**BAB I**

**P E N D A H U L U A N**

**A. Latar Belakang Masalah**

Hubungan Internasional dewasa ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dan signifikan. Itu terlihat dari berbagai kerjasama internasional yang dilakukan antar negara di dunia, baik itu politik, ekonomi, ataupun budaya yang banyak terjadi di kancah dunia internasional saat ini. Kajian Hubungan Internasional yang pada masa lampau menitik beratkan kajiannya pada perang dan damai. Perlahan-lahan seiring dengan berkembangnya waktu (zaman) mengalami pergeseran. Saat ini kajian HI merambah pada bidang ekonomi, politik dan budaya walaupun tidak dipungkiri semuanya tetap bertumpu pada politik. Oleh karena itu hubungan internasional kontemporer selain mengkaji hubungan politik juga mencakup kajian mengenai berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat (ekonomi, sosial, budaya) dari segi keterhubungan global yang melintasi batas wilayah masing-masing entitas negara. Kebudayaan pada saat ini sudah menjadi masalah yang sudah tidak bisa dianggap remeh, karena kebudayaan merupakan citra atau jati diri suatu bangsa/ negara. Oleh karena itu dalam perkembangannya kebudayaan menjadi sesuatau hal yang harus mendapat perhatian khusus. Selain itu kebudayaan juga erat kaitannya dengan pariwisata. Kebudayaan selain menjadi bukti sejarah suatu negara dapat dijadikan sebagai modal dalam mempromosikan negara tersebut dalam hal ini pariwisata yang berperan. Yang pada akhirnya dapat mendatangkan pendapatan atau devisa bagi negara tersebut sebagi pemenuhan kebutuhan ekonominya.

Dalam hubungan internasional dikenal apa yang dinamakan kerjasama internasional. Dalam suatu kerjasama internasional bertemu berbagai macam kepentingan nasional dari berbagai negara dan bangsa yang tidak dapat dipenuhi di dalam negerinya sendiri. Kerjasama internasional adalah sisi lain dari konflik internasional yang juga merupakan salah satu aspek dalam hubungan internasional. [[1]](#footnote-2)

Hubungan bilateral RI dengan China sejak pembukaan kembali hubungan diplomatik 8 Agustus 1990 telah tumbuh semakin mantap dan kuat bahkan telah ditandatangani Deklarasi Bersama Kemitraan Strategis, Kemitraan strategis antara kedua negara merupakan tonggak dalam sejarah hubungan bilateral kedua negara, Kemitraan strategis ditandatangani pada pada April 2005 di Jakarta, oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan Presiden Hu Jintao dengan tujuan guna menjadi kerangka atau platform dalam meningkatkan kerja sama bilateral yang lebih pragmatis.

Dokumen dimaksud menunjukkan komitmen kedua belah pihak untuk saling melengkapi upaya masing-masing dalam mencapai tujuan nasional di samping dalam membangun kerja sama di tingkat regional maupun global.

Sebagai tindak lanjut dari Deklarasi Bersama Kemitraan Strategis, pada tanggal 21 Januari 2010, RI dan China sepakat untuk menandatangani dan melaksanakan Rencana Aksi, antara lain meliputi pembuatan mekanisme dialog bilateral, kerja sama teknis, kerja sama internasional dan regional, pengaturan pendanaan untuk setiap kegiatan yang dilaksanakan dalam kerangka Rencana Aksi serta mekanisme pengkajian. Rencana Aksi ini menjadi acuan bagi pelaksanaan kerja sama bilateral di bidang politik, hukum dan keamanan, ekonomi dan pembangunan, sosial budaya, pariwisata serta ilmu pengetahuan dan teknologi.

Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk memupuk dan memperkuat kemitraan dengan China yang didasarkan pada prinsip-prinsip saling menghargai dan memahami. Kerja sama yang telah dilakukan di berbagai bidang akan terus ditingkatkan dan kedua pihak juga akan senantiasa mencari terobosan baru dalam membangun kerja sama demi kepentingan bersama rakyat kedua negara.

Kesemua ini berpijak kepada komitmen yang kuat dari Indonesia terhadap kebijakan “Satu-China” sejak tahun 1950 serta dari pihak China terhadap kebijakan nonintervensi urusan dalam negeri serta penghormatan terhadap kedaulatan, keutuhan wilayah dan kesatuan bangsa. Deklarasi bersama Kemitraan Strategis terbukti efektif dalam meningkatkan hubungan bilateral di berbagai bidang.

Indonesia merupakan Negara yang terkenal memiliki keindahan alam, beraneka ragam budaya maupun adat istidat. Banyak tempat-tempat wisata yang dapat dikunjungi wisatawan yang tersebar di seluruh pulau dan provinsi yang ada di Indonesia.

Selain itu berbaga seni lukis dan kerajinan tangan hasil karya penduduk Indonesia tidak kalah menariknya untuk dinikmati. Dengan kondisi tersebut Indonesia memiliki potensi yang besar di bidang kebudayaan dan pariwisata yang tidak kalah dengan Negara berkembang lainnya.

Pada sektor perekonomian, volume perdagangan kedua negara secara stabil terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Tahun 2009, berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik RI, nilai perdagangan telah mencapai 25,5 miliar dolar AS. Implementasi kesepakatan perdagangan bebas ASEAN-China (ACFTA) yang mulai berlaku pada 1 Januari 2010 diharapkan dapat lebih mendorong aktivitas perdagangan lebih jauh.

Saat ini, Pemerintah RI telah menetapkan target perdagangan bilateral dapat mencapai 50 miliar dolar AS pada tahun 2015. Data statistik tahun 2009 menunjukkan total investasi RRC ke Indonesia baru mencapai 65,50 juta dolar . Sementara dalam kurun waktu setengah tahun pertama pada 2009 saja investasi dari Indonesia ke RRC telah mencapai 65,54 juta dolar AS. Karena itu, Indonesia perlu lebih meyakinkan para investor China untuk datang dan menanamkan modal di Indonesia.

