

BAB IV

UPAYA KBRI BANGKOK DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN KE INDONESIA

Dalam rangka membina hubungan dengan negara-negara lain, baik dalam arti membina hubungan yang politis maupun non-politis, Indonesia mempunyai perwakilan di negara-negara lain tadi, yakni "Kedutaan Besar Republik Indonesia" (KBRI) yang dipimpin oleh seorang Duta Besar yang menurut Pasal 13 ayat 1 UUD 1945 diangkat oleh Presiden. Duta-duta Besar yang diangkat oleh Presiden inilah yang pada akhirnya melaksanakan tugas-tugas tersebut di atas, tetapi tentu dalam pelaksanaannya harus berada di bawah koordinasi Menteri Luar Negeri sebagai pemimpin dari Departemen Luar Negeri.

Dalam membina hubungan yang bersifat politis dengan negara lain, Duta Besar tadi dibantu oleh satu perangkat "Korp Diplomatik" yang terdiri dari Kuasa Usaha dan Atase-Atase. Sedangkan, dalam membina hubungan yang bersifat non-politis, Duta Besar tadi dibantu oleh Korp Konsuler yang terdiri dari Konsul Jenderal, Konsul, dan Wakil Konsul. Meskipun ada pemisahan tugas yang bersifat politis dan non-politis, tetapi pada akhirnya tugas-tugas tersebut tetap merupakan satuan tugas KBRI dalam rangka melaksanakan politik luar negeri Indonesia yang bebas aktif dan hubungan luar negeri di bidang Politik, Ekonomi, Sosial, dan Budaya (*poleksosbud*) untuk mencapai kepentingan kepentingan nasional.

Munculnya berbagai persoalan yang menimpa dunia pariwisata di Indonesia kemudian mendorong KBRI untuk membangun kerjasama dengan pemerintah

Thailand untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia. Hal ini penting karena Thailand merupakan negara dengan tingkat kunjungan wisatawan tertinggi di wilayah Asia

Tenggara, sekaligus sebagai negara destinasi pariwisata Internasional.

Berbagai upaya KJRI (Kedutaan Jendral Republik Indonesia) ini diantaranya dengan menyelaraskan pariwisata Indonesia dengan pariwisata internasional dengan terlibat langsung dalam konvensi-konvensi pariwisata. Kemudian KJRI juga mendukung terbentuknya pariwisata moderen, diantaranya mendukung terciptnya stabilitas politik dan keamanan, serta regulasi dan infrastruktur yang memadai, dimana ini menjadi inisiatif dari pemerintah Thailand agar pariwisata Indonesia dapat berkembang, serta melalui soft diplomasi. Gambaran tentang berbagai upaya KJRI dalam mendukung kemajuan pariwisata tersebut akan diuraikan pada bab IV sebagai berikut.

A. Menyelaraskan Pariwisata Indonesia Dengan Konsep Pariwisata Global

KBRI Bangkok merupakan representasi/second hand dari pemerintah Indonesia untuk mendukung pencapaian kepentingan nasional. berkaitan dengan upaya untuk mendukung kemajuan pariwisata Indonesia, KBRI Bangkok berupaya ikut serta dalam strategi pembangunan pariwisata Thailand. Nantinya upaya ini diharapkan dapat memberikan pengaruh positif bagi pariwisata Indonesia.

Sedangkan beberapa konsep pariwisata global yang berupaya diorientasikan oleh KBRI di Bangkok terhadap para pemangku kepentingan pariwisata di Indonesia, diantaranya adalah konsep *Community Based Tourism* (CBT), penguatan konsep *sister city* dan *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP)

1. Konsep Community Based Tourism (CBT)

Salah satu konsep yang menjelaskan peranan komunitas dalam pembangunan pariwisata adalah *Community Based Tourism* (CBT). Secara konseptual prinsip dasar kepariwisataan berbasis masyarakat adalah menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan

masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan, sehingga kemanfaatan kepariwisataan sebesar-besarnya diperuntukkan bagi masyarakat. Sasaran utama pengembangan kepariwisataan haruslah meningkatkan kesejahteraan masyarakat (setempat). Konsep *Community Based Tourism* (CBT) lazimnya digunakan oleh para perancang pembangunan pariwisata strategi untuk memobilisasi komunitas untuk berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan sebagai patner industri pariwisata. Tujuan yang ingin diraih adalah pemberdayaan sosial ekonomi komunitas itu sendiri dan meletakkan nilai lebih dalam berpariwisata, khususnya kepada para wisatawan. Tren dunia global saat ini dalam pengembangan *community Based Tourism* telah dibakukan sebagai alat dan strategi pembangunan tidak hanya terbatas di bidang pariwisata, melainkan dalam konteks pembangunan Negara, dengan membuka kesempatan dan akses komunitas untuk berpartisipasi dalam proses pembangunan.¹

Community Based Tourism adalah konsep yang menekankan kepada pemberdayaan komunitas untuk menjadi lebih memahami nilai-nilai dan aset yang mereka miliki, seperti kebudayaan, adat istiadat, masakan kuliner, gaya hidup. Dalam konteks pembangunan wisata, komunitas tersebut haruslah secara mandiri melakukan mobilisasi aset dan nilai tersebut menjadi daya tarik utama bagi pengalaman berwisata para wisatawan. Melalui konsep *Community Based Tourism*, setiap individu dalam komunitas diarahkan untuk menjadi bagian dalam rantai ekonomi pariwisata, untuk itu para individu diberi keterampilan untuk mengembangkan *small business*.

