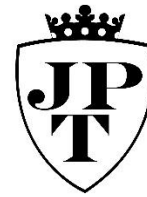


---

Dikumpulkan : 20 Juli 2017  
Direvisi : 25 Agustus 2017  
Diterima : 28 September 2017



# **Analisis Deskripsi Potensi Pariwisata Kota Batam Dalam Rangka Menjaring Wisatawan Mancanegara**

**SUPRIONO**

**Program Studi Bisnis Pariwisata Fakultas Ilmu Administrasi  
Universitas Brawijaya  
supriono\_fia@ub.ac.id**

## **Abstract**

Currently, Indonesia is increasing the role of Tourism as a contributing State Foreign Exchange. Batam is the 3rd contributors Foreign Tourists in Indonesia after Bali and Jakarta. This study aims to analyze and describe the potential of Batam City Tourism in order to capture Foreign Tourist so that it can contribute as much as 3.47% of the total foreign exchange of Indonesia. Its function is to be able to apply other regions in Indonesia. The focus of the analysis is Attraction Destination, Destination Facility, Accessibility, Imagery, and Price. By using descriptive qualitative analysis and interview for data retrieval. The result of the research indicates that the Destination is less attractive for foreign tourists in Batam because they interested in Destination that offer complete facilities and easiness of the accessibility. In addition, the Batam's image are safe, comfortable, and the prices are relatively cheaper because Rupiah value compare than other currencies.

## **Keywords:**

Kota Batam, Internasional Visitors, Tourism Potential, Decriptive Analisys, Destination Image

## Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, sektor pariwisata merupakan industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global. Industri pariwisata kebal akan krisis global, disaat perekonomian global terpuruk, pertumbuhan pariwisata di Indonesia tetap tumbuh. Satu di antara pertumbuhan tersebut karena kontribusi penerimaan devisa Indonesia dari wisatawan mancanegara (wisman) sepuluh tahun terakhir berada pada kondisi yang sangat baik, meskipun pada tahun 2009 memperoleh devisa sebesar US\$ 6.297,99 juta, jumlah ini lebih rendah dibandingkan penerimaan devisa tahun 2008 yang memperoleh devisa dari wisman sebesar US\$ 7.347,60, pada tahun 2010 dan tahun-tahun selanjutnya terus mengalami kenaikan bahkan melampaui target (BPS, 2016). Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Arief Yahya menyampaikan “Kami targetkan penerimaan devisa Rp 172 triliun pada tahun ini (tahun 2016). Tapi sepertinya akan terlampaui dan mencapai Rp 184 triliun. Jadi lebih besar 12 triliun dari target awal”. (Fitriani, 2016)

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 tahun 2004 menjelaskan tentang pengawasan dan pengendalian pariwisata pasal 1 ayat 1 yang berisikan definisi Pariwisata yakni “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.” Oleh karena itu, dalam rangka mendukung terwujudnya target dari Kementarian Pariwisata untuk meningkatkan penerimaan devisa negara, Kota Batam yang merupakan sebagai pintu masuk terbanyak ke 3 di Indonesia setelah

Bali. Maka, Kota Batam pun melakukan pembenahan terhadap semua potensi pariwisata yang ada selama ini.

Sebagai informasi, pada tahun 2010, devisa yang diperoleh Kota Batam dari perolehan pengeluaran 1.007.446 wisman sebesar Rp 3,53 triliun (3,47 persen dari devisa negara), di tahun 2011 dengan jumlah kunjungan 1.161.581 wisman berdampak pada kenaikan devisa menjadi Rp 3,71 triliun (3,24 persen dari devisa negara), kemudian di tahun 2012 dengan total kunjungan 1.219.608, Batam menyumbang devisa bagi negara sebesar 3,58 persen dengan jumlah Rp 4,38 triliun. Pada semester pertama tahun 2013 dengan kunjungan dari 643.676 wisman ke Kota Batam, setiap wisman menghabiskan dana 300 dolar Amerika Serikat dengan kurs kala itu memperoleh devisa sebesar Rp 1,93 (BPS, 2017)

## Tinjauan Pustaka

### *Definisi Tourism (Pariwisata)*

Schulalard, dalam (Yoeti, 1982:105) memberikan batasan pariwisata yakni “Tourism is the sum of operations, mainly of an economic nature, which directly related to the entry, stay and movement of foreign inside certain country, city or region”. Pemaknaannya bahwa pariwisata adalah sejumlah kegiatan, terutama yang bersifat ekonomi, yang secara langsung berhubungan dengan masuk, menetap dan berpindahannya orang asing disuatu negara, kota atau daerah tertentu.

