

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dan pertumbuhan jumlah populasi diberbagai belahan dunia tumbuh sangat cepat. Kebanyakan populasi membutuhkan perjalanan untuk menghilangkan kepenatan dan melarikan diri dari rutinitas yang padat. Tujuan berjalan jalan menjadi heterogen pada era globalisasi sekarang ini, adapun yang mempengaruhinya M seperti; kepentingan usaha, kepentingan keluarga, kepentingan agama, dan berelasi, dan lain sebagainya. Saat ini, pariwisata merupakan aspek penting dalam pembangunan ekonomi K suatu negara. Pariwisata P menjadi pilihan utama pembangunan daerah.

Banyak perubahan telah terjadi dalam perkembangan pariwisata, yang merubah cara, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan di daerah tujuan wisata. Jika pemerintah dan swasta mengelola masing-masing tujuan dengan baik, potensi besar industri pariwisata Indonesia dapat mendongkrak perekonomian negara. Banyaknya kunjungan wisatawan akan berpengaruh P pada peningkatan devisa F negara. Dalam hal ini peran strategi promosi travel plan perlu dikembangkan. Perencanaan pariwisata menjadi sangat penting karena fenomena pariwisata semakin kompleks, industri pariwisata semakin kompetitif, dan promosi destinasi pariwisata di Indonesia juga semakin meningkat, Industri pariwisata mempengaruhi semua orang dalam komunitas tertentu. Semua yang terlibat dalam industri pariwisata perlu berpartisipasi dalam proses perencanaan pariwisata agar industri pariwisata Indonesia dapat bersaing dengan negara lain.

Menurut Yoeti (2008), perencanaan yang baik merupakan salah satu syarat keberhasilan pembangunan pariwisata di daerah. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan kontribusi potensi pariwisata, tujuan pariwisata harus ditetapkan dan dirumuskan kebijakan untuk mencapai tujuan tersebut. Untuk mencapai hasil yang maksimal dalam penyelenggaraan pembangunan pariwisata dan budaya, diperlukan rencana kegiatan pemasaran pariwisata yang efektif dan efisien. Salah satu cara untuk memperkenalkan tempat wisata adalah dengan mengadakan *event*.

*Event* merupakan peristiwa yang direncanakan dengan tujuan untuk menciptakan pengalaman kepada penonton yang hadir. Menurut Noor (2009) Event Acara adalah acara yang diadakan untuk memperingati hal-hal penting dalam kehidupan manusia, baik individu maupun kolektif tunduk pada adat istiadat, budaya, tradisi dan agama tertentu, adat istiadat tersebut diadakan dengan tujuan tertentu dan melibatkan masyarakat pada waktu tertentu. Dengan tujuan menginspirasi, merayakan, menghibur, serta menantang pengalaman pada suatu kelompok komunitas.

*Event* merupakan salah satu sarana komunikasi penting untuk memajukan pembangunan ekonomi Indonesia. Melalui suatu kegiatan, akan berdampak positif, diantaranya menciptakan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta mempromosikan seni budaya dan kerajinan daerah serta penjualan untuk wisatawan. Kegiatan dapat meningkatkan pendapatan daerah. Di mata masyarakat Indonesia, menyelenggarakan acara merupakan hal yang tidak asing lagi bagi masyarakat. Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi yang sering menjadi tuan rumah acara wisata.

Sumatera Barat adalah sebuah provinsi yang mempunyai banyak tempat wisata yang unik dan potensial di berbagai tempat wisata, seperti Danau Maninjau, Pantai Air Manis, Istana Basa Pagaruyuang, Jam Gadang dan Panorama Lobang Jepang. Dengan potensi wisata yang banyak akan meningkatkan kegiatan *event* yang dilaksanakan untuk memperkenalkan dan mempromosikannya. Salah satu kota yang sering mengadakan event untuk memperkenalkan tempat wisatanya adalah kota Bukittinggi.

Kota Bukittinggi dijuluki dengan kota wisata. Banyak objek wisata yang menarik di kota Bukittinggi. Untuk mempromosikan objek wisata diadakan *event* di kota ini. Salah satu *event* tahunan yang diadakan adalah festival multi etnis,. Festival multi etnis adalah pertunjukan yang menampilkan kebudayaan yang ada di Indonesia dan khususnya Sumatera barat, sekaligus memperingati hari jadi kota Bukittinggi. Sehingga upaya dalam mempromosikan wisata Bukittinggi ditingkat dunia dapat direalisasikan. Tujuan festival multi etnis ini, memperkenalkan keanekaragaman budaya di Indonesia dan beberapa budaya dari negara luar. Dengan kegiatan ini, para tamu spesial pada kegiatan ini dapat mempromosikan pariwisata dan budaya kota Bukittinggi di negara mereka.

