

BAB II

KEBIJAKAN UMUM NEGARA REPUBLIK INDONESIA TENTANG PENINGKATAN PARIWISATA INTERNASIONAL

A. Kondisi Pariwisata Indonesia

Undang-Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 bab 1 pasal 1 bagian ketentuan umum menjelaskan bahwa kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Penjelasan tersebut menegaskan bahwa Pemerintah Republik Indonesia serius untuk memaksimalkan kekayaan alam Indonesia untuk kemudian dijadikan sebagai industri yang dapat menyokong perekonomian Negara Indonesia. Selain itu, Pemerintah juga mengharapkan partisipasi para pengusaha dan seluruh masyarakat Indonesia tentunya untuk terjun langsung dalam memajukan pariwisata Indonesia. Partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata ini menjadi hal yang positif sebagai pemantau akan transparansi serta menimbulkan interaksi antara masyarakat dengan Pemerintah Indonesia secara langsung, sebagaimana negara yang demokratis.

Pada kenyataannya pariwisata Indonesia memang memiliki pesona dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik pada umumnya dan wisatawan mancanegara

pada khususnya. Keistimewaan alam Indonesia pada setiap sudutnya selalu menjadi hal yang dirindukan, belum lagi aneka ragam budaya di dalamnya yang menambah harmonisasi keindahan akan sosial budaya Indonesia. Oleh karena itu Indonesia tidak pernah sepi oleh para pelancong mancanegara yang ingin secara langsung menikmati pariwisata di Indonesia.

Oleh sebabnya pariwisata Indonesia memiliki peran penting terhadap negara, salah satunya bidang ekonomi. Pariwisata di Indonesia yang merupakan salah satu industri sekaligus pembantu perekonomian Indonesia dan merupakan program ekonomi kreatif negara. Kemampuan sektor pariwisata di Indonesia dalam menghasilkan devisa telah memosisikan pariwisata sebagai komoditi ekspor yang penting di samping migas. Seperti tragedi yang terjadi pada tahun 2002 dan 2003. Meskipun telah mengalami tragedi Bom Bali di Kuta pada tahun 2002 silam, namun nilai devisa pasca tragedi tersebut masih tinggi yaitu sebesar 4,496 milyar dolar dan pada tahun 2003 sebesar 4.037 milyar dolar (Prof. Dr. I Gede Pitana M.Si. 2005).

Dalam RPJMN 2004 – 2009 memaparkan bahwa pada tahun 2003 total jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia melalui 13 pintu masuk hanya mencapai 3,7 juta orang, turun sekitar 9,8 persen dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. Penurunan ini disebabkan oleh belum pulihnya iklim pariwisata di Indonesia pasca Tragedi Bali serta meningkatnya ketidakamanan internasional berkaitan dengan merebaknya aksi terorisme di beberapa belahan dunia. Sejak triwulan III/2003 arus wisatawan asing mulai pulih. Selama sebelas bulan

pertama tahun 2004 arus wisatawan asing yang masuk melalui 13 pintu utama meningkat sekitar 24,0 persen.

Keunggulan pariwisata Indonesia membawa keuntungan tersendiri bangsa ini. Pariwisata Indonesia mendapatkan banyak kategori penghargaan dunia dari PBB belum lama ini yaitu kategori *Innovation Enterprises*, kategori *Coral Reef Reborn in Pemuteran Bali* dan kategori *Innovation Public Policy and Government* (Ibo 2016). Keunggulan wisata Indonesia merupakan salah satu anugrah Tuhan yang tiada tara, kondisi alam yang nan elok menghasilkan berbagai macam objek serta budaya yang beragam di Indonesia. Hal tersebut tentu akan menjadi potensi Indonesia sebagai destinasi wisata yang berskala internasional.