### *Definisi Wisatawan*

Sesuai Peraturan Presiden Rrepublik Indonesia Nomor 63 tahun 2004 tentang pengawasan dan pengendalian pariwisata. “Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata”. Sedangkan wisata menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu “wi.sa.ta; berpergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang, dan sebagainya); bertamasya atau piknik”

Panitia Pariwisata dari Organisasi Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (Organization of Economic Cooperation and Development) dalam tahun 1970 memberikan batasan dalam pengertian wisatawan yaitu “*A person become a tourist if he visit a place least 24 hours; if for a shorter period, i.g. under 24 hours, he is counted as an excursionist*”. Seseorang menjadi wisatawan apabila dia mengunjungi suatu tempat lebih dari 24 jam: jika dalam waktu singkat atau kurang dari 24 jam, maka dia terhitung sebagai seorang pelancong.

Selanjutnya untuk kepentingan pemasaran dalam promosi kepariwisataan, Schmoll dalam Yoeti (Yoeti,1982:127) memberikan batasan sebagai berikut:

*“Tourist: individuals or group of individuals who, considering their purchasing power available for vacation and recreational travel, interest in and motivation for travel in general, past travel behaviour, existing knowledge, interest and awareness concerning the services or destinations concerned, are likely prospects for a future visit.”*

Wisatawan menurut Schmoll adalah individu atau kelompok individu yang mempertimbangkan daya beli untuk perjalanan rekreasi dan berlibur, yang tertarik pada perjalanan pada umumnya yang pernah dilakukan, untuk menambah pengetahuan, tertarik oleh pelayanan yang

diberikan oleh suatu daerah tujuan wisata yang dapat menarik pengunjung di masa yang akan datang.

Seorang ahli kepariwisataan Inggris Ogilvie memberikan batasan tentang kepariwisataan dalam sudut pandang bisnis merumuskan makna wisatawan yakni: “Wisatawan adalah semua orang yang memenuhi dua syarat, pertama bahwa mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan kedua bahwa sementara mereka pergi, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi tidak dengan mencari nafkah di tempat tersebut”. Norwal memberikan variasi terkait definisi wisatawan yang mengatakan bahwa: “Seorang wisatawan adalah seorang yang memasuki wilayah negeri asing dengan maksud tujuan apapun, asalkan bukan untuk tinggal permanen atau untuk usaha-usaha yang teratur melintasi perbatasan dan yang mengeluarkan uangnya di negeri yang dikunjungi, uang mana telah diperolehnya bukan dinegeri tersebut, tetapi di negeri lain”.

## Hasil dan Pembahasan

### Kota Batam sebagai Produk Wisata Indonesia

Jika agregat dari aktivitas produktif dan pelayanan ditujukan untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhan wisatawan maka aktivitas dan pelayanan tersebut disebut dengan ‘produk pariwisata total’ (*total tourism product*), yang merupakan kombinasi dari semua elemen pelayanan yang dikonsumsi wisatawan dari saat mereka meninggalkan rumah sampai kembali lagi. Menurut Ricardson dan Fluker

(dalam Pitana dan Diarta 2009:129) *Total tourism product* didefinisikan sebagai berikut. “*The combination of all the service elements which a tourist consumes from leaving home returning.*” Lebih lanjut, Menurut Pitana dan Diarta (2009:130) terdapat komponen-komponen yang dapat dijabarkan dari suatu produk wisata, adapun komponen-komponen tersebut yakni atraksi destinasi, fasilitas destinasi, aksesibilitas, imej (*image*) dan harga.

#### a. Atraksi Destinasi

Atraksi Destinasi merupakan elemen-elemen yang terkandung dalam destinasi dan lingkungan di dalamnya yang secara individual atau kombinasinya memegang peran penting dalam memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Atraksi merupakan unsur-unsur alami atau buatan, yang menjadi daya tarik bagi suatu destinasi wisata untuk wisatawan, khususnya wisman yang akan melakukan perjalanan ke luar negeri untuk berlibur. Atraksi destinasi bisa berupa atraksi alam, seperti *landscape*, pantai, pegunungan, iklim, lembah; atraksi buatan seperti kota bersejarah, taman dan resort; atraksi budaya seperti atraksi teatral, drama, festival, museum dan galeri; atraksi sosial seperti kesempatan berbaur dengan masyarakat di daerah tujuan wisata dan ikut mengalami cara hidup bersama mereka.

