

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata merupakan sektor andalan yang dapat meningkatkan pendapatan devisa di beberapa negara di dunia salah satunya negara Indonesia (Karyatun et al., 2021) Dengan Industri pariwisata dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi dengan membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta dapat memberikan stimulus sektor produktivitas lainnya (Candrasa Limega, 2022). Industri pariwisata di Indonesia saat ini semakin berkembang pesat, hal ini dipengaruhi dengan adanya keinginan manusia untuk melakukan perjalanan wisata. Dari adanya perkembangan tersebut, hasrat manusia dalam melakukan perjalanan wisata memiliki berbagai macam motivasi perjalanan wisata yang berbeda.

Motivasi perjalanan wisata yang dilakukan oleh masyarakat sebagian besar dilihat dari sisi keinginan dan kebutuhan psikologis yang dapat mendorong dan menarik seseorang untuk berbuat atau melakukan kegiatan aktivitas, dalam hal ini khususnya aktivitas berwisata. Motivasi tersebut seperti bersenang – senang, menikmati kuliner, melihat sejarah budaya, maupun menyalurkan hobi olahraga (Parhusi Nina Ester & Arida Sukma Nyoman I, 2018). Indonesia memiliki potensi pariwisata yang melimpah dan beragam variasi jenisnya serta tersebar luas dari seluruh wilayah Indonesia. Potensi pariwisata Indonesia yang dapat dirasakan dan dinikmati tersebut mulai dari flora dan fauna, peninggalan sejarah masa lampau, dan budaya adat istiadat yang beragam yang dimiliki oleh Indonesia yang mana menjadi daya tarik yang mengagumkan bagi wisatawan yang datang ke Indonesia.

Potensi pariwisata Indonesia harus dikelola dengan baik sehingga dapat memberikan keuntungan yang maksimal dalam meningkatkan pertumbuhan wisatawan (Gustian Alkahfi Gustian et al., 2023). Maka dari itu, untuk mempertimbangkan hal tersebut, harus memikirkan pengembangan dan pendayagunaan pariwisata secara optimal, yang diharapkan dapat memberikan hasil yang positif dari seluruh sektor produktivitas yang berkaitan dengan

pertumbuhan ekonomi. Mempertimbangkan hal tersebut usaha dalam meningkatkan peran kepariwisataan sangat terkait dengan objek wisata itu sendiri untuk dapat dijual, diantaranya seperti fasilitas sarana dan prasarana, akomodasi maupun *Event – Event* pendukung kegiatan pariwisata (Nugraha Nurul Rizki & Putra Syah Eka, 2023). Dalam mewujudkan peran kepariwisataan, sangat terkait oleh banyak faktor yang mempengaruhi meningkatkannya kunjungan wisatawan salah satunya adalah kegiatan *Event-event* pariwisata yang diadakan di Daerah Tujuan Wisata (DTW). Salah satu *Event* pariwisata yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan, yaitu pariwisata olahraga atau yang dapat dikenal sebagai *Sport Tourism*.

Kegiatan *Sport Tourism* di negara Asia saat ini sedang memainkan peran utama dalam bisnis penyelenggaraan bisnis olahraga internasional. Dimana pariwisata dan olahraga merupakan dua kegiatan yang dapat dipadukan sehingga memiliki nilai ekonomi yang dapat membentuk meningkatkan investasi devisa daerah bahkan negara (Purwati Titik et al., 2022). Kombinasi dua kegiatan ini dirasakan dapat meningkatkan daya tarik wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata yang bertujuan mencari kesenangan maupun menyalurkan hobi. Menurut Weed (2008:15), Pariwisata olahraga atau *Sport Tourism* merupakan aktivitas yang melibatkan seseorang baik aktif maupun pasif dalam aktivitas olahraga, berpartisipasi sebagai peserta dalam penyelenggaraan sebuah kegiatan dengan tujuan non komersil hingga untuk bisnis/komersil, dimana membutuhkan perjalanan dari tempat tinggal maupun tempat kerja (Isnaini Yudha Moh Lalu & Hasbi Hasbi, 2020).

