

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor strategis untuk meningkatkan devisa negara.

Secara global, diperkirakan bahwa sektor pariwisata dan perjalanan (tourism and travel) menyumbang sekitar 9% dari GDP dan lapangan pekerjaan di seluruh dunia. Di negara-negara anggota ASEAN sendiri, pariwisata merupakan salah satu primadona. *The ASEAN Tourism and Travel Competitiveness Report* yang diterbitkan oleh *World Economic Forum* memperkirakan bahwa sumbangan pariwisata pada GDP gabungan negara-negara ASEAN mencapai 4,6 persen (Keliat dkk. 2013, hlm. 7).

Menuju integrasi ekonomi wilayah Asia Tenggara seperti yang tercantum dalam program *Asean Economic Community* 2015, sektor pariwisata mulai digarap secara serius oleh negara-negara ASEAN. Pariwisata merupakan sektor jasa menjadi sumber pertumbuhan baru serta menciptakan lapangan kerja yang memberikan nilai tambah tinggi bagi Masyarakat Ekonomi ASEAN (*ASEAN Economic Community/AEC*). *Asean Economic Community* yang mulai diberlakukan tahun depan atau 2015 menjadi kawasan ekonomi terintegrasi bagi 10 negara anggota ASEAN serta sebagai pasar tunggal (*single market*) yang membebaskan aliran barang, jasa, investasi, maupun tenaga kerja trampil di kawasan ASEAN.

Industri pariwisata terbukti kebal dari krisis global. Saat perekonomian global tersuruk, pertumbuhan pariwisata Indonesia tetap tumbuh, bahkan melebihi angka pertumbuhan ekonomi nasional. Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyebutkan bahwa pertumbuhan industri pariwisata di Indonesia tahun 2014 mencapai 9,39 persen lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Angka itu di atas pertumbuhan ekonomi nasional yang mencapai 5,7 persen. Kekuatan industri pariwisata Indonesia yang utama masih pada sumber daya alam dan kekayaan ragam budaya, serta biaya yang relatif murah. Beberapa sektor terkait yang berpotensi menghambat industri ini masih dalam tahap pembenahan, misalmya soal kebersihan dan kesehatan. (Pariwisata Indonesia Lampau Pertumbuhan Ekonomi, 2014, hlm.1)

Berdasarkan laporan *World Economic Forum* pada tahun 2013, Singapura menempati urutan pertama negara ASEAN dengan sektor pariwisata yang paling menarik bagi investor, disusul Malaysia dan Thailand di tempat kedua dan ketiga. Negara ASEAN lain seperti Brunei Darussalam, Indonesia, dan Vietnam dikategorikan sebagai negara yang memiliki potensi di bidang wisata, namun

masih memiliki berbagai kelemahan. Sementara itu, Filipina dan Kamboja dikategorikan sebagai negara ASEAN yang memiliki banyak kelemahan di sektor ini. Beberapa kelemahan sektor wisata negara-negara ASEAN yang disorot dalam laporan tahun ini adalah infrastruktur kurang memadai dan perhatian terhadap lingkungan yang masih kurang.

Sebagai salah satu negara yang memiliki kekayaan budaya dan potensi wisata alam yang cukup besar, kinerja pariwisata Indonesia terutama dalam hal kunjungan wisatawan mancanegara masih di bawah negara-negara tetangga yang tergabung dalam ASEAN

Tabel 1 Posisi Kepariwisata Indonesia di ASEAN 2009 – 2013

POSISI KEPARIWISATAAN INDONESIA <i>(The Travel & Tourism Competitiveness Index)</i>										
NO	NEGARA/ TAHUN	2009			2011			2013		
		DUNIA	ASPAC	ASEAN	DUNIA	ASPAC	ASEAN	DUNIA	ASPAC	ASEAN
1	Brunei Darussalam	69	12	4	67	11	4	72	13	5
2	Cambodia	108	21	8	109	21	8	106	20	8
3	Indonesia	81	15	5	74	13	5	70	12	4
4	Malaysia	32	7	2	35	7	2	34	8	2
5	Philippines	86	16	6	94	18	7	82	17	7
6	Singapore	10	2	1	10	1	1	10	1	1
7	Thailand	39	8	3	41	10	3	34	9	3
8	Viet Nam	89	17	7	80	14	6	80	16	6
Jumlah Negara yang di survey		133	25	8	139	26	8	140	25	8