Pada awalnya Batam dikembangkan sebagai kota industri dan sektor alih kapal. Selain terkenal dengan industrinya, Kota Batam juga terkenal dengan potensi wisatanya. Perkembangan positif industri pariwisata di Batam tidak luput dari dukungan pemerintah Kota Batam terhadap pihak swasta, upaya pihak swasta dalam mengembangkan pariwisata

disambut baik oleh pemerintah Kota Batam khususnya Disbudpar yang bertanggung jawab terhadap perkembangan kebudayaan dan pariwisata yang ada di Batam.

Atraksi destinasi di Batam yang sering menjadi tempat berkunjung para wisman didominasi oleh atraksi buatan, hal ini dikarenakan tempat-tempat tersebut lebih mudah dijangkau dari pusat Kota Batam. Perkembangan positif industri pariwisata di Batam tidak luput dari dukungan pemerintah Kota Batam terhadap pihak swasta, upaya pihak swasta dalam mengembangkan pariwisata disambut baik oleh pemerintah Kota Batam khususnya disbudpar yang bertanggung jawab terhadap perkembangan kebudayaan dan pariwisata yang ada di Batam. Adanya kerjasama yang baik antara kedua belah pihak memberikan dampak positif bagi pertumbuhan dan perkembangan atraksi destinasi yang ada di Batam khususnya yang memberikan dampak besar terhadap kenaikan jumlah wisman.

Tidak hanya dengan atraksi buatanya, pariwisata Batam semakin menarik dengan adanya kegiatan-kegiatan pariwisata seperti pagelaran budaya dan kompetisi-kompetisi serta semakin banyaknya kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan bertaraf internasional. Walaupun minat berkunjung wisman ke Batam didominasi oleh daya tarik atraksi buatanya daripada atraksi alam dan budaya, semua elemen-elemen yang mendukung kegiatan industri pariwisata Kota Batam terus dioptimalkan oleh pemerintah dan pihak swasta demi menambah kualitas pariwisata Batam yang berdampak pada naiknya jumlah kunjungan wisman sehingga perputaran roda pariwisata Batam terus berjalan maju.

Walaupun minat berkunjung wisman ke Batam didominasi oleh daya tarik atraksi buaatannya daripada atraksi alam dan budaya, semua elemen-elemen yang mendukung kegiatan industri pariwisata Kota Batam terus dioptimalkan oleh pemerintah dan pihak swasta demi menambah kualitas pariwisata Batam yang berdampak pada naiknya jumlah kunjungan wisman sehingga perputaran roda pariwisata Batam terus berjalan maju.

Atraksi destinasi yang seharusnya memegang peran penting dalam memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke Batam tidak berlaku bagi sebagian besar wisman yang berkunjung ke Batam, dikarenakan Batam lebih dikenal oleh wisman bukan karena atraksi destinasi yang dimiliki, melainkan elemen pendukung dalam menikmati atraksi destinasi tersebut seperti pilihan olahan makanan laut (*seafood*) yang beragam dan tempat-tempat berbelanja yang murah dengan kualitas bagus.

#### **b. Fasilitas Destinasi**

Fasilitas Destinasi merupakan elemen dalam destinasi atau hubungan dengan destinasi yang memungkinkan wisatawan tinggal di destinasi tersebut untuk menikmati atau berpartisipasi dalam atraksi yang ditawarkan. Batam sebagai kota yang memperoleh kunjungan wisata terbanyak ke-3, memiliki atraksi destinasi yang menunjang kegiatan kepariwisataan yang beragam dan bertaraf internasional, Batam didukung dengan fasilitas yang memadai sehingga semakin menambah kualitas pariwisata Kota Batam.

