

STRATEGI PEMERINTAH INDONESIA DALAM MENINGKATKAN INDUSTRI PARIWISATA INDONESIA MELALUI *VISIT INDONESIA YEAR (VIY) 2008*

Abdul Hafiz Gustiawan¹

Pembimbing : Drs. Tri Joko Waluyo, M.Si

Email : zifahabdul@gmail.com

Buku : 10 Website : 11 Jurnal : 2

Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Alamat : Kampus Widya Km. 12,5 Simpang Baru - Pekanbaru

Abstact:

This research aims to determine about how the Indonesian government strategy especially the Ministry of Culture and Tourism in developing the tourism industry in Indonesia with the aim to attract foreign tourists so that they can compete with other countries, especially in the region of Southeast Asia and to improve the economy of Indonesia. author tries to describe and explain the strategy for the tourism industry meningkatkan through the Visit Indonesia Year 2008. Sources to be presented in this research is secondary sources.

Sources were obtained through literature review, other books, internet, etc. The sources analysis isqualitative analisis. This research uses the theory of foreign policy with the concept of national interest which form the basis for working out a strategy. using state actors, using theory to explain how the strategy to increase tourism in Indonesia

The Conclusion of this research is the Indonesian government strategy to improve the tourism industry through the Visit Indonesia Year 2008 has been successfully improve foreign tourists coming to Indonesia and Indonesia to promote economy.

Keyword : Strategy, Visit Indonesia Year, Tourism and Foreign Policy

¹ Mahasiswa Program SI Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau (Abdul Hafiz Gustiawan, 2013).

I. PENDAHULUAN

Pembangunan dibidang pariwisata merupakan salah satu sektor yang tidak dapat dipisahkan dari pembangunan nasional terkait dengan pembangunan ekonomi dan sektor lainnya. keberhasilan dunia pariwisata nantinya akan turut menentukan keberhasilan pembangunan nasional suatu negara. Pariwisata adalah salah satu model industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan mengaktifkan sektor produksi lain dalam negara penerima wisatawan.² Segi lain dari pariwisata hendaknya dilihat dari sudut pandang negara penerima wisatawan. Dalam hal ini pariwisata hendaknya dipandang sebagai sebuah industri yang turut member andil dalam pembangunan sosial dan ekonomi, baik negara tersebut dikatakan sudah maju ataupun berkembang.

Pariwisata penting bagi negara karena menghasilkan devisa dan menggerakkan ekonomi lokal. Beberapa musibah terjadi sejak tahun 2004 dan kabut tersebut menyelimuti perkembangan dunia pariwisata di Indonesia. Pada akhir tahun 2004 terjadi tsunami di Aceh, pada tahun 2005 terjadi bom Bali dua, lalu berturut-turut terjadi musibah gempa di Jogjakarta dan di Sumatera Barat. Musibah yang terjadi di daerah unggulan pariwisata Jogjakarta, Bali, dan Sumatera Barat berakibat angka kunjungan wisatawan mancanegara turun. Angka kunjungan terlihat membaik pada tahun 2006 yang lebih baik dari kunjungan pada tahun 2005, dan angka kunjungan pada tahun 2007 lebih baik dari tahun 2006. Oleh karena di 2006 dan 2007 tak ada kejadian musibah dan situasinya kondusif, angka kedatangan wisatawan mancanegarapun membaik. Dengan modal kunjungan wisatawan mancanegara yang baik pada tahun 2006 dan 2007, dan persepsi luar negeri yang sangat baik tentang Indonesia, lalu pada tahun 2008 kita mantap menetapkan kembali *Visit Indonesia Year (VIY) 2008* yang sesungguhnya sudah pernah ada dicanangkan.

Program ini merupakan program yang dijalankan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata yang merupakan unsure pemerintah dipimpin oleh Menteri yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden serta mempunyai tugas membantu Presiden dalam menyelenggarakan sebagian pemerintahan di bidang kebudayaan dan pariwisata. VIY 2008 ditetapkan dengan Surat Keputusan Menteri Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat nomor 26/KEP/MENKO/KESRA/VIII/2007 pada tanggal 16 Agustus 2007 tentang *Visit Indonesia Year 2008*, yang bertujuan untuk mengoptimalkan promosi mengenai kondisi yang menarik wisatawan dan para pelaku ahli bisnis internasional agar mengunjungi dan melakukan kegiatan bisnis dan investasi di Indonesia. Momen penting yang dipakai untuk meluncurkan VIY 2008 adalah 100 tahun kebangkitan bangsa. Dengan VIY 2008 tersebut, maka ditetapkan target ideal optimis kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2008 sebanyak 7 juta, adapun target moderat 6,5 juta dan target rendah pesimistik sebanyak 6 juta.

Permasalahan yang dirasa adalah minimnya dana promosi pariwisata ke luar negeri. Anggaran promosi pariwisata hanya sebesar USD 20 juta lebih kecil dibanding Malaysia yang memiliki anggaran USD 80 juta. Indonesia tidak bisa menayangkan iklan di TV seperti Malaysia

² Frans Gromang. *Manajemen Kepariwisataaan*. Pradnya Paramita. 1992. Hal 3

dengan iklan “Malaysia Truly Asia” di CNN setiap jam sekali. Berbagai masalah lain yang harus dihadapi mulai dari kondisi keamanan sampai bencana alam yang hampir terjadi diseluruh provinsi di Indonesia seperti tahun 2008 sebagai tahun kunjungan Indonesia dengan mengambil momentum peringatan 100 tahun kebangkitan nasional. Melalui program Visit Indonesia Year (VIY) yang merupakan program promosi pariwisata Indonesia khususnya untuk mengenalkan objek-objek wisata dan budaya yang tersebar diseluruh Indonesia kepada dunia internasional yang dicanangkan oleh pemerintah Indonesia sebagai salah satu strategi pemerintah untuk meningkatkan pariwisata Indonesia sehingga dapat menarik wisatawan mancanegara.

