

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut United Nation World Tourism Organization (UNWTO), pariwisata didefinisikan sebagai fenomena sosial, budaya dan ekonomi yang mensyaratkan perpindahan orang ke negara-negara atau tempat-tempat di luar lingkungan biasa mereka untuk pribadi atau bisnis / profesional. industri pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi yang paling dinamis dan paling cepat berkembang di dunia.

Terletak di wilayah tropis dengan iklim yang nyaman dan beragam sejarah, atraksi budaya, terkait warisan, dan ekologi, negara bangsa di Asia Tenggara telah menekankan pengembangan pariwisata melalui pembentukan National Tourism Boards (NTB) atau kementerian pariwisata dan agen pariwisata lainnya untuk memanfaatkan sumber daya pariwisata dan industri. Sektor swasta, dengan kondisi yang menguntungkan diciptakan oleh pemerintah lokal dan nasional, telah menjadi aktif dalam mengeksplorasi dan memperluas peluang bisnis di sektor pariwisata. Akhir dari Perang Dingin dan kebangkitan kembali kerjasama internasional dan gerakan manusia lintas batas dan pesatnya perkembangan globalisasi dan regionalisasi telah berkontribusi pada pengembangan industri pariwisata yang kuat. Pariwisata diakui sebagai salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Itu membawa peluang dan tantangan utama bagi negara-negara di Asia dan Pasifik. ASEAN telah menjadi salah satu tujuan wisata paling menarik di dunia. Dengan upaya pemerintah daerah dalam mengintegrasikan sektor pariwisata untuk menjadi bagian kerjasama regional dan pengembangan sosial ekonomi, pariwisata kini telah muncul sebagai salah satu kebijakan nasional dan regional utama untuk ASEAN (Chheang, 2013).

Pariwisata adalah kegiatan ekonomi dan pembangunan yang telah lama berdiri di Asia Tenggara datang kembali ke abad kesembilan belas (Hitchcock, *Tourism in Southeast Asia: Challenges and New Directions*, 2009). Industri pariwisata Asia Tenggara, dengan potensi

keanekaragaman pariwisata yang sangat besar telah meningkat pesat dan diperkirakan akan terus tumbuh. Pariwisata telah menjadi salah satu industri yang berkembang di Asia Tenggara. Pemerintah Asia Tenggara mencoba mempromosikan industri pariwisata sebagai bagian dari sumber devisa mereka yaitu penyedia pendapatan dan pekerjaan. Hampir semua negara di Asia Tenggara bisa dianggap sebagai negara berkembang pariwisata yang secara aktif menerapkan publik-swasta kemitraan sektor untuk pengembangan pariwisata. Pariwisata umumnya diyakini sebagai Industri terkemuka di Asia Tenggara dan sangat dipromosikan oleh berbagai negara anggota ASEAN (Hitchcock, *Tourism in Southeast Asia*, 1993). Pariwisata di Asia Tenggara adalah hasil dan cerminan dari kolonialisme masa lalu. Citra Asia Tenggara sebagai ruang wisata umumnya dikembangkan oleh kekuatan kolonial. Ini dikembangkan bersama dengan kapasitas teknologi transportasi di akhir abad kesembilan belas dan awal abad kedua puluh. Namun, itu terganggu oleh konflik dan perang regional. Setelah perdamaian dan stabilitas dipulihkan pada pertengahan 1980-an, terjadi perkembangan di perhotelan dan pengembangan pariwisata muncul kembali dan tumbuh luar biasa di Asia Tenggara. Asia Tenggara kaya akan produk pariwisata mulai dari ekowisata hingga budaya dan pariwisata warisan. Selain itu, jelajah juga merupakan salah satu produk wisata penting di Asia Tenggara, terutama untuk Singapura, Malaysia, Indonesia, Filipina, Thailand dan Vietnam (Chheang, 2013).

Penurunan ekonomi global pada 1980-an setelah krisis minyak pada 1970-an memaksa pemerintah di ASEAN untuk mencari sumber lain dari penerimaan devisa melalui cara yang berbeda, di antaranya pariwisata dianggap sebagai industri utama (Walton, 1993). Pariwisata telah muncul sejak akhir 1980-an sebagai salah satu sektor ekonomi utama di mana wilayah memiliki keunggulan komparatif dan yang dapat dengan cepat mendapatkan mata uang asing. Industri pariwisata dapat membantu mendiversifikasi basis pengembangan ekonomi kawasan dan mendorong dan mendukung industri dan layanan terkait lainnya untuk tumbuh secara bersamaan, seperti transportasi, katering, hotel, seni, dan produksi kerajinan tangan. Pengembangan infrastruktur bersama pariwisata dapat membantu proses industrialisasi dan modernisasi (Hitchcock, *Tourism in Southeast Asia*, 1993).

