

**STRATEGI DINAS PARIWISATA BINTAN DALAM MENINGKATKAN WISATAWAN
MANCANEGARA MELALUI EVENT IRONMAN 70.3 BINTAN TAHUN 2017-2019**

Dewi Susanti ¹, Dhani Akbar ², Desri Gunawan ³
Ds16111998@gmail.com

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Maritim Raja Ali Haji

Abstract

Bintan is one of the areas in the Riau Islands that is in great demand by foreign tourists. In Bintan, various international events are also held, one of which is the Ironman event. Therefore, researchers examine the strategies undertaken by the Department of Tourism of Bintan Regency in increasing foreign tourist visits. This study aims to determine the strategy of the Bintan Tourism and Culture Office in increasing Foreign Tourists in Lagoi through the Ironman 70.3 Bintan event. The research method used in this study is a qualitative method with data collection techniques in the form of interviews and documentation. Data analysis techniques in this study are preparing data instruments, data collection, data analysis and drawing conclusions. The results of this study are the strategies used by the Bintan Tourism Office in increasing foreign tourist visits through the ironman 70.3 Bintan event, namely through the website www.ironmanbintan.com, EDM (Electronic Direct Mail), Email Marketing, Social media, Roadshows, Outdoor advertising and Advertising. PT BRC (Bintan Resort Cakrawala) as a stakeholder for the ironman 70.3 bintan event also carried out several strategies to increase foreign tourists, namely providing stay packages for participants and their families and collaborating with travel agents and other travel partners in promoting the stay packages. The countries that take part in this event are Indonesia as the event organizer, main sponsor, stakeholders and hotel provider. From Singapore, there are Metasport as event designers, New Zealand as sports nutrition provider, United State and Germany as athlete photography.

Keywords : Strategy, Ironman, Tourism, Foreign Tourists, Bintan

I. Pendahuluan

Sport tourism merupakan kegiatan wisata yang dipadukan dengan kegiatan olahraga. Event olahraga atau olimpiade berguna untuk memperbaiki citra negara diluar negeri atau untuk memperbaiki hubungan antar negara telah menjadi sarana diplomatik sejak olimpiade di Yunani kuno. Salah satu bagian dari *sport tourism* yaitu Triathlon yang merupakan olahraga elite yang diselenggarakan oleh World Triathlon Corporation (WTC). Triathlon sangat digemari di Amerika, Kanada, Australia dan Eropa serta sekarang sedang dikembangkan di Asia dan Afrika. Salah satu cabang triathlon yaitu Ironman yang diadakan di Lagoi, Bintan. Tercatat lebih dari ratusan ribu turis mancanegara mengunjungi Lagoi setiap tahunnya termasuk Malaysia dan Singapura yang berbatasan dengan pulau Bintan. Oleh karena itu Bintan sangat berpotensi dalam mengembangkan sport tourism triathlon salah satunya dengan mengadakan event Ironman yang merupakan salah satu strategi pemerintah Bintan dalam meningkatkan wisatawan mancanegara di Lagoi.

Ironman 70.3 Bintan merupakan event yang menyajikan perpaduan dari renang, sepeda dan lari. Dinamakan Ironman 70.3 karena event ini memiliki total jarak 70.3 mil atau setara dengan 113.0 km dengan rincian berenang 1,9 km (1,2 mil), bersepeda 90 km (56 mil) dan berlari sejauh 21,1 km (13,1 mil). Event ini merupakan salah satu event internasional yang diadakan di Bintan dengan peminat dari berbagai negara dan dilaksanakan di kawasan pariwisata perbatasan yang melibatkan MNC (*multinational corporation*). MNC merupakan perusahaan yang memiliki cabang, pabrik atau kantor di negara lain. MNC yang terlibat dalam event ini yaitu PT Indofood dan Perusahaan Finisher Pix.