II. PEMBAHASAN

Penyusunan Strategi dan Kerjasama Pemerintah Indonesia Dalam Rangka Mensukseskan Program Visit Indonesia Year (VIY) 2008

Meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana prasarana serta fasilitas obyek wisata

1. Destinasi pariwisata unggulan

Untuk meningkatkan kualitas serta kuantitas pariwisata Indonesia, diperlukan adanya akselerasi pengembangan destinasi pariwisata di daerah, untuk kemudian ditetapkan menjadi destinasi pariwisata unggulan. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata hanya memfasilitasi daerah untuk konsultasi dan koordinasi pengembangan daerah wisata. Untuk prioritas dan fokus pengembangannya serta skema dukungan alokasi dananya dari APBD pemerintah provinsi dan pemerintah kabupaten masing-masing. Sehubungan dengan adanya otonomi daerah, semua kebijakan bukan lagi menggunakan sistem *top-down* tapi dari bawah ke atas. Dengan demikian ada stimulasi yang disinergikan antara pusat, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten, dan dukungan lintas sektoral, apabila destinasi unggulan ini telah berjalan, diharapkan akan mempercepat pembangunan pariwisata daerah tersebut, dan secara tidak langsung meningkatkan kualitas dan kuantitas pariwisata daerah dalam mendukung pemerintah Indonesia dalam upaya meningkatkan pariwisata Indonesia. Karena berdasarkan data yang diperoleh selama ini 94 % kunjungan wisman masih ke Jawa dan Bali, Untuk itu potensi daerah lain diluar Jawa dan Bali harus lebih dioptimalkan. Berdasarkan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No.PM 37/UM.001/MKP/07) tentang Kriteria dan Penetapan Destinasi Pariwisata Unggulan Tahun 2007 dijelaskan bahwa dalam rangka mendorong akselerasi pengembangan destinasi pariwisata di daerah menjadi destinasi unggulan akan dilakukan secara bertahap, sesuai dengan potensi dan atau kapasitas dari masing-masing daerah. Adapun indikator penentuan pengembangan Destinasi Pariwisata Unggulan adalah daya tarik, fasilitas (pariwisata dan umum), aksesibilitas, potensi pasar, dukungan masyarakat, posisi strategis pariwisata dalam pembangunan daerah, serta rencana induk pembangunan pariwisata daerah (RIPPDA).

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan suatu forum konsultasi dan koordinasi dalam bentuk rapat kerja. Rapat kerja ini, untuk melakukan pamantapan pola perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata unggulan antar Pemda Tingkat I dan II dengan Depbudpar secara efektif dan sinergis dalam rangka peningkatan daya saing destinasi pariwisata. Tahun 2008 pemerintah (Depbudpar) mengalokasikan dana anggaran sebesar Rp 103,57 miliar untuk 10 destinasi pariwisata unggulan. Jakarta, Surabaya, Bandung, Yogyakarta, Batam, Medan, Makassar, Manado, Bukittingi, dan Semarang. Tahun 2007 alokasi anggaran untuk

pengembangan 5 destinasi pariwisata unggulan tahap pertama sebesar Rp 79,5 miliar. Dalam menetapkan sepuluh destinasi pariwisata unggulan itu terbagi dua tahapan. Tahap pertama tahun 2007 adalah Sulawesi Utara, Sulawesi Selatan, Sumatera, Barat, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur. Tahap kedua Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Kepulauan Riau, Kalimantan Timur, dan Papua Barat. Pemerintah menyatakan bahwa setiap destinasi pariwisata memiliki kemampuan untuk berkembang sesuai dengan kondisi dan karakteristik sumber daya yang dimiliki. Penetapan sebagai destinasi pariwisata unggulan dimaksudkan untuk menstimulasi agar pariwisata di provinsi itu tumbuh dan berkembang dengan cepat. Sehingga pemerintah daerah dapat saling bahu membahu dan saling mendorong untuk perkembangan pariwisata daerah pada khususnya dan perkembangan pariwisata Indonesia pada umumnya, yang akan membawa keuntungan bagi daerah dan Negara. Dengan adanya destinasi pariwisata unggulan akan lebih mempermudah bagi wisatawan untuk mengenal lebih jauh dan mengunjungi daerah-daerah obyek wisata yang ada dan tersebar diseluruh propinsi di Indonesia. Penetapan destinasi pariwisata unggulan tersebut berdasarkan Peraturan kebudayaan dan pariwisata No.PM37/UM.001/MKP/07 dan Peraturan kebudayaan dan pariwisata No.PM03/UM.001/MKP/08. Sebagai kriteria penetapan destinasi pariwisata-unggulan antara lain meliputi daya tarik, fasilitas (pariwisata dan umum), aksesibilitas. Potensi pasar, dukungan masyarakat, posisi strategis pariwisata dalam pembangunan daerah.

2. Transportasi

Dalam mendukung program *Visit Indonesia Year (VIY) 2008* dalam rangka meningkatkan pariwisata Indonesia di dunia internasional pemerintah telah bekerjasama dengan departemen perhubungan. Untuk itu Dephub melakukan lima kebijakan di sektor transportasi udara sebagai upaya untuk mensukseskan *Visit Indonesia Year (VIY) 2008*, 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 (DTW), 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 itu upaya peningkatan frekuensi penerbangan dalam rangka penambahan kapasitas seat pesawat terus dilakukan mengingat aksesibilitas udara ini sangat besar pengaruhnya bagi kunjungan wisman ke Indonesia. Tercatat sekitar 57,75% wisatawan menggunakan moda angkutan udara 42,63% laut dan 0,62% darat. Untuk sektor transportasi udara Departemen Perhubungan telah membuka 27 bandara internasional yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, salah satunya adalah dibukanya bandara internasional Hasanudin Makasar yang baru beroperasi 4 Agustus 2008 yang lalu, juga beberapa bandara yang berada di Sumatera yang mulai beroperasi sebagai bandara internasional

Departemen Perhubungan juga telah melakukan upaya peningkatan *Air Traffic Agreement* dengan negara-negara mitra wicara, sehingga dalam konteks kapasitas, ketersediaan seats angkutan udara cukup memadai. Dengan penambahan Maskapai penerbangan diantaranya adalah penambahan penerbangan Lion Air sebanyak 60 pesawat baru jenis Boeing 737-900 yang dibeli langsung dari Amerika Serikat seharga US\$50 juta per unit dengan rute pertama yang akan dilayani pesawat baru tersebut adalah Jakarta-Yogyakarta PP karena rute ini paling favorit dibandingkan wilayah lain di Indonesia. Disamping itu Lion Air juga telah menggarap pasar regional ke Ho Chi Minh, Vietnam mulai 18 April 2008 melalui Singapura, yang merupakan

bagian dari ekspansi mereka ke kawasan Asia dan Asia Timur, termasuk Australia. Selain Lion Air, Garuda dan Merpati, departemen kebudayaan dan pariwisata juga melakukan kerjasama dengan perusahaan penerbangan Air Asia dengan peluncuran perdana tiga rute baru Air Asia yaitu; Pekanbaru, Singapura, Makassar-Kuala Lumpur, dan Manado-Kuala Lumpur. Menurut rencana penerbangan perdana tersebut akan dilaksanakan pada 25 Juli 2008 di Makassar dengan rute Kuala Lumpur-Makassar. Sementara itu untuk melayani perjalanan wisatawan pada zona wisata di kota-kota yang memiliki akses internasional, selain tersedia angkutan udara negara, pada kondisi tertentu dapat diberikan ijin untuk menggunakan *extra flight* dan *charter flight*.³

Di sektor transportasi darat, Departemen Perhubungan telah dan sedang berupaya untuk meningkatkan kondisi infrastruktur secara bertahap antara lain telah dilaksanakan pembangunan terminal antar negara di Pontianak, termasuk penyediaan subsidi operasi untuk pelayanan angkutan perintis sebanyak 169 bus slap operasi dan pengadaan bus perintis ukuran sedang sebanyak 30 unit. Dan memberikan prioritas pembangunan sarana dan prasarana angkutan jalan termasuk terminal transportasi jalan antar negara. Bahkan Tiga negara yaitu Indonesia, Malaysia, dan Brunei Darussalam sepakat menunjuk perusahaan operator bus mereka masing-masing untuk melayani rute Pontianak (Indonesia)-Kuching (Malaysia) – Bandar Seri Begawan (Brunei Darussalam). Pembukaan rute baru cross border (lintas batas) ini merupakan realisasi dari kesepakatan BIMP-EAGA (Brunei-Indonesia-Malaysia-Philippine – East ASEAN Growth Area).