Community Based Tourism (CBT) sebagai pariwisata yang memperhitungkan dan menempatkan keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya, diatur dan dimiliki oleh komunitas, untuk komunitas. Anstrand mencoba melihat *Community Based Tourism* (CBT) bukan dari aspek ekonomi terlebih dahulu melainkan aspek pengembangan

¹ Jim Edward, *Community Based Tourism: the New Approach of Modern Tourism Concept on Southeast Asian*, "The Journal of Tourism and Humaniora, Nanayng University, Singapore, 2014, hal.9.

kapasitas komunitas dan lingkungan, sementara aspek ekonomi menjadi *induced impact* dari aspek sosial, budaya dan lingkungan. Menguatkan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya dalam komunitas. *Community Based Tourism* (CBT) juga merupakan alat bagi pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan.

Community Based Tourism (CBT) sebagai integrasi dan kolaborasi antara pendekatan dan alat (*tool*) untuk pemberdayaan ekonomi komunitas, melalui *assessment*, pengembangan dan pemasaran sumber daya alam dan sumber daya budaya komunitas. CBT sebagai pembangunan pariwisata dari masyarakat oleh masyarakat dan untuk masyarakat. Sedangkan menurut penulis konsep pengembangan CBT adalah pengembangan pariwisata yang mensyaratkan adanya akses, partisipasi, control dan manfaat bagi komunitas dalam aspek ekonomi, social, budaya, politik dan lingkungan.

2. Penguatan Konsep Sister City

Pada awalnya kerjasama *Sister City* adalah kerjasama antara Pemerintah Kota di satu negara dengan Pemerintah Kota di luar negeri yang berorientasi pada upaya menumbuh kembangkan hubungan persahabatan dan saling pengertian antar bangsa-bangsa yang berbeda. Namun kini digeser ke arah bentuk kerjasama yang konkrit dan saling menguntungkan. Kerjasama *Sister City* dipandang sangat membantu bagi fungsi-fungsi pemerintah dalam membina Pemerintah Daerah dan masyarakat untuk turut serta secara aktif dalam pembangunan. Kerjasama *Sister City* dengan mitranya di luar negeri diarahkan untuk penyelenggaraan hubungan dan kerjasama yang bermanfaat dan saling menguntungkan.

Kerjasama *Sister City* merupakan persetujuan kerjasama antara dua kota, daerah setingkat provinsi, negara bagian atau prefektur yang memiliki satu atau lebih kemiripan karakteristik dimana dua daerah tersebut terdapat pada dua

negara yang berbeda. Kemiripan tersebut misalnya ada pada kemiripan budaya, latar belakang sejarah atau jika dilihat dari segi geografis kedua daerah sama-sama daerah pantai atau daerah kepulauan. Dalam meningkatkan bidang pariwisata Indonesia, KJRI di Songkhla Thailand Selatan berupaya terus untuk konsisten dalam menjaga kerjasama *sister city*. Adapaun berbagai pencapaian kerjasama *sister city* antara Indonesia dan Thailand, diantaranya:

- a. Propinsi Songkhla telah menjalin kerjasama *Sister-Provinces* dengan Propinsi Sumatera Utara dengan menandatangani MoU pada 9 Juni 1999.
- b. Kota Songkhla telah menandatangani *Letter of Intent* untuk membentuk *Sister Cities* dengan Kota Sibolga propinsi Sumatera Utara pada 9 Juni 1999.
- c. Kota Songkhla telah menandatangani *Letter of Intent* untuk membentuk *Sister Cities* dengan Kota Sabang, NAD pada 20 Mei 2003.
- d. Propinsi Songkhla telah menandatangani *Letter of Intent* untuk membentuk *Sister Provinces* dengan Propinsi Aceh pada tahun 2009.

Dalam pelaksanaannya, kerjasama *Sister City* harus berpedoman pada peraturan dan tertib administrasi sesuai Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Pedoman Pelaksanaan Kerjasama Pemerintah Daerah dengan Pihak Luar Negeri. Perencanaan dan pelaksanaan kerjasama Pemerintah Daerah dengan pihak luar negeri juga harus sesuai dengan kemampuan daerah dalam hal keuangan, kelembagaan dan ketersediaan SDM aparatur serta sesuai dengan potensi dan kebijakan pihak mitra asing.²

² *Sejarah dan Dasar Hukum Sister City*, <http://bdg.ksln.co.id/sejarah.php>, diakses pada tanggal 30 Desember 2017.