Selain festival multi etnis, kota Bukittinggi juga sering melakukan *event* di tempat-tempat wisata. Seperti pacu kuda yang diadakan di Gelanggang pacuan kuda Bukik Ambacang. Setiap acara pacuan kuda kota Bukittinggi selalu dipadati oleh wisatawan. Biasanya wisatawan tidak hanya datang untuk melihat pacu kuda, melainkan sambil menikmati tempat-tempat wisata yang ada di Kota Bukittinggi. Tempat wisata yang paling dicari oleh wisatawan adalah Jam Gadang, karena Jam Gadang menjadi tempat tujuan wisata bagi para wisatawan yang ingin mengabadikan foto dan melihat kota Bukittinggi dari atas Jam Gadang. Pada malam hari wisatawan dapat menikmati air mancur

menari dan lampu warna warni yang menghias Jam Gadang. Dengan diadakannya *event* wisatwan dapat menikmati tempat wisata yang ada di kota Bukittinggi.

Dari permasalahan diatas, dapat ditarik sebuah kesimpulan untuk membuat promosi wisata dengan *event marketing* sebagai cara yang layak digunakan. Dengan mengadakan *event* wisatawan tidak akan hanya mengunjungi satu tempat wisata yang ada, karena mereka sudah berada di kota Bukittinggi. Dengan adanya *event* membuat tempat wisata di Kota Bukittinggi dikenal oleh wisatawan. Mengadakan *event* wisata dapat menaikkan jumlah pengunjung, termasuk tempat wisata yang baru, pengunjung Kota Bukittinggi dapat mengetahui tempat wisata yang menarik dan layak untuk dikunjungi. Melihat begitu pentingnya penerapan *event marketing* wisata dalam sebuah bentuk promosi wisata maka penulis menetapkan judul “Penerapan *Event Marketing* Dalam Promosi Wisata Pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu: bagaimana penerapan *event marketing* dalam promosi wisata pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi?

## 1.3 Tujuan Magang

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam tugas akhir ini adalah: untuk mengetahui penerapan *event marketing* dalam promosi wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung Kota Bukittinggi.

## 1.4 Manfaat Magang

Dengan adanya kegiatan magang sebagai mahasiswa yang akan menyelesaikan pendidikan di program Diploma III Ekonomi akan memberikan manfaat berikut:

## 1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadikan acuan bagi kantor Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga dapat dijadikan masukan pertimbangan dalam memerlukan kebijakan yang berkaitan dengan promosi wisata menggunakan *Event Marketing*.

## 2. Manfaat Teoritis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis yang lebih mendalam mengenai manajemen pemasaran khususnya tentang promosi.

### 1.5 Metode magang

Metode dalam tujuan magang ini menggunakan metode observasi dan wawancara. Proses ini berlangsung dengan pengamatan yang meliputi melihat dan mencatat kejadian yang terjadi dan mengumpulkan informasi yang ada dengan mewawancarai salah satu pegawai bagian pemasaran yang ada di Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi. Sehingga penulis dapat menemukan pola-pola perilaku hubungan yang terus menerus terjadi.

### 1.6 Tempat dan Waktu Magang

Pada magang ini penulis melakukan magang selama 40 hari dan magang ini akan dilakukan di Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi.

### 1.7 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan ini penulis membatasi pembahasan yang berhubungan tentang Penerapan *event marketing* pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi. Kemudian mengamati kendala yang dihadapi dan solusi untuk mengatasi kendala tersebut sehingga tidak melebar kepada hal yang tidak berkaitan dan tidak perlu.

## **1.8. Sistematika Penulisan**

Agar dapat memperoleh gambaran yang jelas untuk proposal ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan dengan perincian sebagai berikut

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, metode magang, ruang lingkup magang, dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan landasan teori penelitian yang berisikan penerapan *event marketing* dalam promosi wisata pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini akan diuraikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, dan pembagian tugas perusahaan.

### **BAB VI HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini penulis akan menguraikan tentang bagaimana penerapan *event marketing* dalam promosi wisata pada Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini penulis akan memberikan suatu kesimpulan saran-saran yang diharapkan bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan pada Dinas Pariwisata. Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi.