Untuk merealisasikan kesepakatan tersebut Indonesia telah menunjuk perusahaan bus Damri untuk melayani rute Pontianak-Kuching-Bandar Seri Begawan, ibukota Brunei, pada 1 September 2008, sedangkan Brunei Darussalam menunjuk operator bus JPS. Kedua perusahaan ini nanti akan sama-sama mengoperasikan rute Pontianak-Kuching-Bandar Seri Begawan pada 1 September 2008. Pengoperasian bus rute antar negara ini memang sudah menjadi keinginan negara terkait, yakni Indonesia, Malaysia, dan Brunei untuk meningkatkan arus barang dan penumpang, termasuk pertumbuhan ekonomi di kawasan tersebut. Di sektor perkeretaapian, telah dikembangkan paket wisata kereta api uap bergerigi jalur Ambarawa-Jambu- Bedono, mengoperasikan kereta wisata dari berbagai stasiun di Jabodetabek untuk tujuan Taman Impian Jaya Ancol pergi/ pulang, serta secara bertahap membuka kembali layanan angkutan kereta api di Sumatera Barat guna mendukung pertumbuhan negara pariwisata dari Padang-Sawahlunto.

Selanjutnya pada pariwisata laut bahari tercatat bahwa demand untuk wisata bahari dengan menggunakan kapal pesiar intensitasnya masih rendah, walaupun demikian wisata bahari tersebut memiliki potensi untuk dikembangkan pada masa depan. Oleh karena itu, untuk angkutan laut kebijakan umum Departemen Perhubungan difokuskan pada pembangunan fasilitas pelabuhan bagi kapal pesiar maupun kapal perorangan yang sekaligus dapat ikut menstimulasi pengembangan potensi wisata. Untuk wilayah terpencil atau daerah tertinggal, Perhubungan melakukan program keperintisan transportasi yang meliputi angkutan darat, angkutan laut dan angkutan udara yang dapat dimanfaatkan untuk aksesibilitas menuju kawasan wisata. Sebagai contoh dewasa ini angkutan udara perintis di Papua telah dimanfaatkan untuk tujuan wisata budaya, dimana pada wilayah-wilayah tertentu diselenggarakan angkutan udara perintis dengan frekuensi penerbangan 2-4 kali, sedangkan untuk wisata pantai atau wisata bahari juga dapat dimanfaatkan angkutan perintis laut yang melayani beberapa rute di kawasan teluk Cenderawasih termasuk juga di Kabupaten Raja Ampat. Dengan ditingkatkannya

³Diakses dari <http://www.budpar.go.id/page.php?ic=511&id=4104> diakses Pada Tanggal 8 Nove,ber 2013

transportasi pemerintah berharap hal tersebut akan mempermudah para wisatawan mancanegara untuk mengunjungi Indonesia.

3. Akomodasi

Selain peningkatan dalam bidang transportasi, beberapa jumlah hotel juga mulai meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanannya, beberapa hotel dan fasilitas pendukung yang diharapkan juga beroperasi di 2008 seperti, Gedung Empire Palace di Jl. Blauran yang menyediakan ruang pameran berskala besar dan Gedung Gramedia Expo di Jl. Basuki Rachmat, dalam tahap pembangunan. Sedikitnya empat hotel baru dengan total 616 kamar siap meramaikan persaingan hotel bintang lima di Surabaya sehingga kompetisi pariwisata di kota itu ke depan semakin ketat. Empat hotel baru yang kini sudah siap mendulang rupiah dan dollar AS sebagian sudah melakukan soft opening, seperti Hotel Aryaduta di komplek City of Tomorrow 266 kamar, Paragon, jln. Mayjen Sungkono yang semula apartemen kini menjadi hotel, 230 kamar, Town Square, An. Brawijaya memasok 120 unit.

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. Jika tidak hal ini akan menjadi kendala dan hambatan dalam upaya meningkatkan pariwisata. Terbukti pada tahun 2008 ini berbagai hotel berbagai propinsi seperti Sumatera, Jawa dan Bali mengalami kenaikan akibat meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan, Tingkat hunian kamar (okupansi) hotel berbintang di 14 Daerah Tujuan Wisata (DTW) di tanah air pada bulan April 2008 mencapai rata-rata 49,07%, naik tipis 0,44 poin dibanding bulan sebelumnya Maret 2008, pada bulan Juli 2008 rata-rata mencapai 52,37% atau mengalami kenaikan sebesar 2,20 poin dibanding bulan Juni 2008 sebesar 52,37%. Sementara itu okupansi tertinggi, dari 14 Daerah Tujuan Wisata (DTW) di tanah air, terjadi di Bali. Pada Juli 2008 rata-rata mencapai 68,13% atau mengalami peningkatan 0,23 poin dibanding bulan sebelumnya Juni 2008 sebesar 67,90%. Sementara bulan Agustus 2008 jumlah kunjungan wisman mencapai 599.506 atau tumbuh sebesar 5,67% dibanding bulan Juli 2008 sebesar 567.364 wisman. Karenanya pihak manajemen hotel menggelar berbagai acara dan fasilitas menarik untuk dapat menarik para wisman dan mendorong naiknya jumlah wisman yang datang.

4. Pengembangan Tenaga Professional

Tenaga-tenaga yang professional sangat dibutuhkan dalam upaya melayani wisatawan. Tenaga-tenaga professional disini meliputi para pengusaha-pengusaha dan para karyawannya yang memiliki kepentingan dan bidang pariwisata seperti usaha perhotelan dan restaurant, pertokoan souvenir, travel agency dan lain sebagainya. Dinas pariwisata melalui seksi pembinaan, sekolah-sekolah kepariwisataan, melakukan pembinaan dan pelatihan guna menciptakan tenaga kerja yang professional dibidang kepariwisataan. Dengan terciptanya tenaga kerja yang professional akan tercipta kondisi pariwisata yang memuaskan bagi wisatawan yang berkunjung. Hal ini karena para tenaga kerja dapat melakukan tugasnya sebagai tenaga kerja professional dengan baik. Hal ini sangat mempengaruhi kesan tersendiri bagi para wisatawan, dengan pelayanan yang ramah dan menyenangkan akan membuat para wisatawan betah dan akan menarik jumlah wisatawan yang lebih banyak lagi. Bahkan menteri kebudayaan dan pariwisata berharap agar pendidikan Pariwisata dapat diakui sebagai ilmu tersendiri, sehingga dapat mencetak lulusan sarjana strata satu dan S2, dan terus ditingkatkan serta mendapat perhatian khusus guna mencetak tenaga kerja yang professional.