Kerjasama pemerintah daerah dengan badan swasta asing adalah perikatan formal antara pemerintah daerah dengan badan swasta asing untuk bersama-sama mengelola suatu kegiatan tertentu dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat berdasarkan prinsip saling menguntungkan. Badan Swasta Asing yang selanjutnya disingkat BSA adalah badan usaha/lembaga berbadan hukum yang berdomisili dan didirikan di luar wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia untuk menjalankan usaha di bidang tertentu, yang keseluruhan modalnya dimiliki oleh pihak swasta di luar negeri.³

3. Penerapan Konsep ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP)

Pariwisata sebagai salah satu sektor yang dapat menopang perkenomian kawasan dianggap sebagai salah satu sektor strategis. Kesepakatan membentuk rezim ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2011-2015 merupakan bentuk komitmen para pemimpin negara-negara ASEAN untuk meningkatkan pariwisata dan menjadikan ASEAN sebagai destinasi tunggal yang unggul. Dalam ATSP, terdapat berbagai rencana strategi dan rencana aksi yang harus dijalankan dan dimplementasikan oleh seluruh negara anggota, termasuk strategi aksi untuk meningkatkan dan mempercepat fasilitas perjalanan dan konektivitas ASEAN melalui kemudahan visa dan infrastruktur yang memadai. Pemberian fasilitas single visa kepada wisatawan intra ASEAN menjadi salah satu cara untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata.⁴

Program-program yang dibuat oleh ASEAN dalam mengelolah pariwisata di ASEAN tertuang dalam *ASEAN*

³ Laporan, Sub Bagian Kerjasama Luar Negeri Kota Bandung, Bandung 2016.

⁴ *Promoting ASEAN Tourism*, <http://atf2016.com/>, diakses pada tanggal 2 Januari 2018.

Tourism Strategic Plan (ATSP), dan periode ini ATSP yang digunakan adalah ASEAN Tourism Strategic Plan tahun 2011-2015. Strategi pariwisata ASEAN mendorong kerjasama sinergis dalam pemasaran, produk maupun investasi di bidang pariwisata. Strategi ini juga mendorong peningkatan kualitas pelayanan pariwisata dan sumber daya manusianya dengan menetapkan standar serta sertifikasi yang berlaku untuk negara anggota ASEAN. Selain itu ATSP 2011-2015 memberikan penekanan kepada pentingnya upaya terus-menerus untuk meningkatkan kemudahan dalam melakukan perjalanan ke negara dan antar negara ASEAN termasuk kedepannya dengan rencana single visa untuk wilayah ASEAN.⁵

ATSP dicanangkan pertama kali pada pertemuan negara-negara ASEAN di Penomphen Kamboja pada tahun 2009 yang membahas tentang integrasi pariwisata negara-negara Asia Tenggara. Konferensi ini diikuti oleh sepuluh negara yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, Filipina, Myanmar, Vietnam, Brunei Darusallam, Thailand, Laos dan Timor Leste. Sasaran dari ATSP yaitu mewujudkan pengembangan pariwisata bersama dengan menyediakan forum konsultasi bersama meliputi pemerintah dan swasta yang dinamakan dengan *ASEAN Framework Agreement and Service* (AFAS).⁶

ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015 memiliki tujuan umum yaitu untuk mengembangkan cetak biru, mendefinisikan kebijakan, program dan proyek dari NTOs ASEAN di bidang pemasaran, pengembangan produk, standar,

⁵ *Ibid.*

⁶ Laporan, “ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015”, ASEAN Secretariat, Jakarta, 2011, hal.6.

pengembangan sumber daya manusia, investasi, dan komunikasi. Sedangkan tujuan khususnya yaitu:⁷

1. Meninjau Pemimpin ASEAN dan Menteri Deklarasi sehubungan dengan pembentukan Komunitas ASEAN dan integrasi sektor pariwisata dalam Persetujuan Kerangka Kerja ASEAN di Bidang Jasa (AFAS), Vientiane Rencana Aksi, Perjanjian Pariwisata ASEAN, dan Roadmap untuk Integrasi Sektor pariwisata.
2. Melakukan konsultasi dan wawancara dengan NTOs dan Kursi ASEAN Gugus Kerja dan Kelompok Kerja serta sektor swasta, termasuk ASEAN dan NTO pejabat dari mitra dialog untuk memperoleh masukan mereka, ide, pendapat dan rekomendasi pada visi, tujuan dan sasaran untuk ASEAN Tourism tahun 2015.
3. Melakukan penilaian terhadap pekerjaan dan proyek-proyek yang dilakukan oleh NTOs, Gugus Kerja dan Kelompok Kerja di bidang pemasaran, produk pengembangan, standar, pengembangan tenaga kerja, investasi, cruise pariwisata dan krisis manajemen dan komite lain yang relevan.
4. Mengidentifikasi daerah-daerah baru serta program dan kegiatan NTOs, Tugas Pasukan dan Kelompok Kerja serta forum ASEAN lainnya harus terlibat dan mengambil tindakan dalam mencapai visi dan tujuan untuk Pariwisata ASEAN pada tahun 2015.
5. Siapkan *road map* baru untuk Pariwisata ASEAN program mengidentifikasi dan kegiatan, kerangka waktu dan koordinasi/unit yang bertanggung jawab.