Di bidang pariwisata, jumlah turis China yang berkunjung ke Indonesia tahun lalu mencapai 324.887 orang. Seiring dengan kemajuan perekonomian China, semakin besar minat penduduk China untuk bepergian ke luar negeri. Mencermati peluang ini, Indonesia menargetkan untuk menarik 564.000 wisatawan dari China tahun ini.[[2]](#footnote-3)

Indonesia melalui Ditjen Pemasaran Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata melanjutkan promosi untuk menarik kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) dari negara China yang tahun ini ditargetkan sebesar 500 ribu orang.  Menurut Direktur Meeting, Incentives, Convention & Exhibition (MICE) Ditjen Pemasaran Kemenbudpar Nia Niscaya, sebanyak 16 orang delegasi China mengunjungi tiga destinasi pariwisata di Indonesia yaitu Bali, Yogyakarta dan Jakarta.[[3]](#footnote-4)

Mempertimbangkan prospek sektor pariwisata yang cerah dikemudian hari, maka suatu pola pengelolaan yang serius akan sangat dibutuhkan agar perkembangannya dapat berjalan dengan baik. Salah satu upaya ini terealisasikan dengan terbinanya hubungan kerjasama pariwisata antara Indonesia dan Cina, yang hingga kini termasuk sebagai satu dari beberapa hubungan kerjasama bilateral Indonesia dengan negara-negara sahabat dalam bidang pariwisata yang telah berjalan intensif. Hal ini mendatangkan harapan yang cukup besar bagi pariwisata kita disaat perkembangannya menjadi tumpuan harapan bagi perekonomian nasional sebagai sektor penghasil devisa yang potensial dimasa datang dengan asumsi bahwa kerjasama antar kedua negara ini dapat mempertemukan kekuatanya posisi pariwisata dan permodalan di Cina dengan kelemahan-kelemahan negara kita hingga menjadi alternatif lain dalam memicu perkembangan sarana dan prasarana pariwisata, yang pada akhirnya meningkatkan jumlah kunjungan wisata ke negara ini.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **“Kerjasama Pariwisata Indonesia-Cina dan Pengaruhnya terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Cina Ke Indonesia”**

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana langkah strategi Indonesia meningkatkan kunjungan wisata Indonesia dengan melakukan kerjasama dengan Cina?

2. Kendala apa saja yag dihadapi Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Cina ke Indonesia?

3. Bagaimana implementasi Kemitraan Strategis Indonesia-Cina terhadap perkembangan kepariwisataan Indonesia dengan dilakukannya kerjasama pengembangan pariwisata dengan Cina?

1. **Pembatasan Masalah**

Penelitian tentang kerjasama Indonesia - Cina dalam upaya meningkatkan kunjungan pariwisata ke Indonesia. Kajian yang dilakukan yaitu meningkatkan pariwisata Indonesia terhadap adanya pengaruh dari *Deklarasi Kimitraan Strategis Indonesia-Cina* dalam upaya meningkatkan kepariwisataan nasional dalam kurun waktu 2009-2010. Analisis juga dilakukan terhadap langkah strategis yang telah dijalankan oleh pemerintah Indonesia dalam upaya meningkatkan kepariwisataan nasional yang difokuskan terhadap kondisi saat ini serta kemungkinan pengembangannya di masa depan

1. **Perumusan Masalah**

Mengacu pada uraian di atas dan untuk memudahkan penganalisa yang berdasarkan pada identifikasi masalah pembatasan masalah, maka penulis merumuskan perumusan yang akan diteliti dalam suatu *research problem* sebagai berikut : **“Bagaimana Upaya pariwisata Indonesia di bidang Pemasaran/Promosi Bersama dan Pengembangan Infrastruktur / Objek Wisata dapat meningkatkan arus kunjungan wisatawan Cina ke Indonesia?”**

**C. Tujuan dan Kegunaan penelitian**

**1. Tujuan Penelitian**

Menggambarkan hubungan kerjasama bilateral antara Indonesia dan Cina di bidang pariwisata, *Indonesia-Singapore Tourism Cooperation*, dalam upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.

**2. Kegunaan Penelitian**

Selain tujuan penelitian di atas, penelitian ini juga mempunyai kegunaan antara lain:

1. Sebagai salah satu syarat akademik dalam menempuh ujian sarjana Strata-1 (S1) pada Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, Bandung.
2. Agar penulis dapat mengasah dan menambah kemanpuan menganalisa masalah-masalah atau fenomena-fenomena sosial yang terjadi di sekelilingnya, khususnya yang berkaitan dengan datangnya turis Internasional di Indonesia
3. Untuk memperluas wawasan penulis tentang masalah yang di teliti dan hasilnya diharapkan akan membawa manfaat bagi pihak lain sebagai bahan perbandingan untuk memperoleh hasil yang lebih lengkap dan terperinci.

**D. Kerangka Teoritis dan Hipotesis**

**1. Kerangka Teoritis**

Kerangka teoritis adalah kerangka yang digunakan peneliti untuk untuk menganalisa masalah penelitian. melalui teori-teori yang dibangun, diharapkan dapat memberikan penjelasan variabel-variabel yang terlibat diposisi masing-masing variabel tersebut.

Kerangka pemikiran merupakan seperangkat teori, konsep, pendapat para ahli atau jenis pengetahuan ilmiah lainnya yang dirangkaikan sedemikian rupa dan membentuk struktur pengetahuan yang lengkap dan komprehensif, yang dirumuskan dalam premis mayor yaitu teori yang bersifat umum dan meliputi segala hal dan juga premis minor yaitu teori yang bersifat khusus dan meliputi hal yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.

