

BAB IV

BERBAGAI UPAYA PEMERINTAH INDONESIA DAN INGO (PATA) DALAM PEMULIHAN CITRA PARIWISATA INDONESIA

Indonesia bekerjasama dengan PATA melalui *Asia Division* sejak tahun 1975. PATA melibatkan pemerintah dan memiliki kesepakatan untuk mendukung segala bentuk kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak PATA. Dalam menangani sektor pariwisata yang ada di Indonesia, tidak hanya PATA Indonesia Chapter saja yang berperan. Badan perwakilan PATA *Chapter* juga dibentuk di Bali yang bernama PATA *Bali dan Nusa Tenggara Chapter* dengan tujuan untuk mendukung misi PATA mengembangkan sektor pariwisata yang ada di Bali. PATA *Bali dan Nusa Tenggara Chapter* memiliki kerjasama dengan organisasi pariwisata lainnya yang bergabung dalam *Bali Tourism Board*.

A. Mengupayakan Diplomasi dengan negara-negara lain

Salah satu permasalahan yang diwarisi oleh pemerintahan SBY adalah isu terorisme yang merupakan isu yang sangat penting pada masa-masa itu. Isu terorisme ini bahkan mengalahkan isu-isu lainnya seperti HAM dan demokrasi terutama bagi AS. Tentu saja katalisis isu terorisme di dunia internasional tidak terlepas dari peristiwa 11 September 2001, dimana hal tersebut menandai perubahan tatanan dalam politik internasional sebagaimana telah disampaikan sebelumnya.

Peristiwa pengeboman oleh jaringan teroris internasional di Bali pada tahun 2002 dan 2005 menimbulkan kekhawatiran dari pemerintah dan rakyat Indonesia akan persepsi buruk yang disematkan terhadap negara ini.

Merespon hal tersebut Pemerintah Indonesia mengupayakan diplomasi dengan negara-negara lain dengan membina hubungan yang bersifat bilateral dengan negara-negara barat yang berpengaruh dalam konstelasi politik dunia. Pemerintah memulai langkah-langkah pemulihan citra Indonesia itu dengan menjalin hubungan baik dengan AS sebagai “negara terdepan” dalam *war on terror*. Pendekatan dengan AS ini bisa dimaklumi karena apabila Pemerintah mengambil jarak dengan AS, maka kecurigaan dunia internasional pun semakin menjadi-jadi terhadap Indonesia. Kedekatan dengan AS itu membuahkan hasil dengan dicabutnya embargo militer atas Indonesia oleh AS pada tahun 2005.

Tahun 2005 juga tercatat sebagai tahun dimana Presiden SBY meningkatkan intensitas kunjungannya ke AS dalam rangka meningkatkan hubungan bilateral Indonesia dengan AS. Dengan demikian, Indonesia dianggap berhasil memenuhi syarat penegakan HAM, dan menghapus rekam jejak yang buruk tentang pelanggaran HAM yang pernah dilakukan Indonesia. Upaya pendekatan Indonesia terhadap AS berhasil membuat AS mencabut *travel warning* yang ditunjukkan kepada Indonesia pada tanggal 23 Mei 2008.

Selain dengan AS, Pemerintah juga menjalin kerjasama bilateral dengan Australia. Australia merupakan negara dimana mayoritas warganegaranya menjadi korban dalam peristiwa Bom Bali 1. Selain itu, Australia juga menjadi sasaran aksi terorisme pada tahun 2004 ketika kedutaan besarnya di Jakarta diguncang dengan aksi pengeboman. Bagi para teroris, Australia merupakan representasi hegemoni AS dikawasan Asia Tenggara dan Pasifik. Kebencian para teroris terhadap AS dan kebijakannya yang dinilai mencederai

perasaan negara-negara kecil selanjutnya ditunjukkan kepada Australia sebagai sekutu terdekat AS yang menyetujui invasi terhadap Irak dan Afganistan.

Untuk itu, Pemerintah Indonesia merasa perlu untuk menjalin hubungan baik dengan Australia. Selain sebagai representasi AS dikawasan dan negara paling banyak menjadi korban oleh Bom Bali, Australia juga merupakan negara yang berbatasan langsung dengan Indonesia, sehingga hubungan baik diantara keduanya merupakan suatu hal yang diperlukan.

