

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan salah satu negara terbesar di dunia. Sebagai negara yang sangat besar, Indonesia memiliki banyak tempat yang bisa dikunjungi oleh wisatawan asing yang datang ke Indonesia. Pariwisata merupakan sektor penting yang menyumbang devisa bagi banyak negara, termasuk salah satunya Indonesia. Diantaranya dapat meningkatkan jumlah ekspor, menciptakan sejumlah lapangan kerja baru, mendorong pembangunan infrastruktur dan meningkatkan devisa negara dari kunjungan wisatawan domestik maupun internasional. Pada tahun 2015, kunjungan wisman ke Indonesia berkontribusi pada peningkatan devisa negara sejumlah Rs 144 triliun dan penyerapan tenaga kerja baru sejumlah 11,3 juta. (Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, 2015).

Pariwisata regional adalah pariwisata yang berlangsung di suatu daerah atau tempat tertentu, baik nasional maupun internasional. Misalnya kepariwisataan Bali, Yogyakarta, Nusa Tenggara Timur dan lain-lain. Pembangunan pariwisata yang berhasil dapat mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Ketika dilakukan secara adil dan terbuka, sektor publik dapat meningkatkan literasi dan memastikan perlindungan alam dan budaya, serta dapat memberikan lebih banyak kesempatan kerja bagi masyarakat umum, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat umum. Untuk itu, pembangunan pariwisata daerah harus berlabuh pada seperangkat pedoman yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan lingkungan, sosial dan ekonomi.

Potensi pariwisata Indonesia yang besar disebabkan oleh keragaman alam serta budayanya. Secara geografis, Indonesia terbagi menjadi dua bagian: Benua Asia dan Benua Australia, Samudra Hindia dan Samudra Pasifik, serta Sirkum Mediteranian dan Sirkum

Pasifik. Inilah yang memberi Indonesia rasa identitas nasional yang kuat dengan kekayaan alam, ras dan budaya yang dimilikinya, Meskipun memiliki potensi pariwisata yang signifikan, Indonesia belum menjadi pemimpin dunia di bidang pariwisata. Menurut data UNWTO yang dipublikasikan dalam UNWTO Highlights 2016, sepuluh negara terpadat pada tahun 2015 adalah Prancis, Spanyol, China, Italia, Turki, Jepang, Inggris, Meksiko, dan Rusia. Eksplorasi lebih lanjut diperlukan untuk memperkuat negara Indonesia dan meningkatkan jumlah wisatawan asing ke Indonesia.

Bisa dikatakan pariwisata di Indonesia tertinggal dari negara tetangga seperti Malaysia, Thailand dan Singapura. Singapura dapat menarik sekitar 15 juta wisatawan per tahun dan Thailand dapat menarik 2 kali lipatnya yaitu 30 juta wisatawan per tahun. Hal ini seharusnya tidak terjadi dikarenakan tempat wisata dan keindahan alam yang kita miliki lebih banyak dibandingkan dengan negara tetangga tersebut. Salah satu faktor yang menyebabkan pariwisata tertinggal adalah kurangnya sosialisasi dan promosi.

Adapun strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisman di tahun 2015. Salah satunya dengan mempromosikan pariwisata dengan kampanye “Wonderful Indonesia”. Melalui kampanye ini, pariwisata Indonesia menargetkan kedatangan 10 juta wisman pada 2015. Target utamanya adalah lima negara yang memiliki minat kuat terhadap alam dan budaya Indonesia dan menjadi langganan untuk berpariwisata ke Indonesia setiap tahunnya, yaitu; Singapura, Malaysia, Australia, Cina, dan Jepang.

Wonderful Indonesia merupakan salah satu brand nasional yang dibuat oleh pemerintah Indonesia untuk meningkatkan pariwisata Indonesia sekaligus memberikan citra positif Indonesia di mata dunia internasional. Sebelumnya pemerintah memperkenalkan “Visit

Indonesia Year” sebagai brand nasional Indonesia pada tahun 1992. Kemudian ada “Visit Indonesia” pada tahun 2000 sebagai tema tahunan pariwisata Indonesia dan brand Indonesia di mata dunia internasional.

Semenjak diberlakukan program Wonderful Indonesia, pemerintah juga melakukan perbaikan infrastruktur untuk menunjang program tersebut. Wonderful Indonesia merupakan program lanjutan dari program Visit Indonesia pada tahun 2008. Dana yang dikeluarkan pemerintah untuk program ini pun tidak sedikit, yaitu sekitar 15 juta dolar Amerika Serikat yang dialokasikan untuk pengiklanan di dalam maupun luar negeri. Upaya ini menghasilkan peningkatan jumlah wisatawan asing dari 5,5 juta wisatawan menjadi 6, juta wisatawan.

