

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

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 didalamnya, salah satunya adalah sektor pariwisata. Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan dalam usaha meningkatkan devisa dan meningkatkan perekonomian masyarakat.

Perkembangan pariwisata di Indonesia saat ini semakin pesat. Pada tahun 2014 lalu indeks daya saing pariwisata berada di ranking 70, naik menjadi ranking 50 pada tahun 2015 dan menduduki ranking 42 dunia pada tahun 2017. Selain itu, pariwisata juga mampu menjadi penyumbang Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan tenaga kerja. Sektor pariwisata mendapat peringkat ke tiga sebagai penyumbang devisa nasional, sebesar sekitar USD 14,2 juta setelah batu bara dan minyak kelapa sawit pada tahun 2017. Hal tersebut merupakan salah satu bukti bahwa pariwisata di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat baik di dalam maupun di luar negeri (Laporan Akuntabilitas Kinerja Pariwisata, 2017).

Pariwisata telah menjadi fokus bagi Indonesia dalam pengembangan pembangunan, ini terbukti dengan dibuatnya regulasi terkait kebijakan pembangunan kepariwisataan dan ekonomi kreatif tahun 2015 pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015 – 2019, dengan menargetkan wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia mencapai 20 juta orang pada tahun 2019 (Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata, 2016). Pariwisata dianggap punya keunggulan mengingat mayoritas berada di sektor jasa. Selain itu, pariwisata merupakan komoditas yang paling berkelanjutan dan menyentuh hingga ke level paling bawah masyarakat. Tidak hanya itu, setiap tahun sektor pariwisata menunjukkan performa yang positif karena terus menanjak. Grafiknya sangat kontras bila dibandingkan dengan komoditas lain, seperti minyak, gas, batu bara serta kelapa sawit yang terus merosot.

Pada tahun 2015 penerimaan devisa Indonesia yang didapat dari beberapa sektor antara lain migas sebesar USD 18 Miliar, batu bara sebesar USD 14 Miliar, pariwisata menyumbang sebesar USD 12 Miliar, kelapa sawit sebesar USD 16 Miliar (BPS dan Kementerian Pariwisata, 2015). Dari data tersebut dapat dilihat jika sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia. Namun jika dibandingkan dengan sektor lainnya, sektor pariwisata merupakan penyumbang devisa yang terendah. Namun demikian pemerintah tetap menjadikan sektor tersebut sebagai salah satu *core economy* Indonesia. Pada tahun 2018 penerimaan devisa Indonesia mengalami penurunan di beberapa sektor. Adapun sektor yang mengalami penurunan antara lain yaitu migas sebesar USD 13 Miliar, batu bara sebesar USD 10 Miliar, dan kelapa sawit sebesar USD 14 Miliar. Sementara sektor pariwisata mengalami peningkatan dengan menyumbang devisa sebesar USD 17 Miliar.

Melihat potensi yang ada pada sektor pariwisata, pemerintah Indonesia megupayakan berbagai kebijakan secara internal melalui pembangunan destinasi wisata, pembangunan industri pariwisata, dan pembangunan kelembagaan pariwisata. Sementara itu untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara pemerintah berfokus pada kebijakan pemasaran pariwisata nasional. Pemerintah melihat jika persoalan pariwisata Indonesia terletak pada promosi dan pengemasan, juga penataan kawasan pariwisata. Oleh sebab itulah, pemerintah akan meningkatkan kegiatan promosi dan penataan kawasan wisata. Dalam hal penataan kawasan pariwisata, pemerintah melakukan peningkatan sumber daya manusia, termasuk didalamnya penataan pedagang kaki lima (PKL). Selain melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia dan infrastruktur daerah kawasan wisata, pemerintah juga menjalin berbagai kerjasama pariwisata dengan berbagai negara. Kerjasama dilakukan dengan harapan agar negara – negara yang terlibat didalamnya dapat menghapuskan hambatan yang ada dalam sektor tersebut. Kerjasama juga diharapkan dapat melahirkan suatu kebijakan yang nantinya akan meningkatkan arus wisatawan baik pada tingkat regional maupun internasional.

Kebijakan merupakan salah satu upaya yang ditempuh negara dalam mencapai kepentingan nasionalnya, pada penulisan skripsi ini penulis akan membahas tentang kebijakan pariwisata. Kebijakan pariwisata merupakan faktor utama yang mendorong peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara. Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui

kebijakan pariwisata antara lain adalah meningkatkan kerjasama perdagangan, investasi dan pariwisata (*Trade, Touris, Investment / TTI*).

