

**STRATEGI PEMERINTAH KOTA BATAM DALAM  
MEMPROMOSIKAN KOTA BATAM SEBAGAI  
WISATA *CROSS BORDER***

**SKRIPSI**



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Pariwisata

**Oleh**

**RICHA MAHARDHINA  
NO. MHS: 514100423**

**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA  
YOGYAKARTA  
2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**STRATEGI PEMERINTAH KOTA BATAM DALAM  
MEMPROMOSIKAN KOTA BATAM SEBAGAI  
WISATA *CROSS BORDER***



Oleh

**RICHA MAHARDHINA  
NO. MHS: 514100423**

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

N. Jonet Sinangjoyo, S.Sos., M.Si  
NIDN. 0518117401

Mona Erythrea Nur Islami, S.I.P., M.A  
NIDN. 0576097101

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Pariwisata

Arif Dwi Saputra, S.S., M.M  
NIDN. 0525047001

**BERITA ACARA UJIAN**

**STRATEGI PEMERINTAH KOTA BATAM DALAM  
MEMPROMOSIKAN KOTA BATAM SEBAGAI  
WISATA CROSS BORDER**

**SKRIPSI**

Oleh

**RICHA MAHARDHINA  
NO. MHS: 514100423**

**Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji  
Dan Dinyatakan LULUS  
Pada Tanggal 31 Januari 2020**

**TIM PENGUJI**

- Penguji Utama : Drs. Budi Hermawan, M.M : (.....)  
NIDN. 0523026601**
- Penguji II : N. Jonet Sinangjovo, S.Sos., M.Si : (.....)  
NIDN. 0518117401**
- Penguji III : Mona Erythrea Nur Islami, S.I.P., M.A : (.....)  
NIDN. 0576097101**

**Mengetahui,  
Ketua Sekolah Tinggi Priwisata AMPTA Yogyakarta**

**Drs. Prihatno, M.M  
NIDN. 0526125901**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Richa Mahardhina

NIM : 514100423

Prodi : Sarjana/S1 Pariwisata

Judul Skripsi : Strategi Pemerintah Kota Batam dalam Mempromosikan Kota  
Batam sebagai Wisata *Cross Border*

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya. Dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 31 Januari 2020

Richa Mahardhina  
NIDN. 514100423

## HALAMAN MOTTO

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu,  
maka dia berada di jalan Allah”  
- HR. Turmudzi -

“Katakanlah yang sebenarnya meskipun itu pahit”  
- HR. Ibnu Hibban -

*“All our dreams can come true  
if we have the courage to pursue them”*  
- Walt Disney -

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ (٦)  
“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”  
- QS. Al-Insyirah ayat 5 dan 6 -

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah subhanallahu wata'ala

Karya ini saya persembahkan  
untuk:

~ Papa saya Ripsodianto dan Mama saya (Almarhumah) Marsiati Binti Parmono ~

~ Kedua kakak tersayang saya Maharanni dan Tridasa Putri Lestari ~

~ Abang tersayang Tengku Mahmood dan keponakan tersayang Tengku Harun ~

~ Yang terkasih Muhammad Ridha ~

~ Sahabat tersayang Juju dan Bening ~

~ Teman-teman sepermainan Meteor Garden dan Manja Manis ~

~ Teman-teman seperjuangan Hospitality '14 ~

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dan memperoleh gelar Sarjana Pariwisata (S.Par) di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dengan judul skripsi “**Strategi Pemerintah Kota Batam dalam Mempromosikan Kota Batam sebagai Wisata *Cross Border***”. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Nikasius Jonet Sinangjoyo, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar, teliti, dan bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Mona Erythrea Nur Islami, S.I.P., M.A selaku Pembimbing II yang telah dengan sabar dan bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dalam sistematika penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M selaku Penguji Utama yang telah memberikan kritik dan saran untuk penulisan akhir skripsi ini.
4. Bapak Drs. Prihatno, M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S., M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
6. Terima kasih kepada Ibu Koestrinie selaku Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam dan Ibu Heni selaku Kepala Seksi Promosi Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam yang telah bersedia

meluangkan waktunya sebagai narasumber sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan informasi sebagai bahan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan berharap kepada pembaca untuk memberikan kritikan yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Akhir kata, penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir.