Pada 2017 Wonderful Indonesia melaksanakan sebuah program yang dihadiri oleh Konsul Ekonomi KJRI Sydney, Dicky D. Soerjanatamihardja dengan nama Wonderful Indonesia Sales Mission Australia yang diselenggarakan di Sydney. Program ini dipimpin oleh VinsensiusJemadu selaku Asisten Deputi Pengembangan Pasar Asia Pasifik, Kementerian Pariwisata. Program ini menarik lebih dari 50 operator wisatawan di Sydney untuk bertemu dengan para penyedia jasa yang datang dari Indonesia, 20 operator industri pariwisata yang di datangkan oleh Kemenpar ke Sydney. Program ini lebih fokus pada kegiatan *hard selling* di mana adanya upaya untuk mempertemukan pelaku bisnis (*sellers*) salah satunya perwakilan maskapai Garuda Indonesia dan VITO Sydney untuk bertemu langsung dengan *buyers* Australia untuk menawarkan tiket – tiket promo yang tersedia.

Selain program – program tersebut ada juga program yang diberikan oleh pemerintah Indonesia yang diberikan untuk wisatawan Australia yaitu dengan memberlakukan visa kunjungan atau biasa dikenal dengan *visa on arrival* (VOA). Jenis visa ini berlaku selama 7 hingga 30 hari sejak tanggal kedatangan dan bertujuan untuk menarik lebih banyak warga Australia untuk berlibur di Indonesia. Selain memberlakukan *visa on arrival* pemerintah

Indonesia melalui program Wonderful Indonesia juga bekerja sama dengan agensi – agensi penerbangan dengan memberikan rute penerbangan *direct* dari Australia-Bali maupun sebaliknya tanpa transit. Selain karena I Gusti Ngurah Rai adalah bandara udara internasional, Bali juga merupakan tempat yang paling banyak dituju oleh wisatawan asal Australia.

Berawal dari keunggulan pariwisata Indonesia, slogan dan program Wonderful Indonesia dikembangkan sebagai alat dan strategi branding nasional untuk mempromosikan pariwisata di Indonesia. Selain itu, pemerintah Indonesia memiliki tujuan lain untuk meningkatkan daya saing pariwisata di antara negara-negara ASEAN, meningkatkan jumlah wisatawan asing dan meningkatkan citra positif Indonesia.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik untuk membahas strategi apa saja yang telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui program Wonderful Indonesia dalam menarik wisatawan Australia untuk berkunjung ke Indonesia. Penulis mengambil judul **“STRATEGI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN AUSTRALIA KE INDONESIA TAHUN 2015-2019”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan dalam latar belakang masalah, guna memudahkan penulis dalam menganalisis masalah yang ada maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan wisatawan Australia di Indonesia?
2. Bagaimana tingkat kunjungan wisatawan asing asal Australia dari tahun 2015-2019?
3. Bagaimana program yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing asal Australia ke Indonesia?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih fokus dan mendalam, penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan strategi pemerintah Indonesia dalam menarik wisatawan luar untuk berwisata di Indonesia, khususnya dalam menarik wisatawan dari negara Australia.

Batasan waktu digunakan untuk membatasi rentang waktu yang dikaji penulis dalam meneliti penelitian ini agar menghindari penyimpangan dari topik utama. Rentang waktu yang digunakan dalam penelitian ilmiah ini pada periode 2015-2019, periode tersebut dipilih karena negara Australia merupakan salah satu negara yang terbanyak dalam mengunjungi Indonesia.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan wisatawan asing asal Australia ke Indonesia.

### **1.5 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Sebagai upaya untuk menjelaskan arah dan tujuan umum dari pembahasan peneliti, maka penulis harus memiliki tujuan yang jelas yang berkaitan dengan penelaah, pemahaman serta pengembangan tentang bidang yang sedang diteliti. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perkembangan wisatawan asing asal Australia dari tahun 2015-2019.
2. Untuk mengetahui tingkat kunjungan wisatawan asing asal Australia dari tahun 2015-2019 melalui program wonderful Indonesia.
3. Untuk mengetahui bagaimana program pemerintah Indonesia melalui program Wonderful Indonesia dalam meningkatkan wisatawan asing asal Australia dari tahun 2015-2019.

### **1.5.2 Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah penulis paparkan diatas, Adapun kegunaan dari penelitian ini, yaitu:

1. Diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademik maupun aplikatif bagi masyarakat umum khususnya kepada penulis sendiri dan pestudi Hubungan Internasional yang memiliki minat untuk membahas dalam kajian lanjutan dalam permasalahan yang sama.
2. Secara khusus memberikan informasi kepada pembaca mengenai strategi yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam menarik Wisatawan asing yaitu Australia untuk datang ke Indonesia dalam program Wonderful Indonesia.