**BAB II**

**SEJARAH PARIWISATA INDONESIA**

1. **Periode Masa Penjajahan Belanda**

Kegiatan kepariwisataan dimulai dengan penjelajahan yang dilakukan pejabat pemerintah, missionaries atau orang swasta yang akan membuka usaha perkebunan di daerah pedalaman. Awal mula industri pariwisata di Hindia Belanda (sebutan untuk Indonesia jaman kolonial) ditandai dengan terbentuknya asosiasi yang mengatur lalu lintas pariwisata bernama Vereeniging Toeristenverkeer in Nederlandsch Indie. Asosiasi ini dibentuk pada tahun 1908. Melalui asosiasi yang disubsidi oleh pemerintah ini, lahirlah kantor Official Tourist Bureau yang bertugas membangun kerjasama dengan biro – biro perjalanan terbesar jaman itu, serta membuka kantor perwakilan di seluruh Jawa dan luar negeri. **Vereeneging Toeristen Verkeer (VTV)**, Biro Wisata pertama di Indonesia (1910), merupakan kegiatan kepariwisataan masa penjajahan Belanda dimulai secara resmi.

Hindia Belanda awal abad ke-20 merupakan kawasan yang mengalami perkembangan pesat di segala bidang, terutama pembangunan sarana – sarana fisik di Pulau Jawa. Di bidang transportasi darat, misalnya, pembangunan rel kereta api dan Jalan Pos Besar yang menghubungkan pulau jawa dari ujung barat hingga ujung timur telah memangkas kesulitan mobilitas darat baik untuk keperluan perdagangan, industry perkebunan, pemerintahan, pos, maupun pariwisata. Berbagai fasilitas penginapan juga berkembang seiring dengan pertumbuhan kota – kota di kawasan Hindia Belanda.

Industri pariwisata secara sadar digunakan oleh Belanda untuk memoles citra kekejaman pemerintah Kolonial menjadi citra yang memuliakan masyarakat bumiputra. Periode politik etis yang diberlakukan sejak tahun 1901 serta konstruksi citra Mooi Indie (yang menjadi trade mark pariwisata di Hindia Belanda) kemudian menjadi proyek besar bagi pembalikan citra negeri jajahan Hindia Belanda yang rusuh, miskin, dan jauh dari peradaban modern.

Citra Mooi Indie sebetulnya merupakan kecenderungan umum masyarakat Eropa dalam memandang dunia yang lain (dunia timur). **Mooi Indie merupakan bagian dari orientalisme**, yaitu corak pandangan dan kreasi intelektual barat dalam “menciptakan” dunia timur.

Awal abad 20, yaitu adanya revolusi cetak, melalui buku, kartu pos, maupun pameran colonial (brosur wisata) Hindia Belanda mulai dikenal oleh masyarakat dunia. Java The Wonderland adalah media cetak promosi pertama untuk Indonesia.[[1]](#footnote-2)

1. **Periode Masa Pendudukan Jepang**

Pariwisata Indonesia masa ini bisa dikatakan tengah terpuruk karena terjadinya perang dunia ke-2 dan pendudukan Jepang di Indonesia. Orang – orang terutama dari kulit putih tidak antusias dan berkesempatan melakukan perjalanan ke Indonesia karena situasi yang kacau. Sarana dan prasarana seperti jalan, jembatan banyak yang rusak akibat perang dan bangunan yang alih fungsi, serta obyek wisata juga menjadi terbengkalai. Terlebih lagi bom Hiroshima dan Nagasaki juga berimbas pada memburuknya perekonomian di Indonesia. [[2]](#footnote-3)