Penelitian ini menggunakan teori paradiplomasi. Paradiplomasi merupakan penggabungan istilah dari *Paraleldiplomacy*, namun juga terdapat istilah lain dari *Paradiplomacy* yaitu *Microdiplomacy* yang dikemukakan oleh Ivo Duchacek di New York pada tahun 1990 (Mukti, 2015) permasalahan penelitian serta tujuan penelitian. Menurut Ivo Duchacek dan Soldatos dalam (*Memahami Konsep Paradiplomasi Dalam Hubungan Internasional*, 2015), paradiplomasi merupakan aktivitas yang merujuk pada hubungan internasional yang dilakukan oleh institusi subnasional, regional maupun lokal dalam kepentingan tertentu. Jadi paradiplomasi merupakan kerjasama yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah dengan Pihak luar negeri. Dalam penelitian ini Dinas Pariwisata Bintan sebagai Pemerintah Daerah bekerja dengan Metasport dari Singapura dalam melaksanakan event Ironman di Bintan.

Terdapat beberapa alasan event ini layak diteliti dibandingkan event-event lain yang diadakan di Kepulauan Riau untuk mendatangkan Wisatawan Mancanegara yaitu :

1. Pada tahun 2017 event Ironman 70.3 Bintan mendapatkan peringkat ketiga setelah Prancis dan Jerman dengan lokasi terbaik di dunia yang dinilai berdasarkan survey yang dilakukan oleh global Ironman athlete pada tahun 2016.
2. Event ini termasuk top 10 event kalender Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.

Alasan tersebutlah yang membuat peneliti ingin meneliti mengenai strategi Dinas Pariwisata Bintan dalam meningkatkan Wisatawan Mancanegara melalui event Ironman 70.3 Bintan tahun 2017-2019. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi Dinas Pariwisata Bintan dalam meningkatkan Wisatawan Mancanegara melalui event Ironman 70.3 Bintan tahun 2017-2019.

II. Metode Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2016). Data-data dalam penelitian ini didapatkan dengan melakukan observasi dan wawancara di lapangan, foto, video maupun melakukan wawancara dan observasi di lapangan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu wawancara dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisa dalam penelitian ini yaitu mempersiapkan instrumen data, pengumpulan data, analisis data dan penarikan kesimpulan.

III. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di beberapa tempat yaitu Dinas Pariwisata Bintan, Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dan Bintan Resort Cakralawala.

1. Dinas Pariwisata Bintan

Strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bintan dalam mempromosikan pariwisata yaitu :

1. *Branding*

Terdapat beberapa branding yang dipakai oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bintan dalam mempromosikan pariwisata bintan yaitu :

- a. *National Branding*
 - Pesona Indonesia
 - *Wonderful Indonesia*
- b. *Regional Branding*
 - *Wonderful Riau Islands*
- c. *Local Branding*
 - *Bintan Breathtaking Journey*

2. *Advertising*

- a. *Banner* di media cetak koran
- b. Galeri promosi dikawasan pariwisata Lagoi
- c. Promosi di Ferry Terminal Singapore
- d. Penggunaan branding pada atlit sepeda
- e. Promosi event di Billboard
- f. Branding di kapal ferry internasional
- g. Stiker event di bus Pemda Bintan
- h. Promosi dan menjual event di Mall Jakarta
- i. Promosi dan menjual event di Expo Singapore
- j. Promosi dan menjual event di China
- k. Promosi dan menjual event di Expo Jakarta

3. *Paid Media*

Promosi melalui paid media ini yaitu dengan menggunakan media mancanegara dan internasional seperti CNN (*Cable News Network*). *Media content* yang digunakan yaitu media elektronik, cetak, online dan sosmed dengan metode undangan, berbayar dan share pers rilis.

4. *Owned Media*

Owned media merupakan situs web yang dimiliki dan dikendalikan oleh brand. Berikut tabel *owned media* yang dimiliki oleh setiap event dan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bintan.