Setiap manusia tidak dapat hidup terpisah dengan sesamanya karena keterbatasan dan kekurangan-kekurangannya. Oleh sebab itu sebuah interaksi menjadi bagian penting bagi kehidupannya dalam rangka mewujudkan keinginan

dan kepentingan-kepentingannya. Demikian halnya dengan negara yang tidak dapat menolak keberadaan pihak lain dalam memenuhi kepuasan, kepentingan atau kebutuhannya. Adapun definisi dari Hubungan Internasional itu sendiri dijelaskan oleh **K.J. Holsti** dalam bukunya **Politik Internasional: Suatu Kerangka Analisis**, yang diterjemahkan oleh Wawan Djuanda, menggambarkan Hubungan Internasional sebagai berikut:

Hubungan Internasional akan berkaitan dengan segala bentuk interaksi diantara masyarakat negara-negara, baik yang dilakukan oleh pemerintah ataupun warga negara. Pengkajian hubungan internasional termasuk di dalamnya pengkajian politik luar negeri atau politik internasional meliputi segala kajian terhadap lembaga perdagangan internasional, palang merah internasional, pariwisata, transportasi, komunikasi, dan perkembangan nilai-nilai dan etika internasional.[[4]](#footnote-5)

7

Berdasarkan definisi di atas, kita dapat melihat bahwa ruang lingkup hubungan internasional tersebut mencakup segala bentuk interaksi baik antara *state* maupun *non state* yang sifatnya melintasi batas negara. Pola interaksi dalam hubungan internasional tidak dapat dipisahkan dengan segala bentuk interaksi yang berlangsung dalam pergaulan masyarakat internasional, baik oleh *state actors* maupun *non state actors*. Interaksi ini dapat berupa Kerjasama *(Cooperation*), Persaingan *(Competition),* dan Pertentangan *(Conflict)* yang tentu saja sifatnya melintasi batas negara.8

Di dalam menganalisa setiap fenomena yang berlangsung dengan masyarakat internasional perlu diketahui apa yang dimaksud dengan sistem internasional, menurut **K.J Holsti** dalam bukunya ***Politik Internasional suatu kerangka analisis***, pengertian sistem internasional adalah :

“Sistem internasional merupakan salah satu kumpulan kesatuan politik yang independent seperti suku negara, kota, bangsa dan kerajaan yang berinteraksi dalam frekuensi tinggi dengan proses yang teratur”[[5]](#footnote-6)

Pola interaksi dalam hubungan internasional tentu saja diimplementasikan untuk melaksanakan kepentingan nasional *(national interest)* suatu bangsa. Konsep kepentingan nasional merupakan dasar untuk menjelaskan perilaku luar negeri suatu negara. **Anak Agung Banyu Perwita dan Yanyan Mochamad Yani** dalam bukunya **Pengantar Ilmu Hubungan Internasional** menjelaskan definisi kepentingan nasional, yaitu:

Kepentingan nasional dijelaskan sebagai tujuan fundamental dan faktor penentu akhir yang mengarahkan para pembuat keputusan dari suatu negara dalam merumuskan kebijakan luar negerinya. Kepentingan nasional suatu negara secara khas merupakan unsur-unsur yang membentuk kebutuhan negara yang paling vital, seperti pertahanan, keamanan, militer, dan kesejahteraan ekonomi[[6]](#footnote-7)

Berdasarkan definisi diatas dapat dijelaskan bahwa kepentingan nasional itu terdiri dari berbagai unsur, yang salah satunya adalah kepentingan ekonomi yang menyangkut dengan kesejahteraan ekonomi suatu bangsa dan negara. Adapun instrumen untuk melaksanakan kepentingan nasional ekonomi tersebut yaitu dengan cara melakukan kerjasama internasional.

Dalam hubungan intenasional dikenal apa yang dinamakan kerjasama internasional, dalam suatu kerjasama internasional bertemu berbagai macam kepentingan nasional dari berbagai negara dan bangsa masing-masing. Adapun pengertian dari kerjasama internasional itu sendiri menurut **Koesnadi Kartasasmita** dalam bukunya **Organisasi dan administrasi Internasional** adalah sebagai berikut:

Kerjasama dalam masyarakat internasional merupakan suatu keharusan sebagai akibat terdapatnya hubungan interdependensia dan bertambah kompleksnya kehidupan-kehidupan-kehidupan manusia dalam bermasyarakat internasional. Kerjasama internasional terjadi karena *national understanding* dimana mempunyai corak dan tujuan yang sama, keinginan yang didukung untuk kondisi internasional yang saling membutuhkan, kerjasama itu didasari oleh kepentingan bersama diantara negara-negara, namun kepentingan itu tidak identik.[[7]](#footnote-8)

Kerjasama internasional dapat terbentuk karena kehidupan internasional meliputi berbagai bidang seperti ideologi, politik, ekonomi, sosial, lingkungan hidup, kebudayaan, pertahanan, dan keamanan. Hal tersebut memunculkan kepentingan yang beraneka ragam sehingga mengakibatkan berbagai masalah sosial. Untuk mencari solusi atas berbagai masalah tersebut maka beberapa negara membentuk suatu kerjasama internasional. Dinamika hubungan internasional pada masa sekarang ini mengarah pada berbagai macam kerjasama internasional, seperti halnya kerjasama yang dilakukan oleh Indonesia - Cina mengenai peningkatan pariwisata dan kebudayaan.

Salah satu core subject dalam studi ilmu Hubungan Internasional adalah Ekonomi Internasional. Seperti yang telah secara umum diketahui bahwa ekonomi berbicara tentang pola kerjasama dalam hubungan transaksi jual-beli antara penjual dan pembeli baik berupa barang (konkrit) ataupun jasa (abstrak). Dalam konteks internasional dapat kita tarik sebuah benang analogi yang lebih panjang dan luas yaitu bahwa fenomena ekonomi tersebut tidak hanya terjadi di satu daerah atau negara, tetapi juga lintas negara baik bilateral maupun multilateral, baik terjadi di satu regional ataupun interregional, hal inilah yang disebut fenomena ekonomi internasional.