B. Kebijakan Pariwisata Indonesia

Persaingan dalam bidang ekonomi setiap negara pasca perang dunia II semakin ketat. Sebabnya tragedi yang sempat menghancurkan roda ekonomi dunia, membuat beberapa negara tidak dapat berkembang dan menjadi *stuck* dalam memakmurkan kehidupan rakyatnya.. Hal ini membuat negara negara mencari peluang ekonomi dari kondisi negara nya. Salah satunya melalui sektor pariwisata

Setelah Perang Dunia Kedua kegiatan pariwisata internasional tumbuh pesat karena ekonomi dunia mulai membaik. Keamanan terjamin dan teknologi angkutan yang semakin maju (Kaelany 1997).

Pariwisata merupakan sektor ekonomi/budaya yang sangat cepat berkembang. Tidak hanya bagi negara yang baru berkembang, tetapi juga negara maju (Kaelany 1997). Karenanya Indonesia yang merupakan negara berkembang dengan segala potensi wisata yang dimiliki mulai menjajakan kaki untuk lebih serius dalam menanggapi peluang dari sektor pariwisata ini.

Kebijakan pariwisata di Indonesia diatur dalam Undang – Undang tentang Pariwisata Indonesia nomor 10 tahun 2009. Di dalam Undang – Undang tersebut telah dijabarkan mengenai pengembangan dan pembinaan tentang peningkatan pariwisata Indonesia baik nasional maupun internasional.

1. Program Pengembangan Industri Pariwisata Indonesia

Industri pariwisata terdiri atas berbagai komponen yang merupakan mata rantai yang panjang. Komponen tersebut meliputi segala macam fasilitas penunjang kegiatan pariwisata itu sendiri (Kaelany 1997). Oleh karena itu di Indonesia mengeluarkan aturan yang mengatur jalanya pengembangan industri wisata agar dapat berjalan dengan baik sesuai aturan negara.

Pembangunan Industri pariwisata ini menjadi bahan pembahasan dalam kebijakan yang dikeluarkan pemerintah Indonesia dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 50 tahun 2011, hal tersebut meliputi :

- a. Penguatan Struktur Industri Pariwisata

- b. Peningkatan Daya Saing Produk Pariwisata
- c. Pengembangan Kemitraan Usaha Pariwisata
- d. Penciptaan Kredibilitas Bisnis
- e. Pengembangan Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan

Ke lima kebijakan yang disebutkan diatas menjelaskan bahwa pembangunan industri harus bersinergi dengan pembangunan aspek lainnya. Di dalamnya juga terdapat partisipasi rakyat dalam pembangunan industri pariwisata. Artinya adalah perlu adanya keseimbangan antara peran pemerintah maupun peran rakyat dalam pembangunan industri pariwisata.

Kemudian program pembangunan industri pariwisata Indonesia juga dibahas dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional disingkat RPJMN, tahun 2004 – 2009. Terdapat penjelasan kebijakan yang di keluarkan oleh pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono. Arah kebijakan pengembangan pariwisata dalam 5 (lima) tahun ke depan didalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2004 – 2009 adalah meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara dengan fokus pada upaya:

- a. Peningkatan efektivitas kelembagaan promosi pariwisata, baik di dalam maupun di luar Negeri.

- b. Pengembangan jenis dan kualitas produk-produk wisata, terutama pengembangan wisata bahari yang potensinya sangat besar dengan tetap memperhatikan pembangunan yang berkelanjutan;
- c. Harmonisasi dan simplifikasi berbagai perangkat peraturan yang terkait di dalam mendukung pengembangan pariwisata, termasuk di dalamnya wisata bahari; dan
- d. Optimalisasi dan sinkronisasi dalam pengelolaan jasa pelayanan pariwisata, terutama yang melibatkan lebih dari satu moda transportasi.

2. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata

Masing – masing daerah tujuan wisata memiliki daya tarik serta kelebihan tersendiri. Wisatawan yang berkunjung memiliki hak untuk menentukan kemana tujuan yang diminati. Apakah itu pantai, pegunungan, atau tempat lain yang memiliki nilai sejarah dan budaya. Sebagai negara yang memajukan sektor pariwisata, Indonesia memperhatikan pengembangan destinasi pariwisata.

Didalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2004 – 2009 Program Pengembangan Destinasi Pariwisata ditujukan untuk meningkatkan pengelolaan destinasi wisata dan aset-aset warisan budaya menjadi obyek daya tarik wisata yang atraktif dengan pendekatan profesional, kemitraan swasta, pemerintah, dan masyarakat dan memperkuat jaringan kelembagaan serta mendorong investasi. Untuk mewujudkan

tujuan di atas, kegiatan kegiatan pokok yang akan dilakukan dalam lima tahun ke depan adalah:

1. Mendorong pertumbuhan dan perkembangan investasi dalam industri pariwisata melalui penyederhanaan perizinan dan insentif perpajakan bagi investor.
2. Mendorong pengembangan daya tarik wisata unggulan di setiap propinsi (“*one province one primary tourism destination*”) secara bersama dengan pemerintah daerah, swasta dan masyarakat;
3. Pengembangan paket-paket wisata yang kompetitif di masing-masing destinasi pariwisata;
4. Peningkatan kualitas pelayanan dan kesiapan daerah tujuan wisata dan aset-aset warisan budaya sebagai obyek daya tarik wisata yang kompetitif.
5. Revitalisasi dan pembangunan kawasan pariwisata baru, termasuk pula prasarana dan sarana dasarnya (seperti jaringan jalan, listrik, telekomunikasi, air bersih dan sarana kesehatan);
6. Pemberian insentif dan kemudahan bagi pelaku usaha pariwisata dalam membangun produk pariwisata (daya tarik dan sarana pariwisata);
7. Pemberian perhatian khusus kepada pengembangan kawasan ekowisata dan wisata bahari, terutama di lokasi-lokasi yang mempunyai potensi obyek wisata alam bahari yang sangat besar;

8. Pengembangan pariwisata yang berdaya saing melalui:

- (a) terbangunnya komitmen nasional agar sektor-sektor di bidang keamanan, hukum, perbankan; perhubungan, dan sektor terkait lainnya dapat memfasilitasi berkembangnya kepariwisataan terutama pada wilayah-wilayah yang memiliki destinasi pariwisata unggulan;
- (b) Harmonisasi dan simplifikasi perangkat peraturan baik di tingkat pusat, daerah dan antara pusat dan daerah;
- (c) memformulasi, menerapkan, dan mengawasi standar industri pariwisata yang dibutuhkan.

Kemudian mengenai visi pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud dalam bab II pasal 2 ayat 4 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 50 tahun 2011 adalah terwujudnya Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat.

Mendasarkan kepada segenap prinsip penyelenggaraan kepariwisataan diatas, Undang – Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 juga telah mengarahkan bahwa tujuan kepariwisataan Indonesia adalah untuk :

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat
- c. Menghapus kemiskinan

- d. Mengatasi pengangguran
- e. Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya
- f. Memajukan kebudayaan
- g. Mengangkat citra bangsa
- h. Memupuk rasa cinta tanah air
- i. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa dan
- j. Mempererat persahabatan antar bangsa

Selanjutnya dalam penyusunan tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) sebagai langkah lanjut dari mandat kewenangan penyelenggaraan kepariwisataan yang telah diberikan oleh Undang - Undang nomor 10 tahun 2009 kepada pemerintah telah berhasil diselesaikan oleh Pemerintah dan ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 50 tahun 2011, tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) yang diundangkan di Jakarta pada tanggal 2 Desember 2011 (Drs. Bambang Sunaryo 2013).

3. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata

Pemasaran digunakan untuk menarik wisatawan untuk berkunjung wisata ke Indonesia dan juga memberikan kesan baik serta memberikan citra dalam memasarkan pariwisata Indonesia. Didalam undang undang telah dijelaskan bahwasanya pemasaran pariwisata sangat penting mengingat mempengaruhi

banyak atau tidaknya devisa melalui kunjungan wisatawan yang akan diterima ditentukan juga oleh usaha pemasaran.