Adapun fasilitas-fasilitas destinasi yang dimiliki oleh Batam yang menunjang perjalanan wisman ke Kota Batam yakni ada angkutan darat yang bisa mengantar wisman ke tujuannya seperti taksi

konvensional dan *online*, metro trans (angkot) yang jarak operasionalnya dan kapasitas yang terbatas, ojek konvensional dan *online*, trans Batam (bis umum) yang jarak operasional lebih luas dan kapasitas yang lebih banyak yang berawal/berakhir di Sekupang, Batu Aji, dan *Batam Center*, untuk yang memutuskan berkendara sendiri bisa menyewa kendaraan berupa motor atau mobil, tempat penyewaaan sudah bisa dijumpai di tempat-tempat penginapan karena adanya kerjasama antara pihak pemberi sewa mobil/motor dengan pihak penyewaan penginapan; untuk transportasi laut yang menuju pulau-pulau kecil disekitaran pulau induk difasilitasi oleh kapal laut yang berukuran sedang; untuk menunjang kegiatan di Batam, banyak tersebar tempat-tempat penukaran uang/valuta asing (*money changer*), disetiap pusat perbelanjaan, hotel, bandara, pelabuhan, bisa dijumpai tempat penukaran mata uang bahkan *travel agent* sudah menyediakan jasa penukaran mata uang.

Selain transportasi, Batam juga dilengkapi oleh fasilitas lain seperti hotel yang totalnya ada 222 hotel/penginapan yang terdiri dari 1 hotel bintang lima yaitu Montigo Hotel and Resort, 20 hotel bintang empat, 22 hotel bintang tiga, 9 hotel bintang dua, 14 hotel bintang satu, dan 133 penginapan/hotel non bintang; terdapat juga fasilitas berupa tempat perbelanjaan yang totalnya 23 tempat yang terdiri dari *mall*, *bussines center*, dan kampung oleh-oleh; fasilitas lain yakni restoran, rumah makan dan kedai kopi yang berjumlah 644 tempat kuliner yang masing-masing berjumlah 365 restaurant, 142 rumah makan dan 137 kedai kopi; Batam juga dilengkapi dengan tempat-tempat hiburan yang totalnya 299 tempat hiburan yang jika dipisah maka terdiri dari 5

bioskop, 11 bar, 17 tempat *bilyard*, 2 tempat bermain *bowling*, 5 diskotik, 97 tempat karaoke, 33 tempat permainan anak, dan 129 tempat untuk *massage* dan salon.

Fasilitas destinasi yang fungsinya sebagai pendukung kegiatan pariwisata tersebut lebih diminati oleh wisman dibandingkan atraksi destinasinya. Berbelanja, kuliner, *massage* dan salon merupakan fasilitas destinasi yang menjadi faktor utama wisman datang untuk berkunjung ke Batam. Wisman yang berasal dari Singapura yang merupakan jumlah kunjungan wisman terbanyak dibandingkan wisman lain yang berkunjung ke Batam, mayoritas dari mereka melakukan perjalanan secara personal tanpa menggunakan jasa pihak ketiga yang tujuannya datang untuk menikmati akhir pekan atau liburan dengan berbelanja, berwisata kuliner serta pelayanan *massage* dan salon yang ada di Batam. Sementara itu, untuk wisman yang menggunakan jasa pihak ketiga, selain tujuan utamanya untuk berbelanja dan kuliner, mereka juga mencari *spot* untuk berfoto dan menikmati atraksi destinasi yang ada di Batam, terutama destinasi-destinasi yang mudah dijangkau dari pusat Kota Batam karena dari mereka kebanyakan melakukan perjalanan *full day tour* atau *half day tour* di Batam.

### c. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan mudah atau sulitnya wisatawan menjangkau destinasi yang diinginkannya. Infrastruktur yang memadai mendukung akses wisman dalam melakukan kunjungan ke Batam, tersedianya perjalanan melalui laut yang aman serta tersedia setiap jamnya dan adanya akses internasional melalui perjalanan udara menuju Batam merupakan keberhasilan yang dimiliki

Batam sehingga Batam setiap tahunnya menjadi satu-satunya daerah yang berstatus kota dan mampu bersaing dengan provinsi lainnya dalam jumlah kunjungan wisman ke Indonesia.