Transaksi dalam fenomena ekonomi disebut juga dengan bisnis12. Dalam mencapai transaksi atau bisnis tersebut tidak hanya terjadi secara alamiah tetapi juga terkadang memiliki pola-pola dan sasaran-sasaran. Ini mengartikan bahwa ada konsekuensi politis dalam fenomena ekonomi, seperti apa yang dituliskan oleh **Bob Sugeng Hadiwinata** dalam bukunya **Politik Bisnis Internasional** bahwa “disiplin HI membahas politik bisnis di dalam rubrik Politik Ekonomi Internasional (PEI)”[[8]](#footnote-9), maka dari itu kajian politik bisnis internasional masuk ke dalam lingkup ekonomi internasional.

Negara yang memiliki sifat tertutup dengan sistem nasional yang menyendiri tidak akan dapat menumbuhkan pemahaman terhadap bangsa lain sebagai bagian dari lingkungannya. Sebaiknya negara-negara yang membuka diri pada hal-hal baru dan mencari persaudaraan melalui kerjasama memiliki harapan besar untuk mewujudkan tujuan-tujuan nasional mereka secara efektif. Oleh karenanya suatu kerjasama internasional merupakan suatu langkah penting, seperti yang dinyatakan oleh Kusnadi Kartasasmita,

Kerjasama internasional dalam masyarakat internasional adalah suatu keharusan sebagi akibat dari adanya interpendensi dan semakin kompleksnya kehidupan manusia dalam masyarakat internasional[[9]](#footnote-10)

Kerjasama internasional dalam aplikasinya dapat dibagi menjadi tiga bagian, antara lain:

1. Kerjasama Intra-Regional; merupakan suatu kerjasama yang dilakukan atau dilaksanakan oleh negara-negara yang berada dalam satu kawasan *(region)*, seperti Asia Tenggara yaitu ASEAN, di Timur Tengah yaitu Liga Arab, di Amerika Utara dengan NAFTA-nya dan di Trans Atlantik NATO *(North Atlantic Treaty Organization)*.
2. Kerjasama Inter-Regional; merupakan suatu kerjasama yang dilakukan atau dilaksanakan diantara negara-negara di kawasan lain, seperti kerjasama antara Eropa dengan Jepang.
3. Kerjasama Multilateral dan Bilateral; Kerjasama multilateral adalah kerjasama antara dua negara atau lebih, sedangkan kerjasama
4. bilateral adalah kerjasama yang hanya dilakukan oleh dua negara[[10]](#footnote-11).

Kerjasama yang dilakukan Indonesia - Cina merupakan bentuk kerjasama yang ke tiga yaitu kerjasama bilateral, karena hanya dilakukan oleh dua negara.

Adanya dua atau lebih unit yang saling bergantung antara satu dengan yang lain tidak lagi dipandang sebagai *kerapuhan* dari aktor-aktor yang bersangkutan, melainkan dipandang sebagai efek timbal balik yang ada diantara mereka. Kini entah negara miskin atau pun kaya, hanya merupakan unit yang tidak mampu menolak kenyataan dunia yang saling bergantung ini. Dan kondisi tersebut disadari sepenuhnya oleh Indonesia. Mengingkarinya sama dengan menghilangkan kesempatan dalam memperoleh keuntungan-keuntungan yang besar, baik keuntungan ekonomi ataupun ilmu pengetahuan.

Bagi pihak Indonesia, pengembangan pariwisata telah menjadi rancangan utama dalam “Visit Indonesia Year” dimana sektor pariwisata diharapkan dapat berkembang sebagai penghasil devisa yang penting dengan target kunjungan wisatawan internasional. Dengan demikian diharapkan adanya serangkaian aktifitas yang dapat memicu peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke negara ini. , Biro Pariwisata Nasional Cina sejak tahun 1992 mengajukan tajuk wisata yang bertema budaya, adat istiadat, pemandangan dan lain-lain. Untuk itu ditawarkan rangkaian kegiatan wisata, rute wisata pilihan, wisata berciri khas dan kebijakan promosi di luar negeri. Tajuk pariwisata Cina tahun ini ialah “Wisata Kehidupan Warga Tiongkok”.

Konsep pariwisata ini merupakan strategi pembangunan pariwisata yang difokuskan pada kondisi regionalnya dimana kegiatan-kegiatannya akan mengikutsertakan negara-negara lain di regional Asia sehingga diperoleh suatu potensi atau daya tarik bersama yang tentunya jauh lebih besar. Dengan strategi ini, Cina telah berhasrat untuk melibatkan diri dalam pertumbuhan pariwisata di negara-negara tetangganya tersebut. Terjalinnya kerjasama antar keduanya dapat mempertemukan visi-visi tersebut, dimana pada akhirnya baik Indonesia maupun Cina, berupaya untuk meningkatkan arus kunjungan wisatawan mancanegara ke daerahnya. Oleh karena itu dengan adanya kerjasama antar kedua pihak, diharapkan memberi peluang yang positif bagi pencapaian kepentingan-kepentingan tersebut terutama dalam pariwisata internasional yang hingga kini tengah meningkat pesat. **James J. Spillane** mengatakan,

“Pariwisata Internasional, di samping jelas menyangkut manfaat pendidikan, kebudayaan dan sosial juga mempunyai arti penting dari segi ekonomi, diantaranya penerimaan devisa. Banyak negara berpendapat bahwa pariwisata internasional merupakan salah satu faktor penting dalam ekonomi nasionalnya”[[11]](#footnote-12)

Kata pariwisata sendiri memberikan pula beberapa faktor penting dalam pengertian kepariwisataan yang harus terdapat pula dalam batasan suatu definisi pariwisata, antara lain:

1. perjalan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lainnya.
2. perjalanan itu, walaupun apa bentuknya, harus selalu dikaitkan dengan pertamasyaan dan rekreasi.
3. orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen ditempat tersebut [[12]](#footnote-13)

Sedangkan pengertian Kepariwisataan menurut **Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990** pada bab I pasal 1, bahwa Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Artinya semua kegiatan dan urusan yang ada kaitannya dengan perencanaan, pengaturan, pelaksanaan, pengawasan, pariwisata baik yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat disebut Kepariwisataan.[[13]](#footnote-14)

Sementara itu untuk terwujudnya kepariwisataan dibutuhkan dua unsur yaitu pariwisata sebagai objek dan wisatawan sebagai subjek.

