pembangunan Sarana Pendukung Wisata Sejarah dan Situs</li> <li>4. Penyelenggaraan Seleksi dan Pengiriman Paduan Suara Gita Bahana ke Tingkat Provinsi dan Nasional</li> <li>5. Pengiriman Kontingen Festival Musik dan Tari Daerah Ke Tingkat Provinsi dan Nasional</li> <li>6. Kreasi Cipta Lagu Daerah</li> <li>7. Atraksi Seni dan Budaya</li> <li>8. Festival Seni dan Budaya Belitung Timur</li> </ol>
8.	Program Pengelolaan Kekayaan Budaya dan Keragaman Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyelenggaraan Pagelaran Kesenian Daerah</li> <li>2. Penyelenggaraan Penelitian Budaya Lokal Masyarakat Belitung Timur</li> <li>3. Pengadaan Peralatan Tradisi Lokal</li> </ol>
9.	Program Pengembangan Destinasi Pariwisata	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penyelenggaraan Inventarisasi Cagar Budaya</li> <li>2. Penyelenggaraan Inventarisasi Benda Peninggalan Sejarah Bawah Air</li> <li>3. Penyelenggaraan Inventarisasi Daya tarik Wisata dan Penetapan Kawasan Wisata</li> </ol>
10.	Program Pengembangan Sarana dan Prasarana Daya tarik Wisata dan Peningkatan Daya Jual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembuatan DED dan Masterplan Sarana dan Prasarana Pariwisata kawasan Wisata</li> <li>2. Pengadaan Sarana dan Prasarana Pariwisata</li> <li>3. Pembangunan Sarana dan Prasarana Pariwisata Kec. Manggar</li> <li>4. Pembangunan Sarana dan Prasarana Pariwisata Kec. Damar</li> <li>5. Pembangunan Sarana dan Prasarana Pariwisata Kec. Kelapa Kampit</li> <li>6. Pembangunan Sarana dan Prasarana Pariwisata Kec. Gantung</li> <li>7. Pembangunan Sarana dan Prasarana Pariwisata Kec. Simpang Pesak</li> <li>8. Pemeliharaan Rutin Perlengkapan/Peralatan Pariwisata</li> <li>9. Pemeliharaan Rutin Sarana dan Prasarana Pariwisata</li> </ol>

No.	Program Prioritas Dinas	Kegiatan-kegiatan Berdasarkan Program
11.	Program Pengembangan Pemasaran Wisata	1. Atraksi Kepariwisata Belitung Timur 2. Pengembangan Jaringan Kerjasama Promosi Pariwisata 3. Pekan Raya Manggar 4. Festival Arung Tepian Pantai Belitung Timur 5. Perlombaan Foto Bawah Laut Belitung Timur 6. Sail Belitung 7. Sosialisasi Sadar Wisata dan Sapta Pesona Kab. Belitung Timur 8. Penyelenggaraan Pelatihan Pemandu Wisata Bahari

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur dan modifikasi penulis, 2011

Berdasarkan pada kegiatan dari Renstra Dinas di atas, promosi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan Dinas untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Belitung Timur. Selain itu, bertujuan untuk memasarkan destinasi pariwisata dan menginformasikan kepada wisatawan tentang daya tarik wisata yang ada di sana. Saat ini akses teknologi di Belitung sendiri masih sangat minim, untuk itu harus terdapat alternatif lain agar promosi daya tarik wisata di Kabupaten Belitung Timur tetap berjalan dengan lancar.

Program promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur yaitu dengan meningkatkan kualitas informasi dan basis data kebudayaan dan pariwisata dalam melaksanakan promosi yang efektif. Bentuk-bentuk promosi yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 1.6 berikut ini:

**TABEL 1.6**  
**PROMOSI DINAS PARIWISATA KABUPATEN BELITUNG TIMUR**  
**TAHUN 2012**

No	Program Promosi	Contoh Alat Promosi/Keterangan
1.	<i>Events</i>	Pekan Raya Manggar Pemilihan Bujang Dayang Belitung Atraksi Budaya (diadakan berbagai macam perlombaan) Pameran-pameran di beberapa kota luar daerah, dll
2.	<i>Advertising</i>	Surat kabar belitung Website

No	Program Promosi	Contoh Alat Promosi/Keterangan
3.	Media Lain	Booklet Leaflet Kalender wisata CD/DVD kesenian Belitung Film-Film Buku/Novel
4.	Partnership	Melakukan kerjasama penyelenggaraan <i>event</i> ke beberapa kota dengan Kabupaten Belitung Timur sebagai fasilitator.