⁷ ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015, http://asean.org/?static_post=asean-tourism-strategic-plan-2011-2015-2, diakses pada tanggal 2 Januari 2018.

4. Mengembangkan Konsep Pariwisata Moderen

Pariwisata moderen merupakan merupakan konsep yang dikeluarkan oleh UNDP (*United Nations Development Programme*) bersama WTO (*World Tourism Organization*) yang menekankan perlindungan secara nyata terhadap wisatawan dan pelaku pariwisata lainnya merujuk pada *human security* memiliki dua makna:⁸

1. *Human Security*, merupakan keamanan (manusia) dari ancaman-ancaman kronis seperti kelaparan, penyakit, lingkungan hidup, dan represif.
2. *Human Security*, mengandung makna adanya perlindungan atas pola-pola kehidupan harian seseorang baik dalam rumah, pekerjaan atau komunitas dari ancaman gangguan yang datang secara tiba-tiba serta menyakitkan. Ancaman-ancaman dan gangguan tersebut dapat menimpa segala bangsa tanpa memandang tingkatan pembangunan dan pendapatan nasional.

Keberadaan KBRI Bangkok berinisiatif bersama dengan stakeholder utama pariwisata Thailand TAT (*Thailand Tourism Authority*) untuk secara serius menangani ancaman yang sifatnya tidak bernuansa kekerasan (*Non-Violence*). Namun tidak semua isu keamanan tersebut, terutama yang sifatnya *Non-Violence* dapat secara langsung dianggap sebagai ancaman yang nyata terhadap keamanan negara. Kemudian memasukkan keamanan militer tersebut dalam fenomena wilayah abu-abu (*Grey Area Phenomena*) karena ketidakpastian sifat ancaman terhadap struktur, kesatuan, dan stabilitas Negara-negara yang berdaulat. Fenomena ini dapat diartikan sebagai ancaman-ancaman terhadap keamanan, stabilitas keamanan nasional dan internasional yang diakibatkan

⁸Anonim, *United Nations Development Programme (UNDP), Human Development Report 1994*, New York: Oxford University Press, 1994) hlm.23

oleh proses-proses interaksi aktor negara dan non-negara. Serta berupaya menangani *The Origin of Threats* dimana ancaman-ancaman dapat berasal dari tingkat domestik dan global, dan biasanya terkait dengan isu-isu primordial seperti etnis, budaya, dan agama.⁹

5. Mendukung Pencapaian Stabilitas Politik dan Keamanan

Keamanan internasional di era globalisasi masih tetap merupakan isu yang sangat penting sekalipun perang dingin telah berakhir lebih dari dua dekade yang lalu. Mendiskusikan isu keamanan internasional tidak lagi hanya berbicara tentang kewananan negara, melainkan juga berkaitan dengan keamanan manusia. Dalam pandangan konvensional, masalah keamanan biasanya dipersepsikan dan di tangani dalam konteks hubungan antar negara. Artinya, bagaimana menjaga dan melindungi keamanan suatu negara dari ancaman pihak lain, khususnya yang berkaitan dengan ancaman militer yang berasal dari negara lain.

Dalam dunia pariwisata, perlindungan terhadap wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun domestik, masih sangat rendah dan terkadang hukum yang berlaku tidak mempunyai kekuatan untuk melindungi wisatawan. Sampai saat ini para wisatawan hanya menjadi obyek oleh pelaku bisnis pariwisata yang tidak bertanggung jawab. Ini menjadi perhatian penting, bahwa sangat di perlukan sebuah peraturan yang tidak hanya membahas tentang kepariwisataan tetapi juga perlindungan terhadap para wisatawan dari segala hal baik menyangkut aspek perjalanan, penginapan, obyek-obyek atau tujuan wisata dan pengaturan hak dan kewajiban wisatawan.