1. **Periode Masa Orde Lama**
2. **Kegiatan Pariwisata Masa Periode 1945-1955**

Setelah sekian lama terhenti kegiatan pariwisata di Indonesia dikarenakan terjadinya Perang Dunia II dan pendudukan Jepang, hal ini berlanjut terus ke masa mempertahankan proklamasi kemerdekaan 17 Agustus 1945. Meskipun begitu, Pemerintah Indonesia cukup tanggap untuk segera mengatasi dan memeberikan perhatian terhadap sektor kepariwisataan yang sebagai salah satu sektor penunjang perekonomian Negara. Untuk mengatasi hal tersebut pemerintah sewaktu berkecamuknya revolusi pada tahun 1946 dibentuk Hotel dan Tourisme (HONET) atas surat keputusan wakil presiden (Drs. Moh. Hatta) di dalam lingkungan Kementrian Perhubungan. Yang bertugas untuk melanjutkan pengelolaan hotel-hotel bekas milik Belanda. Tindakan pertama yang dilakukan oleh Honet adalah mengganti nama hotel-hotel bekas Belanda di Yogyakarta, Surakarta, Madiun, Cirebon, Sukabumi, Malang, Sarangan, Purwokerto, dan Pekalongan, menjadi Hotel Merdeka. Akan tetapi setelah perjanjian Konferensi Meja Bundar (KMB) ditandatangani (1949), semua perusahaan bekas milik Belanda yang dinasionalisir, harus dikembalikan kepada pemiliknya semula. Termasuk hotel-hotel Merdeka dengan demikian Honet tidak mempunya fungsi lagi sehingga dibubarkan.[[3]](#footnote-4)

Setelah Honet dibubarkan, pada tahun 1952 dikeluarkan Keppres Pembentukan Pnaitia Inter-Depertemental Urusan Tourisme, yang bertugas untuk mengusahakan kemungkinan dijadikannya Indonesia sebagai Tourist Destination atau daerah tujuan wisata (DTW). Dikarenakan para pengurus tersebut tidak dapat bekerja maksimal. Maka pada tahun 1953 didirikan suatu organisasi bernama Serikat Gabungan Hotel dan Tourisme Indonesia atau disingkat Sergahti. Sergahti beranggotakan hampir seluruh hotel utama di Indonesia. Dengan komisaris-komisaris wilayah Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Kalimantan, Sumatera Selatan, dan Sumatera Utara. Usia organisasi ini tidak lama hal ini dikarenakan para pengurusnya merasa gagal dalam menjalankan misi mereka yakni misi mengosongkan penghuni tetap di hotel-hotel itu. Selain itu, tidak berhasil menyelesaikan masalah penetapan harga atau tariff hotel (hotel prijsbeheering) yang diberlakukan oleh pihak pemerintah.

1. **Kegiatan Pariwisata Masa Periode 1955-1965**

Tahun 1955 merupakan batu loncatan atau bisa dsebut juga sebagai tonggak sejarah bagi perkembangan pariwisata di Indonesia. Peristiwa-peristiwa yang terjadi pada tahun itu yang sedikit banyak berpengaruh pada perkembangan kepariwisataan di Indonesia.

Konferensi Asia-Afrika (KAA) yang berlangsung di Bandung tanggal 18-24 April 1955 berpengaruh positif pada bidang kepariwisataan Indonesia. Negara kita menjadi makin dikenal secara Internasional sehingga sedikit demi sedikit banyak meningkatkan pula jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia.
Bank Industri Negara, yang sekarang menjadi Bank Pembangunan Indonesia atau Bapindo, pada tahun 1955 mendirikan sebuah perusahaan yang bersifat komersil yang berbama PT NATOUR Ltd (National Hotels & Tourism Corp Ltd). PT NATOUR kemudian memiliki Hotel Trasaera di Jakarta, Hotel Bali, Shindu Beach Hotel, dan Kuta Beach Hotel di Bali, Hotel Garuda di Yogyakarta, Hotel Simpang di Surabaya, dan berbagai Hotel lainnya di seluruh Indonesia. Sebagai salah satu anak perusahaan dari sebuah bank milik pemerintah, maka PT NATOUR dengan sendirinya merupakan sebuah perusahaan milik Negara yang kemudian dikenal dengan sebutan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pada Desember 1993 Direksi PT NATOUR disatukan dengan PT Hotel Indonesia Internasional (HII) yang juga berstatus BUMN.