Yogyakarta, 31 Januari 2020  
Penulis,

Richa Mahardhina  
NIM. 514100423



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
BERITA ACARA UJIAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
BAB I PRNDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori .....	6
1. Pariwisata .....	6

2. Daya Tarik Wisata .....	7
3. Strategi Promosi .....	10
4. Wisata .....	17
B. Kerangka Pemikiran Teoritik .....	20
C. Penelitian Terdahulu .....	21

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode dan Desain Penelitian .....	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	26
C. Teknik Cuplikan .....	27
D. Sumber Data .....	27
E. Teknik Pengumpulan Data .....	28
F. Keabsahan Data .....	31
G. Metode Analisis Data .....	33
H. Alur Penelitian .....	35
I. Jadwal Penelitian .....	36

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kota Batam .....	37
1. Visi dan Misi .....	37
2. Letak dan Kondisi Geografis .....	41
3. Wilayah Administratif .....	44
4. Kondisi Sosial/Demografi .....	45
5. Potensi Wisata Unggulan Kota Batam .....	49
B. Objek Penelitian Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam .....	59
1. Visi dan Misi .....	60
2. Lokasi .....	62
3. Struktur Organisasi .....	62
C. Pembahasan .....	64
1. Advertisement .....	65

2. Personal Selling .....	75
3. Sales Promotion .....	81
4. Community Relations .....	86
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN .....	96

## DAFTAR TABEL

Table 1.1	Tabel Kunjungan Wisatawan Mancanegara .....	3
Table 3.1	Jadwal Penelitian .....	36
Tabel 4.1	Kondisi Suhu Kota Batam Berdasarkan Urutan Bulan .....	43
Tabel 4.2	Kondisi Kelembaban Kota Batam Berdasarkan Urutan Bulan .....	43
Tabel 4.3	Kondisi Tekanan Udara Kota Batam Berdasarkan Urutan Bulan .....	44
Tabel 4.4	Jumlah Kelurahan Kota Batam per Kecamatan .....	45
Tabel 4.5	Jumlah Penduduk Kota Batam per Kecamatan .....	46
Tabel 4.6	Struktur Pemeluk Agama Penduduk Kota Batam .....	47
Tabel 4.7	Jumlah Sarana Ibadah Kota Batam .....	47
Tabel 4.8	Sarana dan Prasarana Pendidikan Kota Batam .....	47
Tabel 4.9	Sarana Kesehatan Kota Batam .....	48
Tabel 4.10	Mata Pencaharian Utama Penduduk Kota Batam Menurut Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.11	Kondisi Jalan di Kota Batam .....	77
Tabel 4.12	Perkembangan Akomodasi di Kota Batam .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Teoritik .....	21
Gambar 3.1	Proses Wawancara dengan Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam .....	30
Gambar 3.2	Proses Wawancara dengan Kepala Seksi Promosi Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam .....	30
Gambar 4.1	Peta Wilayah Kota Batam .....	41
Gambar 4.2	Tari Jogi .....	50
Gambar 4.3	Pertunjukan Mak Yong .....	51
Gambar 4.4	Perahu Jong .....	52
Gambar 4.5	Kenduri Seni Melayu 2019 .....	52
Gambar 4.6	Spin Golf Tournament 2019 .....	53
Gambar 4.7	Nongsa Challenge 2017 .....	54
Gambar 4.8	Jembatan Barelang .....	56
Gambar 4.9	Pulau Ranoh .....	56
Gambar 4.10	Pulau Abang .....	57
Gambar 4.11	Pusat Perbelanjaan Kota Batam .....	58
Gambar 4.12	Gonggong .....	59
Gambar 4.13	Peta Lokasi Disbudpar Kota Batam .....	62
Gambar 4.14	Bagan Organisasi Disbudpar Kota Batam .....	64
Gambar 4.15	Surat Kabar Batam Pos .....	66
Gambar 4.16	Majalah Batam Pos .....	67

Gambar 4.17	Buku Panduan Pariwisata Kota Batam 2016 .....	68
Gambar 4.18	Baliho Kenduri Seni Melayu 2018 .....	69
Gambar 4.19	Saluran Radio Batam FM .....	70
Gambar 4.20	Saluran Televisi Batam .....	71
Gambar 4.21	Media Center Batam .....	72
Gambar 4.22	Website Resmi Disbudpar Kota Batam .....	73
Gambar 4.23	Website Resmi Kemenpar .....	73
Gambar 4.24	Instagram Disbudpar Kota Batam .....	74
Gambar 4.25	Aksesibilitas Kota Batam .....	76
Gambar 4.26	Amenitas Kota Batam .....	77
Gambar 4.27	Atraksi Kota Batam .....	78
Gambar 4.28	Program Hot Deals .....	81
Gambar 4.29	Program Table Top Johor-Malaysia .....	82
Gambar 4.30	Program Batam Great Sale .....	84
Gambar 4.31	Pemakaian Baju Adat Melayu oleh Pelaku Wisata .....	86