Wisatawan merupakan orang yang bepergian ketempat lain untuk sementara waktu dengan tujuan untuk bersenang senang dan menikmati perjalanan tersebut .Wisatawan yang merupakan pasar sasaran produk wisata bisa diklasifikasi menjadi :

* + 1. Wisatawan berlibur : wisatawan yang sepenuhnya untuk keperluan berlibur didaerah tujuan wisata .
		2. Wisatawan Bisnis: wisatawan yang melakukan perjalanan bisnis sambil berlibur
		3. Wisatawan cultural : wisatawan yang ingin menikmati suatu kebudayaan atau keseniaan didaerah tujuan wisata .
		4. Wisatawan rohani : sebagai contoh bisa disebutkan orang yang berhaji / umroh atau melaksanakan ziarah disuatu tempat tertentu
		5. Wisatawan olahraga / sport : dalam hal ini bisa sebagai pemain dan partisipan atau sebagai penonton[[14]](#footnote-15)

Sedangkan pengertian objek dan daya tarik wisata menurut **Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990** yaitu yang menjadi sasaran perjalanan wisata yang meliputi:

1. Ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis, serta binatang-binatang langka.
2. Karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro (pertanian), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan
3. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah dan lain-lain.Kemudian pada angka 4 di dalam Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 dijelaskan pula bahwa Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Dengan demikian Pariwisata adalah:

1. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.
2. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti : Kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah ( candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat, dan yang bersifat alamiah : keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya.
3. Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata, yakni :
4. Usaha jasa pariwisata (biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, pramuwisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, impresariat, konsultan pariwisata, informasi pariwisata);
5. Usaha sarana pariwisata yang terdiri dari : akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata dan sebagainya;
6. Usaha-usaha jasa yang berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata[[15]](#footnote-16)

Definisi yang lebih lengkap mengenai wisatawan diberikan oleh Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (pasal 5) adalah “Pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya, dapat digolongkan ke dalam klasifikasi : (1) Pesiar (leisure) : seperti liburan, rekreasi, kesehatan, olahraga. (2) Hubungan dagang, keluarga, konferensi, dan misi.

Kondisi ini telah dicapai berkat pengelolaan kepariwisataan dan dari langkah awal dalam menyambut perkembangan sektor pariwisata selanjutnya. Kini sektor pariwisata memegang peranan penting dalam *perekonomian* Indonesia, setelah mampu berdiri sebagai salah satu penghasil devisa terbesar di negara ini. Devisa ini akan berguna bagi neraca pembayaran, atau untuk membiayai pembangunan sektor ekonomi yang terkait. Hal ini dikarenakan belanja wisatawan akan menimbulkan pertumbuhan berganda pada sektor lain seperti perternakan, pertanian, dekorasi, pekerja kontruksi bangunan, dll[[16]](#footnote-17)

Menurut **James J. Spillane**, kegiatan-kegiatan pemasaran itu dapat terbagi menjadi :

1. Panduan pengolahan produk, yaitu kebutuhan wisatawan akan sarana wisata (saran sosial ekonomi yang sebagian atau bahkan seluruhnya menghasilkan jasa atau barang wisata seperti : hotel, resort, rumah makan, dll) dipelajari, ditumbuhkan dan dikembangkan hingga selalu mengikuti selera permintaan pasar.
2. Paduan Proses Penyebaran. Kunci dari pemasaran ini adalah *pelayanan*. Perusahaan penerbangan, perusahaan perkapalan, perusahaan perkapalan atau angkutan darat, biro perjalanan, dan para penyelenggara tur yang berperan membawa konsumen pada produknya perlu memiliki pelayanan yang terbaik.
3. Paduan Komunikasi dan penerangan, yaitu pemberitahuan kepada konsumen, memperkenalkan dan mendorong mereka agar mengunjungi destinasi tertentu. Terdapat beberapa jenis pendekatan dalam pemasaran ini, diantaranya adalah :
4. Dengan cara *sales promotion*. Pendekatan ini merupakan kegiatan komunikasi melalui media umum (surat kabar, TV). Sarana yang dapat digunakan antara lain kunjungan perkenalan dengan biro perjalanan, iklan, film, ceramah/seminar, dll).
5. Dengan *Image Promotion*. Merupakan pendekatan yang halus dengan bujukan secara tidak langsung. Maksud pendekatan ini agar timbul kesan dan gambaran suatu destinasi sehingga menggugah rasa ingin tahu, ingin coba dan ingin mengenal. Pendekatan ini biasanya digunakan melalui kunjungan perkenalan wartawan, juru foto spesialis, tulisan khusus di majalah, ceramah, penyiaran iklan khusus, dsb. Bedanya dengan pendekatan sales promotion adalah bila image promotion tidak memiliki target penjualan langsung, sedangkan sales promotion memilikinya target penjualan dan konsumen yang dituju sudah lebih dikenal atau diketahui.
6. Pendekatan melalui “*pendidikan, latihan, penyuluhan*” terutama bagi penyelenggara tur, biro perjalanan dan lain-lain dari organisasi kepariwisataan nasional dengan penyediaan brosur yang teratur dan menyelenggarakan kunjungan perkenalan ke suatu desinasi tertentu (familiarization tour)
7. Memberikan jasa penerangan bagi konsumen
8. Paduan jasa pelayanan, yaitu memberikan jasa pelayanan fasilitas pariwisata yang akan melancarkan perjalanan dan persinggahan wisata seperti kebijakan visa atau ketentuan-ketentuan bea cukai.[[17]](#footnote-18)