5. Peningkatan layanan dan fasilitas

Untuk meningkatkan layanan dan mempermudah komunikasi, PT Telkom menambah jaringan speedy di sejumlah kota di kawasan timur Indonesia setelah Makassar, Denpasar, Manado dan Timika (Papua) sebagai kiat untuk menyukseskan tahun kunjungan wisata (*Visit Indonesia Year*) 2008. Layanan Speedy di PT Telkom Divre VII yang meliputi 13 provinsi hingga Januari 2008 baru menjangkau empat kota, namun untuk menyambut VIY 2008 jaringan internet diperluas ke sejumlah kota lainnya. Tempat-tempat strategis di kota besar akan dipasang jaringan internet untuk memberi kemudahan pelayanan kepada wisatawan menggunakan perangkat telekomunikasi tersebut. Karena itu, negara semua ruang negara di empat kota yakni Makassar, Denpasar, Manado dan Timika telah terpasang jaringan internet, termasuk di sejumlah kampus perguruan tinggi diantaranya, Universitas Hasanuddin (Unhas), Universitas Negeri Makassar (UNM), Universitas 45 Makassar, Universitas Sam Ratulangi Manado dan Universitas Udayana Denpasar. Selain itu, semua hotel bintang dan bandara di Makassar, Denpasar dan Manado serta beberapa pasar swalayan di kota tersebut juga telah tersedia layanan internet. Mengenai tingkat pertumbuhan pengguna speedy, peningkatannya cukup signifikan, sehingga diharapkan pada akhir 2008 jumlah pelanggan naik menjadi 31.000 dari yang ada saat ini sebanyak 9.714 pelanggan. Layanan Speedy akan merambah sejumlah kota lainnya pada 2008 di antara, Palu (Sulteng), Jayapura (Papua), Mataram (NTB), Kupang (NTT), Kendari (Sultra), Ambon (Maluku), Gorontalo, dan Ternate (Maluku Utara).

Selain itu, Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Jero Wacik juga mengoptimalkan “*Visa on Arrival*” (VOA) untuk 63 negara yang selama ini telah dibuka untuk menyukseskan program tahun kunjungan wisata Indonesia (VIY) 2008. Di contohkan, pintu layanan keimigrasian di Bandara Ngurah Rai Bali telah ditambah dari sebelumnya hanya 10 pintu menjadi 30 pintu untuk mempermudah dan mempercepat layanan bagi wisatawan mancanegara

Sebelumnya, Dirjen Pengembangan Destinasi Pariwisata Depbudpar, Sambudjo Parikesit, mengatakan bahwa ada 11 negara tambahan setelah 52 negara yang akan mendapatkan fasilitas VoA. Kesebelas negara tersebut, yaitu Aljazair, Tunisia, Rumania, Lithuania, Panama, Libya, Latvia, Cheko, Slovakia, Fiji dan Slovenia. Penambahan negara penerima fasilitas VoA tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kemudahan kunjungan ke Indonesia, selain kemudahan visa untuk peserta MICE (*Meeting Incentive Convention and Exhibition*) dan wisatawan minat khusus.

Melakukan promosi bertaraf Internasional

1. Promosi melalui internet

Internet tidak semata-mata hanya merupakan temuan teknologi belaka, tetapi juga merupakan guru untuk mendidik manusia menemukan berbagai informasi (termasuk informasi pariwisata) yang diinginkannya, sehingga membuat hidup jauh lebih mudah (*to make life much easier*). Wisatawan kini tidak sabar menunggu informasi yang biasanya diberikan melalui biro jasa perjalanan ataupun organisasi lainnya. Mereka lebih senang mencari sendiri apa yang ada di benaknya sehingga mampu meyakinkan bahwa produk yang dipilihnya adalah yang terbaik. Hal ini menjadi sangat penting di industri pariwisata karena hal ini karena produk ataupun jasa yang diinginkan di sektor pariwisata tidak muncul ataupun “*exist*” pada saat transaksi berlangsung. Pada saat perjalanan wisata dibeli pada umumnya hanyalah membeli informasi yang berada di komputer melalui *reservation system* nya. Yang dibeli oleh wisatawan hanyalah “hak” untuk suatu produk, jasa penerbangan ataupun hotel. Berbeda dengan komoditas lainnya seperti TV ataupun kamera, wisata tidak dapat memberikan *sample* sebelum keputusan untuk membeli dilakukan, *it cannot be sampled before the traveler arrives*. Keputusan untuk membeli pun

kebanyakan berasal dari rekomendasi dari relasi, brosur, atau Man diberbagai media cetak. Jadi sesungguhnya bisnis pariwisata adalah bisnis kepercayaan atau *trust*. Dengan adanya internet, informasi yang dibutuhkan untuk suatu perjalanan wisata tersedia terutama dalam bentuk World Wide Web atau Web. Konsumen sekarang dapat langsung berhubungan dengan sumber informasi tanpa melalui perantara.

Haruslah diyakini bahwa Web adalah saluran ideal dan alat yang ampuh untuk mempromosikan daerah tujuan wisata, dengan biaya yang sangat murah. Namun dalam berkompetisi ini yang harus diperhatikan, karena merupakan senjata utama kita, adalah kualitas dari informasi itu sendiri. Karena wisatawan akan mendasarkan keputusannya untuk mengunjungi suatu DTW atau obyek wisata hanya kepada berbagai informasi yang tersedia untuk mereka di Website, untuk mendukung program *Visit Indonesia Year 2008* departemen kebudayaan dan pariwisata telah meluncurkan situs resmi pariwisata Indonesia yaitu <http://www.my-indonesia.info>. Fitur yang diciptakan pada situs tersebut disamakan dengan situs pariwisata badan promosi dunia, untuk memudahkan para pemakai, seperti contact form, photo gallery, video gallery, calendar of of events. Informasi hotel mulai dari hotel berbintang sampai hotel yang kelas kecil yang tarifnya sekitar Rp50 ribu per malam juga dimasukkan dalam konten itu agar para wisatawan yang uangnya pas-pasan tetap dapat berkunjung ke Indonesia, Dengan demikian, informasi yang ditampilkan cukup lengkap, ada obyek-obyek tujuan wisata dan termasuk hotel-hotel berbintang lainnya.