Tabel 1. *Owned Media Event* dan Dinas Pariwisata Bintan

No	Media Event	Media Dinas Pariwisata Bintan

1	www.ironmanbintan.com	www.bintantourism.com
2	www.bintantriathlon.com	www.bintantriahlon.com
3	www.tourdebintan.com	
4	www.bintanmoonrun.com	
5	www.spartanrace.sg	

Sumber : Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bintan

5. Sosial Media

Sosial media yang digunakan dalam mempromosikan pariwisata bintan oleh Dinas Pariwisata Bintan yaitu facebook, instagram, twitter dan youtube. Berikut akun sosial media Dinas Pariwisata Bintan :

- a. Facebook : Bintan Tourism
- b. Instagram : @bintantourism
- c. Twitter : @bintantourism
- d. Youtube : bintan tourism

6. Endorser

- a. Artis ibu kota menjadi daya tarik event
Artis ibu kota yang diundang dalam event-event di bintan yaitu Iis Dahlia dan Siti Badria.
- b. Inge Prasetyo jadi Duta Ironman Bintan 2017
Inge Prasetyo merupakan Triathlete Indonesia pertama di ironman world. Inge Prasetyo sudah sangat populer dikalangan pecinta olahraga triathlon tanah air.
- c. Pembalap F1 Rio Haryanto ikut event Bintan Triathlon 2017

Sedangkan strategi yang ditempuh oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Bintan dalam meningkatkan Wisatawan Mancanegara melalui event ironman 70.3 Bintan yaitu :

1. Website www.ironmanbintan.com
Website ini berisi tentang informasi ironman bintan dari tahun 2015-2020. Informasi tersebut seperti aktifitas-aktifitas tentang ironman, pendaftaran, sponsor, pemenang ironman setiap tahunnya, dan lain-lain.
2. EDM (*Electronic Direct Mail*) dan *Email Marketing*
Electronic Direct Mail merupakan promosi atau pemasaran langsung dari pesan komersial kepada orang lain melalui email dengan tujuan membangun *brand awareness* agar merek lebih dikenal, mendorong bisnis agar selalu diminati oleh pelanggan, membangun kepercayaan dan loyalitas. Pesan yang disampaikan melalui *Electronic Direct Mail* berupa permintaan bisnis, iklan, penawaran dan ajakan untuk

kerjasama penjualan. Dalam strategi ini Dinas Pariwisata Bintan mempromosikan event ironman 70.3 Bintan melalui *Electronic Direct Mail*.

3. Sosial Media

Media sosial yang digunakan dalam mempromosikan event ironman 70.3 Bintan yaitu facebook dan instagram.

4. Roadshow

Roadshow merupakan sebuah acara yang diadakan untuk mengenalkan, mempromosikan dan mengajak orang lain agar menggunakan produk yang ditawarkan.

5. *Outdoor Advertising*

Outdoor Advertising merupakan iklan yang berada diluar rumah, gedung atau ruangan dengan tujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk dan jasa. *Outdoor Advertising* ini berupa baliho, spanduk, poster, dan lain-lain.

6. *Advertising*

Advertising atau iklan merupakan pesan promosi yang disampaikan melalui media dengan biaya sponsor.

2. Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau

Strategi dalam meningkatkan wisatawan mancanegara di lagoi oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau yaitu Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau mempromosikan calendar event yang telah disusun oleh tujuh Kabupaten dan Kota di Kepulauan Riau termasuk event ironman 70.3 Bintan melalui media sosial dan media elektronik.

3. Bintan Resort Cakrawala (BRC)

Strategi yang dilakukan oleh PT Bintan Resort Cakrawala (BRC) sebagai stakeholder event ironman 70.3 Bintan yaitu :

1. PT BRC bekerja sama dengan resorts yang ada di dalam kawasan untuk memberikan paket menginap bagi peserta dan keluarganya, sehingga dengan paket kamar yang menarik peserta dapat membawa keluarganya untuk melihat pertandingan sekaligus berlibur di bintang.
2. PT BRC dan EO (event organizer) pengelola kegiatan bekerja sama dengan travel agent dan partner perjalanan lainnya untuk mempromosikan paket-paket menginap tersebut.