Batam menjadi pilihan wisman untuk berkunjung khususnya wisman dari Singapura dan Malaysia, selain lokasinya yang berada di batas administratif antara 3 negara yakni Indonesia, Singapura dan Malaysia; Batam didukung dengan infrastruktur yang menunjang wisman untuk menjangkanya. Batam dilengkapi dengan infrastruktur transportasi seperti jalan raya yang lebih lebar yang bisa menampung lebih dari 3 mobil minibus, terminal bis untuk trans Batam, infrastruktur lainnya berupa 13 pelabuhan yang terdiri dari 5 pelabuhan internasional dan 8 pelabuhan domestik, serta ditunjang dengan adanya 1 bandara Internasional yakni Bandara Intenasional Hang Nadim yang memiliki 17 akses domestik ke berbagai daerah di Indonesia dan 1 akses internasional yakni akses ke Bandara Sultan Aziz Shah Malaysia.

Infrastruktur transportasi di atas memungkinkan wisman untuk menjangkau Batam dibandingkan daerah-daerah Indonesia lain, khususnya akses melalui laut yang memiliki 5 pelabuhan internasional yang ditunjang dengan jumlah kapal yang banyak dan intensitas keberangkatan yang padat yakni sekitar 128 perjalanan setiap harinya dari Singapura dan Malaysia, dengan infrastruktur laut yang memadai, di tahun 2014 pelabuhan di Kota Batam kedatangan wisman dan warga negara Indonesia sebanyak 2.558.361 orang yang melakukan perjalanan ke Batam yang berasal dari luar negeri, hal tersebut menjelaskan bahwasanya wisman lebih memilih

melakukan kunjungan ke Batam melalui akses laut dibandingkan melalui akses udara yang hanya memiliki 1 akses internasional.

#### d. Imej (*image*)

Imej (*image*) merupakan ide atau kepercayaan yang dimiliki wisatawan tentang produk atau pelayanan yang mereka beli atau akan beli. Imej destinasi tidak selalu berdasarkan pengalaman atau fakta, tetapi dapat dibentuk sedemikian rupa sehingga menjadi faktor motivasi atau pendorong yang kuat untuk melakukan perjalanan wisata ke destinasi tersebut. Memutuskan pergi ke suatu tempat dalam melakukan perjalanan wisata dibutuhkan motivasi atau dorongan untuk meyakinkan diri bahwasanya tidak salah dalam memilih tempat tujuan berwisata, terlebih lagi berwisata ke luar negeri yang dimana tempat tersebut mempunyai kebiasaan, adat dan aturan yang berbeda. Sebagian besar wisman yang berkunjung ke Batam adalah wisman yang berasal dari Singapura dan Malaysia. Batam sudah dipercaya oleh masyarakat dua negara tersebut sebagai tempat yang aman untuk dikunjungi dan dijadikan tujuan berwisata, terlebih lagi pemerintah Kota Batam terus melakukan beragam pengembangan pariwisata yang ada di Kota Batam.

Pemerintah Kota Batam dalam melakukan pengembangan pariwisata, mengoptimalkan potensi Indonesia yang dikenal dengan keberagaman budaya, kekayaan alam dan biota lautnya. Pariwisata yang coba di tawarkan ke negara-negara lain adalah atraksi destinasi yang masyarakatnya tidak menemukan atraksi destinasi di negaranya seperti halnya di Batam khususnya masyarakat Singapura dan Malaysia.

Kondisi negara Singapura dan Malaysia atau negara-negara lain yang sebagian besar wilayahnya digunakan untuk kegiatan perindustrian dan semakin sedikitnya ruang yang bisa dijadikan sebagai tempat wisata, mendasari pemerintah Kota Batam untuk menawarkan atraksi destinasi pariwisata alamnya, sehingga memberikan suasana baru bagi wisman negaranya didominasi oleh kegiatan industri. Selain itu, peran pemerintah yang efektif dalam mempromosikan pariwisata Kota Batam ke luar negeri memberikan hasil yang baik pada sektor pariwisata Batam. Menumbuhkan motivasi wisman untuk memilih Batam sebagai tempat berwisata terus dilakukan oleh pemerintah Kota Batam dengan melakukan promosi ke Singapura dan Malaysia.

Pemerintah turut mendukung kegiatan pelaku usaha yang mendukung kegiatan pariwisata di Batam, serta melakukan segala bentuk promosi demi menarik minat wisman untuk berkunjung ke Batam. Kesempatan besarpun diberikan pemerintah kepada pelaku usaha dalam sektor pariwisata, yakni menyediakan ruang untuk pelaku usaha bertemu langsung dengan para *travel agent* yang ada di Singapura dan Malaysia dan kemudian saling tawar menawar produk yang dimiliki pengusaha sektor pariwisata di Batam, sehingga kedepannya setiap *travel agent* yang ada di Singapura dan Malaysia memasukkan Batam ke dalam paket wisata yang nanti akan ditawarkan kepada wisman dari negaranya maupun wisman yang menggunakan jasa *travel agent*.