Kebijakan pariwisata Indonesia mengalami berbagai dinamika, pada masa orde lama pembangunan pariwisata belum menjadi perhatian pemerintah. Fokus pemerintah pada saat itu masih pada pembangunan dan pembenahan pada sektor pertanian dan industrialisasi. Selanjutnya pada masa orde baru kondisi sosial, ekonomi dan politik mulai tertata dengan baik. Pembangunan nasional pada masa itu mengacu pada Garis – garis Besar Haluan Negara (GBHN) yang ditetapkan oleh Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR). Di masa Orde Baru pembangunan pariwisata mulai mendapat perhatian pemerintah yang ditandai dengan dituangkannya kebijakan pembangunan kepariwisataan di dalam Pembangunan Jangka Panjang 25 tahun pertama yang dimulai tahun 1967/68 dan berakhir pada tahun 1998/99.

Namun berbeda dengan periode – periode sebelumnya, pada masa pemerintah Presiden Joko Widodo sektor pariwisata merupakan salah satu dari 4 sektor utama yang menjadi penyumbang devisa negara terbesar. Hal tersebut menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan Indonesia. Adapun kebijakan pariwisata pada masa pemerintahan Presiden Jokowi salah satu arah kebijakan dan strategi pariwisatanya adalah terkait dengan pemasaran pariwisata nasional yang didalamnya selain mencakup pemasaran wisata alam, wisata budaya serta terdapat juga wisata ciptaan. Wisata ciptaan adalah jenis pariwisata yang terdiri dari wisata MICE & event, wisata olahraga dan wisata kawasan terpadu.

Selain melalui promosi wisata, pemerintah Indonesia juga menggunakan *destination branding* untuk menarik minat wisatawan mancanegara. Branding “Wonderful Indonesia” berfokus pada 16 pasar internasional yang terbagi ke dalam 3 kategori yaitu pasar primer, pasar sekunder dan pasar tersier. Negara – negara yang termasuk ke dalam kategori pasar primer adalah Singapura, Malaysia, Australia dan Tiongkok (Badan Pengkaji dan Pengembangan Kebijakan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, 2014). Negara – negara yang masuk ke dalam kategori pasar primer adalah negara – negara yang notabene merupakan negara tetangga Indonesia. Dari keempat negara dalam kategori pasar utama, Singapura dijadikan fokus dalam penelitian ini.

Hubungan diplomatik Indonesia – Singapura sudah terjalin secara resmi pada tanggal 7 September 1967 melalui penandatanganan Joint Communique oleh Menteri Luar Negeri

Singapura S. Rajaratnam dan Menteri Luar Negeri Indonesia Adam Malik (National Library Board Singapura, 2014). Pada tahun 2017, Indonesia dan Singapura merayakan hubungan diplomatik kedua negara yang genap berusia 50 tahun. Hubungan diplomatik kedua negara dilatarbelakangi oleh kerja sama ekonomi yang kuat, sebagai mitra dagang terbesar Indonesia ke-5 setelah Tiongkok, Amerika, Jepang dan India.

Total perdagangan bilateral Indonesia – Singapura pada tahun 2016 mencapai USD 26,4 miliar. Sementara investasi Singapura di Indonesia pada tahun 2016 mencapai USD 9,2 miliar (1932 proyek), ini menjadikan Singapura sebagai investor asing terbesar dalam lima tahun terakhir. Selain itu Singapura juga menjadi kontributor wisatawan asing terbesar, dimana pada tahun 2015 total mencapai 1.519.430 orang atau naik 0,014% dari tahun sebelumnya (Kementerian Luar Negeri RI, 2017). Dan pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar USD 31 Miliar. Melihat kontribusi yang besar Singapura dalam sektor ekonomi Indonesia mendorong kedua negara terus meningkatkan hubungan dan kerjasama pada berbagai sektor.