Sumber : WEF ; 2009,2011 & 2013

Travel and Tourism Competitiveness Index yang dilakukan oleh *World Economic Forum* menentukan skor dengan skala 1 – 7, dilakukan setiap sekali dua tahun sejak 2007 (Skor 4,9 untuk Daya Saing SDM, 2014, hlm 1). Data dari *World Economic Forum* tersebut menunjukkan kestabilan peringkat daya saing Indonesia yang terjadi pada tahun 2009 – 2011 yang tetap menduduki urutan ke-5 di kawasan ASEAN. Pada akhirnya, di tahun 2013 Indonesia mengalami peningkatan peringkat menyusul Brunei Darussalam menempati urutan ke-4 di

kawasan ASEAN. Indonesia masih kalah bersaing dengan Singapura, Malaysia, Thailand di bidang sektor pariwisatanya. Pemberian peringkat didasarkan pada penilaian yang mencakup beberapa faktor yaitu kebijakan dan peraturan negara bersangkutan, pelestarian lingkungan, keselamatan dan keamanan, kesehatan dan kebersihan, prioritas pariwisata, infrastruktur transportasi udara, infrastruktur transportasi darat, infrastruktur pariwisata, infrastruktur Informasi dan Teknologi (ICT), daya saing harga, sumber daya manusia, afinitas untuk sektor pariwisata, sumber daya alam dan sumber daya budaya.

Upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia yaitu pada tahun 2008 Pemerintah Indonesia mulai menjalankan program yang bernama *Visit Year Indonesia* untuk meningkatkan kualitas dan pariwisata Indonesia. *Visit Indonesia Year* dalam rangka meningkatkan pariwisata Indonesia di dunia internasional pemerintah telah bekerjasama dengan Departemen Perhubungan. Untuk itu Departemen Perhubungan melakukan lima kebijakan di sektor transportasi udara sebagai upaya untuk mensukseskan *Visit Indonesia Year*. Lima kebijakan di sektor transportasi udara tersebut adalah meningkatkan frekuensi penerbangan nasional ke negara asal wisman. Liberalisasi angkutan udara di tingkat ASEAN, mendorong perusahaan nasional dapat bersaing di pasar regional, penerbangan charter dapat langsung ke Daerah Tujuan Wisata, serta memberikan kesempatan penerbangan asing untuk meningkatkan frekuensi penerbangan dari sumber wisman seperti Jepang, Malaysia, Australia, Taiwan, Korea Selatan, Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Belanda, dan mensinkronkan dengan rute domestik. Selain melakukan kerjasama dalam bidang transportasi, pemerintah Indonesia juga mulai meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan pada hotel-hotel berbintang. Hal ini untuk mendukung serta mempersiapkan fasilitas terbaik bagi para wisatawan. Karena untuk menciptakan sebuah daerah wisata ideal, jumlah akomodasi seperti hotel, pertokoan maupun restaurant harus seimbang dan memadai.

Akan tetapi, promosi yang dilakukan melalui *Visit Indonesia Year 2008* ini terkesan lebih difokuskan ke dalam negeri sendiri. Publikasi ke luar Indonesia terasa tidak sekuat promosi di dalam negeri. Akibatnya, publik luar negeri yang menjadi target potensial, justru luput dari bidikan. Terlebih lagi, program ini tidak

disertai dengan paket intensif bagi wisatawan yang berkunjung. Hal ini membuat Visit Indonesia sebagai barang dagangan lebih sulit untuk dijual.

Berbagai program pemerintah untuk meningkatkan kinerja kepariwisataan Indonesia sebagai sektor andalan pembangunan nasional terus dilakukan, antara lain dengan menyelenggarakan program *Visit Indonesia Year* yang dilaksanakan pada tahun 2009 dengan tema “Marine & MICE”. Penyelenggaraan MICE diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara, domestik, maupun mancanegara ke Indonesia untuk mengejar target jumlah kunjungan yang telah ditetapkan.