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian
- Lampiran 2 Surat Penerimaan Penelitian
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan Skripsi

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan Pemerintah Kota Batam dalam mempromosikan Kota Batam sebagai wisata *cross border*. Penelitian ini dilakukan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam pada bulan Desember 2019 – Januari 2020. Data penelitian diperoleh dari proses wawancara (*interview*) dengan 2 orang informan, yaitu Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam dan Kepala Seksi Promosi Wisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam. Selain wawancara (*interview*), data penelitian juga diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Pengambilan cuplikan (*sampling*) dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya strategi Pemerintah Kota Batam dalam mempromosikan Kota Batam sebagai wisata *cross border*, yaitu 1) periklanan (*advertisement*), yang meliputi media cetak (surat kabar, majalah, baliho) dan media elektronik (radio, televisi, *website* resmi, *whatsapp*, dan *instagram*); 2) penjualan pribadi (*personal selling*), yang meliputi penekanan dalam 3A (atraksi, amenitas, dan aksesibilitas) dan merangkul Pentahelix atau ABCGM (*academicy, business, community, government, dan media*); 3) promosi penjualan (*sales promotion*), yang meliputi program *Hot Deals, Table Top, dan Batam Great Sale*; dan 4) hubungan masyarakat (*public relations*), yang meliputi pemberlakuan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2018 tentang Pemajuan Kebudayaan Melayu.

**Kata Kunci:** Wisata Cross Border, Strategi Promosi, Kota Batam



## **ABSTRACT**

The aims of this research to determine what strategies are used by the Batam City Government in promoting Batam City as a cross-border tourism. This research was conducted at the Batam City Culture and Tourism Department in December 2019 to January 2020. The data of this research was obtained from an interviews with 2 informants, namely the Secretary of the Batam City Culture and Tourism Department and the Head of Tourism Promotion of the Batam City Culture and Tourism Department. Besides from the interview, the data of this research is also obtained from the results of observations, documentations, and literature studies. Sampling was used by the purposive sampling technique. The analytical method of this research is a qualitative analysis method. The results showed that the Batam City Government's strategies in promoting Batam City as a cross-border tourism were 1) advertisement, which includes print media (newspapers, magazines, billboards) and electronic media (radio, television, official websites, whatsapp, and instagram); 2) personal selling, which includes emphasis on 3A (attractions, amenities, and accessibilities) and embracing the Pentahelix or ABCGM (academicy, business, community, government, and media); 3) sales promotion, which includes Hot Deals, Table Top, and Batam Great Sale programs; and 4) public relations, which includes the enactment of Regional Regulation No. 1 of 2018 concerning the Promotion of Malay Culture.

**Key Words: Cross-Border Tourism, Promotion Strategic, Batam City**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia dikenal sebagai negara yang kaya akan potensi pariwisata, baik di darat maupun di laut. Hal ini dapat meningkatkan minat wisatawan yang ingin berkunjung di berbagai daya tarik wisata di Indonesia. Wisatawan lokal maupun mancanegara berdatangan untuk menikmati daya tarik wisata di Indonesia yang tidak dimiliki oleh daerah asal wisatawan tersebut. Industri pariwisata dapat mendatangkan manfaat dan keuntungan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia dan sebagai sumber devisa negara. Bahkan industri pariwisata dapat dijadikan sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang potensial.

