

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Hubungan internasional dewasa ini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dan signifikan. Dahulu kajian hubungan internasional hanya membahas isu – isu yang berkaitan dengan kekuatan militer, politik, dan ekonomi saja, namun seiring perkembangan waktu fokus tersebut telah bertambah yaitu berkaitan dengan isu sosial dan budaya. Dalam bidang ekonomi itu sendiri terdapat banyak sektor di dalamnya, salah satunya adalah sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan dalam usaha untuk meningkatkan devisa dan meningkatkan perekonomian masyarakat.

Pariwisata secara keseluruhan merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang terkait, dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata bersifat multi dimensi dan multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, juga sesama wisatawan. (Spillane, 1991)

Pariwisata di Indonesia ini sangat membantu akan perkembangan negara karena pariwisata merupakan sumber devisa negara. Perkembangan Pariwisata di Indonesia semakin pesat ditahun 2016 mampu menduduki posisi ke dua dengan menyumbangkan devisa nasional sebesar 13,6 USD mengalahkan migas dan batu bara. Di tahun 2017 naik lagi menjadi 15 USD lalu di tahun 2018 menyumbang 19,29 USD, sektor pariwisata termaksud tiga peringkat terbesar sebagai penyumbang devisa nasional setelah batu bara dan minyak kelapa sawit selama tahun 2017 -2018 . hal tersebut merupakan salah satu bukti bahwa pariwisata Indonesia mengalami kemajuan yang pesat tiap tahunnya. (Kementrian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2018).

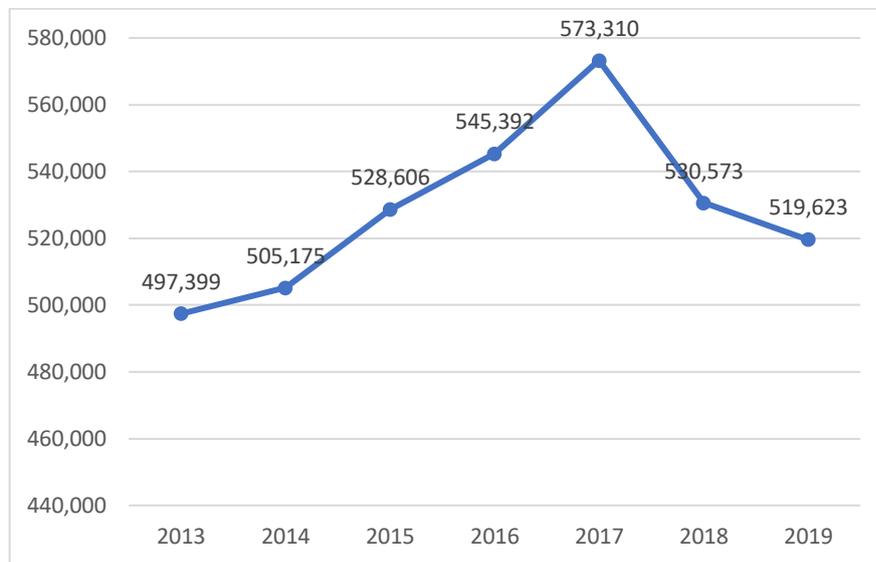
Indonesia adalah satu negara yang kaya akan keindahan alam dan juga kaya akan berbagai keanekaragaman budaya hal tersebut harus patut kita banggakan dan juga Indonesia memiliki iklim tropis yang mana hal tersebut memiliki daya Tarik tersendiri. Oleh karena itu tidak heran karena banyaknya wisatawan asing yang merasa tertarik untuk berkunjung ke Indonesia, banyaknya wisatawan asing juga menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi nomer satu yang cocok untuk di kunjungi. Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang kaya terdiri dari 17.508 pulau mencakup wilayah yang luasnya lebih dari 1,9 juta km dan dua pertiganya terdiri dari wilayah perairan dan memiliki garis pantai lebih 81.000 km. hal tersebut tidak heran kenapa Indonesia dinobatkan sebagai negara kepulauan dan terbukti dengan banyaknya pulau – pulau Indonesia sudah cukup terkenal di penjuru dunia. Indonesia memiliki sumber daya alam yang beraneka ragam dan mempunyai unsur-unsur Keindahan alam (*natural beauty*) , Keaslian (*originality*), Kelangkaan (*scarcity*) , dan Keutuhan (*wholeness*) dan diperkaya dengan kekayaan alam berupa keanekaragaman flora dan fauna, ekosistem, serta gejala alam yang kesemuanya ini dapat dikombinasikan, diramu, dan kemudian dikemas secara profesional, sehingga menjadi objek yang memiliki daya Tarik yang luar biasa bagi wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. (Muljadi & Warman, 2016)

Berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah 2010 dan 2015 (RPJM) peningkatan jumlah wisatawan asing salah satu fokus pertumbuhan sektor pariwisata, sehingga kerja sama antar negara dalam bidang pariwisata sangat di butuhkan. Untuk peningkatan pertumbuhan sektor pariwisata melalui Kementerian Pariwisata di Januari 2011 meluncurkan Wonderfull Indonesia yang merupakan salah satu instrumen untuk meningkatkan jumlah wisatawan, kampanye promosi Wonderfull Indonesia bertujuan untuk menyebarluaskan identitas pariwisata Indonesia ke seluruh dunia agar Indonesia semakin terkenal pariwisatanya di dunia. Wonderfull indonesia fokus menggarap 16 pasar internasional yang terbagi dalam 3 kategori yaitu main market, prime market, dan potential markets. Negara – negara yang masuk kategori prime market adalah China, Jepang, Korea Selatan, Filipina, Taiwan, Amerika Serikat, dan Perancis.

Hubungan diplomatik Indonesia dengan Jepang telah berlangsung sejak tanggal 20 Januari 1958. Di tahun 2018 kedua negara merayakan 60 tahun hubungan diplomatik Indonesia – Jepang. Di bidang ekonomi, Jepang merupakan salah satu investor terbesar nomor dua di Indonesia serta mitra dagang utama di Indonesia sekitar 1.800 perusahaan berinvestasi di Indonesia dan hal tersebut akan berkontribusi dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain itu kedua negara akan memperkuat kerjasama di berbagai bidang. Seperti ekonomi, sosial – budaya, kesehatan dan pendidikan. Di bidang pariwisata hubungan kerjasama tersebut telah terjalin sejak 23 Juni 2003, hal tersebut ditandai dengan sebuah penandatanganan perjanjian kerjasama yang pada saat itu dipimpin oleh Presiden Republik Indonesia ke-5 Megawati Soekarno Putri. Perjanjian tersebut bentuk dari upaya – upaya dari Jepang dan Indonesia untuk lebih meningkatkan jumlah wisatawan ke Indonesia maupun ke Jepang. Yang mana menggunakan kampanye bertukar, pertukaran misi sebagai salah satu bentuk promosi pariwisata dan kerjasama yang dilakukan oleh kedua negara guna untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia. (Kompas, 2008)

Jepang merupakan salah satu wisatawan pendatang ke tujuh di Indonesia. Menurut Tadahiko Narita selaku pejabat promosi visit Indonesia di Jepang (vito), wisatawan Jepang termasuk turis asing yang menghabiskan uang terbanyak saat berwisata ke Indonesia. Wisatawan Jepang biasanya menghabiskan waktu kurang lebih 7 hari ketika berlibur dengan menghabiskan pengeluaran 1.349,55 US\$ di tahun 2018. Jepang juga menduduki posisi ke-5 sebagai penyumbang wisatawan mancanegara di kawasan Asia Pasifik setelah Singapura, Malaysia, Australia, dan Tiongkok. Oleh karena itu pemerintah Indonesia sangat tertarik untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Jepang ke Indonesia agar dapat memberikan devisa bagi ekonomi Indonesia dalam berwisata. (Antara news.com, 2018)

Grafik 1 : Jumlah kedatangan wisatawan Jepang ke Indonesia periode 2014 – 2019



Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2019)

Grafik tersebut menggambarkan bahwa jumlah kedatangan wisatawan Jepang ke Indonesia di tahun 2014 – 2017 relatif meningkat terus. Tapi dalam beberapa tahun terakhir menurut data statistic Pariwisata Indonesia terjadi penurunan kunjungan wisatawan asing dari Jepang, Kunjungan wisatawan dari Jepang ke Indonesia pada 2018 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2017 dapat mencapai 573.310 wisatawan Jepang ke Indonesia maka di tahun 2018 hanya 530.573 atau turun sekitar 7,45 persen dan ditahun 2019 turun menjadi hanya 519.623 jiwa.