Pada dasarnya terdapat hal-hal penting yang harus di perhatikan dalam berwisata, yang dapat di jadikan pegangan

⁹ Anak Agung Banyu Perwita, "Penegakan HAM dan Politik Luar Negeri Indonesia", *Jurnal Hukum Pro Justitia*, Vol.24 No.2, April, 2006, 112-120

oleh wisatawan agar terhindar dari kerugian. Diantaranya yaitu yang terdapat dalam UU No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan UU No.30 tahun 1999 tentang *Arbitrase* dan *Alternative Disputes Resolution* (ADR) kedua UU ini di jadikan sebagai pegangan untuk perlindungan kepentingan pengguna jasa pariwisata, baik yang berasal dari luar negeri maupun domestik. Dalam masa globalisasi, perlindungan terhadap pengguna jasa domestik dan para pengusaha pariwisata domestik sangat di perlukan sehingga industri pariwisata dalam negeri terlindungi. Begitu juga dalam sistem desentralisasi. Otonomi daerah harus dapat memacu dan menjamin perkembangan pariwisata daerah sehingga dapat menggali potensi-potensi yang ada di daerah, serta menjamin terwujudnya pembangunan daerah yang berkelanjutan, seperti telah di atur dalam UU Otonomi Daerah No.22 tahun 1999.¹⁰

Pada prinsipnya para wisatawan, baik asing ataupun domestik mempunyai hak-hak yang harus di penuhi oleh penyelenggara jasa pariwisata. Apabila di kaitkan dengan peraturan perundangan yang ada yaitu UU No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, maka sesuai dengan pengertian yang ada dalam UU tersebut seorang wisatawan dapat di sebut sebagai konsumen. Dalam hal ini adalah konsumen jasa di bidang pariwisata. Sebagai konsumen maka wisatawan mempunyai hak-hak yang di atur dalam pasal 4 UU No.8 tahun 1999. Sebelum di atur dalam peraturan perundang undangan yang lain, UU No.8 tahun 1999 dapat di gunakan untuk melindungi dan mengatur hak dan kewajiban seorang wisatawan/konsumen jasa pariwisata. Pengertian ini tidak hanya terbatas wisatawan asing maupun domestik, tetapi juga berlaku bagi pelaku usaha yang melakukan usaha dalam wilayah hukum indonesia. Selain hak sebagai konsumen wisatawan juga dikenakan kewajiban seperti apa yang di atur

¹⁰ I Putu Armaya, “Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Pariwisata”, Lembaga Perlindungan Konsumen Provinsi Bali, Denpasar, 2014, hal.3.

dalam pasal 5 UU No. 8 tahun 1999. Kewajiban lain yang harus di perhatikan adalah, wisatawan wajib memperhatikan dalam memelihara dalam segala hal yang berhubungan dengan lingkungan sekitar obyek pariwisata. Ini penting untuk di ketahui dan benar benar di laksanakan oleh wisatawan, agar terhindar dari kerugian akibat tidak mengetahui hak dan kewajibanya.

Di Indonesia sendiri perlindungan hukum dan *human security* telah dinaungi oleh beberapa regulasi, yang ternyata belum dapat diberlakukan secara spesifik pada beberapa wilayah di Indonesia. Salah satunya adalah peraturan tentang destinasi pariwisata. Adapun lokasi obyek wisata dalam Pasal 1 angka 6 UU Kepariwisataaan dikenal dengan istilah Destinasi Pariwisata:

“Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.”

Pada dasarnya, keamanan suatu destinasi kepariwisataan dari kecelakaan ini menyangkut hak dan kewajiban dari pihak-pihak di dalamnya untuk menjaga kondisi aman dan nyaman. Hak wisatawan salah satunya adalah memperoleh perlindungan hukum dan kemananan serta perlindungan asuransi untuk kegiatan pariwisata yang berisiko tinggi (Pasal 20 huruf c dan f UU Kepariwisataaan). Di sisi lain kewajiban pengusaha pariwisata salah satunya adalah memberikan kenyamanan, keramahan, perlindungan keamanan, dan keselamatan wisatawan serta memberikan perlindungan asuransi pada usaha pariwisata dengan kegiatan yang berisiko tinggi (Pasal 26 huruf d dan e UU

Kepariwisataan). Adapun yang dimaksud dengan "usaha pariwisata dengan kegiatan yang berisiko tinggi" menurut penjelasan Pasal 26 huruf e UU Kepariwisataan itu meliputi, antara lain wisata selam, arung jeram, panjat tebing, permainan *jet coaster*, dan mengunjungi objek wisata tertentu, seperti melihat satwa liar di alam bebas.

6. Membangun Keselamatan Penerbangan, Fasilitas Infrastruktur dan Regulasi Yang Memadai

Sering dengan tingginya pertumbuhan penumpang, maskapai-maskapai pun merespon dengan melakukan ekspansi rute dan armada, utamanya ke daerah-daerah terpencil. Saat ini Jumlah pesawat secara keseluruhan mencapai 811 unit, naik 8% dibandingkan tahun lalu sebanyak 754 unit. Dengan kata lain, tren permintaan penumpang pesawat selalu naik tiap tahunnya. Tahun 2014 lalu diperkirakan jumlah pesawat sudah menyentuh di atas angka 900 armada.