Dalam rangka mendukung program tersebut, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata telah menetapkan 13 destinasi MICE (meeting, incentive, convention, and exhibition) unggulan, yaitu Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Balikpapan, Medan, Batam-Bintan, Padang-Bukittinggi, Makassar, Manado, Palembang, Mataram, dan Bandung. Penetapan 13 destinasi MICE unggulan ini telah mendorong diselenggarakannya ratusan event nasional maupun internasional di Indonesia setiap tahunnya. Pada tahun 2008, di Indonesia telah diselenggarakan 400 event nasional dan 225 event internasional. Pada tahun 2009, sampai bulan April saja sudah mencapai 164 event nasional dan 181 internasional.

Pada tahun 2011 sendiri, Indonesia telah membuat Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025 (Indonesia. Perpres 2011, hlm 1). Selain telah melakukan upaya dari dalam negeri, Indonesia juga melaksanakan sejumlah *event MICE* dan *sport event* antara lain *SEA Games XVI* dengan pembangunan berbagai *venue* di Palembang, Sumatera Selatan. Selain itu, Indonesia juga telah melakukan upaya dengan melaksanakan sejumlah pertemuan ASEAN mulai dari berbagai tingkatan pejabatnya, mulai dari menteri, hingga kepala negara/kepala pemerintahan seperti KTT ASEAN, KTT ASEAN plus 3 dan KTT Asia Timur, yang juga dihadiri Presiden AS Barack Obama dan PM China Wen Jiabao. Indonesia juga berhasil menggelar pertemuan pariwisata, Konferensi Pariwisata Indonesia untuk membahas persoalan yang terkait destinasi, keterpaduan antara pusat dan daerah dan hal-hal yang terkait dengan industri pariwisata ini.

Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah Indonesia untuk mengedepankan daya saing sektor pariwisata. Meskipun begitu, pada tahun 2009 - 2011 peringkat daya saing pariwisata Indonesia masih tertinggal oleh Singapura, Thailand, Malaysia dan Brunei Darussalam. Baru pada tahun 2013, Indonesia dapat menaikkan posisinya menggeser Brunei Darussalam menjadi posisi ke-4 di ASEAN.

I.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat posisi kepariwisataan Indonesia (*The Travel Tourism and Tourism Competitiveness Index*) tahun 2009 - 2013 yang mengalami peningkatan dari tahun 2009 – 2011 Indonesia stabil pada peringkat ke-5 menjadi peringkat ke-4 pada tahun 2013, maka muncul pertanyaan: Bagaimana Upaya Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan daya saing sektor pariwisata Indonesia di kawasan ASEAN pada tahun 2011 - 2013?

I.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menjelaskan posisi Indonesia di ASEAN sektor Pariwisata di ASEAN.
- b. Untuk menganalisis upaya baik upaya internal maupun upaya eksternal yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia di bidang pariwisata pada tahun 2011-2013 sehingga mengalami peningkatan peringkat pada tahun 2013 di kawasan ASEAN.

I.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para peneliti yang memiliki minat pada permasalahan yang diangkat oleh penulis dan tulisan ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi.

a. Manfaat Praktis

Secara khusus tulisan ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan informasi bagi para mahasiswa Hubungan Internasional

pada khususnya mengenai kajian Upaya Pemerintah Indonesia, baik upaya internal maupun upaya eksternal dalam meningkatkan daya saing di Sektor Pariwisata Indonesia di ASEAN periode 2011 – 2013.

b. Manfaat Akademis

Dan secara akademis manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini adalah untuk memberikan informasi dan data di dalam jurusan Hubungan Internasional yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

I.5 Tinjauan Pustaka

Sektor Pariwisata telah mendapat perhatian yang cukup penting bagi beberapa negara di dunia belakangan ini. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa negara yang mengadakan kampanye untuk mengundang para turis mengunjungi negara mereka. Beberapa kampanye itu antara lain *Wonderful Indonesia* (Indonesia), *Incredible India* (India), dan lain-lain. Diperkirakan *World Tourism Travel Council* (WTC), presentase pemasukan dari industri pariwisata dunia akan mencapai 11% dari GDP dunia pada tahun 2014. Timur Tengah merupakan salah satu daerah yang mendapatkan keuntungan besar akibat perubahan ini. Pada tahun 2008, kedatangan turis pada daerah tersebut meningkat sebesar 16% dibandingkan rata-rata dunia yakni sebesar 6,9%. Di Indonesia, pendapatan dari sektor pariwisata pada tahun 2009 mencapai USD 6.000.000, yang mengalami peningkatan dari tahun 2000 yang hanya sekitar USD 4.975.000. Begitu pula dengan Malaysia, yang pada tahun 2009 mendapatkan USD 17.231.000, yang mengalami peningkatan signifikan dari tahun 2000 yang hanya sebesar USD 5.873.000. Peningkatan juga dialami oleh setiap negara ASEAN. Menyadari akan pentingnya sektor pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia telah membuat beberapa perencanaan mengenai pembangunan dan perkembangan sektor pariwisata untuk 2 dekade kedepan yang ditulis dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Tahun 2010-2025.