Pada tahun 1955 dalam lingkungan kementrian Perhubungan dibentuk Direktorat Pariwisata. Himpunan Perintis Kepariwisataan dalam naskah yang berjudul Sejarah Pertumbuhan dan Kepariwisataan Indonesia menyebutkan Biro Tourisme, yang dipimpin oleh Soeganda. Pada tahun 1964, kedudukan Soeganda sebagai pimpinan direktorat Pariwisata digantikan oleh G. Sudiono. Perkembangan perkembangan tersebut berhasil meningkatkan semangat dan gairah orang-oranmg yang berminat terhadap kepariwisataan. Kemudian lahirlah Yayasan Tourisme Indonesia (YII) yang bersifat non-komersial. Tujuan utamanya adalah untuk membina dan mengembangkan industri pariwisata secara lebih efektif guna menunjang perekonomian Negara Indonesia.

Dalam naskah sejarah pertumbuuhan kepariwisataan Indonesia tidak dicantumkan tanggal pendirian Yayasan Tourisme Indonesia (YII), namun hanya ada tahun dan tempat kelahiran organisasi tersebut, yaitu tahun 1955 di Grand Hotel du Pavillon di Jakarta. Kemudian diganti menjadi Hotel Majapahit dan kini dibongkar menjadi tempat parker gedung Sesneg. Pendanaan YTI diperoleh dari sumbangan-sumbangan para anggotanya dan para donator yang sekarang biasa disebut sponsor. Dalam waktu yang singkat YTI telah berhasil membuka cabang-cabang di berbagai daerah di Indonesia. Dengan semangat yang menggebu-gebu YTI melakukan kampanye “sadar wisata” untuk memasyarakatkan pariwisata.

“Sadar Wisata” untuk “Memasyarakatkan pariwisata” adalah jargon pariwisata yang baru timbul menjelang akhir tahun 1990. namun demikian secara substansial kegiatan itu telah dilakukan sejak tahun 1955 oleh YTI. Dalam kampanye sadar wisata itu, S. Brata dengan seluruh korp wartawan ibu kota memagang peranan yang besar sehingga telah menciptakan iklim demam tourisme selama beberapa tahun kemudian. YTI juga menjalin hubungan dengan organisasi-organisasi kepariwisataan Interbasional dan menjadi anggota dari Pcific Area Tourism (PATA) dan ASTA.

Dengan keberhasilan tersebut, YTI kemudian mengajukan permohonan kepada pemerintah agar diakui sebagai satu-satunya badan yang mendapat tugas untuk membina dan membimbing kepariwisataan di Indonesia. Menteri Perhubungan Suchyar Tedjasusmana bersedia memberikan pengakuan itu dengan syarat agar YTI menyelenggarakan kongres lepariwisataan yang bersifat nasional.
Musyawarah Nasional Tourisme I tersebutmenghasilkan sebuah wadah tunggal swasta yang bergerak di bidang kepariwisataan, yaitu Dewan Tourisme DTI mendapat pengakuan dari pemerintah sebagai satu-satunya badan sentral swasta. Bersifat non-komersial dan bertindak sebagai wakil dari badan atau lembaga yayasan di daerah untuk membantu dan mendampingi pemerintah dan mengurus soal-soal kepariwisataan. Penggunaan nama Dewan Tourisme Indonesia nampaknya meruoakan sebuah kompromi yang tercapai antara YTI dengan organisasi-organisasi kepariwisataan non-YTI. Dari hasil kompromi tersebut mamka seluruh organisasi kepariwisataan meleburkan diri menjadi satu kedalamwadah baru, yaitu DTI. Namun pada tahun 1961 DTI berubah nama menjadi Dewan Pariwisata Indonesia (Depari).[[4]](#footnote-5)

1. **Periode Masa Order Baru**

Pada saat Orde Baru, jumlah kunjungan wisman ke Indonesia bertumbuh dengan cara perlahan. Pemerintah dulu mengadakan program untuk menambah jumlah kehadiran wisatawan asing ke Indonesia yang dimaksud dengan Tahun Kunjungan Indonesia. Program ini menambah kunjungan turis internasional sampai 400.000 orang. Disamping itu pada tahun 1992, pemerintah mencanangkan Dekade Kunjungan Indonesia, yakni tema tahunan pariwisata sampai dengan tahun 2000.