B. Mempromosikan Indonesia Saat Pertemuan Tingkat tinggi ASEAN

Upaya Pemerintah Indonesia dalam memulihkan citra pariwisata Indonesia melalui pertemuan Tingkat Tinggi ASEAN yaitu ASEAN Tourism Forum (ATF). ASEAN Tourism Forum (ATF) merupakan suatu acara pariwisata tahunan terbesar di kawasan Asia Tenggara. Peserta ATF diantaranya adalah pembuat kebijakan tertinggi, praktisi dan penyuplai produk dan jasa pariwisata yang berasal dari kawasan ASEAN. ATF memberikan kesempatan dan menyediakan forum dialog di antara badan pemerintah pariwisata dan organisasi sektor swasta dan juga Travel Exchange (TRAVEX) di antara seller yang berasal dari ASEAN dan juga buyer internasional dari pasar besar pariwisata. ASEAN Tourism forum (ATF) adalah kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan wilayah ASEAN sebagai salah satu tujuan wisatawan.

ATF sendiri memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan kepariwisataan regional. ASEAN Tourism Forum merupakan sebuah langkah kerjasama regional dalam mempromosikan Asia Tenggara sebagai salah satu tujuan wisata internasional. Event tahunan ini melibatkan semua sektor industri pariwisata dari semua sektor industri pariwisata dari semua negara anggota ASEAN. Sejak didirikan pada tahun 1981, ATF sudah menjadi kunci dari gerakan untuk mengembangkan pariwisata di wilayah ASEAN. Selama tiga dekade, pihak pemerintah dan swasta berkumpul setiap tahunnya dalam AATF untuk mendiskusikan, membahas, dan membuat strategi untuk terus mempromosikan ASEAN sebagai tujuan pariwisata dunia yang paling diminati.

ATF pertama kali diadakan di Genting Highlands, Malaysia. ATF merupakan indikasi mula akan keinginan dari negara-negara ASEAN untuk bekerjasama bagi kebaikan bersama setiap negara anggota. Sejak saat itu, ASEAN telah bertumbuh secara signifikan dalam hal ekonomi dan telah mendapatkan pengakuan internasional untuk keberagaman budaya dan kualitas ASEAN sebagai tujuan pariwisata yang tidak terlupakan. Hal ini menghasilkan rekor jumlah turis di wilayah tersebut, bukan hanya dari negara-negara di luar ASEAN, melainkan juga dari negara-negara tetangga ASEAN. Gerakan awal yang dihasilkan ATF antara lain adalah promosi Visit ASEAN Year 1992 dan Visit ASEAN Campaign 2002.

Seluruh negara-negara anggota ASEAN bekerja bahu membahu dengan masyarakat dan swasta, perkembangan yang signifikan terjadi dalam pertumbuhan industri pariwisata yang berkelanjutan di wilayah tersebut. Melalui peningkatan kerjasama yaitu kerjasama yang saling menguntungkan dalam menghadapi masalah regional, setiap negara anggota ASEAN mendapat keuntungan dengan membagikan budaya yang dimiliki oleh masing-masing negara anggota ASEAN yang unik dan beragam ke seluruh dunia sebagai ciri khas ASEAN melalui pariwisata.

ATF sebagai kerjasama kawasan berusaha keras untuk berfokus dalam kepentingan kolektif kawasan ASEAN. Sementara negara penyelenggara ATF mempunyai

keuntungan (hak istimewa) dalam hal ekspos produk dan dampak promosi, ATF akan memastikan bahwa negara-negara anggota ASEAN yanglain mendapat kesempatan yang sama. ATF ditangani oleh pemerintah dan sektor swasta dalam industri pariwisata. ATF memanfaatkan sumber daya baik Organisasi Pariwisata Nasional (NTO) dan organisasi sektor swasta untuk industri pariwisata yang lebih dinamis dan menguntungkan.

Setiap ATF diselenggarakan, selalu upaya bersama baik pemerintah maupun swasta, di tingkat nasional maupun tingkat regional. Semua sektor industri (agen perjalanan, operator tour, akomodasi, penerbangan, dll) kolektif memainkan peran aktif dan penting dalam ATF. Pelaksanaan konsultasi dan koefinansi antara negara tuan rumah dan negara-negara anggota ASEAN lainnya adalah untuk diamati.