Menurut PP RI No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk pembangunan Kepariwisataan Tahun 2010-2025. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaa atau RIPPARNAS menjadi sangat penting, karena:

- a. Memberikan arah pengembangan yang tepat terhadap potensi Kepariwisataan dan sisi produk, pasar, spasial, sumber daya manusia, manajemen dan sebagainya sehingga dapat tumbuh dan berkembang secara positif dan berkelanjutan bagi pengembangan wilayah dan kesejahteraan masyarakat
- b. Mengatur peran setiap *stakeholders* terkait baik lintas sektor, lintas pelaku, maupun lintas daerah/wilayah agar mendorong pengembangan pariwisata secara sinergi dan terpadu.

Dari jurnal tersebut penulis dapat menyimpulkan dan menjelaskan bagaimana pentingnya sektor pariwisata bagi negara ASEAN. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan GDP yang dialami oleh negara ASEAN hingga mencapai 11%.

Sektor pariwisata merupakan sektor yang memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Dalam jurnal Analisis Daya Saing dan Permintaan Pariwisata Indonesia di Pasar ASEAN karya Anindita Sari 2013, menyebutkan bahwa aktivitas perdagangan jasa pariwisata telah memberikan sumbangan besar bagi pendapatan negara, terutama melalui penerimaan devisa dari wisatawan mancanegara (selanjutnya disebut wisman) dan melalui perluasan kesempatan kerja. Dalam dua dekade terakhir, pertumbuhan pariwisata di dunia maju dengan pesat. Berdasarkan studi oleh *World Travel and Tourism Council*, sektor pariwisata yang meliputi industri akomodasi, restoran, objek wisata, angkutan, dan jasa-jasa perjalanan wisata telah menjadi industri terbesar dunia dan pencipta lapangan kerja yang besar. Industri pariwisata di seluruh dunia diperkirakan menyumbang 3.8 triliun US\$ kepada produk bruto dunia dengan 262 juta lapangan kerja pada tahun 1997. Dalam satu dekade, angka tersebut tumbuh menjadi 7.1 triliun US\$ dengan 383 juta lapangan kerja. Pertumbuhan pariwisata meningkat hampir dua kali lipat lebih cepat dari produk bruto dunia.

Di Indonesia, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan sumbangan tertinggi terhadap perolehan devisa negara. Aktivitas

pariwisata merupakan salah satu bentuk ekspor perdagangan jasa, dimana sektor pariwisata merupakan satu-satunya sektor yang secara konstan memberikan kontribusi positif dalam neraca perdagangan jasa Indonesia. Sektor pariwisata juga merupakan satu-satunya sektor jasa yang termasuk dalam sepuluh komoditas ekspor dengan kontribusi terbesar terhadap penerimaan devisa negara. Dalam penelitian ini mengingatkan penulis pentingnya peranan sektor pariwisata terhadap perekonomian negara, kajian mengenai perdagangan jasa pariwisata menjadi hal yang penting untuk dilakukan. Dalam rangka mengembangkan pariwisata, diperlukan program yang terarah dan tepat untuk meningkatkan jumlah kedatangan wisman ke Indonesia. Analisis daya saing pariwisata Indonesia dapat menunjukkan potensi yang dimiliki oleh Indonesia untuk mengembangkan sektor pariwisata. Setelah mengetahui keunggulan yang dimiliki, diperlukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata internasional Indonesia untuk menentukan kebijakan yang dapat meningkatkan permintaan tersebut.