#### e. Harga

Harga merupakan jumlah keseluruhan dari biaya-biaya selama

perjalanan wisata yang mencakup akomodasi, makanan dan minuman, biaya perjalanan dan partisipasi dalam pelayanan yang dikonsumsi selama berada di destinasi yang dituju. Batam yang masih merupakan wilayah bagian dari Indonesia, menggunakan mata uang rupiah sebagai alat tukar resmi dalam melakukan aktivitas jual beli barang atau jasa, dan secara tegas tidak menerima mata uang selain rupiah beredar di pasaran, melihat lokasi Batam yang berada di batas 3 negara, terlebih lagi Batam berdampingan dengan negara maju seperti Singapura, di mana Batam semakin rawan dimasuki oleh mata uang asing, khususnya mata uang dolar Singapura yang nilainya lebih besar dibandingkan nilai mata uang rupiah Indonesia yakni satu dolar Singapura jika dikonversi ke rupiah bernilai Rp.9.616,05

Nilai rupiah yang lebih lemah dibandingkan dengan nilai dolar Singapura, tidak menjadikan rupiah ditinggalkan oleh masyarakat Kota Batam, hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat Batam masih terpenuhi tanpa harus menggantungkan diri pada negara lain seperti Singapura dan Malaysia. Kebutuhan-kebutuhan sandang, pangan papan masyarakat Batam masih bisa diperoleh dari hasil alam Batam sendiri atau pasokan dari daerah-daerah Indonesia yang ada disekitar Batam seperti Tanjung Pinang, daerah-daerah di pulau Sumatera maupun pasokan dari daerah-daerah di Pulau Jawa dan utamanya dengan harga yang murah, sehingga biaya hidup masih terhitung lebih murah dibandingkan dengan daerah paling dekat dengan Batam yakni negara Singapura.

Nilai mata uang Indonesia yang masuk dalam kategori paling rendah di antara negara-negara di Asia bahkan ASEAN tidak menjadi hambatan bagi

pemerintah Kota Batam untuk bersaing dalam bidang pariwisata. Keadaan tersebut disikapi positif oleh pemerintah Kota Batam dan memanfaatkan kondisi tersebut untuk menarik wisman berkunjung ke Batam, dalam hal ini berkunjung untuk berwisata dengan harga murah tapi mendapatkan pengalaman wisata yang indah.

Indonesia khususnya Kota Batam dikenal dengan wisata murah oleh para wisman yang datang berkunjung, harga barang dan biaya hidup yang murah menjadi ketertarikan tersendiri bagi wisman yang ingin melakukan kunjungan pariwisata, tanpa perlu mengeluarkan uang yang banyak para wisman sudah bisa menikmati atraksi destinasi yang ada di Batam. Wisman yang datang juga tidak sedikit berkunjung ke Batam dengan maksud belanja keperluan sehari-harinya, perilaku tersebut sering dijumpai pada wisman asal Singapura yang datang berkunjung ke Batam. Harga barang yang relatif lebih murah dari Singapura, memicu warga Singapura datang ke Batam untuk belanja.

Harga yang murah menjadi salah satu faktor yang mendorong wisman untuk memutuskan berkunjung ke Batam, dengan harga yang sangat timpang antara Singapura dan Batam di mana barang-barang di Singapura lebih mahal, maka wisman lebih memilih membelanjakan uangnya saat berada di Batam karena bisa membeli lebih banyak barang.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil uraian penelitian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa :

1. Atraksi Destinasi kurang diminati oleh Wisatawan Mancanegara karena mayoritas berkunjung ke Batam karena lebih tertarik pada Fasilitas Destinasi



yang sangat lengkap, Aksesibilitas yang mudah, banyak dan setiap saat.

2. Kota Batam merupakan tempat yang memiliki Imej aman, nyaman bagi Wisatawan Mancanegara. Selain itu harga – harga yang relatif lebih murah di Kota Batam karena kurs Rupiah yang lebih rendah adalah penyebab lain wisatawan berkunjung ke tempat tersebut.