Ada hal yang menakjubkan dari industri penerbangan dalam lima tahun terakhir ini, yakni kenaikan jumlah penumpang sampai dengan 500%. Pencapaian ini menjadi sebuah harapan yang sangat besar untuk dunia dirgantara dan pariwisata kita. Berdasarkan data *supply seat* (tempat duduk) yang disediakan semua maskapai Indonesia, di antara 50 bandara kelas utama internasional, Bandara Soekarno-Hatta menduduki peringkat ke-8 dalam hal ketersediaan tempat duduk per-minggu, mengalahkan Bandara Changi (Singapura) di urutan ke-10, Bandara Suvarnabhumi (Bangkok) di urutan ke-13 serta Bandara KLIA (Kuala Lumpur) yang ketersediaan tempat duduk pesawatnya perminggu hanya berada di peringkat ke-18.

Indonesia memang sangat berpotensi dari sisi jumlah penumpang udaranya sangat besar. Bahkan dari sisi kepadatan, Bandara Soekarno Hatta bisa mengalahkan tingkat kepadatan penumpang di Bandara Chicago (AS). Meskipun demikian meski kinerja dunia penerbangan di Tanah Air menduduki ranking ke-3 di kawasan Asia Pasifik, dari sisi industri

pariwisata kita hanya menduduki rangking 64 dunia. Kinerja industri pariwisata Indonesia masih kalah dari industri pariwisata Malaysia, Thailand, Singapura. Kita hanya lebih unggul dari Filipina untuk industri pariwastanya. Logikanya, kinerja operator penerbangan di Indonesia yang berlari kencang harusnya bisa mendorong dan mendongkrak angka kunjungan wisatawan mancanegara ke Tanah Air.

Pada 10 Oktober sampai dengan 18 Oktober 2017. Organisasi Penerbangan Sipil Internasional (ICAO) melakukan Universal Safety Oversight Audit Programme (USOAP)/Audit Pengawasan Keselamatan Penerbangan di Indonesia. Audit dilakukan secara langsung (on site) melalui proses ICVM (ICAO Coordinated Validation Mission) setelah dilakukan audit dokumen (off site) pada September 2017.

Penilaian yang dilakukan ICAO itu menyangkut berbagai *protokol question* yang terdiri dari 8 elemen area, mulai dari legislasi, organisasi, lisensi perseorangan, pengoperasian, kelayakan terbang, navigasi, *Search and Rescue*, dan bandara. Hampir semuanya menunjukkan pertumbuhan tajam dari titik terendah di tahun 2014, kemudian meloncat tajam pada tahun 2017. Capaian 81,15 persen itu diraih dengan penguasaan *technical* dan *managerial leadership* dengan cara mengajak semua *stakeholder* yang terlibat dalam penerbangan menyadari pentingnya keselamatan melalui pemenuhan aturan yang telah disiapkan secara konsisten.

Kemudian selain mendukung infrastruktur dan keselamatan penerbangan, pemerintah Indonesia melalui KBRI Indonesia di Bangkok Thailand juga mempublikasikan tentang kemajuan perhotelan dan penginapan di Indonesia. Hal ini penting karena nantinya ini dapat mendukung wisatawan asing dari Thailand untuk dapat melanjutkan kunjungannya ke Indonesia.

B. Mengembangkan Diplomasi Dengan Berbagai Stakeholder Pariwisata Thailand

Diplomasi yang dijalankan oleh KBRI di Bangkok merupakan bagian soft diplomasi untuk membangun kesepahaman dengan berbagai stakeholder pariwisata di Thailand. nantinya ini akan menjadi sebuah pendekatan yang efektif, bukan hanya terhadap pemerintah, namun juga swasta sehingga dapat memberikan dampak positif bagi eksistensi pariwisata Indonesia.

1. Membangun Kerjasama Dalam Konteks G to G (Government to Government)

Sepanjang tahun 2010-2016 KBRI Bangkok-Thailand dan kementerian pariwisata Indonesia sering mengadakan pameran-pameran tempat wisata seperti Little Bandung, Wonderful Indonesia Bazard, festival Wonderful Indonesia. Dalam kegiatan ini Kementerian Pariwisata Indonesia mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia, Kebudayaan-kebudayaan unik yang ada di Indonesia, acara-acara yang akan diselenggarakan di Indonesia yang bertaraf Internasional seperti festival-festival di daerah-daerah.

Implementasi soft diplomasi selanjutnya diwujudkan pemerintah Indonesia melalui KBRI Bangkok dan kementerian Pariwisata sering mengadakan pertemuan-pertemuan antara pengusaha-pengusaha tour dari Thailand dan Indonesia untuk dipertemukan agar mereka dapat menjalin kerjasama yang saling menguntungkan jadi pengusaha tour di Thailand mempromosikan tempat-tempat wisata atau paket2 wisata yang ada di Indonesia jadi mereka bisa membuka paket-paket wisata untuk masyarakat Thailand yang akan pergi ke Indonesia

Kemudian soft diplomasi yang dijalankan pemerintah Indonesia melalui KBRI sering berkoordinasi dengan kementerian pariwisata dan olahraga Thailand, pemerintah dan pemerintah menjalin kerjasama yang intensif dengan melalui berbagai macam bentuk yang pertama adalah penguatan

hubungan diplomasi antara kedua negara. Hal ini dilakukan karena antara Thailand dan Indonesia mempunyai sejarah diplomatik yang baik.