Selanjutnya, Dalam jurnal *Memanfaatkan Kerjasama Pariwisata ASEAN Untuk Mendorong Industri Pariwisata Indonesia* karya Suska dan Yuventus Effendi 2011, mengatakan bahwa Pertumbuhan pariwisata yang cukup menggembirakan di kawasan ASEAN mendorong kementerian pariwisata negara anggota ASEAN untuk meningkatkan kerjasama dalam hal pariwisata. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mengadakan forum untuk membahas strategi peningkatan kinerja pariwisata di ASEAN. Pada bulan Januari 2011 diadakan *ASEAN Tourism Forum* bertempat di Pnomppenh, Kamboja, yang merupakan acara rutin tahunan yang digelar dalam rangka meningkatkan kerjasama pariwisata di kalangan negara ASEAN.

ASEAN Tourism Forum (ATF) adalah kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan wilayah ASEAN sebagai salah satu tujuan wisatawan. Tujuan dari ATF adalah untuk:

- a. Mempromosikan ASEAN sebagai tujuan yang atraktif dan memiliki banyak sisi
- b. Menciptakan dan meningkatkan kesadaran bahwa ASEAN sebagai kawasan tujuan turis yang kompetitif di Asia Pasifik

- c. Menarik lebih banyak turis ke masing-masing negara anggota ASEAN atau kombinasi antar negara
- d. Mempromosikan perjalanan turis internal ASEAN
- e. Memperkuat kerjasama antar sektor dalam industri turis ASEAN.

Selain itu, ATF mempromosikan pertukaran ide, review perkembangan industri, dan memberikan rekomendasi untuk mempercepat pertumbuhan turis ASEAN. ATF juga mempersiapkan dasar untuk melakukan transaksi jual beli produk dalam skala regional dan individu negara-negara anggota ASEAN.

Berdasarkan data asal negara turis yang berkunjung ke ASEAN, menunjukkan bahwa negara asal masih didominasi oleh turis-turis yang berasal dari internal ASEAN sendiri dengan besaran persentase yang setiap tahunnya meningkat. Pada tahun 2007, internal ASEAN memiliki persentase sebesar 43,9% atau setara dengan 27,335 juta turis. Diluar ASEAN, Eropa menempati urutan kedua dengan persentase 10,5% atau setara dengan 6,566 juta turis. Pada tahun 2009, terdapat 30,851 juta turis (47,1%) berasal dari internal ASEAN dengan total turis sebanyak 65,437 juta orang. Pada periode tahun 2007 s.d. 2009, persentase negara asal turis tiga besar (ASEAN, Eropa, dan Jepang) selalu dalam urutan yang tetap. Sedangkan dari negara lain (Korea, Cina, USA, Australia, Taiwan, India, dan Hongkong) menunjukkan penurunan persentase. Sebagai salah satu negara yang memiliki kekayaan budaya dan potensi wisata alam yang cukup besar, kinerja pariwisata Indonesia terutama dalam hal kunjungan wisatawan mancanegara masih di bawah negara-negara tetangga yang tergabung dalam ASEAN.

Dalam jurnal ini membantu penulis untuk menyebutkan bagaimana kontribusi sektor pariwisata dalam perekonomian Indonesia. ASEAN *Tourism Forum* (ATF) merupakan kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan pariwisata. Dengan adanya keikutsertaan Indonesia yang bergabung dengan perogram tersebut merupakan salah satu langkah yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk memajukan posisi pariwisata Indonesia. Perbedaan yang terletak pada penelitian ini yaitu dalam jurnal ini hanya menyebutkan salah satu upaya pemerintah Indonesia untuk memajukan kepariwisataan Indonesia. Sedangkan penulis ingin menganalisis program apa saja

yang telah dilakukan pemerintah Indonesia baik upaya internal maupun eksternal pada tahun 2011 – 2013 sehingga Indonesia berhasil meningkatkan posisi peringkat Indonesia menjadi ke-4 pada tahun 2013 yang sebelumnya stabil menempati urutan ke-5 pada tahun 2011 – 2012.

I.6 Kerangka Pemikiran

I.6.1 Teori Daya Saing

Konsep daya saing berkaitan dengan aktivitas perekonomian dan hal itupun biasanya dipahami dalam kerangka pikir ekonomik. Konsep ini pada dasarnya menjelaskan upaya peningkatan *bargaining position* dalam rangka memaksimalkan pencapaian tujuan kita berhadapan dengan posisi dan tujuan pihak lain (Imawan 2002, hlm 1).