C. Mengadakan PATA Travel Mart Di Bali

PATA Travel Mart adalah event yang diselenggarakan setiap tahun oleh PATA yang bertujuan untuk mempertemukan para pelaku wisata (Buyer), pengusaha travel (Wholesaller), Destination Management Company (DMC) dari mancanegara dan jurnalis internasional, termasuk travel writer dan travel blogger. Dengan pelaku industri pariwisata di kawasan asia pasifik yang terdiri dari travel agent, inbound tour operator golf, dive, spa, cruise operator, car rentals, airlines, airport manajemen, dan travel portal. Tidak seperti event travel market yang lain, PTM (PATA Travel Mart) setiap tahunnya menawarkan kepada para delegasi tempat-tempat potensial yang berbeda-beda. PTM juga menampilkan keaneka ragaman budaya dari destinasi pariwisata yang ada di Asia-Pasifik.

Pada tahun 2007, Bali dipercaya sebagai tuan rumah oleh PATA untuk menyelenggarakan PATA Travel Mart¹. PATA Travel Mart merupakan pertemuan tahunan PATA yang dilakukan dengan tujuan membicarakanberbagai peluang dan komitmen bisnis sekaligus implikasi secara sosial politik bagi negara-negara anggotanya. Hal ini menjadi suatu peluang untuk Indonesia khususnya Bali untuk mengembalikan kepercayaan dunia internasional. Bali menunjukkan kepada dunia internasional bahwa Bali tempat yang aman bahkan untuk melakukan kegiatan besar seperti PATA Travel Mart. Bali membuktikan bahwa keamanan sosial dan politiknya tidak buruk seperti yang selama ini diketahui masyarakat luas.

Pemerintah Bali turut membantu PATA dengan melakukan berbagai upaya untuk memperbaiki pariwisata Bali dari isu yang dapat mengganggu kelancaran pariwisata atas rekomendasi dari PATA Bali and Nusa Tenggara chapter yaitu².

1) Bidang hukum dan keamanan

Pemerintah melibatkan aktor keamanan terutama Kepolisian, TNI, Densus 88 Anti Teror. Dalam hal ini pemerintah juga meminta bantuan kepada Pecalang. Pecalang ialah orang yang disiagakan untuk membantu kelancaran upacara keagamaan di pura termasuk menjaga keamanan di obyek-obyek wisata. Pemerintah berusaha keras untuk meningkatkan keamanan untuk mengantisipasi

¹ Baliprov, wapres Buka PATA Travel Mart 2007, 2007, Diakses dalam <http://www.baliprov.go.id/Wapres-Buka-PATA-Travel-Mart-2007> pada 15 september 2017

² Ni Putu Diah Purnama Sari, " Upaya Pemerintah Bali Dalam Mengembangkan Pariwisata Pasca Bom Bali I dan II, 2014, Jurnal Hubungan Internasional Vol.2 No.2, hal 358-360

kasus teror maupun aksi premanisme, kekerasan, serta tindakan kejahatan yang lainnya yang terjadi di Bali.

2) Bidang Sosial dan Budaya

Pasca kasus teror yang menewaskan wisatawan baik yang bersal dari lokal maupun mancanegara, hubungan Bali dengan negara-negara lain yang warga negaranya menjadi korban sempat merenggang. Untuk mencegah timbulnya konflik dan kesalahpahaman, Bali mengambil tindakan untuk mengirim surat ucapan bela sungkawa ke kantor Konsulat dimana korban berasal. Hal ini dilakukan sebagai wujud dari tanggung jawab dan simpati dari pemerintah Bali atas bencana yang menimpa para korban. Selain itu, Bali yang penduduknya mayoritas beragama Hindu melakukan upacara persembahyangan bersama (Pamarisudha Karipubhaya dan Tawur Gentuh) dengan tujuan membersihkan Bali dari kekotoran, mendoakan korban yang meninggal, dan memupuk harapan untuk Bali menjadi lebih baik lagi. Yang paling penting dari semuanya adalah konsep Tri Hita Karana yang kembali diterapkan dalam pariwisata Bali. Tri Hita Karana berarti tiga penyebab kesejahteraan hidup.