Kemudian wujud soft diplomasi pemerintah Indonesia juga dijalankan melalui Fasilitas KBRI Indonesia di Thailand dalam mendukung eksistensi pariwisata tanah air ditunjukkan dengan membangun kerjasama antar pemerintah, diantaranya dengan membangun kajian antar perguruan tinggi, yaitu :

- a. Walailak University, Nakhon Si Thammarat - Universitas Gadjah Mada, tahun 2002. Kerja sama tersebut meliputi; pertukaran mahasiswa, dosen dari Universitas Malang dan UGM untuk mengajar. Mulai bulan Maret 2006, jurusan Indonesian Studies, School of Liberal Arts, Walailak University telah mengadakan program "*In Country*" dengan mengirim mahasiswanya ke Universitas Gajah Mada.
- b. Universitas Negeri Malang (UM) dan Walailak University, Nakhon Si Thammarat, pada 28 Juli 2005. Mulai tahun 2009, School of Liberal Arts, Universitas Walailak juga akan mengadakan program '*In Country*' untuk tahun ajaran 2010. Selain itu, Universitas Negeri Malang akan membantu Walailak University dalam upaya penyusunan dan penerbitan kamus Indonesia-Thailand dengan mengirim 3 orang dosen dari Fakultas Sastra atas biaya Walailak University.

Dalam mendukung kebijakan soft diplomasi antara Thailand dan Indonesia juga semakin aktif dalam mengembangkan pertukaran pelajar. Beberapa program yang berhasil terlaksana, diantaranya :

- a. Pertukaran pelajar Indonesia dan Thailand pada Februari 2014 yang melibatkan Al-Izzah Islamic Bourding School Malang ke Bangkok. Dalam agenda ini para pelajar tingkat atas (SLTA) tersebut akan

memperkenalkan kesenian angklung dan Reog Ponorogo.¹¹

- b. Kunjungan pelajar Thailand dari BBC School Chulalongkorn pada Mei 2012 ke Bandung. Delegasi pelajar yang berjumlah 28 orang ini diperkenalkan pada wisata belanja di Bandung sehingga ketika kembali ke Thailand dapat menginformasikan tentang daya tarik wisata Indonesia, khususnya di Jawa Barat.¹²
- c. Pertukaran mahasiswa Institute Seni Indonesia Denpasar Bali ke Bangkok pada 17 Februari 2012. Agenda ini langsung dipimpin oleh Rektor ISI Denpasar I Wayan Rai dalam acara Culture and Language bersama dengan delegasi Malaysia, nantinya melalui agenda ini dapat menginformasikan pariwisata Indonesia, khususnya Bali.¹³
- d. Realisasi program pertukaran pelajar dan mahasiswa tahun 2009 Indonesia dan Thailand. Agenda ini disahkan oleh Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Fasli Jalal mengatakan tahun ini sebanyak 28 orang mahasiswa dari Thailand akan belajar di beberapa perguruan tinggi di Indonesia. Sementara sembilan mahasiswa Indonesia akan dikirim ke Thailand dalam program strata 2 di program studi International Trade, Tourism, dan Hospitality. Pengiriman mahasiswa inimerupakan bagian dari kerja sama pendidikan antara Indonesia dan Thailand yang ditandatangani dua hari

¹¹ “Perukaran Pelajar ke Thailand”, dalam <http://alizzah-batu.sch.id/welcome-to-al-izzah-international-islamic-boarding-school/>, diakses pada tanggal 3 Mei 2018.

¹² “Pelajar Thailand Kunjungi Bandung”, Kompas, 3 Mei 2012.

¹³ “ISI, Thailand dan Malaysia Tukar Menukar Mahasiswa”, dalam <http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/14/01/16/ekonomi/bisnis-global/13/08/05/pendidikan/berita-pendidikan/12/02/17/lziqwt-isimalaysiathailand-tukar-menukar-mahasiswa>, diakses pada tanggal 3 Mei 2018.

lalu bersama Sekretaris Jenderal Commission on Higher Education Ministry of Education Thailand Sumate Yamnoon. Mahasiswa Thailand akan belajar di beberapa perguruan tinggi, di antaranya di Universitas Gadjah Mada, Universitas Indonesia, Institut Teknologi Bandung, Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, Universitas Hasanuddin, Universitas Lambung Mangkurat, Institut Teknologi Surabaya, Universitas Bina Nusantara, Universitas Pancasila, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan Universitas Petra Surabaya.¹⁴