Perkembangan *Event sport tourism* beberapa tahun terakhir semakin berkembang pesat dan menjadi tren dalam penggerak sektor industri pariwisata di Indonesia. *Sport Tourism* di Indonesia saat ini, menjadi salah satu negara sebagai ikon *sport tourism* dunia berkat potensi keindahan alam dan budaya sebagai daya tarik yang dimiliki oleh Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir Indonesia dipercayai menjadi tuan rumah pergelaran akbar *Event* dunia seperti Moto GP, Piala Dunia U17, Super Bike, dan *Asian Games* (Baparekraf Kemenparekraf RI, 2021). Dari kepercayaan tersebut, Indonesia memiliki potensi yang besar dalam menyelenggarakan *Event* kelas dunia dan tentu hal

ini sangat bagus bagi perkembangan industri pariwisata Indonesia. Contoh yang luar biasa dari pergelaran *sport tourism* di Indonesia adalah *Asian Games* tahun 2018. *Event* ini dapat menarik lebih dari satu juta pengunjung wisatawan domestik dan 100 ribu wisatawan mancanegara ke Indonesia dengan mendatangkan pemasukan secara komersil bagi negara sebesar 3,7 triliun (CNN Indonesia, 2018).

Sport Tourism diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan maupun memperkenalkan potensi wisata yang ada di suatu daerah. *Sport tourism* bisa menjadi upaya dalam diversifikasi tipe wisata, diluar dari wisata alam dan wisata budaya adat istiadat yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Dalam upaya untuk mempromosikan dan meningkatkan *sport tourism*, maka kreativitas menjadi sangat penting dan diperlukan untuk menciptakan serta diolah dengan baik. Salah satu *Event sport tourism* yang cukup banyak diminati oleh masyarakat umum, yaitu *Event* lari maraton yang bertajuk *Event* BTN Jakarta *RUN* 2023.

Event BTN Jakarta *Run* merupakan *Event* lari marathion yang diselenggarakan di DKI Jakarta pada tanggal 12 November 2023, adapun kategori yang dilombakan adalah *Marathon* (42K), *Half Marathon* (21K), 10K, dan 5K. *Event* ini bisa menjadi wadah bagi para pecinta olahraga berlari untuk menyalurkan hobi maupun mencari prestasi. *Event* BTN Jakarta *RUN* 2023 merupakan wajah baru *Event* lari atau marathion. *Event* marathion BTN *RUN* didukung oleh Indonesia Muda Road Runner (IMRR) dan PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk sebagai sponsor utama dan didukung penuh oleh pemprov DKI Jakarta.

Event BTN *Run* bisa menjadi bagian dari mempromosikan kegiatan *sport tourism* di DKI Jakarta sekaligus dapat memberikan kontribusi positif terutama bagian perekonomian masyarakat (Alamsyah Emerald Ichsan, 2023). Peserta BTN Jakarta *Run* 2023 merupakan para pecinta olahraga maupun lingkungan yang berasal dari berbagai daerah maupun dari berbagai negara. kemudian, diharapkan para peserta bukan hanya saja mengikuti acara *Event*nya tetapi juga dapat mengeksplorasi indahnya Kota DKI Jakarta.

Event BTN Jakarta *Run* merupakan tahun pertama penyelenggaraan sebagai *Event* lari yang menawarkan potensi besar untuk menjadi magnet pariwisata di Jakarta. Dalam menghadapi BTN Jakarta *Run* 2023, diperlukan strategi pengembangan *Event* yang matang guna memastikan kesuksesan *Event* ini sebagai daya tarik utama dalam kalender acara olahraga dan pariwisata di wilayah Jakarta. Pengembangan *Event* merupakan serangkaian proses holistik yang memerlukan koordinasi dan perhatian terhadap detail. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa acara tidak hanya berjalan dengan baik secara teknis tetapi juga mencapai dampak yang diinginkan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan menjadi *Event* baru, perlu diperhatikan bahwa eksposur dan pemahaman masyarakat terhadap *Event* BTN Jakarta *Run* masih terbatas. Oleh karena itu, strategi komunikasi pemasaran yang efektif, termasuk penggunaan media sosial dan kemitraan dengan pihak media, menjadi krusial untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat (Pradini Gagih et al., 2022)

Strategi komunikasi pemasaran efektif merupakan kunci dalam kesuksesan dalam mempromosikan produk atau layanan dan meningkatkan kehadiran serta Brand *awereness* bagi suatu produk maupun *Event*.

Komunikasi pemasaran merupakan bagian integral dari pelaksanaan *Event*, di mana komunikasi pemasaran merupakan elemen promosi dari bauran pemasaran (*marketing mix*). Ini melibatkan interaksi komunikasi antara organisasi dan audiens target dalam berbagai bentuknya, yang ditujukan untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Komunikasi pemasaran memiliki cakupan konsep yang lebih luas daripada promosi, namun istilah "*marketing communication mix*" dapat diartikan sebagai "promotion mix" atau "promotional mix" karena memiliki konteks pengertian yang serupa dalam memahami proses dasar dari elemen 4Ps (*Price, Place, Placement, dan Promotion*). Hal ini perlu disesuaikan dengan posisi jasa penyelenggara *Event* dan perkembangan teknologi komunikasi modern untuk tetap relevan dalam industri *Event* yang dinamis. Selain itu, pengembangan kolaborasi dengan pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, perusahaan, dan komunitas

lokal, dapat menjadi landasan kuat untuk menjalankan *Event* ini secara berkelanjutan (Liliana Dewi & Adli Rizky Muharam, 2022).