3) Bidang Ekonomi

Akibat tragedi yang terjadi di Bali mengakibatkan memburuknya perekonomian Bali, infrastruktur yang mengalami kerusakan, kerugian pada usaha dan jasa pariwisata. Untuk mengatasi masalah tersebut, pemerintah Bali membangun infrastruktur berupa JDP (Jalan Diatas Perairan) dan Underpass guna mengurangi kemacetan di kawasan Bali selatan, merealisasikan pembangunan bandara Ngurah Rai, serta proyek perbaikan jalan lintas untuk daerah lainnya. Pemerintah Bali berusaha memperbaiki kondisi Bali untuk kembali menarik minat wisatawan datang. Selain pembangunan infrastruktur, perbaikan ekonomi juga ditunjang dari keberhasilan Bali untuk bekerjasama dengan para pelaku usaha. Promosi yang berhasil dilakukan saat mengikuti pameran luar negeri seperti membangun Representative Office di KBRI di luar negeri dengan menyediakan poster, booklet dan brosur serta mengadakan presentasi wisata bertemakan “ Bali Beauty Splash” di Wina, Austria yang merupakan kegiatan kerjasama antara KBRI, Bali Village dan Museum Für Völkerkunde Wina. Promosi juga dilakukan di dalam negeri dengan mengikuti pameran seperti Gebyar Wisata Nusantara, Majapahit Travel fair di Surabaya, Batam expo, serta mengikuti pameran pariwisata, kerajinan dan seni budaya lainnya.

4) Meningkatkan Kualitas Festival tahunan sebagai daya Tarik

Pemerintah Bali berusaha meningkatkan kualitas beberapa festival tahunan untuk menarik lebih banyak lagi wisatawan. Seperti Nusa Dua Fiesta yang digelar setiap tahunnya. Nusa Dua Fiesta adalah event tahunan di Bali yang memiliki reputasi yang baik sebagai sarana untuk mempromosikan pariwisata. Selain Nusa Dua Fiesta, ada festival lain yang digelar setiap tahunnya di Bali yaitu Pesta Kesenian Bali. Pesta Kesenian Bali adalah event tahunan pertama yang diadakan di Bali sejak tahun 1979. Acara ini diadakan selama satu bulan dengan tema yang berbeda setiap tahunnya.

PATA (Pacific Asia Travel Association) melakukan kerjasama terhadap perusahaan penerbangan, hotel dan juga restoran. Tiket promo yang dibuat untuk menarik wisatawan berkunjung, paket tour murah, dan beberapa hal lainnya yang dilakukan sebagai upaya mempromosikan Bali seperti:

- 1) Penyelenggaraan event nasional dan internasional
- 2) Table top
- 3) Pameran nasional dan internasional
- 4) Road show yang bertujuan untuk mempromosikan pariwisata daerah
- 5) Periklanan, baik itu melalui majalah maupun forum formal

Berdasarkan hasil survey, ditemukan sebgaiian besar wisatawan yang berkunjung ke Bali dari kelompok umur muda (20-39 tahun), yaitu 64% wisman dan 65% untuk wisnus. Dilihat dari jenis kelamin, ada kecenderungan wisatawan laki-laki lebih banyak daripada perempuan, walaupun dengan perbedaan yang tidak terlalu besar, yaitu 54:45 untuk wisman dan 57:42 untuk wisnus³.

Keberhasilan PATA dalam memulihkan pariwisata dalam suatu wilayah tidak diragukan lagi. PATA (Pacific Asia Travel Association) bekerjasama dengan agensi perjalanan, perusahaan, penerbangan dan perkapalan sampai perhotelan. Adanya bantuan dari PATA menjadikan pariwisata Bali secara perlahan pulih dari krisis wisatawan. Hal ini dapat terlihat dari pertumbuhan wisatawan yang mulai meningkat sejak tahun 2007 khususnya yang berasal dari Asia Pasifik.

³ | Gede Pitana, Kajian Sosiologis terhadap Struktur sistem dan Dampak-dampak Pariwisata, Andi offset, Yogyakarta, 2005, hal 25