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur dan modifikasi penulis, 2012

Berdasarkan Tabel 1.6, promosi-promosi yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Belitung Timur. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Pemerintah Kabupaten Belitung dan Kabupaten Belitung Timur gencar melakukan promosi agar ke dalam dan bahkan sampai luar negeri agar jumlah wisatawan (nusantara atau mancanegara) yang berkunjung ke Pulau Belitung setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Selain untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung, promosi dilakukan agar semua orang mengetahui keunikan dan daya tarik pariwisata yang ada di Pulau Belitung.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan Pemerintah Kabupaten Belitung Timur tiap tahunnya berupaya agar wisatawan yang berkunjung naik sesuai target yang diharapkan. Salah satu promosi yang gencar dilakukan pemerintah adalah melaksanakan *event* tahunan. Tabel 1.7 menyajikan kalender *event* tahunan yang diadakan Dinas dan Pemerintah Kabupaten Belitung Timur sebagai berikut:

**TABEL 1.7**  
**KALENDER *EVENT* KABUPATEN BELITUNG TIMUR TAHUN 2013-2014**

BULAN	<i>EVENT</i> 2013	<i>EVENT</i> 2014
<b>Januari</b>	Beltim Extravaganza	Beltim Extravaganza
<b>Februari</b>	Festival Tanglong	1. Festival Cap Go Meh 2. Beltim Wonderful Sejuta Pelangi 3. Festival Muang Jong
<b>Maret</b>	1. Camping De Island 2. Festival Ukir Kaolin	1. Camping De Island 2. Festival Drumband Laskar Pelangi 3. Gubernur Cup I 2014

<b>BULAN</b>	<b>EVENT 2013</b>	<b>EVENT 2014</b>
<b>April</b>	1. Sport Fishing Tournament 2. Festival Pesisir Pantai	1. Festival Adat Maras Taun 2. Audisi Gita Bahana Nusantara
<b>Mei</b>	1. Festival Gawai Beregong 2. Bujang Dayang Award 3. Festival Seni Budaya Belitong 4. Beltim Fish Festival	1. Festival Seni Budaya Belitong 2. Festival Gawai Beregong 3. Beltim Fish Festival 4. Duta Wisata Beltim 2014
<b>Juni</b>	1. Festival 1001 Warkop 2. Festival Mangroove 3. Festival Adat dan Maras Taon	1. Festival Warkop 2. Festival Serumpun Sebalai 3. Lari 10k Tk. Nasional
<b>Juli</b>	Festival Ngelimbang dan Cinderamata Timah	1. Beltim Wonderful Ramadhan Fair 2. Festival Bazaar Ramadhan
<b>Agustus</b>	1. Festival Sastra Rupa Danau Mempayak 2. Beltim Fun Bike Adventure	1. Festival Sastra Rupa 2014 2. Beltim Wonderful Gebyar Merah Putih 3. Sembayang Rebut
<b>September</b>	1. Beltim Potenda Expo 2013 2. Tour De Beltim Backpacker	1. Beltim Expo 2. Porprov Babel Iv 3. Tour De Beltim 4. Festival Kue Bulan
<b>Oktober</b>	1. Beltim Wonderful 2. Sail Komodo Derawan Festival Barongsai 3. Beltim Fashion Carnaval	1. Sail Raja Ampat - Beltim 2014 2. Festival Bahari 3. Festival Pelangi Warna Warni Beltim 2014 4. Batik Beltim Fashion Show 5. Belitong Beach Festival 6. Pameran Foto
<b>November</b>	Festival Bekarang	1. Voli Pantai Tk. Nasional 2. Festival Bekarang
<b>Desember</b>	Pesta Kembang Api Tutup Tahun	Festival Kembang Api

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur dan modifikasi penulis, 2014

Berdasarkan Tabel 1.7, *event-event* yang dibuat oleh pemerintah Kabupaten Belitung Timur bertujuan agar wisatawan meningkat setiap tahun bahkan setiap bulannya. Dinas dan Pemerintah Kabupaten Belitung Timur berupaya agar dari kegiatan *event* yang diselenggarakan dapat menarik banyak wisatawan untuk ikut dalam kegiatan tersebut, baik itu wisatawan dari Pulau Belitung sendiri ataupun luar Pulau Belitung. Salah satu tujuan dari event-event tersebut diselenggarakan

adalah untuk memasarkan budaya dan pariwisata Kabupaten Belitung Timur agar cepat dikenal oleh wisatawan.