2. Penyebaran brosur

Selain menggunakan internet promosi pariwisata Indonesia juga dilakukan dengan menyebarkan brosur-brosur yang berisikan tentang peta atau tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia. Biasanya brosur ini disediakan ditempat-tempat agen perjalanan wisata, selain itu penyebaran brosur ini biasanya juga dilakukan diluar negeri melalui kerjasama dengan berbagai pihak, seperti Kantor Kedutaan Besar Republik Indonesia yang ada diluar negeri melalui pameran-pameran yang diadakan di luar negeri, seperti di Jerman, Perancis, Amerika Serikat, Jepang, bahkan Mesir. Dengan demikian promosi *Visit Indonesia Year 2008* akan lebih efektif karena dapat menghemat waktu dan biaya serta lebih tepat sasaran. Melalui penyebaran brosur ini diharapkan akan menarik para wisatawan untuk datang ke Indonesia, sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisman serta meningkatkan pariwisata Indonesia.

3. Promosi melalui film dan musik

Sebagaimana saat ini perfilman Indonesia mulai bangkit dan aktif memproduksi film-film dalam negeri, seperti *ayat-ayat cinta*, *laskar pelangi*, dan masih banyak film-film lainnya yang tidak jarang diputar dibioskop bioskop di kawasan asia tenggara, seperti beberapa waktu lalu diadakan tiket gratis untuk masyarakat johor Malaysia, selain itu departemen kebudayaan dan pariwisata juga mengungkapkan bahwasanya film *Ayat-ayat Cinta* (AAC) digunakan sebagai media co-marketing untuk mempromosikan program *Visit Indonesia Year 2008* di kawasan Asia Tenggara antara lain Malaysia, Singapura, dan Brunei Darussalam. Hal ini dikarenakan sambutan masyarakat Malaysia sangat baik saat launching perdana di kuala lumpur.

Selain itu departemen kebudayaan dan pariwisata juga menghidupkan kembali penyelenggaraan Festival Film Indonesia (FFI) sebagai wujud perhatian pemerintah terhadap film nasional. Penyelenggaraan FFI tersebut berdampak positif terhadap pertumbuhan film nasional baik secara kualitas maupun kuantitas. Bila sebelumnya produksi film nasional Indonesia hanya beberapa judul film, kini menjadi ratusan judul film. Bahkan belakangan ini film-film tersebut sudah diekspor ke mancanegara di antaranya ke Singapura, Malaysia, serta

Filipina. Selain itu Indonesia juga telah berhasil menarik beberapa produser film terkemuka dari Eropa dan Asia untuk menggunakan Indonesia sebagai lokasi pengambilan adegan dan *shooting* film. Hal ini akan menjadi salah satu instrumen Indonesia untuk mempromosikan keindahan tanah air Indonesia melalui film-film Internasional.

Selain melalui film pemerintah juga melakukan promosi melalui musik, dimana banyak musisi-musisi Indonesia yang menggelar tour keluar negeri dan disambut baik, seperti Pertunjukkan musik Glenn Fredly di kota Appeldorn, Nijmegen, dan Den Haag Belanda selama sepekan (28 Maret sampai 4 April 2008). Yang digunakan sebagai ajang promosi Indonesia kepada dunia Internasional.

Selain itu Jakarta International Java Jazz Festival (JIJFF) yang diadakan di di Jakarta Convention Center, Sabtu, 8 maret 2008 yang juga sebagai ajang promosi pariwisata Indonesia melalui musik. Hal itu dianggap efektif karena para artis tidak hanya dari Indonesia tapi dari berbagai dunia – internasional.

4. Paket wisata

Pelaku bisnis pariwisata yang bergerak di bidang hotel dan restoran, biro perjalanan, airlines, serta konvensi dan pameran (MICE) telah menyiapkan paket wisata menarik dalam menyambut *Visit Indonesia Year* (VIY) 2008, Para pelaku industri pariwisata yang tergabung dalam asosiasi pariwisata seperti PHRI, ASITA, INCCA, dan INACA siap mendukung program VIY 2008 dengan membuat paket wisata lebih menarik dan kompetitif, paket wisata yang dijual tersebut dikemas lebih menarik dengan harga yang lebih kompetitif sehingga wisatawan akan merasakan suasana *Visit Indonesia Year* 2008.

Seperti halnya yang dilakukan oleh Konsorsium Wisata Indonesia (Kowindo) mengemas paket tur domestik ke 10 tujuan wisata untuk mendorong pergerakan wisnus atau wisman guna mendukung Tahun Kunjungan Ke Indonesia 2008. Konsorsium ini didukung 10 biro perjalanan wisata, termasuk perusahaan yang dipimpinya. Selain itu, Marintur, B Travel, Flyng Tour, Nuansa Pelangi, HSL Wisata, Palawi Tour, Pesona Cakrawala, Kopen Travel dan Saffanah Tour juga bergabung dalam Kowindo. Produknya adalah Minangkabau Highlands, Toba Dream, Batam Delight, Bintang Free & Easy, Bangka Nature, Belitung Spektakuler, Musi River Tour, Borobudur Attractions, Bali Holiday dan Lombok Enchanting dengan harga yang beragam Rp. 975.000 - Rp 2.295.000 per orang di luar harga tiket penerbangan.

Disamping itu untuk mempromosikan serta memasarkan pariwisata Indonesia, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia menandatangani Nota Kesepakatan Bersama dengan PT. Bank Danamon Indonesia Tbk. (Danamon), yang antara lain menetapkan American Express sebagai Official Card Partner untuk Program *Visit Indonesia Year* 2008. Dalam dukungannya, American Express dengan gembira menyampaikan tentang sejumlah program pra-keberangkatan dan pasca kedatangan wisatawan, berikut ini:

- Program Undian *Visit Indonesia Year* 2008.

Program ini khusus dikembangkan oleh Danamon dalam rangka VIY 2008 dengan maksud menciptakan antusiasme Anggota Kartu American Express dari luar negeri untuk berkunjung ke Indonesia dan Anggota Kartu American Express di Indonesia, mempromosikan Indonesia sebagai tujuan berlibur serta meningkatkan pembelanjaan di sektor pariwisata. 53 (lima puluh tiga) pasang wisatawan yang beruntung dari seluruh dunia (termasuk Anggota Kartu American Express di Indonesia) akan dapat menikmati perjalanan ke Bali atau Jawa Timur + Bali secara cuma-cuma. Termasuk di dalamnya adalah tiket pesawat pulang-pergi dari negara

asal, akomodasi mewah, perawatan spa, tur serta keuntungan-keuntungan lainnya - dipersembahkan oleh Danamon, Tugu Hotels Group, Inter Continental Bali Resort dan Smailing Tour. Program undian ini akan dipromosikan secara intensif melalui media cetak dan elektronik, baik di dalam maupun luar negeri.

- *Guide to Indonesia* Secara Cuma-Cuma.