Sebagai negara anggota ASEAN, Indonesia termasuk salah satu negara yang memiliki kekayaan alam dan keragaman yang melimpah, di Indonesia tersedia beragam destinasi eksotis dan memukau. Tidak hanya wisata alam yang kaya, wisata budaya serta sejarah di Indonesia juga tidak kalah menarik. Ini karena Indonesia memiliki ratusan suku yang tersebar dari Aceh (Sabang) hingga Papua (Merauke). Hal tersebutlah yang menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara (KOMPAS, 2019). Sektor pariwisata masuk dalam Nawa Cita Jokowi Dodo dan Jusuf Kalla 2014-2019 sebagai sektor prioritas pembangunan. Bagi Indonesia sendiri pariwisata sebagai penyumbang PDB, Devisa, dan Lapangan kerja yang paling mudah dan murah (Presiden RI). Berdasarkan data kementerian pariwisata, devisa dari sektor pariwisata pada tahun 2015 menempati urutan keempat sebagai penyumbang devisa terbesar yaitu 169 triliun. Pariwisata mampu berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian suatu negara baik dalam konteks nasional maupun daerah dengan menciptakan lapangan pekerjaan yang berkorelasi pada menurunkannya angka pengangguran, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan devisa negara. Dari seluruh rangkaian oportunitas di atas, maka dapat dinyatakan pengelolaan industri pariwisata secara optimal dapat berdampak positif dan konstruktif.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan dalam Pasal 4, “bahwa tujuan Kepariwisataan antara lain untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengatasi pengangguran, menghapus kemiskinan, melestarikan alam, mempererat persahabatan antar bangsa, memajukan kebudayaan dan mengangkat citra bangsa”. Dengan demikian diharapkan mampu mewujudkan prospek pariwisata Indonesia kedepannya yang lebih menjanjikan.

Grafik 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Malaysia ke Indonesia Tahun 2013 – 2015



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2016 (diolah oleh penulis)

Sebagai Negara anggota ASEAN, Indonesia masih tertinggal dengan Negara anggota lain seperti Thailand, Malaysia, dan Singapore. Tiga Negara tersebut kunjungan wisatawan mancanegaranya sudah sampai lebih dari 20 juta, sedangkan Indonesia masih berada di sekitar jutaan sampai belasan juta. Malaysia merupakan Negara yang memiliki letak geografis yang berdekatan dengan Indonesia dan masuk sebagai salah satu Negara yang wisatawannya paling banyak di Indonesia, seperti yang terlihat pada grafik 1.1 hampir setiap tahun wisatawan Malaysia ke Indonesia selalu mengalami peningkatan tetapi peningkatannya tersebut tidak sesuai target yang ditetapkan oleh Pemerintah Indonesia. Pada tahun 2013 Indonesia menargetkan wisatawan Malaysia sebesar 1,4 juta tetapi yang tercapai hanya 1,3 juta wisatawan. Di tahun 2014 Indonesia menargetkan 1,5 juta tetapi yang tercapai hanya 1,4 juta wisatawan. Kemudian tahun 2015 Indonesia menargetkan 1,7 juta wisatawan dan yang tercapai hanya 1,4 juta wisatawan Malaysia (Kemenpar, 2015).

Indonesia mempunyai target dalam kunjungan wisatawan mancanegara dan Negara yang menjadi target dalam meingkatkan kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia adalah adalah Malaysia. Karena Malaysia termasuk salah satu dari negara Asean yang kunjungan wisatawannya paling banyak di Indonesia, selain itu Malaysia juga sebagai negara tetangga yang berdekatan dengan Indonesia, hal tersebut semakin memudahkan wisatawan Malaysia untuk datang ke Indonesia karena selain transportasi udara juga

terdapat transportasi laut dan darat. Untuk transportasi laut sebagian besarnya antara Sumatera dan Semenanjung Malaysia, sebagian kecilnya antara Kalimantan Utara dan Sabah. Kemudian perlintasan darat yang menghubungkan kedua negara ini terdapat di Entikong (Indonesia) dan Tebedu (Malaysia). Terkait dengan perbatasan Indonesia dan Malaysia, Masalah utama Pariwisata Lintas Batas adalah jarak yang jauh dari pusat kota dan mereka cenderung memiliki fasilitas yang sangat terbatas. Jarak jauh dan fasilitas terbatas baik itu jalan atau telekomunikasi memberikan kontribusi negatif kepada kunjungan wisatawan. Dalam rangka mengatasi keterbatasan pariwisata lintas batas dan untuk menarik lebih banyak pengunjung, daerah perbatasan pasti sangat membutuhkan fasilitas yang lebih baik sebagai kebutuhannya untuk produk pariwisata lain yang dapat menarik pengunjung.