Sosialisasi kegiatan *event* yang diadakan untuk wisatawan lokal dapat diketahui melalui surat kabar, *Pos Belitung*. Pada umumnya, kalender kegiatan *event* di Kabupaten Belitung Timur juga dapat dilihat dengan mengakses beberapa website yang tersedia, seperti [www.visitbangkabelitung.com](http://www.visitbangkabelitung.com) atau [www.disbudpar.belitungtimurkab.go.id](http://www.disbudpar.belitungtimurkab.go.id). Untuk wisatawan dari luar Pulau Belitung, bentuk sosialisasi *event* dengan menjalin kerjasama dengan beberapa *travel agent* di beberapa kota besar di luar Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dengan membuat paket wisata yang di dalamnya terdapat agenda berkunjung ke salah satu *event* yang diselenggarakan, dan juga dari Dinas dan Pemerintah Kabupaten Belitung Timur mengadakan pameran promosi wisata di kota-kota besar di Indonesia.

Event yang diselenggarakan di Kabupaten Belitung Timur bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, khususnya wisatawan nusantara. Melalui *event* yang diselenggarakan, diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan memberikan pengalaman positif kepada wisatawan saat berkunjung ke Kabupaten Belitung Timur sehingga menumbuhkan niat berkunjung kembali oleh wisatawan yang sudah pernah berkunjung ke Kabupaten Belitung Timur sebelumnya dan diharapkan bersedia untuk memberikan rekomendasi positif juga kepada orang lain sehingga berminat untuk berkunjung ke Kabupaten Belitung Timur.

Menurut Any Noor (2009), menyebutkan bahwa:

*Event* adalah suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara ada budaya tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu.

Sedangkan menurut Getz dalam Warnaars (2009) mendefinisikan *event* sebagai berikut:

*Event* adalah sebagai suatu alat komunikasi yang kuat, selalu unik, dan menghasilkan suatu perasaan bahwa “kita harus berada di sana”, untuk

menikmati pengalaman yang utuh, karena itu akan menjadi sebuah kesempatan yang hilang setelah kamu melewatkannya.

*Event* yang diselenggarakan di Kabupaten Belitung Timur merupakan suatu atraksi wisata yang bertujuan untuk menghibur wisatawan khususnya wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Belitung Timur. Middleton dalam Mahadewi (2012) mengemukakan bahwa atraksi wisata merupakan sumber daya yang bersifat alami, dikontrol dan diatur untuk kegiatan bersenang-senang, hiburan, musik, dan pendidikan, serta dikunjungi oleh publik. Demi menunjang keberhasilan *event* yang diselenggarakan diperlukan pengatur pemasaran *event* (*event marketing*) yang baik, agar pelaksanaan *event* berlangsung dengan sukses, sehingga memberikan kesan dan pengalaman yang baik bagi wisatawan yang menikmati *event* tersebut serta memberikan dampak baik bagi perkembangan destinasi pariwisata.

Desmet dalam Martensen *et al.* (2007) mengemukakan bahwa, menciptakan keuntungan yang berbeda melalui keuntungan emosional adalah salah satu kunci dari keberhasilan pasar. Oleh karena itu, menyebabkan pertumbuhan alat komunikasi pemasaran yang kreatif dan emosional di antara pemasaran *event* yang merupakan element yang semakin penting dari baruan komunikasi pemasaran (Gupta, 2003; Pemasaran News, 2006; Sneath, Finney, dan Close, 2005 dalam Martensen *et al.* (2007)). Namun, masih belum jelas bagi banyak pemasar *event* bagaimana efek dari suatu *event* tersebut dapat diukur (Sneath, Finney, dan Tutup dalam Martensen *et al.* (2007)).