Tabel 1. 15 Negara tujuan favorite wisatawan Jepang tahun 2017

NO	Negara tujuan	Jumlah	Peringkat
1	China	2.587,440	1
2	Korea	2.297,893	2
3	US	2.088,976	3
4	Taiwan	1.895,702	4

5	Hawaii	1.487,979	5
6	Thailand	1.439,510	6
7	Singapore	840,231	7
8	Guam	745.680	8
9	Vietnam	740.592	9
10	Hongkong	692.529	10
11	Indonesia	545.392	11
12	Germany	545.013	12
13	Philippines	535.238	13
14	Spain	463,420	14
15	Australia	417.880	15

Sumber : (Jnto, 2018)

Berdasarkan tabel di atas Indonesia berada di peringkat ke 11 sebagai negara tujuan wisatawan Jepang .Sayangnya meskipun Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar dan banyaknya peluang outbound tourism dari Jepang. Indonesia belum mampu menarik banyak wisatawan jepang dan menjadikan indonesia sebagai tujuan utama wisatawan jepang. Padahal wisatawan Jepang salah satu wisatawan potensial yang banyak memberikan keuntungan bagi pariwisata indonesia.

Menurut penilaian WEF daya saing kepariwisataan Indonesia karena aspek kebersihan, kesehatan, infrastruktur indonesia masih buruk dan masih rendah dibandingkan negara – negara Asean lainnya, indonesia menempati peringkat ke 4 di Asean dan peringkat 70 di tahun 2013 dari 140 negara sehingga peningkatan tidak terlalu signifikan, infrastruktur di indonesia masih buruk di mata orang jepang, seperti halnya akses untuk menuju tempat wisata tersebut sehingga mereka kurang nyaman ketika berlibur ke indonesia namun seiring berjalannya waktu pemerintah mulai membenahi kekurangan – kekurangan pariwisata di

Indonesia di tahun 2016 – 2018 cenderung mengalami peningkatan kunjungan wisatawan Jepang yang cukup signifikan karena pemerintah Indonesia di tahun 2015 telah memberikan akses bebas visa kunjungan, namun penilain WEF daya saing pariwisata Indonesia melesat tinggi naik ke peringkat 50 pada tahun 2015 dari 141 negara hal tersebut membuktikan bahwa pemerintah Indonesia sedikit demi sedikit membenahi keadaan pariwisata di Indonesia agar lebih baik. Namun meskipun pemerintah Indonesia telah memberikan kemudahan bagi wisatawan Jepang hal tersebut tidak menjamin wisatawan Jepang meningkat setiap tahunnya seperti di tahun 2019 mengalami penurunan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya dan hanya mampu menyumbang jumlah wisatawan sebanyak 257.959.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, meskipun Indonesia telah melakukan serangkaian upaya untuk memberikan kemudahan ketika berwisata ke Indonesia, hal tersebut tidak membuat wisatawan Jepang meningkat setiap tahunnya. Mengingat perilaku wisatawan Jepang yang terkenal royal dalam berwisata yang dapat menjadikan sumber devisa bagi Indonesia. Oleh karena itu penulis ingin menjabarkan upaya-upaya yang lainnya yang telah pemerintah Indonesia lakukan dan aktor non negara lainnya dalam meningkatkan wisatawan Jepang ke Indonesia dan apakah ada hambatan ketika Indonesia ingin mempromosikan pariwisata Indonesia di Jepang.

Jepang merupakan Prime markets bagi kepentingan Indonesia dalam mengembangkan sektor pariwisata. Untuk mendatangkan lebih banyak kunjungan wisatawan Jepang ke Indonesia. Oleh karena itu penulis menggunakan Multitrack Diplomacy yang telah menjadikan diplomasi bukan hanya tugas diplomat profesional atau pemerintah saja tapi juga sebagai upaya untuk merangkul dan melibatkan aktor – aktor negara lainnya untuk mewujudkan kepentingan bersama – sama, dan dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan diplomasi multi track karena dalam upaya untuk menarik wisatawan Jepang ke Indonesia. Pemerintah tentunya tidak dapat melakukannya sendiri harus ada kerjasama dan kolaborasi antara pemerintah, bisnis dan juga media untuk menarik wisatawan Jepang untuk lebih banyak mengunjungi Indonesia.

