

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, berwisata sudah seperti kebutuhan yang wajib dipenuhi di tengah padatnya aktivitas kerja, kuliah, maupun kesibukan lainnya, baik dengan mengunjungi objek wisata domestik di sekitar rumah atau berkunjung ke kota lain, dan dapat juga dengan mengunjungi objek pariwisata internasional yang ada di negara lain. Dengan banyaknya kunjungan wisman ke suatu negara maka akan berdampak pada perekonomian negara tersebut, diantaranya adalah menambah devisa negara, mendorong pertumbuhan GDP, meningkatkan peluang investasi global, serta berdampak pada peningkatan intensitas perdagangan global. Pariwisata tidak hanya sekedar berperan untuk meningkatkan ekonomi suatu negara saja, tetapi pariwisata juga merupakan salah satu instrumen penting dalam upaya Diplomasi serta *Nation Branding* suatu negara pada konstelasi global. Bagi negara- negara di Kawasan Asia Tenggara, sektor pariwisata merupakan salah satu penopang perekonomian bagi negaranya. Melihat hal tersebut negara-negara yang tergabung dalam ASEAN membentuk kesepakatan strategis di sektor pariwisata yang mengedepankan *Sustainable Tourism*, yang diberi nama *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP)*, hal ini dilakukan sebagai upaya membangun integrasi dan konektivitas antar negara anggota ASEAN, sehingga dapat memberikan kemudahan akses untuk meningkatkan sektor pariwisata di kawasan dan memberikan keuntungan yg lebih besar. ATSP berisi *blueprint* mengenai kebijakan, program, pemasaran, pengembangan produk, standarisasi, pengembangan SDM, investasi, dan komunikasi antar anggota. *Blueprint* ini nantinya akan diadopsi oleh masing-masing anggota kedalam kebijakan pembangunan pariwisata di negaranya (Moenir & Halim, 2020; Rahayu & Sulistyawati, 2021).

Pada tahun 2011 ATSP I resmi di berlakukan hingga tahun 2015, ATSP periode 2011-2015 memiliki visi yaitu, meningkatkan jumlah kunjungan ke negara-negara anggota ASEAN hingga tahun 2015 dengan keotentikan dan keragaman produk yang dimiliki negara anggota, peningkatan konektivitas, menciptakan lingkungan yang aman, peningkatan kualitas layanan, peningkatan kualitas hidup dan peningkatan kerjasama yang efektif. Setelah ATSP I berakhir pada tahun 2015, kesepakatan ini dilanjutkan pada ATSP II pada tahun 2016 dengan waktu periode yang lebih lama yaitu 2016-2025. Pada ATSP II ini berfokus pada pengaturan pemasaran dalam meningkatkan daya saing, pengembangan produk-produk pariwisata, menciptakan pariwisata yang berkualitas melalui kombinasi SDA dan SDM yang baik, konektivitas serta pembangunan fasilitas infrastruktur pendukung perjalanan wisata (Gunawan, 2018; Rahayu & Sulistyawati, 2021).

Sektor pariwisata di Indonesia menjadi salah satu penyumbang devisa terbesar bagi negara, pada tahun 2018 Kemenparekraf mencatat hasil devisa dari sektor pariwisata mencapai \$19,29 miliar USD dengan total kunjungan mencapai 15,81 juta wisman, sektor pariwisata juga berkontribusi dalam mencapai 4,50% PDB pada 2018. Namun tidak hanya di sektor ekonomi, pariwisata juga pada hakekatnya mempengaruhi sektor lainnya seperti sosial, budaya dan juga lingkungan hidup (H.N, 2018; Maarif, 2019).

Industri pariwisata di Indonesia terkenal akan pesona alamnya yang indah serta keunikan berbagai ragam budayanya, hal inilah yang menjadi salah satu daya Tarik bagi wisatawan mancanegara untuk datang berkunjung ke Indonesia. Sektor pariwisata juga berperan penting dalam upaya pembangunan nasional, maka dari itu pemerintah terus berupaya melakukan inovasi serta merancang strategi untuk mengembangkan sektor pariwisata agar dapat bersaing dengan negara lain, serta menarik perhatian wisatawan mancanegara untuk datang berkunjung ke Indonesia (Adiningrum, 2021).

