

BAB V

KESIMPULAN

Upaya pemerintah Indonesia dan memanfaatkan INGO (PATA) dalam mempromosikan pariwisata Indonesia untuk mengembalikan citra pariwisata Bali pasca Bom Bali 2005 melalui pertemuan Tingkat Tinggi ASEAN Tourism Forum (ATF) dan mengadakan PATA Travel Mart di Bali.

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 warganegarannya 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.

Selain mengupayakan pemulihan citra melalui hubungan bilateral, Pemerintah Indonesia juga menjalin hubungan multilateral dengan berbagai forum internasional seperti ASEAN Tourism Forum.

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 yang lain 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 koordinasi antara negara tuan rumah dan negara-negara anggota ASEAN lainnya adalah untuk diamati.

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 dan Nusa Tenggara Chapter dengan tujuan untuk mendukung misi PATA mengembangkan sektor pariwisata di Bali.

PATA Bali dan Nusa Tenggara Chapter memiliki kerjasama dengan organisasi pariwisata lainnya yang bergabung dalam Bali Tourism Board. Bali Tourism Board merupakan badan organisasi yang bergerak di bidang kepariwisataan seperti PHRI (Persatuan Hotel Republik Indonesia), ASITA (Association of Indonesian Travel Agent), PATA (Pacific Asia Travel Association), HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia), PAWIBA (Persatuan Angkutan Wisata Bali), Gahawisri (Gabungan Pengusaha Wisata Bahari), SIPCO (Society of Indonesian Professional Conference Organiser) Putri (Perkumpulan Atraksi Pariwisata) dan Bali Village (Asosiasi Promosi Pariwisata).

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 membicarakan berbagai peluang dan komitmen bisnis sekaligus implikasi secara sosial politik bagi negara-negara anggotanya. Hal ini menjadi suatu peluang untuk Bali 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.

PATA (Pacific Asia Travel Association) mengambil kesempatan melalui beberapa event internasional untuk membuktikan bahwa anggapan masyarakat tentang Bali yang menjadi wilayah teroris tidak benar. Event internasional seperti PATA Travel Mart yang diadakan di Bali turut membantu kondisi pariwisata Bali. PATA Travel Mart tersebut dihadiri oleh berbagai macam media baik lokal maupun internasional dimulai dari Asia Tenggara sampai media yang berasal dari Amerika Serikat. Secara tidak langsung, bukan hanya PATA Travel Mart saja yang diliput melainkan kondisi wilayah Bali dan kehidupan masyarakat Bali.

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 Ibid.

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 wisatwan 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 wisnus²

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 dilihat dari pertumbuhan wisatawan yang mulai meningkat sejak tahun 2007 khususnya yang berasal dari Asia Pasifik.

² Ibid.