### Saran

1. Pemerintah dan pihak swasta selaku pengelola pariwisata harus berupaya mengembangkan Atraksi Destinasi yang lebih menarik agar para Wisatawan Mancanegara tidak hanya tertarik karena fasilitas destinasi dibandingkan destinasinya itu sendiri;
2. Kesan aman dan harga yang relatif murah harus tetap terjaga agar kunjungan balik dan promosi gratis berupa *worth of mouth* dari Wisatawan Mancanegara akan semakin menambah banyaknya kunjungan ke Batam.

### Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. 2017. Laporan Perekonomian Indonesia 2006-2016. Jakarta. Diakses dari <https://www.bps.go.id/index.php/publikasi/index?Publikasi%5BtahunJudul%5D=2009&Publikasi%5BkataKunci%5D=wisatawan+mancanegara&yto=Tampilkan>.
- \_\_\_\_\_. 2017. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2007-2014. Diakses dari <https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1388>
- Devisa Wisman Batam Mencapai Rp. 1,93 Triliun (2013, Agustus 14). *Copy Editor*. Antaranews.com diakses dari <http://kepri.antaranews.com/berita/25942/devisa-wisman-batam-capai-rp193-triliun>
- Fitriani, E., (2016, Desember 21). Devisa Pariwisata Bakal Lampau Target. Diakses dari <http://www.beritasatu.com/ekonomi/405823-devisa-pariwisata-bakal-lampau-target.html>
- Himawan, A. (2016, Februari 2). Kunjungan Turis Asing ke Indonesia di 2015 Melebihi Target. diakses dari <http://www.suara.com/bisnis/2016/02/02/011437/kunjungan-turis-asing-ke-indonesia-di-2015-melebihi-target>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. 2017. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta.
- Menteri Pariwisata Tetapkan “Great Batam”. (2015, Januari 15). *Copy Editor*. Antaranews.com diakses dari <http://www.antarakepri.com/berita/31660/menteri-pariwisata-tetapkan-great-batam>
- Pitana, I Gde. Dan Diarta, Surya. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta:Penerbit Andi.
- Republik Indonesia. 2004. Peraturan Presiden No. 63 Tahun 2004 tentang Pengawasan dan Pengendalian Pariwisata. Sekretariat Negara. Jakarta
- Soepardi, H.S., (2015, Januari 7). Menpar Optimis Target 9,3 juta wisatawan tercapai. Antaranews.com diakses dari <http://www.antaranews.com/berita/472690/menpar-optimis-target-93-juta-wisman-tercapai>
- Yoeti, Oka A. 1985. Pemasaran Pariwisata. Bandung: Angkasa

### Lampiran

**Tabel 1. Penerimaan Devisa**

Tahun	Penerimaan Devisa (US\$)
2006	4.447,97 juta
2007	5.345,98 juta
2008	7.347,60 juta
2009	6.297,99 juta
2010	7.603,45 juta
2011	8.554,39 juta
2012	9.120,85 juta
2013	10.054,15 juta
2014	11.166,13 juta
2015	12.225,89 juta
2016	13.790 juta*

**Tabel 2. Jumlah Wisatawan Berdasarkan Pintu Masuk**

Tahun	Pelabuhan Masuk					Jumlah
	Soekarno Hatta	Ngurah Rai	Kualanamu	Batam	Lainnya	
2005	1 105 202	1 454 804	109 034	1 024 758	1 308 303	5 002 101
2006	1 147 250	1 328 929	110 405	1 012 711	1 272 056	4 871 351
2007	1 153 006	1 741 935	116 614	1 077 306	1 416 898	5 505 759
2008	1 464 717	2 081 786	130 211	1 061 390	1 496 393	6 234 497
2009	1 390 440	2 384 819	148 193	951 384	1 448 894	6 323 730
2010	1 823 636	2 546 023	162 410	1 007 446	1 463 429	7 002 944
2011	1 933 022	2 788 706	192 650	1 161 581	1 573 772	7 649 731
2012	2 053 850	2 902 125	205 845	1 219 608	1 663 034	8 044 462
2013	2 240 502	3 241 889	225 550	1 336 430	1 757 758	8 802 129
2014	2 246 437	3 731 735	234 724	1 454 110	1 768 405	9 435 411
2015	2 368 628	3 936 066	201 447	1 585 719	2 138 915	10 230 775
2016	2 603 195	4 885 062	211 942	1 510 203	2 813 569	12 023 971