Guide to Indonesia adalah buku panduan atau brosur untuk wisatawan yang akan diterbitkan setiap bulan dan dibagikan secara cuma-cuma mulai Mei 2008. *Guide to Indonesia* akan membantu usaha Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dalam mempromosikan pariwisata negeri ini dengan memberikan informasi tentang agenda kegiatan pariwisata, atraksi wisata, hotel, restoran dan perbelanjaan, diseluruh destinasi utama, seperti Medan dan Sumatera, Bintan dan Batam, Jakarta dan Jawa Barat, Yogyakarta dan Jawa Tengah, dan juga Manado dan Makasar. Paling tidak 20.000 (dua puluh ribu) eksemplar akan disebar di pintu-pintu masuk utama, hotel-hotel berbintang dan pusat-pusat wisata di Indonesia.

- Promosi Luar Negeri/ Program Pra-keberangkatan.

Serangkaian paket berlibur ke tujuan-tujuan wisata utama di Indonesia telah dikembangkan dan sedang dipromosikan ke Anggota Kartu di pasar-pasar utama, seperti Singapura dan Australia. Selain itu, tengah dibuat paket-paket berlibur menarik lainnya yang disesuaikan dengan perilaku dan kebutuhan Anggota Kartu American Express yang premium dari 20 (dua puluh) pasar di Jepang/ Asia Pasifik/Australia /New Zealand. Inisiatif ini - Program Traveller's Picks dilaksanakan oleh divisi Global Network Services American Express. Jalur komunikasi yang digunakan termasuk di antaranya situs, surat elektronik, direct mails serta lampiran di tagihan bulanan.

- Program *American Express SelectsSM*.

Untuk menyajikan pengalaman bepergian yang menyeluruh, American Express akan terus menerus menambah jumlah merchant yang berpartisipasi pada program ini, yang memberikan keistimewaan melalui berbagai pilihan penawaran dan penghematan yang menarik. Saat ini terdapat lebih dari 400 *merchant-merchant* terkemuka, termasuk hotel, restoran, butik, dan operator berpartisipasi di Program ini.

Promosi Diberbagai Negara

Dalam upaya meningkatkan pariwisata Indonesia, pemerintah melalui Visit Indonesia Year 2008 menggelar berbagai macam pameran dan juga event yang berskala internasional guna mempromosikan pariwisata Indonesia di dunia internasional, dengan begitu pemerintah berharap jumlah kunjungan wisman ke Indonesia dapat meningkat secara signifikan. Namun event yang dilakukan haruslah di luar dari negara Indonesia agar negara-negara lain juga dapat melihat secara langsung bagaimana kebudayaan dan pariwisata Indonesia.

1. Program *Visit Indonesia Year 2008* di Promosikan di *International Travel Fair Slovakia Tour 2008*

Program ini diluncurkan di pameran terbesar pariwisata *International Travel Fair (ITF) Slovakia Tour 2008*. Pemerintah Slovakia mendorong masyarakat Slovakia untuk mengunjungi Indonesia sebagai tujuan wisata unik dan eksotik yang tidak dimiliki oleh negara lain. Peluncuran dilakukan di Dubes RI Republik Slovakia Lutfi Rauf bersama dengan Presiden Asosiasi Agen Perjalanan Slovakia Stanislava Macko dan Dubes Izodor Pociatek mewakili Friends of Indonesia. Acara peluncuran ditandai dengan penampilan *logo Visit Indonesia Year 2008* dengan diiringi musik angklung dan dimeriahkan dengan Tari Piring dari Sumatera Barat

dan Tari Ngarojeng dari Betawi yang dibawakan oleh tujuh penari asuhan KBRI Wina. ITF Slovakia tour tahun ini dimanfaatkan untuk lebih meningkatkan pemahaman masyarakat Slovakia khususnya pelaku industri pariwisata setempat terhadap potensi besar pariwisata Indonesia. Sejauh ini sudah puluhan biro perjalanan di Slovakia yang menjual paket wisata ke Indonesia, antara lain biro perjalanan terbesar Satur dan Bubo Travel. KBRI Bratislava dalam misi sengaja mengusung tema wisata laut karena Slovakia adalah negara *Landlock* (terkurung batas daratan), sehingga masyarakat merindukan wisata laut.

2. Program *Visit Indonesia Year 2008* di Promosikan di Australia

KBRI Melbourne bersama dengan Departemen Kebudayaan dan Pariwisata telah meluncurkan program *Visit Indonesia Year 2008* dengan memanfaatkan momentum penyelenggaraan AIME (*Asia-pacific Incentives and Meetings Expo*) ke-16 di Melbourne pada tanggal 19-20 Februari 2008. AIME ini diliput oleh 50 media dari 10 negara termasuk stasiun TV swasta nasional SCTV. Selama acara turut dibagikan pula pin dan brosur *Visit Indonesia Year 2008*. Stand Indonesia diisi oleh Bali Discovery Tour, Garuda Indonesia Melbourne, Hotel Mulia Senayan, Jakarta Convention and Exhibition Bureau, Karma Resort Bali, Intercontinental Bali Resort dan Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.

Menurut *Australia Bureau of Statistic (ABS)* wisatawan Australia yang berkunjung ke Indonesia meningkat sebanyak 45,08% dari 194.746 wisatawan tahunan 2006 menjadi 282.516 wisatawan pada tahun 2007. Sementara Garuda Melbourne melaporkan terdapat lonjakan tahun 2007 sebesar 65%. Selain itu setiap ada kesempatan wawancara radio maupun televisi komunitas Indonesia, selain mempromosikan *Visit Indonesia Year 2008*, KBRI Melbourne juga mendorong peran serta masyarakat Indonesia di Melbourne untuk turut aktif mempromosikan hal ini kepada masyarakat Australia.

3. Program *Visit Indonesia Year 2008* di Promosikan di Spanyol

Program *Visit Indonesia Year 2008* yang dipromosikan di Spanyol sangat diminati oleh warga Spanyol. Hal ini dikemukakan pada acara Konferensi Pers yang digelar di KBRI Madrid bersama Depbudpar yang dihadiri sedikitnya 25 wartawan Spanyol dan kalangan industri wisata serta peminat wisata. Dirjen Pemasaran Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, Thamrin Bachri mempromosikan sedikitnya 100 even dan festival di daerah yang digelar seperti festival musik, kesenian, olahraga, kebudayaan MICE (*meeting, incentive, conference and exhibition*). Dirjen Pemasaran juga mengenalkan lima destinasi menarik di luar Bali antara lain Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Utara, Sulawesi Selatan, Papua Barat, Sumatera Utara dan Riau.

Ketua Asosiasi Jurnalis wisata Spanyol, Mariano Palacin dalam pertemuan dengan Dirjen Pemasaran mengemukakan keinginan asosiasi tersebut mengadakan kongres tahunan di Indonesia. Pilihan tepat kongres di Indonesia dirasa cocok dengan program *Visit Indonesia Year 2008*. Dirjen Pemasaran beserta 8 industri wisata Indonesia dan perhotelan berada di Madrid pada acara FITUR 2008 yang merupakan pekan wisata internasional terbesar setelah ITB Berlin.