Industri pariwisata telah menjadi industri terbesar dan memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. *World Tourism Organization* memperkirakan bahwa pada tahun 2020, akan terjadi peningkatan angka kunjungan wisatawan dunia sebesar 20%. Pariwisata modern saat ini juga dipercepat oleh proses globalisasi dunia sehingga menyebabkan terjadinya interkoneksi antarbidang, antarbangsa serta antarindividu. Hal tersebut membuat pemerintah di Indonesia khususnya Kementerian Pariwisata, memutuskan untuk membuat target kunjungan wisatawan terutama wisatawan mancanegara sebesar 20 juta pengunjung hingga tahun 2019. (IDN *Times*, 2018)

Menteri Pariwisata, Arief Yahya, mengerahkan seluruh Dinas Pariwisata Daerah untuk mengembangkan destinasi wisata di seluruh daerah di Indonesia guna meningkatkan kunjungan wisatawan yang datang sehingga target 20 juta pengunjung wisatawan mancanegara dapat tercapai. Salah satu strategi yang digunakan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia untuk mencapai target tersebut adalah dengan mendorong pariwisata di wilayah-wilayah perbatasan di Indonesia dengan sebutan wisata *cross border* atau wisata lintas batas. (*Media Center Batam*, 2018)

Wisata *cross border* adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan mancanegara untuk berwisata ke negara yang berbatasan dengan negara asal wisatawan tersebut. Sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki wilayah yang berbatasan langsung dengan negara tetangga, antara lain yaitu Kampung Skouw Yambe dengan Papua Nuginia, Kota Atambua dengan Timor Leste, Desa Aruk dan Kecamatan Entikong dengan Malaysia, serta Kota Batam dengan Singapura. Penulis memilih Kota Batam dalam penelitian ini karena Kota Batam merupakan kawasan yang berbatasan dengan Singapura.

Kota Batam merupakan salah satu kota terbesar di Provinsi Kepulauan Riau yang terletak di jalur pelayaran internasional serta memiliki jarak yang dekat dengan negara Singapura. Sebagai wilayah yang letaknya sangat strategis dan berbatasan langsung dengan negara tetangga, Kota Batam menjadi *entry gate* atau pintu masuk wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Indonesia. Keistimewaan Kota Batam yang dapat menarik

wisatawan mancanegara untuk berkunjung adalah wisata bahari, wisata kuliner, serta wisata belanja. Beberapa kegiatan wisata tersebut yang membuat Kota Batam memiliki tingkat kunjungan yang meningkat.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Batam, kunjungan wisatawan mancanegara meningkat lima tahun terakhir. Seperti yang tertera pada tabel kunjungan wisatawan mancanegara berikut ini.

Tabel 1.1 Tabel Kunjungan Wisatawan Mancanegara

No.	Tahun	Jumlah Wisman (orang)
1.	2014	1.454.110
2.	2015	1.443.955
3.	2016	1.432.472
4.	2017	1.418.495
5.	2018	1.848.003

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Batam, 2019

Meskipun Menteri Pariwisata, Arief Yahya, mengatakan bahwa pariwisata perbatasan (*cross border tourism*) di Indonesia masih rendah, padahal *cross border tourism* berpotensi untuk meningkatkan devisa negara dari sektor pariwisata (Liputan 6, 2019). Namun tingkat kunjungan wisatawan mancanegara di Kota Batam meningkat dengan adanya fenomena wisata *cross border*.

Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian tentang “**Strategi Pemerintah Kota Batam Dalam Mempromosikan Kota Batam Sebagai Wisata Cross Border (Studi Kasus Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam)**”, untuk mengetahui strategi apa saja yang dilakukan Pemerintah Kota

Batam dalam mempromosikan Kota Batam sebagai wisata *cross border* melihat fenomena tersebut.

## **B. Fokus Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis memfokuskan pada suatu masalah, yaitu apa saja strategi Pemerintah Kota Batam dalam mempromosikan Kota Batam sebagai wisata *cross border*.

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja strategi Pemerintah Kota Batam dalam mempromosikan Kota Batam sebagai wisata *cross border*.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

### **1. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam**

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam untuk mempromosikan Kota Batam sebagai wisata *cross border*. Selain itu dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat keputusan maupun menyusun strategi dalam mempromosikan Kota Batam sebagai wisata *cross border*.

## **2. Bagi Lembaga Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

Diharapkan dapat mengembangkan teori yang ada atau yang diperoleh selama perkuliahan serta dapat dijadikan pedoman untuk penelitian selanjutnya, serta untuk meningkatkan kualitas belajar, memberikan pengetahuan dan pengantar wawasan yang luas bagi mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

## **3. Bagi Penulis**

Penulis dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama di bangku perkuliahan, menyalurkan ide, gagasan serta pemikiran kedalam bentuk tulisan. Selain itu dapat meningkatkan keinginan penulis untuk membaca dan menambah wawasan.