

# PERAN DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN KOTA BITUNG DALAM PEMBANGUNAN PEMASARAN PARIWISATA DI KOTA BITUNG SEBAGAI KAWASAN STRATEGIS PARIWISATA NASIONAL

Oleh:

Anggi Frisky Mokodompis,<sup>1</sup> Rizky Septiana Widyaningtyas, S.H., M.Kn.<sup>2</sup>

## INTISARI

Tujuan penelitian ini ada dua. Pertama, untuk mengetahui dan menganalisis peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bitung dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab dalam melakukan pemasaran pariwisata yang terdapat di Kota Bitung sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Nasional. Kedua, untuk mengetahui faktor penghambat dalam melakukan pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Bitung.

Metode penelitian ini adalah penelitian normatif empiris. Menggunakan jenis dan sumber data primer dari hasil wawancara dan data sekunder berupa studi kepustakaan yakni dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Lokasi penelitian berada di Kota Bitung, Sulawesi Utara. Pengambilan data primer dilakukan dengan melakukan wawancara, kemudian data dari penelitian dianalisis menggunakan metode kualitatif yang nantinya menghasilkan data deskriptif.

Hasil penelitian didapatkan berdasarkan rumusan masalah yang ada. Pertama, pengelolaan pemasaran pariwisata Kota Bitung yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Bitung belum mendapatkan hasil maksimal berupa naiknya kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegara yang signifikan untuk mengunjungi objek pariwisata yang dimiliki oleh Kota Bitung. Kedua, terdapat faktor penghambat dalam melakukan pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Bitung, yaitu, promosi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Bitung belum terlalu mengikuti perkembangan teknologi dan tidak mengikuti bangsal pasar milenial yang dapat menunjang adanya promosi gratis. Faktor penghambat selanjutnya adalah Dinas Pariwisata Kota Bitung kurang memperhatikan beberapa kawasan wisata yang ada di Kota Bitung dan mulai terbengkalai, fokus utama Dinas Pariwisata Kota Bitung hanya tertuju pada kawasan wisata yang ada di pulau lembeh.

**Kata kunci:** Pariwisata, Kawasan Strategis Pariwisata Nasional, Pengelolaan Pemasaran Pariwisata

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Sarjana, Departemen Hukum Administrasi Negara Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup> Dosen Departemen Hukum Administrasi Negara, Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada

## THE ROLE OF BITUNG CITY TOURISM AND CULTURE SERVICES IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM MARKETING IN BITUNG CITY AS A NATIONAL TOURISM STRATEGIC AREA

By:

Anggi Frisky Mokodompis,<sup>3</sup> Rizky Septiana Widyaningtyas, S.H., M.Kn.<sup>4</sup>

### ABSTRACT

Here are two purposes of this research. First, to find out and analyze the role of the Bitung City Tourism and Culture Office in carrying out its duties and responsibilities in marketing tourism in Bitung City as a National Tourism Strategy Area. Second, to find out the inhibiting factors in conducting tourism marketing carried out by the Bitung City Tourism Office.

This research method is empirical normative research. Using the types and sources of primary data from interviews and secondary data in the form of library research, namely primary legal materials, secondary legal materials, and tertiary legal materials. The research location is in Bitung City, North Sulawesi. Primary data collection was conducted by conducting interviews, then data from the study were analyzed using qualitative methods which would later produce descriptive.

The results of the study obtained based on the formulation of the existing problems. First, the management of Bitung City tourism marketing carried out by the Bitung City Tourism Office has not received maximum results in the form of a significant increase in domestic and foreign tourist visits to visit tourism objects owned by Bitung City. Second, there are inhibiting factors in conducting tourism marketing carried out by the Bitung City Tourism Office, namely, the promotions carried out by the Bitung City Tourism Office have not kept up with technological developments and did not follow the millennial market wards that could support free promotions. The next inhibiting factor is the Bitung City Tourism Office isn't paying attention to several tourist areas in Bitung City and starting to be neglected, the main focus of the Bitung City Tourism Office is only focused on tourist areas on Lembeh Island.

**Keywords:** Tourism, National Tourism Strategic Areas, Tourism Marketing Management

---

<sup>3</sup> Undergraduate Degree Student of Departement Administrative Law, Faculty of Law Gadjah Mada University

<sup>4</sup> Lecture of Departement of Administrative Law, Faculty of Law Gadjah Mada University