Strategi Pemasaran yang dijabarkan dalam Undang-Undang Pariwisata Indonesia nomor 10 tahun 2009 pasal 6 yang berbunyi :

“Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata”.

Kemudian didalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2004 – 2009 Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata ditujukan untuk menciptakan promosi pariwisata yang efektif dengan pendekatan profesional, kemitraan antara swasta, pemerintah, dan masyarakat dan memperkuat jaringan kelembagaan. Untuk mewujudkan tujuan di atas, kegiatan kegiatan pokok yang akan dilakukan adalah:

1. Optimalisasi kegiatan pameran baik yang bertaraf nasional maupun internasional baik di dalam maupun di luar negeri baik pada negara-negara mitra pariwisata potensial maupun negara-negara yang memiliki kedekatan secara historis dan kultural dengan Indonesia, seperti Asia Timur, India dan Timur Tengah;
2. Fasilitasi pemasaran paket-paket wisata dan jaringan distribusinya;

3. Fasilitasi kerjasama pemasaran antar negara, antar pusat dengan daerah, dan antar pelaku industri pariwisata dalam bentuk aliansi strategis, seperti kerjasama antar *travel agent* dan antar *tour operator*, antara pelaku pariwisata dengan perusahaan transportasi udara, laut dan darat;
4. Peningkatan sadar wisata di kalangan masyarakat, baik sebagai tuan rumah maupun sebagai calon wisatawan;
5. Memotivasi dan memberikan kemudahan bagi perjalanan wisata domestik;
6. Pengembangan sistim informasi yang efisien dan efektif.

Adapun pemasaran pariwisata Indonesia melalui strategi promosi. Promosi pariwisata Indonesia diatur pemerintah dalam undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009. Promosi dilakukan dengan mengadakan agenda yang menonjolkan pariwisata baik sisi budaya, sejarah dan lainnya yang dimiliki Indonesia

Melalui strategi promosi yang baik Indonesia akan mendapatkan pasar wisatawan mancanegara yang lebih banyak lagi. Seperti contoh strategi promosi dalam agenda *visit Indonesia* dan *wonderful Indonesia*.

Melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia mempromosikan diri sebagai tujuan wisata untuk turis-turis asing dengan kampanye "Wonderful Indonesia". Penting bagi Pemerintah untuk berinvestasi dalam kampanye-kampanye promosi sejenis itu untuk menyebarkan citra positif Indonesia karena kebanyakan negara-negara Barat menerima berita-berita headline negatif dari

Indonesia , contohnya Islam radikal, bencana alam seperti tsunami dan letusan gunung berapi, menyebabkan citra negatif yang tidak tepat dari negara ini (Indonesia-Investments 2016).

4. Program Pengembangan Kemitraan

Tujuan program ini adalah untuk mengembangkan dan memperkuat jaringan kerjasama antara Pemerintah (pusat-kabupaten/kota)-swasta-dan masyarakat dan pelaku industri budaya dan pariwisata di dalam maupun di luar negeri dalam bidang penelitian, sumber daya manusia, dan kelembagaan dan sekaligus mengembangkan pariwisata yang berbasis budaya.

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) Tahun 2004 – 2009 menyebutkan dalam rangka pencapaian tujuan di atas, kegiatan-kegiatan pokok yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pembangunan dan perkuatan jaringan *database* dan informasi kebudayaan dan kepariwisataan, baik di dalam negeri (antara pusat-propinsi, dan kabupaten/kota) dan luar negeri termasuk pengembangan SDM-nya;
2. Pengembangan Litbang dan pengembangan SDM dalam bentuk *joint research*, *dual-training* serta aliansi strategis terutama dengan lembaga sejenis di luar negeri;
3. Fasilitasi pembentukan forum komunikasi antar pelaku industri budaya dan pariwisata dan pelaku sosio-ekonomi lainnya.

Kebijakan yang dipaparkan diatas meliputi pengembangan dan pembinaan serta strategi pemerintah dibawah kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono untuk meningkatkan pariwisata nasional dan internasional Indonesia.