Penciptaan pengalaman unik bagi peserta dan penonton dapat memberikan daya tarik lebih, menciptakan memori positif, dan mendukung citra Jakarta sebagai destinasi olahraga yang menarik. Kemudian, memanfaatkan keunikan budaya dan potensi wisata Jakarta, dapat menjadi strategi pengembangan untuk *Event* BTN Jakarta Run 2023 sehingga dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan industri pariwisata, menciptakan momentum positif dan membuka peluang bagi penyelenggara *Event* ini pada tahun berikutnya (Demolingo, 2021).

Panitia penyelenggara BTN Jakarta Run harus mengemas *Event* semenarik mungkin agar dapat menarik para peserta maupun pengunjung untuk datang ke *event* BTN Jakarta Run. Namun, sebuah *Event* juga tidak hanya berpengaruh pada bagaimana *Event* tersebut dikemas semenarik mungkin, tetapi para pengelola, peserta dan pengunjung juga harus bekerja sama dengan baik untuk meningkatkan kualitas *Event* tersebut. Keberhasilan *Event* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu menciptakan pengalaman kepada peserta, logistik, dan manajemen (Uljanatunnisa et al., 2020)). Untuk dapat memastikan pengembangan *Event* berjalan sukses dan lancar, maka perlu dilakukan pengelolaan *Event* yang berkaitan dengan manajemen *Event*.

Manajemen *Event* merupakan sebuah pengorganisasian dari sebuah *Event* yang dikelola secara profesional, sistematis, efisien dan efektif yang didalamnya terdapat konsep perencanaan sampai dengan pelaksanaan hingga pengawasan (Kusuma Diah Syarifa Chusnu, 2016). Manajemen *Event* dalam pengembangan *Event* dapat dilakukan oleh pihak penyelenggara *Event* guna membuat *Event* lebih menarik dan sebagai bahan pertimbangan mengenai kelebihan dan kekurangan *Event*, maka dari itu penyelenggara *Event* BTN Jakarta Run setelah *Event* berakhir dibutuhkan evaluasi yang didapat dari hasil penyelenggaraan *Event* BTN Jakarta Run, walaupun *Event* ini baru pertama kali diselenggarakan, tentu mempunyai harapan agar *Event* ini dapat memberikan manfaat dan berjalan sesuai dengan rencana.

Maka dari itu, dalam dunia *Event* dibutuhkan sikap profesional yang harus dimiliki oleh panitia maupun penyelenggara *Event* untuk mendapatkan hasil yang memuaskan melalui pengembangan *Event* yang baik dan rapih. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk menyusun pembuatan tugas akhir dengan judul “**Analisis Pengembangan *Event* BTN Jakarta RUN 2023 Sebagai Daya Tarik Wisata Sport Tourism**”.

B. Rumusan Masalah

Dari beberapa uraian diatas pada latar belakang, maka dapat diambil rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen *Event* dalam upaya pengembangan *Event* BTN Jakarta Run 2023?
2. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam upaya pengembangan *Event* yang digunakan *Event* BTN Jakarta Run 2023?
3. Apa saja kelebihan dan kekurangan *Event* dalam pengembangan *Event* BTN Jakarta Run 2023?

C. Tujuan Penelitian

Dari penelitian ini terdapat tujuan penelitian, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis manajemen di *Event* BTN Jakarta Run 2023 dalam upaya pengembangan *Event* BTN Jakarta Run 2023
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan dalam meningkatkan kunjungan yang hadir di *Event* BTN Jakarta Run 2023
3. Untuk mengetahui dan menganalisis kelebihan dan kekurangan dalam penyelenggaraan *Event* BTN Jakarta Run 2023

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Sebagai sumber wawasan peneliti serta sebagai wujud aplikasi pembelajaran dari perkuliahan yang telah dilaksanakan.

b. Bagi Penyelenggara *Event*

Sebagai bahan masukan untuk pengembangan *Event* selanjutnya untuk meningkatkan jumlah peserta dan kunjungan wisatawan di DKI Jakarta.

c. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan masukan kepada pemerintah untuk pertimbangan program pariwisata khususnya *sport tourism* di DKI Jakarta untuk menarik minat wisatawan berkunjung.