**James J. Spillane** menerangkan ada beberapa pendekatan yang khas tentang pariwisata yaitu sebagai berikut:[[18]](#footnote-19)

1. Pendekatan *Advocacy*, pendekatan ini mendukung pariwisata dan menekankan keuntungan ekonomis dari pariwisata. Potensi pariwisata bisa dipakai untuk mendukung macam-macam kegiatan ekonomis, menciptakan lapangan kerja baru, memperoleh devisa asing yang dibutuhkan bagi pembangunan, dan masih banyak lagi.
2. Pendekatan *Cautionary*, pendekatan ini menekankan bahwa pariwisata dapat mengakibatkan banyak kerugian dalam berbagai aspek sosio-ekonomi; seperti menimbulkan lapangan kerja musiman dan kasar (rendahan), mengakibatkan kebocoran devisa asing, menyebabkan komersialisasi budaya, serta menyebabkan berbagai macam konflik.
3. Pendekatan *Adaptancy*, pendekatan inimenyebutkan bahwa pengaruh negatif pariwisata dapat dikontrol dengan mencari bentuk lain perkembangan pariwisata dari yang selama ini sudah dikenal secara umum, atau dengan menyesuaikan pariwsata dengan negara atau daerah tujuan wisata. Cara berpikir baru ini berdasarkan pandangan bahwa alam dan budaya dapat digabungkan dalam satu konteks. Maka pendekatan ini mengusulkan strategi seperti pembangunan pada skala kecil, pariwisata yang terkontrol, pariwisata yang dapat bertahan lama (*sustainable*), pariwisata dengan cara menikmati kehidupan masyarakat setempat, dan pariwisata yang berkaitan dengan ekologi (*eco-tourism*).
4. Pendekatan *Developmental*, alternatif ini menganggap bahwa pariwisata dapat disesuaikan dengan keadaan masyarakat tuan rumah dan peka akan selera masyarakat tuan rumah tersebut.

Adapun jenis-jenis pariwisata berdasarkan motif menurut **James J. Spillane** adalah sebagai berikut[[19]](#footnote-20):

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (Pleasure Tourism).

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin-tahunya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, untuk mengetahui hikayat rakyat setempat, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota-kota besar ataupun untuk ikut serta dalam keramaian pusat-pusat wisatawan.

1. Pariwisata untuk rekreasi (Recreation Tourism).

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Biasanya, mereka tinggal selama mungkin di tempat-tempat yang dianggapnya benar-benar menjamin tujuan-tujuan rekreasi tersebut (misalnya di tepi pantai, di pegunungan, di pusat-pusat peristirahatan atau pusat-pusat kesehatan) dengan tujuan menemukan kenikmatan yang diperlukan.

1. Pariwisata untuk kebudayaan (Cultural Tourism).

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat-istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat negara lain; untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan; atau juga untuk ikut serta dalam festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

1. Pariwisata untuk olahraga (Sports Tourism).

Jenis ini dapat dibagi dalam kategori:

1. *Big Sports Events*, yaitu peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan ski dunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian tidak hanya pada olah ragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.
2. *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olah raga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri, seperti pendakian gunung, olah raga naik kuda, berburu, memancing, dan lain-lain. Negara yang memiliki banyak fasilitas atau tempat-tempat olahraga seperti ini tentu dapat menarik sejumlah besar penggemar jenis olah raga pariwisata ini.
3. Pariwisata untuk urusan dagang (Bussiness Tourism).

Perjalanan usaha ini adalah bentuk *professional travel* atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan. Dalam *bussiness tourism* tersirat tidak hanya *professional trips* yang dilakukan kaum pengusaha atau

1. Pariwisata untuk berkonvensi (Convention Tourism).

Adanya kerjasama-kerjasama internasional baik bilateral maupun multilateral, ataupun juga konferensi-konferensi internasional biasanya bergilir tempat. Wisata jenis ini bukan hanya menghadirkan pesona keindahan negaranya tetapi juga mendatangkan minat-minat yang dapat saja diakui oleh para pemimpin-pemimpin atau perwakilan negara-negara lain mengenai pesona alam suatu negara pada saat konferensi atau konvensi.

Adapun juga menurut **Rikania** jenis-jenis wisata dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu sbb:[[20]](#footnote-21)

1. Wisata Alam, yang terdiri dari:
	* + - 1. Wisata Pantai (Marine tourism), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
				2. Wisata Etnik (Etnik tourism), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
				3. Wisata Cagar Alam (Ecotourism), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
				4. Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
				5. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya
2. Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari :
	* + - 1. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (battle fields) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara.
				2. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.
3. **Hipotesis**

Berdasarkan kerangka teoritis diatas, maka penulis menguraikan asumsi-asumsi sebagai berikut:

1. Kerjasama Indonesia-Cina dianggap penting bagi Indonesia dalam pengembangan pariwisata Indonesia.
2. Bahwa betul Indonesia mengadakan kerjasama dengan Cina dalam pengembangan pariwisata Indonesia karena kerjasama ini merupakan salah satu upaya untuk mempromosikan pariwisata dan kebudayaan Indonesia dan Cina di dunia internasional.
3. Kerjasama pengembangan pariwisata Indonesia dengan Cina khususnya dalam pengelolaan daerah-daerah objek wisata di negara masing-masing memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap peningkatan devisa negara

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diambil adalah sebagai berikut: **“Jika kerjasama pariwisata Indonesia-Cina lebih difokuskan pada biang Pemasaran/Promosi Bersama dan Pengembangan Infrastruktur/Objek PAriwiasta; pertukaran misi untuk mempromosikan pariwisata; dan meningkatkan kapasitas SDM dilakukan berkesinambungan, Maka dapat meningkatkan arus kunjungan wisata dan devisa Negara Indonesia”**