Indonesia dan Singapura berkerja sama di berbagai bidang seperti pertahanan, kesehatan, lingkungan, kelautan, otomotif, makanan elektronik, tekstil, pariwisata dan sektor lainnya. Salah satu sektor yang menjadi fokus bagi kedua negara adalah sektor pariwisata. Perjanjian antara Indonesia dengan Singapura mengenai kerja sama dalam bidang pariwisata telah ada semenjak era Presiden Soeharto (tahun 1994). Tidak berhenti sampai disitu saja, pada bulan Mei 2010 Indonesia dan Singapura membentuk tujuh *working groups* pada *Leader's Retreat* 2010, yang mana salah satu dari tujuh *working groups* tersebut berfokus pada sektor pariwisata. Selanjutnya pada bulan November 2016, empat *Memorandum of Understandings* (MoUs) telah ditandatangani dihadapan Presiden Joko Widodo dan Perdana Menteri Singapura, Lee Hsien Loong. Adapun sektor kerja sama yang menjadi fokus kedua negara antara lain, pariwisata, *hospitality* dan infrastruktur. Komitmen Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan sektor pariwisata dengan Singapura dilatarbelakangi oleh kontribusi negara tersebut. Pada tahun 2017, Singapura menjadi negara *top 3* dalam penanaman modal asing pada sektor pariwisata Indonesia.

Grafik 1.1

Negara Teratas Dalam Penanaman Modal Asing (PMA) Sektor Pariwisata Indonesia

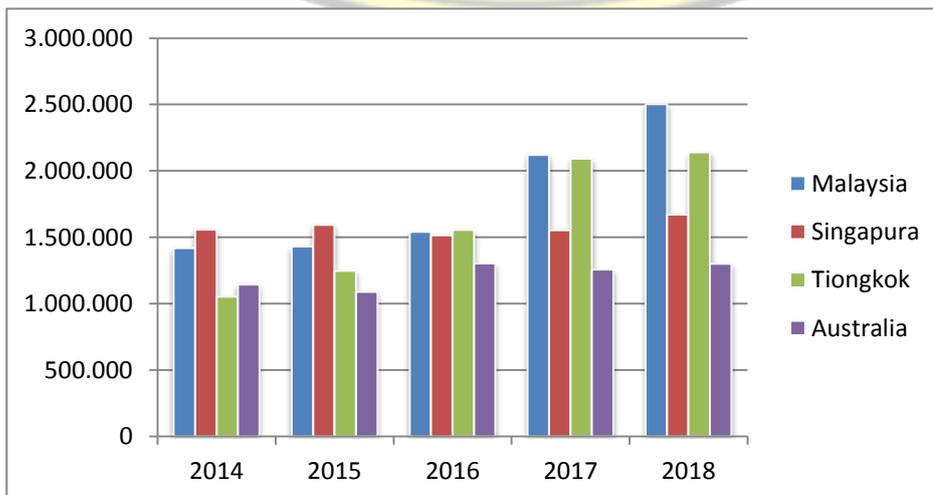


(Sumber: Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2017, data diolah penulis).

Selain menjadi investor penanaman modal asing terbesar dalam sektor pariwisata, Singapura juga merupakan salah satu negara penyumbang wisatawan terbesar di Indonesia. Pada tahun 2014 wisatawan Singapura merupakan penyumbang wisatawan terbesar mengalahkan negara Malaysia, Tiongkok dan Australia dengan menyumbang sebesar 1.559.044 juta wisatawan. Selain itu pada tahun 2015, Singapura kembali menjadi penyumbang wisatawan terbesar bagi Indonesia dengan tingkat kunjungan mencapai 1.594.102 juta wisatawan (Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, 2019).

Grafik 1.2

**Negara Penyumbang Wisatawan Tebesar Sektor Pariwisata Indonesia
Periode 2014 - 2018**

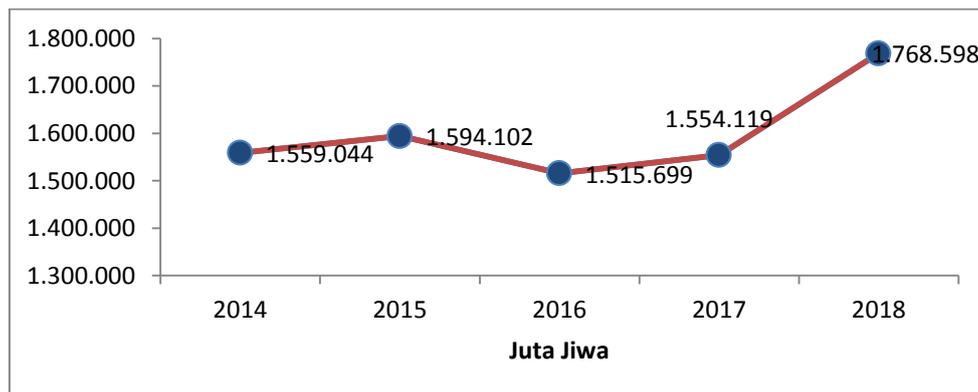


(Sumber : Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, data diolah oleh penulis)

Sebagai negara penyumbang wisatawan terbesar Indonesia, yang mana posisinya berada dibawah Malaysia dan Tiongkok namun diatas negara Australia. Hal itulah yang mendorong pemerintah Indonesia gencar dalam mempromosikan pariwisata di negara Singapura karena melihat potensi pasar yang dimiliki negara tersebut.