4. Program *Visit Indonesia Year 2008* di Promosikan di Ukraina

KBRI Kyiv telah berpartisipasi dalam pameran pariwisata internasional XVII International Exhibition Crimea Resort Toursim 2008. Pada 27 Februari s/d 1 Maret 2008 bertempat di hotel Inturist Yaltan Crimea. Booth KBRI Kyiv seluas 6m² dan bertajuk "Republik Indonesia" menampilkan berbagai brosur pariwisata Indonesia film promosi, peragaan busana daerah Indonesia serta suguhan tari piring dari Sumatera Barat yang dibawakan anggota Sanggar Budaya KBRI Kyiv bekerjasama dengan Dharma Wanita Persatuan KBRI Kyiv. Selain itu booth KBRI Kyiv turut serta perusahaan swasta dari Bali PT. Balipartners Tours and Travel yang

khusus diundang guna menjelaskan kepada pengunjung berbagai masalah teknis pariwisata di Indonesia khususnya Bali.

Pameran pariwisata di Yalta diikuti 340 peserta sebagian besar in-bound tour operator Ukraina yang menjual paket wisata musim panas di Crimea perhotelan airline media massa pariwisata dan berbagai perusahaan terkait bidang pariwisata. Selama 3 hari pameran tercata sekitar 2000 pengunjung menghadiri pameran dan sekitar 3000 orang berkunjung ke booth KBRI Kyiv.

5. Program *Visit Indonesia Year 2008* di Promosikan di China

Indonesia melakukan promosi pariwisata di Shanghai, China bertema “Indonesia Tourism and Travel Fair” dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan China untuk datang ke sejumlah daerah di Indonesia. KBRI Beijing beserta Departemen Kebudayaan dan Pariwisata mengundang sejumlah pihak yang terkait pariwisata seperti industri perjalanan, agen dan biro perjalanan, pengusaha perhotelan dan penerbangan, beserta masyarakat yang berada di Shanghai. Acara tersebut menampilkan sejumlah potensi pariwisata yang ada di Indonesia yang memiliki keindahan alam serta obyek wisata yang menarik yang sangat layak dikunjungi wisatawan asal China. Pemerintah Indonesia melihat animo insane pariwisata Shanghai yang hadir sekitar 150 orang cukup besar untuk berkunjung ke Indonesia dan menilai Indonesia cukup layak untuk dikunjungi.

Sejumlah masukan yang disampaikan oleh pengusaha pariwisata Shanghai adalah agar Indonesia bisa aktif mengikuti *Shanghai Travel Mart* yang berlangsung setiap tahun, serta mengikuti lomba kendaraan hias bunga yang berlangsung tiap tahun. Hal ini juga perlu diperhatikan adalah promosi pariwisata Indonesia ke depan hendaknya jangan hanya menampilkan yang bersifat tradisional, tapi memasarkan dan menampilkan elemen modern, seperti wisata outbond yang banyak digemari para anak-anak muda karena wisatawan China yang datang ke Indonesia banyak anak muda dan mereka lebih menyukai wisata outbond seperti rafting dan arung jeram.

6. Program *Visit Indonesia Year 2008* di Promosikan di Belgia

Kegiatan promosi yang dilakukan di Belgia dikemas dalam Indonesia Travel Days (ITD) selama dua hari acara hasil kerjasama KBRI Brussel dengan biro perjalanan Van Ranterghem itu berlangsung di Brugge Travel Fair 2008, Belgia. Tercatat ada 22 biro perjalanan ikut ambil bagian. Menurut KBRI biro perjalanan dalam kehidupan modern sekarang ini tidak sekedar melakukan bisnis perjalanan, tapi juga memberikan preferensi dan pilihan ke mana berlibur yang mendapat perhatian pengunjung dan pers setempat. Secara khusus di lokasi ITD dimeriahkan pertunjukan gamelan Bali persembahan sanggar Kembang Nusantara asuhan Made Wardhana. Diselingi Tari Rantak, Topeng Jaipong dan Pendet oleh para penari Bali.

Dalam promosi ini tidak lupa pula dipasangnya poster besar yang merupakan langkah agresif dengan memanfaatkan sarana yang ada. Baliho raksasa yang berukuran 14,60 x 8,20 meter dipajang berdampingan dengan bendera merah putih sehingga menjadi perhatian publik dan warga Belgia yang melewati ruas jalan utama Brussel.

IV.4 Kerjasama dengan Negara-negara lain dibidang kebudayaan dan pariwisata

Selain mengadakan berbagai pameran dan *event* pemerintah juga melakukan kerjasama dengan negara-negara lain, salah satunya adalah kerjasama dalam bidang kebudayaan dan pariwisata:

- RI-RRC melakukan Kerjasama dalam Pelestarian Benda Cagar Budaya Bawah Air, dimana Indonesia maupun RRC merupakan dua negara yang kaya akan peninggalan benda cagar budaya bawah air, antara lain berupa kapal tenggelam tersebar di berbagai lokasi. Kapal tenggelam itu dalam pelayarannya di masa lampau membawa muatan (kargo) di antaranya berupa benda souvenir untuk hadiah para raja dari keramik, porselain, perak dan emas. Selain itu kerjasama juga dilakukan pada pelestarian situs purba *Pekinensis* dan *Phitecantropus Erectus* yang berada di sekitar Candi Borobudur dan Prambahan serta kawasan situs purba Sangiran, Jawa Tengah yang menjadi perhatian dunia karena di tempat itu ditemukan fosil tengkorak manusia purba tertua di dunia *homo erectus* usianya diperkirakan lebih dari 700.000 tahun. Kawasan situs Sangiran oleh pemerintah Indonesia diusulkan ke UNESCO menjadi warisan dunia (*world heritage*).
- Kerjasama yang dilakukan Indonesia- kamboja, menyusul terjalannya kerjasama pembentukan *sister temple province* (provinsi candi kembar) antara Provinsi Jawa Tengah dengan Provinsi Siem Reap Kamboja, menjadi hal sangat penting dalam rangka meningkatkan kunjungan wisman ke obyek wisata candi Angkor Wat dan Borobudur, kerjasama tersebut dalam bidang promosi, paket wisata, dan aksesibilitas penerbangan langsung dari Phnom Penh-Yogyakarta.
- Kerjasama RI - Brunei Darussalam dalam bidang kebudayaan. Salah satu isi kerjasama tersebut adalah Melakukan pertukaran, penelitian dan pengembangan bersama dalam bidang pendidikan, pelatihan dan jurnal jurnal, Melakukan pertukaran informasi kegiatan kebudayaan, pertukaran kunjungan pejabat dan ahli bidang kebudayaan.