Wisata Perbatasan yang mulai tumbuh di Indonesia memiliki beberapa kesamaan masalah yaitu jarak jauh dari pusat kota dan fasilitas yang terbatas seperti, jalan dan akses komunikasi yang berimplikasi pada tidak banyak orang-orang yang datang untuk mengunjungi pariwisata perbatasan. Bahkan belum banyak wisatawan domestik yang tertarik untuk mengunjungi perbatasan pariwisata yang cenderung primitif dan tidak menawarkan hal-hal khusus kecuali label menjadi batas daerah perbatasan negara. Entah itu adalah wilayah perbatasan Indonesia dan Malaysia, Indonesia dan Papua Nugini, atau Indonesia atau Timor Leste, area ini memiliki fasilitas publik yang minimum. Namun, pembangunan jalan, komunikasi, dan pos-pos daerah perbatasan telah memberikan perubahan positif di wilayah perbatasan Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Kementerian Pariwisata Indonesia berusaha memecahkan masalah keterbatasan tersebut dalam hal kondisi geografis dan fasilitas publik yang dihadapi pariwisata perbatasan dengan menyelenggarakan beberapa event seperti festival sebagai bentuk promosi di wilayah perbatasan. Festival ini memainkan sebuah peran penting dalam industri pariwisata baik sebagai aset dan produk pariwisata (Waldemar, 2013). Motivasi utama bagi orang untuk melakukan perjalanan adalah tidak hanya untuk mendapatkan hiburan dari perjalanan itu sendiri tetapi mereka juga cenderung dapatkan pemahaman baru dan rasakan suasana yang berbeda. Administrasi sebuah festival di kawasan perbatasan diharapkan bisa menjadi

daya tarik tersendiri bagi mereka yang suka perjalanan budaya, khususnya Cross Border Tourism.

Karena kurang tereksposnya wilayah perbatasan, sehingga banyak wisatawan mancanegara yang tidak mengetahui akan potensi yang dimiliki wilayah perbatasan. Hal tersebut berdampak pada kurangnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di perbatasan. Pemerintah ingin lebih memperkenalkan wilayah perbatasan dengan melakukan berbagai promosi sehingga wilayah perbatasan tidak lagi terbelakangi dan membuat wisatawan mancanegara tertarik untuk mengunjungi perbatasan. Kementerian Pariwisata memiliki strategi pemasaran utama yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara yaitu Super Extra Ordinary Effort di dalamnya mencakup Border Tourism (Pariwisata Perbatasan). Kementerian Pariwisata mengatakan Border Tourism merupakan cara yang efektif untuk mendatangkan wisatawan mancanegara dari Negara-negara tetangga. Pertama, negara tetangga ini bukan hanya secara fisik atau geografi, memiliki jarak fisik yang dekat (proximity) karena lebih mudah, cepat, dan murah menjangkau destinasi Indonesia. Kedua, adanya kedekatan dari sisi emosional, misalnya karakteristik budaya dengan Indonesia sehingga tidak terlalu sulit untuk didatangkan. Adapun implementasi strategis pada program border tourism, yaitu melalui program joint promotion salah satunya event crossborder (Kementerian Pariwisata, 2018).

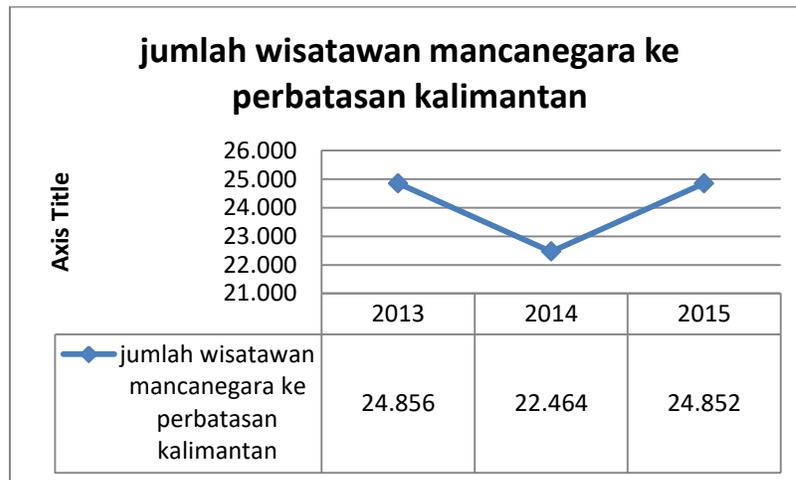
Kementerian Pariwisata menyelenggarakan event crossborder di perbatasan atau lebih dikenal dengan Cross Border Festival, Cross Border Festival di Indonesia dikelola oleh Kementerian Pariwisata dilakukan dengan konser musik, bazaar, masakan dan sejumlah olahraga acara-acara seperti pacuan kuda dan motorcross. Sejumlah besar turis baik wisatawan domestik dan pengunjung dari negara tetangga datang untuk menikmati Cross Border Festival. Pemerintah Indonesia memiliki strategi untuk menarik wisatawan Malaysia ke Indonesia yaitu dengan Cross Border Festival.