Untuk mencapai persamaan persepsi antara pembaca dan penulis mengenai variabel-variabel yang muncul dalam hipotesis, maka akan dikemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Suatu negara tidak dapat berdiri sendiri, melainkan saling membutuhkan. Kerjasama Internasional merupakan suatu interaksi yang harus dilakukan bagi setiap negara dalam rangka memenuhi kepentingan nasionalnya. Indonesia melakukan kerjasama dengan Cina merupakan satu bentuk bahwa negara tersebut mempunyai berbagai kepentingan dari negara satu sama lain.
2. Suatu negara dapat dikatakan telah mengalami kemajuan apabila kesejahteraan masyarakat negaranya semakin meningkat. Dalam hal ini Indonesia melakukan kerjasama dengan Cina di bidang pengembangan pariwisata yang memberikan pengaruh positif bagi peningkatan devisa negara.
3. **Operasional Variabel**

**Tabel 1.1.**

**Operasionalisasi Variabel**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel dalam Hipotesis (teoritik)** | **Indikartor****(Empirik)** | **Verisikasi** **(Analisis)** |
| **Variabel Bebas:** ***Jika*** kerjasama pariwisata Indonesia-Cina lebih difokuskan pada biang Pemasaran/Promosi Bersama dan Pengembangan Infrastruktur/Objek Pariwiasta; pertukaran misi untuk mempromosikan pariwisata; dan meningkatkan kapasitas SDM dilakukan berkesinambungan, | 1. Adanya Deklarasi Kemitraan Strategis BErsama antara Indonesia-Cina untuk melakukan kerjasama diberbagai bidang termasuk pariwisata.
2. Adanya pertukaran mitra kerja di bidang pariwisata baik dari Indonesia ke Cina dan sebaliknya untuk saling mempromosikan obyek pariwisata yang ada di Indonesia maupun Cina
 | 1. Data (fakta dan angka) mengenai adanya kerjasama pengembangan pariwisata antara Indonesia-Cina ([*www.budpar.go.id*](http://www.budpar.go.id)*)*
2. Data (Fakta dan angka) mengenai program promosi pariwisata dan pengembangan obyek pariwisata ([*www.budpar.go.id*](http://www.budpar.go.id)*)*
 |
| **Variabel Terikat:*****Maka*** dapat meningkatkan arus kunjungan wisata dan devisa Negara Indonesia | 1. Adanya peningkatan devisa Negara dari sector pariwisata
2. Meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan Cina ke Indonesia
 | 1. Data (fakta dan angka) mengenai adanya peningkatan ekonomi Negara Indonesai ([*www.budpar.go.id*](http://www.budpar.go.id)*)*
2. Data ( fakta dan angka) mengenai adanya peningkatan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia ([*www.budpar.go.id*](http://www.budpar.go.id)*)*
 |

1. **Skema Kerangka Teoritis**

Untuk memudahkan pemahaman kerangka teoritis di atas, dirumuskan ke dalam skema kerangka teoritis sebagai berikut:

**Skema 1.1**

**Kerjasama Pariwisata Indonesia-Cina dan Pengaruhnya terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Cina Ke Indonesia**

Kerjasama Pariwisata

Indonesia-Cina

Meningkatnya Kunjungan wisatawan Cina ke Indonesia

Republik Rakyat Cina

Pemasaran dan Promosi serta Pengembangan Obyek Wisata dan Infrastruktur

Indonesia

*Ultimate of Deversity*

**E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data**

**1. Tingkat Analisis**

Dengan melihat judul yang diambil oleh penulis mengenai kerjasama Pariwisata Indonesia-Cina dan Pengaruhnya terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan Cina ke Indonesia maka penulis menggunakan Metode Deskriptif Analitis, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan suatu pola atau hubungan antar variabel tertentu secara lengkap dan sistematis. Dalam hal ini penulis menggambarkan bagaimana proses kerjasama Indonesia - Cina dalam bidang pariwisata ini dapat berlangsung dengan baik sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisata ke Indonesia.

**2. Metode Penelitian**

Berdasarkan penjabaran dan pertanyaan penelitian ini, maka jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian *deskriptif* untuk menjawab pertanyaan “apakah”, yaitu penggambaran fakta-fakta atau situasi dengan sistematis, akurat dan tepat dengan berlandaskan pada teori-teori dan konsep yang digunakan. Metode ini ditunjukan untuk menggambarkan relitas-realitas, sifat-sifat, dan hubungan dari objek yang diteliti secara nyata dan tepat.

**3. Teknik Pengumpulan Data**

Data-data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber-sumber sekunder dimana penulis berupaya untuk mencari dan mengumpulkan berbagai informasi dari buku-buku, dokumen-dokumen forum/*meeting* yang relevan dengan masalah yang diteliti (Kemenparkreaf), jurnal, surat kabar, internet, dan wawancara dengan pihak yang terkait.

**F. Lokasi dan Lamanya Penelitian**

**1. Lokasi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis memperoleh sumber dari berbagai tempat sebagai berikut:

a. Perpustakaan FISIP Universitas Pasundan

Jalan Lengkong Besar No.68, Bandung

b. Perpustakaan FISIP Universitas Parahyangan

Jalan Ciumbuleuit No.94, Bandung

c. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata

Jalan Medan Merdeka Barat No.17, Jakarta Pusat

d. Departemen Luar Negeri

Jalan Taman Pejambon No 6, Jakarta Pusat

e. Center for Strategic and International Study (CSIS)

Jalan Tanah Abang III No. 23 – 27, Jakarta Pusat

f. Embassy of The People’s Republic Mof China

 Jl. Mega Kuningan No. 2 Jakarta Selatan

1. **Lama Penelitian**

Lamanya penelitian ini memakan waktu 6 bulan, terhitung dari Juni 2010 sampai dengan Desember 2010. Dimulai dari persiapan judul, pembuatan proposal penelitian, pencarian data, dan pengolahan data.