Martensen *et al.* (2007), mengembangkan sebuah konsep dari efektivitas suatu *event marketing*. Alat pengukuran atau dimensi dari *event marketing* tersebut yaitu, *involvement*, *emotions*, dan *attitude*.

Sub variabel *involvement* menjelaskan bahwa keterlibatan wisatawan yang mengunjungi *event* hanya sebatas penikmat acara saja. Apabila wisatawan terlalu terlibat dalam penyelenggaraan acara, dapat mengakibatkan timbulnya ketidakinginan berkunjung ulang ke Kabupaten Timur. Sub variabel *emotion* menjelaskan bahwa dengan diselenggarakannya *event* dan kehadiran wisatawan mengunjungi *event* tersebut diharapkan terbentuk emosi dan kesan positif, begitu

juga dengan sub variabel *attitude* yang menjelaskan bahwa dengan di selenggarakan *event* diharapkan terbentuk sikap dan antusias positif dari wisatawan untuk menghadiri *event* dan selain itu juga dengan sikap dan antusias yang baik akan menambah wawasan wisatawan tentang *event* dan kebudayaan dari Kabupaten Belitung Timur.

Dampak *event marketing* pada niat berkunjung ke suatu *event* menciptakan sebuah hubungan antara *brand* dan niat berkunjung. Jalannya *event* dan keterlibatan pengunjung pada suatu *event* memiliki dampak yang signifikan pada hubungan pada bagian emosional dan sikap (Martensen *et al.*, 2007). Matsuoka *et al.* dalam Kim *et al.* (2013) juga mengemukakan bahwa, pengalaman positif wisatawan yang melihat *event* memiliki dampak yang signifikan terhadap niat mereka untuk berkunjung ulang.

Dari *event* yang diadakan oleh Dinas dan pemerintah Kabupaten Belitung Timur diharapkan dapat memberikan pengalaman positif bagi wisatawan yang melihat *event* tersebut dan juga dapat menumbuhkan niat untuk melakukan kunjungan ulang (*revisit intention*) serta memberikan dampak yang baik bagi pertumbuhan ekonomi, sosial maupun budaya pada perkembangan pariwisata Kabupaten Belitung Timur. Dalam penelitian ini, *event marketing* digunakan untuk memasarkan daya tarik wisata Kabupaten Belitung timur dengan *event* sebagai atraksi wisatanya. Maka dari itu, berdasarkan fenomena-fenomena di atas, perlu dilakukan penelitian tentang, **“Pengaruh Event Marketing Atraksi Wisata dalam Menciptakan Revisit Intention Wisatawan Nusantara ke Kabupaten Belitung Timur”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *event marketing* atraksi wisata di Kabupaten Belitung Timur?
2. Bagaimana *revisit intention* wisatawan nusantara ke Kabupaten Belitung Timur?
3. Bagaimana seberapa besar pengaruh *event marketing* atraksi wisata terhadap *revisit intention* wisatawan nusantara ke Kabupaten Belitung Timur?



### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh temuan mengenai *event marketing* atraksi wisata di Kabupaten Belitung Timur
2. Untuk memperoleh temuan mengenai *revisit intention* wisatawan nusantara ke Kabupaten Belitung Timur
3. Untuk memperoleh temuan mengenai seberapa besar pengaruh *event marketing* atraksi wisata terhadap *revisit intention* wisatawan nusantara ke Kabupaten Belitung Timur

### 1.4 Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata, khususnya peran program promosi melalui penyelenggaraan *event* sebagai atraksi wisata terhadap keputusan berkunjung dan keinginan untuk berkunjung ulang ke suatu destinasi pariwisata.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan untuk Pemerintah Daerah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Belitung Timur, dan instansi-instansi lain yang terlibat agar memperhatikan program-program promosi khususnya pada kegiatan *event* yang diadakan. Serta peran penyelenggara *event* baik itu dari pemerintah daerah, dinas, maupun pihak swasta perlu memperhatikan *event marketing* atraksi wisata untuk menunjang keberhasilan pelaksanaan *event* sehingga tercipta budaya berkunjung ulang atau *revisit intention* ke Kabupaten Belitung Timur.