Dari hasil pengamatan peneliti, Dinas Pariwisata Bintan banyak berperan dalam event ini yaitu mempromosikan event ini diberbagai sosial media yang dipegang langsung oleh Dinas Pariwisata Bintan. Jadi, semua media sosial dan media promosi lainnya dilakukan oleh Dinas Pariwisata Bintan. Tidak hanya itu, Dinas Pariwisata Bintan juga bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Provinsi dan Kemeterian Pariwisata Indonesia dalam melaksanakan event ironman bintang ini. Namun, pihak BRC juga sangat berpengaruh besar dalam mendatangkan Wisatawan Mancanegara ke Bintan melalui event ini, salah satunya yaitu bekerjasama dengan pihak internasional yang berpengalaman seperti Metasport dan Ironman.

Dalam memenuhi tuntutan globalisasi, Pemerintah Indonesia maupun Pemerintah Daerah kerap melaksanakan kerjasama internasional. Paradiplomasi dapat diistilahkan sebagai aktivitas hubungan luar negeri dengan Pemerintah Daerah. Berdasarkan tipe paradiplomasi yang dijabarkan oleh Ivo Duchacek, peneliti akan menjabarkan satu persatu keterkaitan antara tipe paradiplomasi dengan penelitian peneliti.

Transborder Paradiplomacy

Transborder Paradiplomacy merupakan diplomasi yang dilakukan oleh aktor sub nasional yang berbatasan langsung secara geografis (Namina, 2020). Dalam melaksanakan event ironman 70.3 Bintan ini Pemerintah Daerah bekerja sama dengan pihak asing. Adapun kerjasama yang berkaitan dengan *transborder paradiplomacy* yaitu kerja sama yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Bintan dengan Singapore dan Malaysia. Kedua Negara ini merupakan negara yang berbatasan langsung dengan Indonesia secara geografis. Metasport dari Singapura yang merupakan EO (Event Organizer) sedangkan Malaysia mengirimkan peserta untuk ikut berkontribusi dengan event Ironman 70.3 Bintan.

Transregional Paradiplomacy

Transregional Paradiplomacy merupakan diplomasi yang dilakukan oleh Pemerintah Sub Nasional dengan negara yang tidak berbatasan langsung namun masih berada dalam satu kawasan (Alam & Sudirman, 2020). Kerjasama yang berkaitan dengan tipe *transregional paradiplomacy* yaitu kerja sama antara Dinas Pariwisata Bintan dengan Thailand dan negara ASEAN lainnya sebagai peserta.

Global Paradiplomacy

Global Paradiplomacy merupakan diplomasi yang dilakukan oleh aktor sub nasional dengan negara kawasan berbeda (Namina, 2020). Dalam tipe *global paradiplomacy* ini Dinas Pariwisata Bintan bekerjasama dengan Eropa dan Australia.

Dari pembahasan di atas dapat dilihat bahwa dalam menyelenggarakan event ironman 70.3 Bintan, ketiga tipe *paradiplomacy* di atas sesuai dengan kerjasama yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Bintan. Dalam bekerja sama dengan pihak asing, tentunya melakukan negosiasi terlebih dahulu. Adapun tahapan-tahapan negosiasi dalam diplomasi yaitu :

1. Prenegotiation

Prenegotiation merupakan tahapan awal yang dilakukan sebelum substantif formal. Dalam prenegotiation ada tiga hal yang perlu dilakukan yakni :

a. Agreeing the need to negotiate (menyepakati keinginan bernegosiasi)

Kedua pihak yang terlibat harus menyetujui bahwa mereka akan melakukan negosiasi

b. Agreeing the agenda (Menyetujui agenda)

Membahas agenda pembicaraan apa saja yang akan dimasukkan kedalam negosiasi

c. Agreeing the procedure (Menyetujui Prosedur)

Dalam menyetujui prosedur ada 4 hal utama yang perlu ditentukan, yaitu :

- Format negosiasi yaitu bagaimana negosiasi akan dilaksanakan seperti secara langsung atau tidak langsung
- Tempat (venue) yaitu dimana negosiasi akan berlangsung
- Delegasi yaitu peserta yang akan melakukan negosiasi
- Waktu (timing) yaitu penentuan tenggat waktu untuk menyimpulkan pembicaraan

d. Around the table negotiation

Pada tahap ini biasanya disiarkan kepada publik agar bisa dilihat proses didalamnya. Tahapan ini lebih formal oleh karena itu disebut negosiasi yang berlangsung dengan mengelilingi meja negosiasi.

e. Diplomatic momentum

Diplomatic momentum adalah tahapan negosiasi dengan menyepakati tenggat dan batas waktu.

f. Packaging agreements (Pembuatan perjanjian)

Perjanjian diplomatik dapat berupa treaty, Memorandum of Understanding (MoU), Kesepakatan, Final acts, Protokol dan exchanges notes.