Teori daya saing terus berkembang sampai pada pemikiran Michael Porter yang menyebutkan bahwa definisi daya saing industri suatu negara tidak hanya dapat dipahami pada cerminan kesiapan keseluruhan institusi negara di dalam praktik industri dan ekonominya saja. Michael Porter juga menyebutkan suatu negara memperoleh keunggulan daya saing (*competitive advantage*) jika perusahaan (yang ada di negara tersebut) kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Perbedaan dalam nilai-nilai nasional, budaya, struktur ekonomi, institusi, dan sejarah semuanya memberi kontribusi pada keberhasilan dalam persaingan. Negara menjadi kompetitif melalui inovasi yang dapat meliputi peningkatan teknis proses produksi atau kualitas produk.

Daya saing kepariwisataan Indonesia berarti sejauh mana negara Indonesia mampu menunjukkan potensinya di bidang pariwisata untuk bersinergi dengan negara-negara ASEAN lain yang sedang berkembang. Kemampuan tersebut ditunjukkan lewat kesiapan Indonesia dalam mempersiapkan daya saing pariwisatanya. Menurut teori *Competitive Advantage* oleh Michael Porter, Daya saing merupakan suatu kata kunci menghadapi persaingan dan pasar. Untuk mengukur kesiapan daya saing yang dimiliki Indonesia dapat diukur dari teori tersebut. 'Faktor pembangunan menurut Michael E Porter meliputi *cost advantages, differentiation, bussiness linkages services, technolgy, infrastructures, human resources*' (Cho & Moon, 2003).

Seluruh kondisi tersebut memerlukan pendekatan yang ditunjukkan untuk meningkatkan keunggulan daya saing yang dimiliki Indonesia dalam daya saing pengembangan kepariwisataan. Michael E Porter menyebutkan bahwa *competitive advantage* membutuhkan faktor pembangun seperti:

a. Cost Advantages

Keunggulan atas biaya yang harus dikeluarkan dalam penyediaan produk dan layanan wisata merupakan faktor penting dalam membangun keunggulan kompetitif destinasi pariwisata. Didalamnya bergabung dengan berbagai faktor yang mampu mengembangkan kinerja destinasi seperti perencanaan, pengembangan produk wisata, pemasaran, pelayanan, serta harga. Dalam konteks pemerintahan, keunggulan biaya dapat dibantu dengan harmonisasi regulasi antara pemerintah pusat dan daerah yang terkait dengan insentif keuangan, penetapan tarif serta skema perpajakan atau retribusi.

b. Differentiation

Membedakan destinasi dan produk pariwisata merupakan fokus dalam mengembangkan keunggulan komparatif kepariwisataan. Suatu destinasi pariwisata harus mampu menjadi berbeda dengan pesaingnya ketika menghasilkan aksesibilitas, atraksi, yang unik dan berharga bagi wisatawan yang datang. Diferensiasi tidak selalu dilakukan dengan hanya menawarkan harga produk dan pelayanan yang lebih rendah.

c. Business Linkages

Mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan merupakan suatu proses integratif dalam membangun keunggulan kompetitif kepariwisataan. Hubungan yang dibangun bersifat vertikal dan horisontal serta saling terintegrasi satu sama lainnya.

d. Services

Pelayanan yang konsisten semenjak wisatawan tiba di pintu masuk (entry point), pada saat berada di destinasi pariwisata sampai dengan kepulangannya. Seluruh pihak yang terkait seperti administrasi bandara dan pelabuhan, petugas imigrasi, bea cukai dan karantina, supir taksi dan lainnya sehingga meninggalkan kesan yang dalam bagi wisatawan.

e. Infrastructures

Kondisi prasarana dan sarana pendukung kepariwisataan yang terpelihara dan beroperasi dengan baik juga merupakan faktor penting pembangun keunggulan kompetitif untuk destinasi pariwisata.

f. Technology

Penggunaan teknologi yang tepat dan mudah akan mampu memberikan dukungan bagi pelayanan kepada wisatawan yang datang selain mampu juga mendukung prose pengambilan keputusan dalam pengembangan, pengelolaan dan pemasaran destinasi pariwisata.

g. Human resources

Kompetensi sumber daya pelayanan manusia dan pembinaan kepariwisataan menjadi kunci penting bagi pelaksanaan berbagai faktor pembentuk keunggulan pariwisata.