Keyakinan dunia internasional pada pariwisata Indonesia mulai alami penurunan pada insiden pengeboman Bali tahun 2002 yang mengakibatkan penurunan wisatawan yang datang ke Bali sebesar 32%. Aksi teror yang lain layaknya Bom JW Marriott 2003, Pengeboman terhadap Kedutaan Besar Australia, Bom Bali pada 2005 dan Bom Jakarta 2009 juga merubah jumlah kehadiran wisman ke Indonesia. Aksi terorisme di Indonesia pada saat itu menyebabkan dikeluarkannya peringatan perjalanan oleh sebagian negara layaknya Australia dan Britania Raya pada tahun 2006

Pada tahun 2008, pemerintah Indonesia mengadakan program Tahun Kunjungan Indonesia 2008 untuk menambah jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan asing ke Indonesia, disamping itu program ini sekalian untuk memperingati 100 tahun kebangkitan nasional Indonesia. Dana yang dikeluarkan utk program ini sebesar 15 juta dolar Amerika Serikat yang beberapa besar dipakai utk program pengiklanan dalam ataupun luar negeri. Hasil dari program ini yaitu peningkatan jumlah wisatawan asing yang meraih 6,2 juta wisatawan dibanding pada mulanya sebesar 5,5 juta wisatawan.

Sebagai usaha saat meningkatkan jumlah wisatawan ke Indonesia, Kementerian Kebudayaan dan juga Pariwisata Indonesia meneruskan program Tahun Kunjungan Indonesia pada tahun 2009 dengan tujuan 6,4 juta wisatawan dan dapatkanan devisa sebesar 6,4 miliar dolar Amerika Serikat, namun pergerakan wisatawan nusantara ditargetkan 229,95 juta perjalanan dengan keseluruhan pengeluaran kian lebih 128,77 triliun rupiah. Program ini difokuskan ke pertemuan, insentif, konvensi dan pertunjukan dan wisata laut. Pada tahun 2010, pemerintah Indonesia mencanangkan kembali Tahun Kunjungan Indonesia dan Tahun Kunjung Museum 2010. Program ini dikerjakan utk mendorong kesadaran penduduk pada museum dan menambah jumlah pengunjung museum. Pada tahun 2011, pemerintah Indonesia mengambil keputusan Wonderful Indonesia sebagai manajemen merk baru pariwisata Indonesia, sesaat untuk tema pariwisata dipilih Eco, Culture, and MICE. Logo pariwisata terus memakai logo Tahun Kunjungan Indonesia yang dipergunakan sejak tahun 2008

Bidang layanan servis yang terkait dengan pariwisata barang kali telah berkembang sejak zaman Indonesia purba, terutama Jawa kuno era ke-8 ; sebagian panel relief di Borobudur melukiskan adegan penjual minuman, sejenis warung, kedai, atau tempat tinggal makan, dan ada bangunan yang didalamnya ada orang sedang minum-minum dan bersenang-senang, barangkali melukiskan tempat tinggal minum atau penginapan. Indonesia mempunyai catatan histori kebudayaan pariwisata sejak era sejak era ke-14. Kakawin Nagarakretagama mencatat bahwa Raja Hayam Wuruk sudah melingkari Kerajaan Majapahit yang saat ini jadi tempat Jawa Timur memakai pedati dengan iring-iringan pejabat negara. Catatan Perjalanan dari Bujangga Manik, seorang resi pengelana dari Hindu Pakuan Pajajaran yang ditulis pada era ke-15 menceritakan perjalanannya keliling pulau Jawa dan Bali. Walau perjalannya berbentuk ziarah, tetapi terkadang ia menggunakan saat layaknya seorang pelancong zaman moderen : duduk, mengipasi badannya dan nikmati panorama di tempat Puncak, terutama Gunung Gede yang dia sebut sbg titik paling tinggi dari lokasi Pakuan.

Sesudah masuknya Bangsa Belanda ke Indonesia pada awal era ke-19, tempat Hindia Belanda mulai berkembang jadi daya tarik untuk beberapa pendatang yang datang dari Belanda. Gubernur jenderal pada waktu itu mengambil keputusan pembentukan biro wisata yang dimaksud Vereeeging Toeristen Verkeer yang gedung kantornya juga dipakai utk maskapai penerbangan Koninklijke Nederlansch Indische Luchtfahrt Maatschapijj (saat ini dimaksud dengan KLM). Hotel-hotel mulai bermunculan layaknya Hotel des Indes di Batavia, Hotel Oranje yang ada di Surabaya dan juga Hotel De Boer di Medan. Tahun 1913, Vereeneging Touristen Verkeer bikin buku tips tentang tempat wisata di Indonesia. Sejak waktu itu, Bali mulai dikenal oleh wisatawan mancanegara dan jumlah kehadiran wisman meningkat sampai kian lebih 100% pada tahun 1927. Pada 1 Juli 1947, pemerintah Indonesia berupaya menghidupkan sektor pariwisata Indonesia membentuk badan yang diberi nama HONET ( Hotel National & Tourism ) yang diketuai oleh R. Tjitpo Ruslan. Badan ini segera menggantikan hotel – hotel yang ada di tempat lebih kurang Jawa dan semuanya dinamai Hotel Merdeka. Sesudah Konferensi Meja Bundar, badan ini bertukar nama jadi NV HORNET. Tahun 1952 cocok dengan ketentuan presiden RI, dibentuk Panitia Inter Departemental Urusan Turisme yang bertugas menjajaki kemungkinan terbukanya kembali Indonesia sbg tujuan wisata.[[5]](#footnote-6)

1. **Periode Masa Otonomi Daerah**

Pada dasarnya terdapat banyak daerah di Indonesia yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang potensial untuk dikembangkan dalam kerangka kepariwisataan serta memiliki kemampuan untuk menjadi salah satu destinasi pariwisata kelas dunia. Kekayaan alam berbasis bahari merupakan potensi yang tinggi untuk dikembangkan tanpa menghilangkan potensi yang ada di daratan seperti danau, air panas dan sungai.

Potensi kekayaan budaya juga patut diperhitungkan dalam mengembangkan suatu daerah sebagai destinasi utama. Keanekaragaman budaya dan kesenian telah dikenal masyarakat dunia, termasuk keterbukaan dan keramahan masyarakat, serta kekayaan kuliner dipercaya memberi andil besar bagi tumbuhnya minat masyarakat Indonesia untuk datang berkunjung ke suatu daerah. Selain dari potensi alam dan budaya, keberadaan infrastruktur aksesibilitas udara dan laut yang memadai mampu menjadi pendukung pengembangan daerah sebagai destinasi wisata Indonesia. Sarana dan prasarana kepariwisataan juga perlu mengalami peningkatan kapasitas dan kualitas pelayanan yang memadai. Namun demikian pengembangan kepariwisataan daerah selayaknya dikembangkan dengan tetap mengacu kepada paradigma baru pembangunan kepariwisataan yang telah dikemukakan sebelumnya. Pengalaman pembangunan di daerah lainnya seperti Bali dan DI Yogyakarta perlu menjadi pertimbangan. Perencanaan yang matang melalui penyiapan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata daerah di tingkat Provinsi maupun Kabupaten/Kota sudah harus dimulai untuk menemukenali wilayah yang akan dijadikan sebagai lokasi pengembangan kepariwisataan yang tetap ditujukan untuk meningkatkan peran serta dan kesejahteraan masyarakat seluas-luasnya. Penyiapan sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi tinggi di bidang pelayanan jasa kepariwisataan juga menjadi hal yang perlu dilakukan. Kemampuan masyarakat dalam berinteraksi dan bersosialisasi perlu dilengkapi pula dengan kemampuan teknis, operasional dan manajerial dalam penyediaan barang dan jasa kepariwisataan. Stigma bahwa pekerja di bidang pariwisata merupakan pelayan harus mulai diubah menjadi pekerja profesional yang berkelas dunia. Kemampuan masyarakat dalam mengembangkan kompetensi

mereka di bidang kepariwisataan dipercaya akan mampu meningkatkan kualitas pelayanan serta pengalaman berwisata bagi wisman maupun wisnus. Berdasarkan berbagai kondisi tersebut, pengembangan pariwisata di bebagai daerah, khususnya di wilayah timur Indonesia, harus difokuskan pada pengembangan pariwisata berbasis bahari dengan dukungan budaya yang kaya. Fokus pembangunan kepariwisataan ini akan mampu memposisikan kawasan Indonesia Timur sebagai destinasi utama pariwisata Indonesia yang berbeda dengan daerah lainnya seperti Bali dengan budaya

dan alamnya (pantai) maupun DI Yogyakarta dengan budayanya. Fokus pembangunan kepariwisataan ini perlu dibicarakan dan menjadi komitmen seluruh *stakeholders* dalam pembangunan kepariwisataan di daerah.[[6]](#footnote-7)

Perbaikan kondisi sosial, ekonomi, kebudayaan dan politik memiliki pengaruh yang dinamis dalam praktis pemasaran pariwisata. Penerapan sistem desentralisasi pemerintahan di era otonomi daerah turut mendorong munculnya paradigma baru dalam pemasaran pariwisata. Perubahan ini dimunculkan oleh rangkaian Undang-Undang yang lebih populer di masyarakat sebagai Undang- Undang Otonomi Daerah, yang terdiri atas UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan UU No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, disusul dengan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 2000 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai Daerah Otonom. Undang-undang otonomi daerah ini memberikan kewenangan pada daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan daerah, menggali berbagai potensi yang ada, baik yang terkait sumberdaya alam, sumberdaya budaya, sumberdaya manusia, dan pengembangan sumber daya buatan. Pengelolaan sumberdaya ini diarahkan sedemikian rupa sehingga daerah mampu secara mandiri menggali sumber keuangan dan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Berbeda dengan era sebelumnya, dimana pemerintah pusat ikut serta sebagai eksekutor berbagai program, di era sekarang pemerintah pusat lebih bertindak sebagai penyedia kebijakan (regulator), penyedia layanan (fasilitator), sebagai inisiator untuk membangun citra pariwisata Indonesia (*country image* *building*), dan sebagai katalisator dalam mempercepat pembangunan daerah.

1. <http://despar-uksw.tumblr.com/post/74352520125/sejarah-pariwisata-indonesia> Diakses 15 Juni 2016 [↑](#footnote-ref-2)
2. <http://despar-uksw.tumblr.com/post/74352520125/sejarah-pariwisata-indonesia> Diakses 15 Juni 2016 [↑](#footnote-ref-3)
3. <http://fauzihistory.blogspot.co.id/2009/03/sejarah-pariwisata-zaman-orde-lama-1945.html> Diakses 15 Juni 2016 [↑](#footnote-ref-4)
4. <http://fauzihistory.blogspot.co.id/2009/03/sejarah-pariwisata-zaman-orde-lama-1945.html> Diakses 15 Juni 2016 [↑](#footnote-ref-5)
5. <http://www.iwisataindonesia.com/78/pariwisata-indonesia.html> Diakses 18 Juni 2016 [↑](#footnote-ref-6)
6. Pembangunan otonomi daerah,DR. Sapta NIrwandar.pdf Diakses 23 Juni 2016 [↑](#footnote-ref-7)