IV. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian tentang strategi Dinas Pariwisata Bintan dalam meningkatkan Wisatawan Mancanegara melalui event ironman 70.3 Bintan maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi-strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Bintan dalam meningkatkan Wisatawan Mancanegara di Bintan telah optimal.
2. Strategi yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bintan dalam meningkatkan Wisatawan Mancanegara melalui event ironman 70.3 Bintan yaitu promosi melalui website, EDM (Electronic Direct Mail), Email Marketing, sosial media, roadshow, outdoor advertising dan advertising.
3. Strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau dalam meningkatkan Wisatawan Mancanegara yaitu mempromosikan kalender event yang telah disusun oleh tujuh Kabupaten dan Kota di Kepulauan Riau melalui media sosial dan media elektronik.
4. Strategi yang dilakukan oleh BRC (Bintan Cakrawala Resort) dalam meningkatkan Wisatawan Mancanegara melalui event ironman 70.3 Bintan yang pertama yaitu bekerja sama dengan resort di dalam kawasan untuk memberikan paket menginap bagi peserta dan keluarganya, sehingga dengan paket tersebut peserta dapat membawa keluarganya untuk melihat pertandingan sekaligus berlibur di Bintan. Strategi yang kedua yaitu PT BRC bekerjasama dengan travel agent dan partner perjalanan lainnya untuk mempromosikan paket menginap tersebut.

V. Daftar Pustaka

- Adibowo, R., & Putri, S. O. (2016). *Penerapan E-Government dalam Paradiplomasi Pemerintah Kota Bandung*. IV(2).
- Alfred, P. Y. (2019). *Ironman 70.3 Bintan*. <https://www.genpi.co/event/5309/ironman-703-bintan>
- Almira, D. W., & Permadi, D. (2017). *Strategi PT Indofood Sukses Makmur Tbk sebagai Perusahaan Multinasional yang sedang Berkembang dalam Kompetisi Global*. Universitas Gadjah Mada.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran Edisi Keempat*. Pustaka Belajar.
- Gipson, H. J. (2018). *Sport Tourism: A Critical Analysis of Research*. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1441-3523(98)70099-3)
- Karlina, T. (2017). *Upaya Indonesia Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kepulauan Riau*. 4(2), 1–11.
- Lakip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bintan* (pp. 1–67). (2016).
- Maftukin Hudah. (2017). *Sport Tourism sebagai Strategi dan Tantangan Perkembangan Sosial Olahraga dalam Kehidupan Masyarakat*.
- Memahami Konsep Paradiplomasi dalam Hubungan Internasional*. (2015). <https://www.porosilmu.com/2015/12/memahami-konsep-paradiplomasi-dalam.html>

- Mukti, T. A. (2015). Paradiplomacy : Bangkitnya Aktor Lokal di Fora Internasional. *Jurnal Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 1(1), 85–94.
- Namina. (2020). *Memahami Konsep Paradiplomasi dalam Ilmu Hubungan Internasional*. <https://www.porosilmu.com/2015/12/memahami-konsep-paradiplomasi-dalam.html>
- Nikson. (2018). *Ironman 70.3 Bintan diikuti 1.600 Atlet*. <https://www.balipost.com/news/2018/07/11/50039/Ironman-70.3-Bintan,Diikuti-1.600...html>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Widi, R. K. (2010). *Asas Metodologi Penelitian*. Graha Ilmu.
- Widiana, W. (2018). *Ironman Triathlon, Olahraga yang Dianggap Paling Sulit di Dunia*. <https://bobo.grid.id/read/08909106/ironman-triathlon-olahraga-yang-dianggap-paling-sulit-di-dunia?page=all>