Teori daya saing ini digunakan oleh penulis bagaimana konsep daya saing pariwisata Indonesia pada tahun 2013 yang dapat menaikkan peringkatnya menjadi peringkat ke-4 dari peringkat ke-5 yang bersaing dengan anggota negara ASEAN lainnya. Maka setiap negara-negara anggota ASEAN dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi agar dapat bersaing dengan negara-negara lain.

I.6.2 Pariwisata

Pariwisata merupakan perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan-pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktivitas dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pengembangan kepariwisataan Indonesia difokuskan kepada 7 minat khusus, yaitu (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2012) :

- a. Wisata budaya dan sejarah
- b. Wisata alam dan ekowisata
- c. Wisata olah raga rekreasi meliputi: menyelam, selancar, kapal layar, treking dan mendaki, golf, bersepeda, dan maraton
- d. Wisata kapal pesiar
- e. Wisata kuliner dan belanja

- f. Wisata kesehatan dan kebugaran
- g. Wisata konvensi, insentif, pameran dan even.

Pembangunan kepariwisataan Indonesia dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota yang meliputi perencanaan pembangunan industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan. Pembangunan kepariwisataan Indonesia merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang nasional.

I.7 Alur Pemikiran



Gambar 1 Alur Pemikiran

I.8 Metode Penelitian

I.8.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif karena penelitian ini berupaya untuk menelusuri bagaimana upaya Pemerintah Indonesia baik internal maupun upaya eksternal dalam meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia pada tahun 2011-2013.

Sumber data penelitian digunakan yaitu penelitian adalah kepustakaan seperti buku, artikel jurnal, surat kabar, majalah, dan beberapa kajian pemerintahan yang

membahas tentang upaya Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di ASEAN sebagai referensi dalam penelitian ini. Disamping itu, penulis juga menggunakan data dari wawancara data penelitian yang dipakai dalam penulisan ini adalah data penelitian kualitatif yakni penulis mencoba mengolah data-data yang sebelumnya telah membahas permasalahan pariwisata Indonesia.

I.8.2 Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui data-data resmi pemerintah serta melakukan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh melalui literatur-literatur dari hasil riset sebelumnya seperti buku, artikel ilmiah dan jurnal.

I.8.3 Teknik Pengumpulan Data

- a. Teknik pengumpulan Data Primer menggunakan data-data resmi dalam menganalisis penelitian ini seperti dokumen-dokumen resmi pemerintah. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara mendalam dengan seorang narasumber yang dianggap menguasai dengan permasalahan yang telah di uraikan di atas. Target responden wawancara dalam penelitian ini adalah Pak Dadang, selaku Kepala Bagian Kerjasama Luar Negeri Kawasan ASEAN, Kementerian Pariwisata.
- b. Teknik pengumpulan Data Sekunder melalui studi pustaka (*library Research*) dengan bahan pustaka seperti buku, jurnal, surat kabar, bulletin, serta media internet untuk memperoleh data yang lengkap, akurat dan relevan.

I.8.4 Teknik Analisa Data

Data-data yang telah dikumpulkan akan dianalisa menggunakan teori sebagai panduan untuk mengintepretasikan data-data yang telah ada untuk kemudian disaring lagi sehingga mendapatkan data yang bisa digunakan dan sesuai dengan permasalahan yang dibahas didalam penelitian ini.

I.9 Sistematika Penulisan

Untuk memperjelas pemahaman terhadap skripsi ini, maka penulis akan membaginya berdasarkan sistematika berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, model analisis, kerangka teori, alur pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II POSISI SEKTOR PARIWISATA INDONESIA DI ASEAN

Menjelaskan bagaimana Sektor Pariwisata di ASEAN. Menjelaskan keunggulan dan kelemahan pariwisata Indonesia di *rank* yang diukur dari *Travel and Tourism Competitive Index*. Menjelaskan posisi Indonesia yang menempati urutan ke-4 di negara ASEAN dalam sektor Pariwisata.

BAB III UPAYA PEMERINTAH INDONESIA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING SEKTOR PARIWISATA

Membahas tentang bagaimana upaya-upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia baik internal, maupun eksternal dalam meningkatkan daya saing sektor pariwisata sehingga pada tahun 2013 Indonesia dapat menaikkan peringkat menjadi peringkat ke-4 di ASEAN.

BAB IV PENUTUP

Dalam bab ini, berisikan kesimpulan dan analisa penulisan dalam penelitian upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan daya saing

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN