**BAB I**

# PENDAHULUAN

1. **Latar Belakang**

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 Hubungan Internasional 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.[[1]](#footnote-1) Menurut Kuntowijoyo (1991:1), ada tiga macam pandangan mengenai pariwisata yang terdapat dalam masyarakat, yaitu : 1) pariwisata tidak dikenal masyarakat dan sepenuhnya belum dapat diterapkan dalam kehidupan, karena dalam masyarakat tidak ada pembedaan antara waktu dengan waktu kerja yang dikaitkan dengan aktivitas melakukan pekerjaan. 2) pariwisata mulai dikenal oleh sebagian anggota masyarakat, tetapi masih dipandang sebagai hal yang bersifat negatif, bahwa waktu senggang

mereka adalah waktu yang tidak dalam keadaan kerja atau meninggalkan pekerjaan. 3) pariwisata sebagai pemanfaatan waktu senggang dipandang sebagai sebuah hal yang berguna dan memiliki arti, bermanfaat bagi kehidupannya, oleh karena itu jika mereka menggunakannya dengan baik, mereka akan mendapatkan manfaat.[[2]](#footnote-2)

Indonesia merupakan negara kepulauan yang tediri dari pulau-pulau besar dan kecil yang tersebar di sepanjang garis khatulistiwa. Penduduknya terdiri dari banyak suku bangsa dengan beragam adat istiadat yang berbeda-beda. Selain kebudayaan dan adat istiadat yang beraneka ragam, Indonesia juga memiliki berbagai macam destinasi pariwisata yang mampu menjadi daya Tarik wisatawan mancanegara untuk mengunjungi Indonesia. Tidak hanya alam dan budaya saja, sektor lain pun sangat mendukung dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Seperti akomodasi transportasi, hotel dan restoran merupakan hal yang penting. Tercatat pembangunan hotel di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya demi memenuhi kebutuhan para wisatawan mancanegara. Sedangkan untuk transportasi sudah tersedia banyak pilihan pesawat komersil yang mampu mengangkut wisatawan dari dalam negeri maupun luar negeri. Akan tetapi tidak sedikit juga beberapa pulau terpencil tidak tersedia akomodasi yang layak bagi wisatawan asing maupun lokal. Padahal pulau-pulau tersebut berpotensi dapat menjadi alternatif atau pilihan pariwisata Indonesia.[[3]](#footnote-3)

Bagi Indonesia sendiri, pariwisata telah tumbuh menjadi sebuah industri yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang cerah dikemudian hari. Oleh karena itu banyak program yang telah dilakukan pemerintah untuk mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia antara lain program *Wonderful Indonesia* yang mana target utamanya adalah meraih wisatawan domestik maupun mancanegara sebanyak-banyaknya.[[4]](#footnote-4) Sektor pariwisata nasional kini menjadi primadona baru bagi pembangunan nasional. Sumbangan devisa maupun penyerapan tenaga kerja dalam sektor ini amat signifikan bagi devisa negara. Bahkan, diperkirakan pada 2019 sudah mengalahkan pemasukan devisa dari industri kelapa sawit (CPO). Devisa dari sektor pariwisata pada 2016 sebesar US$ 13,568 miliar berada di posisi kedua setelah CPO US$ 15,965 miliar. Pada 2015, devisa dari sektor pariwisata sebesar US$ 12,225 miliar atau berada di posisi keempat di bawah Migas US$ 18,574 miliar, CPO US$ 16,427 miliar, dan batu bara US$ 14,717 miliar. Bahkan menurut Menteri Pariwisata Arief Yahya diperkirakan pada tahun 2019, sektor pariwisata menjadi penyumbang utama devisa utama Indonesia.[[5]](#footnote-5) Mempertimbangkan pertumbuhan sektor pariwisata yang sangat dinamis serta nilai strategisnya sebagai sektor andalan bagi pembangunan nasional ke depan, maka pemerintah memberikan perhatian yang lebih besar kepada sektor pariwisata baik dalam kebijakan anggaran maupun dukungan sektoral lintas kementerian/lembaga untuk mendukung program-program pembangunan kepariwisataan.

Salah satu negara asal wisatawan yang mengadakan kunjungan ke luar Negeri/outbound terbesar di dunia adalah ChinaAsia Tenggara menjadi salah satu pilihan negara tirai bambu tersebut menghabiskan waktu untuk berpariwisata. Negara-negara yang dituju yakni Thailand, Singapura, Malaysia, Indonesia, dan Vietnam. Dibandingkan dengan lima negara tersebut, Indonesia menjadi negara dengan jumlah kunjungan wisatawan China yang paling rendah. Padahal jika dilihat dari karakteristik wisatawan China yang menyukai pantai dan laut, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar mengingat Indonesia memiliki [garis pantai](https://id.wikipedia.org/wiki/Garis_pantai) terpanjang ketiga di dunia setelah [Kanada](https://id.wikipedia.org/wiki/Kanada) dan [Uni Eropa](https://id.wikipedia.org/wiki/Uni_Eropa) yang artinya memiliki banyak pantai dan laut. Hal tersebut dikarenakan wisatawan China merasa kurang nyaman dan aman. Seperti yang sudah diketahui, Indonesia terkenal dengan aksi terorisme. Adanya pemboman yang terjadi di Bali pada 2005, bom di hotel J.W Marriot dan Ritz-Carton Jakarta pada 2009, dan bom Mapolres Poso 2013 membuat banyak media beropini bahwa Indonesia adalah negara sarang teroris. Selain itu, wisatawan China juga masih trauma dengan tragedi 1998 dimana banyak warga keturunan China di Indonesia yang jadi korban. Hal ini mau tidak mau menjadi faktor penentu bagi tingkat pertumbuhan kunjungan pariwisata di Indonesia.

Kondisi keamanan besar pengaruhnya terhadap tingkat kunjungan pada suatu negara hal ini dikarenakan setiap wisatawan pasti membutuhkan kenyamanan ditempat yang akan dikunjungi. Kondisi keamanan yang baik juga membuat citra sebuah negara lebih baik. Kondisi seperti itu mendorong pemerintah Indonesia melakukan tindakan-tindakan dalam tingkatan pembangunan kepariwisataan, seperti melakukan pemasaran pariwisata dengan melakukan promosi pada negara yang berpotensi untuk mendatangkan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Dengan langkah yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia, citra buruk Indonesia dengan banyaknya teror bom kian mereda dan wisatawan mancanegara pun mulai banyak berkunjung ke Indonesia.

Salah satu negara yang menjadi tujuan pemerintah Indonesia adalah China. Hal tersebut dikarenakan menurut pemerintah, wisatawan asal China termasuk ke dalam golongan wisatawan yang sering melakukan perjalanan. Mereka pun tidak segan untuk mengeluarkan biaya yang sangat besar sehingga mampu menguntungkan bagi Indonesia. Promosi yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia untuk menarik wisatawan mancanegara yang berasal dari China yakni dengan melalui *Wonderful Indonesia*. Salah satunya adalah dengan dibukanya restoran di kota Hefei provinsi Anhui, China. Masih di provinsi Anhui, Indonesia juga menggelar *Wonderful Indonesia Night* 2016 yang dilaksanakan di gedung The Grand Theater of Anhui yang terletak di kota Hefei. Karena kota ini merupakan salah satu kota terpenting dalam hubungan kebijakan Indonesia dengan China. Kemudian selain promosi melalui *Wonderful* Indonesia, pemerintah Indonesia juga memberikan kemudahan bagi wisatawan mancanegara yaitu dengan pembebasan visa bagi beberapa negara. Presiden Joko Widodo (Jokowi) menerbitkan Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 104 tahun 2015 yang mengatur mengenai fasilitas bebas visa kunjungan bagi wisatawan asing ke Indonesia dan salah satunya adalah negara China. Selain itu, Indonesia juga menjalin kerjasama dengan Baidu. Pada awal tahun 2016, Baidu dan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia sepakat menjalin kerja sama untuk meningkatkan minat masyarakat China dalam mengunjungi Indonesia. Kemitraan promosi ini dijalin melalui produk-produk Baidu seperti mesin pencari, display ads, Baidu Travel dan serangkaian kegiatan pemasaran, salah satunya adalah Baidu Travel Summit yang digelar di Bali.

Setelah dilaksanakan program dan promosi dalam menarik kunjungan wisatawan China untuk berkunjung ke Indonesia yang direalisasikan melalui *Wonderful Indonesia* dan kemudahan akses bagi wisatawan mancanegara seperti pembebasan visa dan adanya kerjasama Indonesia dengan Baidu, maka memberikan pengaruh pada peningkatan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia terutama wisatawan China. Wisatawan China  membanjiri kawasan Indonesia karena pertumbuhan ekonomi yang pesat. Pendapatan per kapita warga Negeri Tirai Bambu yang meningkat membuat mereka menghabiskan uang untuk berlibur terutama di Bali dan Manado. Berdasarkan data Kemenko Polhukam dari UNWTO dan Travel Guide China, penduduk China melakukan 127,9 juta kali perjalanan internasional pada 2015. Rata-rata pengeluaran dari perjalanan tersebut mencapai 2,285 dollar AS per trip atau setara dengan Rp 292 miliar. Jumlah tersebut sangat besar jika dibandingkan negara lain seperti Amerika Serikat (1.536 dollar AS), Inggris (976 dollar AS), Rusia (948 dollar AS), Kanada (919 dollar AS), Korea Selatan (1.295 dollar AS), dan Italia (887 dollar AS).[[6]](#footnote-6)

Berdasarkan adanya fakta-fakta yang telah dijelaskan diatas mengenai pariwisata Indonesia, maka peneliti tertarik untuk menulis penelitian dengan judul: **Peran Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan China ke Indonesia.**

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah serta uraian di atas, maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai kerangka pokok dalam mengadakan pembahasan pada penelitian ini, sebagai berikut :

* 1. Bagaimana kebijakan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan asing ke Indonesia?
  2. Bagaimana kunjungan wisatawan China ke Indonesia?
  3. Bagaimana program pemerintah Indonesia dalam mempromosikan pariwisata Indonesia pada wisatawan China?

1. **Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan dan luasnya permasalahan yang akan dibahas, maka penulis membatasi fokus permasalahan pada peran pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan China ke Indonesia dari tahun 2015 hingga 2017.

1. **Perumusan Masalah**

Mengacu kepada penjelasan dari identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut: **“Bagaimana pemerintah Indonesia mempromosikan pariwisata Indonesia kepada wisatawan China?”.**

1. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
2. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian berkaitan dengan penelaahan, pemahaman, serta pengembangan bidang yang diteliti. Adapun tujuan dilaksanakan penelitian dalam studi Hubungan Internasional adalah seperti berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kebijakan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan asing ke Indonesia.
2. Untuk mengetahui bagaimana kunjungan wisatawan China yang berkunjung ke Indonesia.
3. Untuk mengetahui bagaimana program pemerintah Indonesia dalam mempromosikan pariwisata Indonesia pada wisatawan China.
4. **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dalam pembuatan penelitian ini adalah:

1. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan memberi manfaat dalam menambah wawasan dan pengetahuan tentang Pariwisata Indonesia.
2. Bagi penulis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi penulis untuk meningkatkan kapabilitas sebagai akademisi dalam melaksanakan penelitian terutama yang berkaitan dengan masalah-masalah Hubungan Internasional.
3. Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh Ujian Sarjana Strata Satu (S1) jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.

1. Dhiny Ryani Wiryadinata, “Kerjasama Pariwisata Indonesia-China dan Pengaruhnya terhadap Peningkatan Kunjungan Wisatawan China Ke Indonesia”, Skripsi Hubungan Internasional, tidak diterbitkan, Universitas Pasundan, 2016, hlm. 1. [↑](#footnote-ref-1)
2. Kuntowijoyo dalam Wardiyanto & M Baiquni, Perencanaan & Pengembangan Pariwisata, Cetakan 1,(Bandung: Lubuk Agung, 2011), hal.1. [↑](#footnote-ref-2)
3. Baharudin Yusuf Habibi, “Promosi Pariwisata Indonesia terhadap Kunjungan Wisatawan Malaysia ke Indonesia”, Skripsi Hubungan Internasional, tidak diterbitkan, Universitas Pasundan, 2015, hlm. 3. [↑](#footnote-ref-3)
4. Thesa Fraga Sutikno, *“*Peran Kementerian Pariwisata RI dalam Meningkatkan Wisatawan India ke Indonesia”, Skripsi Hubungan Internasional, tidak diterbitkan, Universitas Pasundan, 2017 hlm. 2. [↑](#footnote-ref-4)
5. “Tiga Tahun Jokowi-JK Pariwisata Sumbang Devisa Terbesar Kedua”, Detik.com, 2017, dalam <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3687715/tiga-tahun-jokowi-jk-pariwisata-sumbang-devisa-terbesar-kedua> diakses pada 3 Maret 2018. [↑](#footnote-ref-5)
6. Kristian Erdianto, “Wisatawan China ke Indonesia, Ini Alasannya”, Nasional Kompas, 2016, dalam [https://nasional.kompas.com/read/2016/07/20/13495071/pemerintah.targetkan.10.juta.wisatawan.China.ke.indonesia.ini.alasannya](https://nasional.kompas.com/read/2016/07/20/13495071/pemerintah.targetkan.10.juta.turis.china.ke.indonesia.ini.alasannya) diakses pada 3 maret 2018. [↑](#footnote-ref-6)