

BAB V

KESIMPULAN

Sejak terpilihnya Joko Widodo sebagai Presiden RI ke 7, beberapa prioritas pembangunan era Kabinet Kerja senantiasa digaungkan, salah satunya terkait dengan pariwisata. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, penerimaan devisa, dan penyerapan tenaga kerja adalah sederetan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai melalui pembangunan pariwisata. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata Indonesia, Kementerian Perhubungan dan Direktorat Jenderal Imigrasi secara tidak langsung mempunyai tujuan yang harus dicapai untuk menarik wisatawan mancanegara guna meningkatkan devisa negara sesuai dengan Surat Keputusan Presiden Nomor 121/P Tahun 2014 tentang Pembentukan Kementerian dan Pengangkatan Menteri Kabinet Kerja Periode Tahun 2014 – 2019. Selaras dengan tujuannya untuk meningkatkan devisa negara, maka disusunlah beberapa strategi yang akan dijalankan pemerintah guna menggaet pangsa pasar wisatawan mancanegara.

Dilihat dari sejarahnya, sektor pariwisata tidak hanya meningkatkan pendapatan devisa nasional saja, tetapi juga dapat memenuhi kebutuhan peningkatan nilai tambah ekonomi dalam menanggulangi kemiskinan (pro poor) dan penciptaan lapangan kerja (pro-job).

Untuk mewujudkan hal tersebut, Pemerintah Indonesia menerapkan beberapa kebijakan yang terkait dengan peraturan, anggaran pemasaran dan promosi, serta pengembangan infrastruktur dan destinasi. Hal tersebut terlihat dari keluarnya Peraturan Presiden Nomor 63 tahun 2014 yang memuat tentang pengawasan dan pengendalian kepariwisataan. Terlebih dengan kebijakan bebas visa kunjungan sementara, pencabutan Clearance Approval for Indonesia Territory (CAIT) dan pembangunan bandar udara baru yang diharapkan dapat mengurangi masalah transportasi baik darat, udara maupun laut. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan turis mancanegara sebesar 20 persen pasca

diberlakukannya kebijakan-kebijakan tersebut. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata Indonesia juga meningkatkan anggaran yang dikeluarkan guna menyokong pemasaran dan promosi pariwisata Indonesia.

Tidak hanya itu, pemerintah juga berusaha mengembangkan pariwisata Indonesia berdasarkan Rencana Strategis Kementerian Pariwisata 2014-2019 yang berisi antara lain strategi pemasaran pariwisata, strategi pengembangan tujuan wisata, strategi pengembangan industri pariwisata, strategi pengembangan kelembagaan pariwisata, dan strategi pengembangan infrastruktur pariwisata.

Pada tahun 2014, Menteri Pariwisata Republik Indonesia, Arief Yahya juga meresmikan peluncuran *brand* “Pesona Indonesia” untuk mendampingi “*Wonderful Indonesia*” sebagai *country branding* yang mempresentasikan daya tarik keindahan alam, keanekaragaman budaya dan meramah tamahan masyarakat Indonesia maupun fasilitas pariwisata yang dikembangkan. Tujuan dari kampanye *Wonderful Indonesia* adalah untuk menyebarluaskan identitas pariwisata Indonesia ke seluruh belahan dunia agar Indonesia semakin dikenal dan memperkuat citra yang positif di mata internasional. Keberhasilan *Wonderful Indonesia* ditunjukkan dengan *Wonderful Indonesia* jadi *brand of the year Indonesia 2018* dan *The Best Destination Marketing 2016*.

Citra yang baik tersebut kemudian akan berdampak signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara dan mendorong kerjasama di bidang pariwisata serta kerjasama di bidang lainnya dengan negara lain.

Dengan menerapkan strategi-strategi diatas, diharapkan pemerintah Indonesia dapat mencapai tujuannya di bidang pariwisata dan dapat menggaet turis mancanegara yang kemudian akan berdampak pada kenaikan devisa dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