Alasan pemilihan topik Jepang karena secara geografis Indonesia dan Jepang masih berada di satu benua Asia. Jepang juga merupakan salah satu wisatawan royal dengan pengeluaran belanja 1.349, 55 US\$ di tahun 2018 selain itu Jepang juga memiliki perekonomian yang kuat dengan rata – rata berpenghasilan 38,216 US\$ atau 509 juta pertahun dengan melihat jumlah penghasilan yang tinggi dan pengeluaran belanja yang lumayan besar sehingga penulis memilih Jepang karena melihat Jepang adalah pasar yang cocok untuk Indonesia dalam mempromosikan pariwisata Indonesia di Jepang dan Jepang salah satu pasar focus pasar prime markets kementerian pariwisata Indonesia dalam mempromosikan pariwisata Indonesia.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, peneliti mencoba merumuskan masalah ke dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut : Bagaimana Diplomasi Indonesia dalam mempromosikan pariwisata Indonesia ke Jepang periode 2015 – 2019 ?

I.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah peneliti uraikan. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan mengenai bentuk – bentuk Multi Track Diplomasi seperti apa yang dilakukan Indonesia terhadap Jepang dalam mempromosikan pariwisata Indonesia ke Jepang periode 2015 - 2019

I.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini di harapkan dapat memberikan.

- a. Secara Akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan mengenai Diplomasi Indonesia dalam meningkatkan wisatawan Jepang ke Indonesia. penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih gagasan

akademik serta referensi akademik untuk kepentingan penelitian dimasa mendatang.

- b. Manfaat Praktis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi bagi para mahasiswa Hubungan Internasional mengenai penjelasan tentang bentuk – bentuk Multi Track Diplomasi apa yang dilakukan Indonesia – Jepang untuk mempromosikan pariwisata Indonesia ke Jepang periode 2015– 2019.

I.5 Sistematika Penulisan

Tulisan ini di bagi dalam bagian - bagian yang terdiri dari bab dan sub- bab Sistematika penulisan tersebut membagi hasil penelitian kedalam IV bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi pendahuluan yang terdiri dari latar belakang permasalahan mengenai argumentasi mengapa topik ini sangat penting untuk dilakukan penelitian, dan sub bab lainnya ada rumusan permasalahan mengenai pertanyaan penelitian yang di ajukan untuk kemudian di dibahas dalam bagian pembahasan, kemudian ada tujuan dari penelitian ini serta manfaat penelitian yang di dapat baik bagi lingkungan akademis maupun bagi praktisi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan *literature review* atau tinjauan pustaka, yang secara umum berisi tentang penelitian terdahulu dan teori yang di pakai. Sub bab pertama di bab 2 membahas *literature review* yang berisi tentang penelitian terdahulu yang di gunakan sebagai bahan referensi bagaimana penelitian tersebut menjawab permasalahan dan merancang metode penelitiannya, kemudian sub bab berikutnya membahas tentang kerangka teori yang menjelaskan tentang teori yang akan dipakai dalam membantu menjawab pertanyaan penelitian, kemudian ada alur pemikiran mengenai sistematika berpikir dalam penelitian ini dan terakhir ada asumsi penelitian yang merupakan suatu landasan berpikir yang dipegang oleh peneliti terhadap topik yang di bahas.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan metodologi penelitian yang peneliti gunakan sebagai bukti keilmiahan peneliti yang peneliti buat. Pembahasan di bab ini mulai dari jenis data yang di peroleh, jenis penelitian, sampai Teknik analisis data yang digunakan peneliti untuk membahas penelitian, serta waktu dan tempat tempat penelitian data.

BAB IV : HUBUNGAN BILATERAL INDONESIA – JEPANG DAN KARAKTERISTIK WISATAWAN JEPANG

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan dinamika pariwisata Indonesia di tingkat global dalam mempengaruhi kunjungan wisatawan Jepang ke Indonesia, potensi – potensi dan kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia guna menarik kunjungan wisatawan asing ke Indonesia khususnya Jepang sesuai tahun yang diteliti pada topik peneliti yakni periode 2015 – 2019 serta menjelaskan Hubungan Indonesia dan Jepang dalam bidang pariwisata.

BAB V: MULTI TRACK DIPLOMACY INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA INDONESIA KE JEPANG PERIODE 2015 – 2019

Dalam bab ini penulis akan menjabarkan secara lengkap mengenai Upaya-upaya dari Jalur Pertama (Pemerintah), Jalur ketiga (Bisnis), dan Jalur ke Sembilan (Media) lalu menjelaskan seperti apa bentuk Promosi yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan jepang ke Indonesia, tantangan dan hambatan apa ketika mempromosikan pariwisata indonesia di jepang

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bagian akhir dari penelitian ini yang berisi kesimpulan jawaban pokok permasalahan yang di teliti serta menyampaikan saran bagi pihak terkait mengenai upaya peningkatan kunjungan wisatawan asing terutama dari jepang