Kerjasama ekonomi KTS (Kawasan Thailand Selatan) dengan Pulau Sumatera (Aceh, Sumut, Sumbar, Jambi, Susel, Bengkulu, Bangka Belitung, Lampung dan Riau) memiliki prospek yang cerah. Minat swasta KTS terutama tertuju pada sektor-sektor perdagangan, pariwisata dan investasi. Berkenaan dengan sektor perdagangan terdapat kebutuhan besar terhadap komoditi kayu gelondongan dan kayu proses, “*Para Rubber*”, kelapa, pinang, perikanan, garment (batik dan busana Muslim), rempah (*spices*), minyak sawit dan batu bara. Menyangkut sektor pariwisata, Industri dan Otoritas Pariwisata propinsi Songkhla, Phuket, Krabi, Surathani dan Nakhorn Si Thammarat mengharapkan adanya kerjasama paket wisata dengan Aceh, Sabang, Sumut, Sumbar, Sumsel, Bengkulu dan Riau. Berkaitan dengan sektor investasi, investor KTS berminat mengadakan kerjasama dalam komoditi pertambangan (batubara), perikanan dan industri pariwisata.

Posisi Kawasan Thailand Selatan sangat strategis, karena berfungsi sebagai “*intermediate port*” untuk penyaluran komoditi Indonesia ke negara-negara terdekat lainnya seperti Myanmar, India, Laos, Kamboja, Vietnam dan China tanpa melalui Singapura. Peningkatan kerjasama KTS dan Sumatera

¹⁴ “Indonesia dan Thailand Lakukan Pertukaran Pelajar”, dalam <https://nasional.tempo.co/read/161340/indonesia-dan-thailand-lakukan-pertukaran-mahasiswa>, diakses pada tanggal 8 Mei 2018.

bergantung pada berbagai hal seperti: hubungan baik antar Pemda dan swasta kedua belah pihak; adanya jalur transportasi langsung-baik melalui laut dan udara, serta kemudahan-kemudahan pengurusan kepabeanan dalam memperlancar arus keluar-masuk barang di pelabuhan dan bandara. Saat ini telah ada jalur penerbangan langsung Medan-Phuket dan Jakarta-Phuket. Diharapkan pembukaan rute ini dapat meningkatkan volume perdagangan dan arus wisman ke Indonesia.

2. Membangun Kerjasama Dalam Konteks G to B (Government to Bussiness)

Sektor swasta (*bussines*) memang memiliki peranan penting dalam menjembatani program-program pemerintah. Hal ini juga berlaku bagi sektor swasta itu sendiri karena pariwisata memiliki peranan sebagai *multiplier effect* yang dapat memberikan keuntungan di berbagai bidang. Ini juga berlaku bagi pelibatan aktor swasta (non-pemerintah) dalam merapan soft diplomasi kepada Thailand.

Propinsi-propinsi di Kawasan Thailand Selatan (KTS) merupakan daerah tujuan utama wisata di Thailand. Beberapa propinsi seperti Phuket, Krabi, Trang, Surat Thani, Songkhla dan Nakhon Si Thammarat merupakan tujuan wisata para turis dari berbagai negara. Kerjasama sektor pariwisata dapat dilakukan guna menjaring calon-calon wisatawan potensial yang berasal dari berbagai negara Eropa untuk melanjutkan perjalanan ke Indonesia. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan paket-paket wisata yang memberikan pilihan kepada calon wisatawan untuk dapat memilih berbagai daerah tujuan wisata di Indonesia.

Dalam kaitan ini, pemerintah Indonesia melalui KJRI Bangkok telah melakukan berbagai kegiatan antara lain, pertemuan dengan *stakeholders* sektor pariwisata di Thailand, memfasilitasi kunjungan *tours operators* dari Indonesia ke Thailand Selatan, menjalin hubungan baik dengan *Tourism Authority of Thailand (TAT)* di propinsi-propinsi Thailand Selatan, menjalin hubungan baik dengan asosiasi-asosiasi

pengusaha pariwisata, perhotelan, agen perjalanan dan *tour operators*.

Upaya KBRI Bangkok selanjutnya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan internasional ke Indonesia alah melalui program wisata halal. Thai Lion Air, Thailand pelopori program wisata halal dan menggandeng industri pariwisata Thailand dan Indonesia untuk mengemas paket-paket wisata halal di kedua negara. Penandatanganan kerjasama berlangsung di Hotel Al Meroz Bangkok dimana Thai Lion Air dan One World Halal Tourism Hub bertindak sebagai *whole seller* dan membuat paket wisata halal untuk wisatawan Indonesia yang ke Thailand (*outbound*) maupun wisatawan Thailand yang ke Indonesia (*inbound*). Pasar wisata halal dari Indonesia sangat besar dan dengan posisi Thai Lion Air di Bangkok sebagai hubungan maka paket wisata ini bisa dipasarkan ke mancanegara karena pihak Thai Lion Air sudah terbang ke 7 negara seperti Indonesia, Singapura, Vietnam, Myanmar, Taiwan, China dan India.¹⁵

¹⁵ “Sejumlah Pihak Tandatangani Kerjasama Halal Tourism”, <http://www.airmagz.com/17665/sejumlah-pihak-tandatangani-mou-halal-tourism-indonesia-thailand.html>, diakses pada tanggal 26 Februari 2018.