Grafik 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Perbatasan Kalimantan Tahun 2013-2015

Pryma Yunisa, 2020

DIPLOMASI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MALAYSIA MELALUI CROSS BORDER FESTIVAL TAHUN 2016-2019

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Hubungan Internasional
www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id



Sumber: Badan Pusat Statistik, 2016 (diolah oleh penulis)

Kunjungan wisatawan mancanegara ke daerah perbatasan terbilang masih relatif rendah. Jika dilihat dari grafik diatas dari tahun 2013-2014 peningkatannya masih rendah. Bahkan di tahun 2014 mengalami penurunan kunjungan wisatawan mancanegara yang cukup banyak hingga 2000 lebih. Pemerintah Indonesia ingin lebih meningkatkan lagi kunjungan wisatawan Mancanegara ke wilayah perbatasan Kalimantan dengan melakukan promosi dengan Cross Border Festival dan wisatawan Malaysia menjadi target utama sebagai penyumbang wisatawan paling banyak karena kedekatan letak geografis antara Kalimantan dan Malaysia. Kemudian Pemerintah Indonesia ingin lebih meningkatkan lagi kunjungan wisatawan Malaysia ke Indonesia karena di tahun 2013 – 2015 kunjungan wisatawan Malaysia tidak mencapai target yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia. Cross Border Festival diharapkan mampu meningkatkan angka kunjungan wisatawan Mancanegara di wilayah perbatasan, secara kumulatif mampu menambah jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia, karena pemerintah Indonesia juga memiliki target 20 juta wisatawan mancanegara pada tahun 2019.

Dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan pada pembahasan diplomasi Indonesia dalam meningkatkan wisatawan Malaysia ke Indonesia serta untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke wilayah perbatasan melalui pengenalan Cross

Border Festival dan juga sebagai bentuk promosi Kebudayaan Indonesia. Alasan penulis memilih Cross Border Festival karena Festival tersebut diselenggarakan di wilayah perbatasan dan diharapkan Cross Border Festival mampu menarik perhatian wisatawan mancanegara khususnya wisatawan Malaysia. Kemudian alasan penulis memilih Malaysia karena pada tahun 2013 – 2015 wisatawan Malaysia yang datang ke Indonesia tidak mencapai target yang ditetapkan oleh pemerintah Indonesia dan Kementerian Pariwisata ingin lebih meningkatkan lagi kunjungan wisatawan Malaysia ke Indonesia. Kemudian pemerintah Indonesia juga memiliki target 20 juta wisatawan mancanegara pada tahun 2019 dan strategi pemasaran utama kementerian Pariwisata yang dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara yaitu Super Extra Ordinary Effort di dalamnya mencakup Border Tourism (Pariwisata Perbatasan) dengan menyelenggarakan event Crossborder di wilayah perbatasan diharapkan mampu mencapai target tersebut.

1.2 Rumusan masalah

Merujuk pada latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka yang menjadi perumusan masalah adalah :

Bagaimana Diplomasi Indonesia Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Malaysia Melalui Cross Border Festival?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, memahami dan menjelaskan Diplomasi yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan wisatawan Malaysia melalui event yaitu Cross Border Festival.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan :

a. Manfaat Akademik :

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat serta informasi mengenai hal-hal di bidang Hubungan Internasional, khususnya Diplomasi Publik dan Cross Border Tourism.

b. Manfaat Praktis :

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai Diplomasi Indonesia dalam meningkatkan wisatawan Malaysia melalui Cross Border Festival.

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 merupakan bagian pembuka dari penelitian ini dan menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II membahas mengenai literature review, kerangka pemikiran yang menyangkut dengan teori dan konsep, alur pemikiran, dan juga asumsi penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III menjelaskan tentang jenis dari penelitian yang akan digunakan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV PERKEMBANGAN PARIWISATA INDONESIA

Bab IV menjelaskan tentang perkembangan pariwisata Indonesia secara umum, perkembangan pariwisata di perbatasan Kalimantan serta potensi pariwisata di perbatasan kalimantan.

BAB V DIPLOMASI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN MALAYSIA MELALUI CROSS BORDER FESTIVAL

Bab ini akan berisi tentang analisa penulis mengenai penggunaan Cross Border Festival sebagai diplomasi untuk menarik wisatawan mancanegara, khususnya Malaysia dengan melihat peran dari Cross Border Festival tersebut.

BAB VI KESIMPULAN

Bab VI berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan, serta saran dari penelitian ini.