Dalam upaya meningkatkan sektor pariwisata di Indonesia dan juga mengimplementasikan kebijakan ATSP 2016-2025, pemerintah Indonesia merancang program pembentukan 10 destinasi pariwisata yang akan menjadi Bali baru, dimana 10 destinasi ini ditetapkan sebagai destinasi pariwisata prioritas yang akan dikembangkan oleh pemerintah dalam rangka pemerataan pariwisata di Indonesia, sehingga menghadirkan pilihan destinasi wisata selain pulau Bali yang selalu menjadi pilihan utama para wisatawan untuk berlibur. 10 Destinasi ini di tetapkan pada tanggal 6 November 2015 melalui surat Sekretariat Kabinet nomor B 652/Seskab/Maritim/2015. Ke 10 destinasi tersebut ialah: Danau Toba, Tanjung Lesung, Kepulauan seribu, Tanjung kelayang, Candi Borobudur, Gunung Bromo, Mandalika, Labuan Bajo, Wakatobi dan Pulau Morotai. Destinasi-destinasi tadi dipilih dikarenakan setiap tempat tersebut memiliki daya tarik tersendiri, serta akses dan fasilitas yang lebih memadai tetapi masih memiliki tingkat kunjungan wisatawan yang cukup rendah. Pada tahun 2017 Presiden menginstruksikan untuk terlebih dahulu memfokuskan pengembangan dan juga percepatan pembangunan pada 4 dari 10 destinasi wisata prioritas, 4 destinasi tersebut adalah: Labuan Bajo, Mandalika, Danau Toba, Borobudur. Keempat destinasi ini kemudian disebut dengan 4 destinasi super prioritas, lalu pada tahun 2019 Likupang masuk kedalam agenda destinasi super prioritas, sehingga total terdapat 5 daerah yang menjadi destinasi super prioritas. Hal ini juga merupakan upaya pemerintah dalam mencapai target kunjungan 20 juta Wisatawan mancanegara pada tahun 2019 (Agmasari, 2019; Prawira Bima et al., 2020).

Sebagai salah satu destinasi wisata prioritas, Mandalika telah terlebih dahulu ditetapkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK). KEK merupakan Kawasan yang memiliki batasan wilayah tertentu dan masih termasuk kedalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, serta memiliki beberapa tujuan diantaranya: untuk meningkatkan investasi melalui *Foreign Direct Investment*, mempercepat pembangunan Kawasan sebagai upaya untuk mengurangi kesenjangan antar wilayah, serta dapat memaksimalkan kegiatan industri seperti di bidang

ekspor, impor, dan kegiatan industri lainnya yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Penyelenggaraan mengenai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) diatur dalam Undang-undang no 39 tahun 2009 (Nugraningrum, Novita; Novayara, Fhaza; Celcius, 2019).

Mandalika resmi ditetapkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus melalui Peraturan Pemerintah no 52 tahun 2014, dan dikembangkan serta dikelola oleh PT. Indonesia Tourism Development Corporate (ITDC) sebagai perusahaan milik negara di bawah BUMN dan juga perusahaan yang berhasil mengembangkan kawasan Nusa Dua di Bali. Berlokasi di Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat, dengan luas wilayah 1035,67 Ha. Terdapat empat pintu masuk yang dapat digunakan para wisatawan untuk mencapai Mandalika yaitu melalui Bandara Internasional Lombok, Pelabuhan Lembar, Pelabuhan Kayangan, dan Pelabuhan Pemenang. Mandalika memiliki daya tarik berupa Pesona keindahan alam bahari berupa pantai yang berjejer di selatan pulau, serta Keunikan budaya dengan sejumlah acara adat dan keagamaan, yang salah satunya adalah festival Bau Nyale. Festival Bau Nyale merupakan acara tahunan masyarakat untuk memperingati legenda mengenai Putri Mandalika yang terkenal akan parasnya yang cantik dan baik hati, hingga menjadi rebutan oleh para Pangeran yang ingin melamar, untuk mencegah terjadinya perang, maka dari itu Putri Mandalika memutuskan untuk terjun ke dalam laut, saat semua orang mencari Putri Mandalika munculah *Nyale* atau cacing berwarna warni yang diyakini sebagai jelmaan dari putri Mandalika, sejak saat itu masyarakat memperingati peristiwa tersebut dengan mencari nyale di pantai setiap tahun pada hari Putri Mandalika menghilang. Hal ini telah mejadi modal yang cukup untuk menjadikan Mandalika sebagai salah satu destinasi unggulan. Memiliki garis pantai yang membentang sepanjang 14,6 kilometer, Mandalika memiliki 6 pantai yang menawan dengan keindahannya masing-masing tiga diantaranya adalah pantai Kuta Mandalika, Pantai Seger, dan Pantai Tanjung Aan. Selain wisata pantai terdapat juga Desa Adat Sade dan Desa Adat Ende yang merupakan tempat tinggal masyarakat Sasak sebagai suku asli