**G. Sistematika Penulisan**

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka Teoritis dan Hipotesis, Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data, Lokasi dan Lama Penelitian, Sistematika Penulisan.

 **BAB II KERJASAMA PARIWISATA INDONESIA-CINA**

Bab ini membahas mengenai hubungan bilateral Indonesia-Cina dalam bidang pariwisata serta perjanjian kerjasama pemerintah Republik Indonesia dan pemerintah Republik Cina dalam kegiatan promosi dan pengembangan pariwisata .

**BAB III ARUS KUNJUNGAN WISATAWAN CINA KE INDONESIA**

Bab ini nantinya akan menggambarkan tentang kondisi pariwisata Indonesia, baik dari sejarah pariwisata Indonesia, ruang lingkup pariwisata Indonesia dan industri pariwisata yang berkembang menjadi andalan ekonomi makro Indonesia serta strategi wisata mancanegara dan Cina.

**BAB IV UPAYA INDONESIA-CINA MELALUI KERJASAMA PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA KE INDONESIA**

Dalam bab ini akan dibahas mengenai awal ISTC dalam meningkatkan kunjungan wisata dalam bidang promosi serta pengembangan objek wisata dan infrastruktur dan tinjauan perkembangan kunjungan wisata ke Indonesia dan proyeksi kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia.

**BAB V KESIMPULAN**

Merupakan bab penutup dari penulisan skripsi yang diharuskan memberikan beberapa kesimpulan dan saran yang memang diperlukan, daftar kepustakaan dan lampiran-lampiran mengenai data yang berhubungan dengan materi yang diambil.

**DAFTAR PUSTAKA**

Berisi mengenai referensi yang di gunakan untuk menunjang penelitian berupa buku-buku, dokumen-dokumen, artikel-artikel dari majalah maupun dari web-site.

1. Anak Agung Banyu Perwita dan Yanyan Mochamad Yani, *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 33. [↑](#footnote-ref-2)
2. *Hubungan Indonesia-Cina Semakin KUat,* 14 April 2010. <http://berita21.com/2010/04/14>, *diakses* tanggal 14 Februari 2015

 Pendit Nyoman Suwandi, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana* (Jakarta: Pradnya Paramita, 2006), hlm. 147. [↑](#footnote-ref-3)
3. *Indonesia-Cina Giatkan Kerjasama Pariwisata*, tanggal 4 Pebruari 2010. <http://traveltextonline.com> *diaksess* 14 Februari 2015 [↑](#footnote-ref-4)
4. K.J. Holsti, *Politik Internasional: Suatu Kerangka Analisis* (Terjemahan Wawan Juanda) (Bandung: Binacipta, 1992), hlm. 26. [↑](#footnote-ref-5)
5. K.J. Holsti, *Politik Internasional: Suatu Kerangka Analisi* (Bandung: Binacipta*,* 1987), hlm. 39. [↑](#footnote-ref-6)
6. Jack C. Plano dan Roy Olton dalam Anak Agung Banyu Perwita dan Yanyan Mochamad Yani, *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 35. [↑](#footnote-ref-7)
7. Koesnadi Kartasasmita, *Organisasi dan Administrasi Internasional* (Bandung: Fisip UNPAD Press, 1983), hlm. 83. [↑](#footnote-ref-8)
8. Bob Sugeng Hadiwinata, *Politik Bisnis Internasional* (Yogyakarta: Kanisius, 2002), hlm. 27. [↑](#footnote-ref-9)
9. Koesnadi Kartasasmita, *Administrasi Internasional*, (Bandung: Lembaga Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi, 1977), hlm. 19. [↑](#footnote-ref-10)
10. T. May Rudy, *Sejarah Diplomasi dan Perkembaangan Politik di Asia* (Bandung: Bina Budhaya, 1997), hlm. 24. [↑](#footnote-ref-11)
11. Jarnes J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata , Sejarah dan Prospeknya*, (Yogyakarta: Kanisius, 1987), hlm 23 [↑](#footnote-ref-12)
12. Rully Ramadhan, *Kerjasama Pengembangan Pariwisata Indonesia – Jepang Dalam Upaya memulihkan Kepariwisataan Indonesia*. Skripsi FISIP-HI Unpas tidak di Terbitkan, 2007, hlm 16. [↑](#footnote-ref-13)
13. “*Pengertian Pariwisata*”, dalam http://www.arison001.blogspot.com/2008/02/ pengertian-pariwisata.html *diakses tanggal 14 Juli 2010* [↑](#footnote-ref-14)
14. “*Pengertian Pariwisata*”, dalam http://www.mail-archive.com/rantau-net@rantaunet. com/msg21502.html., *diakses tangga; 14 Juli 2010* [↑](#footnote-ref-15)
15. “*Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang pariwisata*”, dalam http://www. arison001.blogspot.com/2008/02/pengertian-pariwisata.html *diakses tanggal 17 Juli 2010* [↑](#footnote-ref-16)
16. James J. Splillane, *op.cit.* hlm. 52*.*  [↑](#footnote-ref-17)
17. *Ibid*, hlm. 116-119. [↑](#footnote-ref-18)
18. James J. Spillane, *Pariwisata Indonesia* (Yogyakarta, Kanisius: 1994)*,* hlm. 28-29 [↑](#footnote-ref-19)
19. James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata* (Yogyakarta: Kanisius, 1987)*,* hlm. 28 [↑](#footnote-ref-20)
20. Rikania “*Potensi Pariwisata*” dalam http://rikaina.multyply.com/Potensi\_Pariwisata \_files/44.htm *diakses tanggal 17 Juli 2010* [↑](#footnote-ref-21)