Grafik 1.3

Tingkat Kunjungan Wisatawan Singapura yang Ke Indonesia Periode 2014 – 2018



(Sumber : Badan Pusat Statistik RI, data diolah oleh penulis)

Berdasarkan grafik diatas, jumlah wisatawan Singapura yang ke Indonesia pada tahun 2018 mengalami peningkatan yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan tahun – tahun sebelumnya. Hal tersebutlah yang menjadikan Singapura dianggap sebagai negara yang strategis bagi sektor pariwisata Indonesia. Selain karena letak geografis yang sangat dekat, Singapura juga merupakan gerbang menuju “The World Next Door” Indonesia. Dalam artian Singapura merupakan penghubung barat – timur, utara – selatan, dan tenggara – barat laut. Oleh karena itu kebijakan – kebijakan terkait dengan pariwisata harus senantiasa proaktif dan dilakukan secara berkesinambungan dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara terutama wisatawan Singapura.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat disimpulkan jika Singapura adalah pasar yang potensial bagi pariwisata Indonesia. Jika dilihat dari data yang telah dipaparkan kunjungan wisatawan Singapura cenderung stabil dan menunjukkan citra yang positif, hal tersebut tidak terlepas dari kebijakan pariwisata Indonesia yang memiliki peran aktif dalam meningkatkan sektor tersebut. Berangkat dari fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk mengkaji tentang kebijakan pariwisata Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Singapura periode 2015 – 2018.

I.2. Rumusan Masalah

Penelitian yang berkaitan dengan hubungan Indonesia – Singapura memiliki jangkauan yang sangat luas baik dari aspek politik, ekonomi, pemerintahan, budaya maupun pertahanan dan keamanan. Skripsi ini memfokuskan pada konteks kebijakan Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Singapura pada periode 2015 – 2018. Dalam penelitian ini, penulis merumuskan masalah yaitu :

- Bagaimana implementasi kebijakan pariwisata Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Singapura periode 2015 – 2018 ?

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan pariwisata Indonesia terhadap kunjungan wisatawan Singapura periode 2015 – 2018.
- b. Untuk menjelaskan upaya serta program – program yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Singapura periode 2015 - 2018.
- c. Untuk menganalisis mengenai kebijakan pariwisata melalui program – program yang dilakukan pemerintah Indonesia dan pengaruhnya terhadap jumlah wisatawan Singapura periode 2015 – 2018.

I.4. Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan:

- a. Manfaat Akademik :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat mengenai gambaran mengenai hubungan bilateral dan kebijakan pariwisata Indonesia di Singapura dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan Singapura periode 2015 -2018.

- b. Manfaat Praktis :

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi mengenai program – program yang dilakukan Indonesia melalui instrumen promosi di Singapura pada periode 2015 – 2018 dengan data – data yang diperoleh.

I.5 Sistematika Penulisan

Dalam menjelaskan penelitian ini penulis menjabarkan melalui sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang penjabaran mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tinjauan pustaka, kerangka konsep , alur pemikiran dan asumsi.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai pendekatan penelitian, jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HUBUNGAN INDONESIA DAN SINGAPURA PADA SEKTOR PARIWISATA

Bab ini akan menjelaskan mengenai dinamikan hubungan Indonesia dan Singapura serta kerjasama pariwisata yang dilakukan oleh kedua negara.

BAB V : KEBIJAKAN PARIWISATA INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN PARIWISATA MELALUI BEREBAHAI PROGRAM DI SINGAPURA PERIODE 2015 - 2018

Bab ini akan berisikan mengenai program – program promosi wisata Indonesia yang dilaksanakan di Singapura serta akan menjelaskan mengenai keikutsertaan Indonesia dalam program wisata yang diselenggarakan oleh pemerintah Singapura.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran penulis berdasarkan penjabaran dan analisa yang terkandung dalam bab – bab sebelumnya. Kesimpulan dan saran diharapkan dapat menjawab pertanyaan penelitian yang diangkat oleh penulis.