Pulau Lombok, Mandalika juga memiliki Sirkuit Mandalika sebagai salah satu *Selling Point* untuk mendatangkan Wisatawan Mancanegara, rencananya Sirkuit Mandalika ini akan menggelar ajang balapan MotoGP pada tahun 2022 (Nugraningrum, Novita; Novayara, Fhaza; Celcius, 2019; Satrio, 2021; Yasmin, 2020).

Dengan segala potensi Pariwisata yang ada di Mandalika serta beberapa keringanan yang diberikan pemerintah bagi para investor di Kawasan Ekonomi Khusus seperti adanya *Tax allowance* dan *Tax Holiday*, hal ini pun menarik minat para investor berinvestasi di Mandalika, hingga tahun 2021 total ada 14 investor dengan jumlah komitmen investasi mencapai RP. 17 Triliun yang akan dilakukan secara bertahap selama 15 tahun kedepan (Wahyudi, 2022). Investasi ini penting untuk mendukung pembangunan serta pengembangan Kawasan Mandalika, sehingga Mandalika dapat bersaing dengan Bali menjadi destinasi tujuan para wisatawan manca negara.

Setelah ditetapkannya KEK Mandalika sebagai salah satu dari 10 destinasi pariwisata prioritas, yang juga sejalan dengan salah satu visi dari ATSP 2016-2025 yaitu pemerataan persebaran arus pariwisata di negara anggota, maka pemerintah perlu mengoptimalkan potensi pariwisata yang ada di Mandalika untuk meningkatkan daya saing baik di level Nasional maupun Internasional sehingga dapat memberikan *Multiplier Effect* bagi masyarakat sekitar. Hal ini juga sebagai upaya pemerintah Indonesia dalam mengembangkan industri pariwisata Indonesia agar terciptanya pemerataan pariwisata dan tidak hanya mengandalkan Bali sebagai sumber destinasi utama para Wisatawan Mancanegara. Maka dari itu penulis ingin meneliti bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam mengembangkan KEK Mandalika sebagai objek Pariwisata Internasional, melalui penelitian yang berjudul: **“PENGEMBANGAN PARIWISATA INTERNASIONAL MELALUI PROGRAM NEW BALI DI MANDALIKA.”**

1.2 Identifikasi Masalah.

1. Bagaimana program pengembangan pariwisata internasional di Indonesia?
2. Bagaimana potensi pariwisata Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika?
3. Bagaimana implementasi program new Bali di Mandalika?

1.2.1 Pembatasan Masalah.

Adapun pembatasan masalah ini akan dibatasi berdasarkan dua hal, yang **pertama**, berdasarkan ruang: terfokus pada upaya pemerintah dalam mengembangkan Mandalika sebagai objek pariwisata internasional melalui program New Bali. **kedua**, berdasarkan waktu: berfokus pada tahun 2017 hingga maret 2022.

1.2.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang penulis paparkan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat penulis adalah **“Bagaimana upaya pemerintah dalam menjadikan Mandalika sebagai objek pariwisata internasional?”**

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.

1.3.1 Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui bagaimana program pengembangan pariwisata internasional di Indonesia.
2. Untuk mengetahui apa saja potensi pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika.
3. Untuk mengetahui bagaimana implementasi program new Bali di Mandalika.

1.3.2 Kegunaan Penelitian.

1. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam menempuh program S-1 pada program studi Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan.
2. Penelitian diharapkan dapat menjadi sumber informasi baik bagi penulis sendiri maupun para pembaca selaku penstudi Hubungan Internasional maupun masyarakat luas pada umumnya.
3. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber literatur bagi penelitian selanjutnya khususnya penelitian mengenai studi Ilmu Hubungan Internasional di masa yang akan datang.