III. SIMPULAN

Sektor pariwisata menjadi semakin diperhitungkan sebagai contributor penting dalam pertumbuhan ekonomi global. Tren global saat ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata rata-rata tumbuh sekitar 7% pertahun dan memberikan kontribusi sebesar 25%. Tren pertumbuhan pariwisata global tersebut tentunya akan memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah Indonesia dalam hal ini Departemen Kebudayaan dan Pariwisata dan pada tahun 2008 menargetkan dapat menjaring 7 wisatwan asing dengan total devisa sebesar 60 triliun. Namun demikian, daya saing pariwisata suatu negara sangat dipengaruhi oleh kapabilitas infrastruktur sektor transportasi, baik transportasi darat, laut maupun udara. Menurut penelitian Forum Ekonomi Dunia (WEF) daya saing pariwisata Indonesia pada tahun 2007 berada di peringkat ke 60 dari 124 negara sesuai dengan *The Travel And Tourism Index* (TTCI). Posisi tersebut jauh tertinggal dari negara-negara tetangga seperti Singapura yang berada di posisi ke-8, Malaysia di posisi ke-31 dan Thailand di posisi ke-34.

Munculnya berbagai peristiwa dan musibah yang melanda bangsa Indonesia selama tahun 1998 dimana awal gejolak krisis moneter dan beberapa tahun terakhir dimana banyak terjadi bencana alam dan keamanan yang tidak stabil akibat meledaknya bom di beberapa tempat di Indonesia hingga awal tahun 2007 sangat merugikan pariwisata, hal itu cukup besar pengaruhnya terhadap kunjungan wisman ke Indonesia. Peristiwa serangan teroris 11 September 2001 di Amerika telah menimbulkan prasangka negatif para calon wisatawan asing. Padahal saat itu, turis asing baru mulai kembali lagi mengunjungi Indonesia, setelah anjlok secara tajam, ketika krisis keuangan melanda Indonesia pada tahun 1998 yang pada saat itu jumlah turis 17% dan pendapatan anjlok hingga 36%. Penderitaan yang dialami Indonesia diperburuk dengan

pemberitaan *travel advisory*. Penerbitan peringatan ini sangat lumrah diterapkan oleh suatu negara karena menjadi kewajiban suatu pemerintah untuk mengingatkan warga negaranya yang akan berlibur ke suatu tempat. Musibah bencana alam seperti tsunami di Aceh, wabag flu burung, munculnya Bom Bali 2 membuat kunjungan wisman pada 2005 menurun menjadi 5 juta dari posisi sebelumnya yaitu 5,3 juta pada tahun 2004. Kondisi tahun 2005 berdampak terhadap target kunjungan tahun 2006 yang tercapai 4,8 juta wisatwan asing. Pada tahun 2006 masih muncul sejumlah peristiwa besar antara lain bencana gempa bumi di Yogyakarta serta tsunami di kawasan wisata pantai Selatan Jawa. Musibah tersebut berlanjut pada awal tahun 2007 yang mana Jakarta saat itu lumpuh karena banjir. Kemudian disusul dengan kejadian peristiwa kecelakaan transportasi darat, laut dan udara.

Berdasarkan data pusat, data statistik serta Departemen Kebudayaan dan Pariwisata pada tahun 2000, 2001, 2004 dan 2005 sempat menembus angka 5 juta wisman tetapi tentu saja masih jauh tertinggal dari ketiga negara tersebut (Malaysia, Singapura dan Thailand). Sementara itu jumlah wisman ketiga negara tersebut sudah terus melaju meninggalkan Indonesia. Keadaan tersebut membuat Indonesia semakin tertinggal jauh dari negara-negara tetangganya seperti Singapura, Malaysia dan Thailand dalam pengembangan sektor pariwisata. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisman dan mengejar ketertinggalannya, pemerintah Indonesia membuat suatu program bernama *Visit Indonesia Year (VIY) 2008*. Tahun kunjungan Indonesia (*Visit Indonesia Year 2008*) merupakan langkah atau program Pemerintah Indonesia dalam upaya meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia di tingkat nasional Maupun internasional.

Degan mengambil momentum peringatan 100 Tahun Kebangkitan Nasional. *Visit Indonesia Year 2008* dijadikan sebagai tonggak kebangkitan pariwisata Indonesia dengan mengoptimalkan promosi di dalam dan di luar negeri agar target kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 7 juta pada tahun 2008 dapat tercapai dengan total devisa 60 triliun. *Visit Indonesia Year (VIY) 2008* merupakan program *brand campaign*, sesuai dengan indikator keberhasilan program Depbudpar yang selalu mengutamakan *prinsip pro growth, pro job and pro poor* yang diharapkan setiap peningkatan kunjungan wisman dan pergerakan wisnus bisa menciptakan kesejahteraan yang lebih baik bagi masyarakat. Adapun strategi yang dilakukan pemerintah antara lain dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana prasarana serta fasilitas obyek wisata, meningkatkan promosi baik melalui internet, brosur, road show, film, musik serta mengadakan paket wisata bagi wisatawan, mengadakan pameran dan event yang bertaraf internasional, melakukan kerjasama dengan negara-negara lain dalam bidang kebudayaan dan pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Frans Gromang. *Manajemen Kepariwisata*. Pradnya Paramita. Jakarta. 1992

Mochtar Mas' oed. *Ilmu Hubungan Internasional, Disiplin dan Metodologi*. LP3ES. Edisi Revisi. Jakarta. 1990.

Holsti, KJ. *Politik Internasional. Suatu Kerangka Analisis*. Bina Cipta. Bandung. 1997

Christie C. Ronald Dalam RA Souriono. *Strategi Perumusan*. Yogyakarta. 1986.

- R. Soerapto. *Hubungan Internasional, Sistem, Interaksi dan Perilaku*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta : 1997.
- J. Frankel. *Hubungan Internasional*. Terjemahan ANS Bersaudara. Jakarta. 1990
- Jack C Plano, Roy Olton. *The International Relation Dictionary (Terjemahan Wawan Juanda) Third Edition*. England. Clio Press. 1982
- Negara dan Bangsa. Groiler Internasional. Jakarta. 1998
- Oka A. Yoeti. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Bandung. 1996
- Sedarmayanti. *Membangun Kebudayaan dan Pariwisata (Bunga Rampai Tulisan Pariwisata)*. Mandar Maju. Jakarta. 2005
- Jacob T. *Tragedi Negara Kesatuan Kleptokrasi*. Yayasan Obor. Jakarta. 2004

Website :

- Membangun Indonesia. <http://www.explore-indo.com>. Pada Tanggal 30 Oktober 2013
- Santosa, Setyano. Pengembangan Pariwisata Indonesia. http://kolom.pacific.net.id/ind/setyanto_p_santosa/artikel_setyanto_p_santosa/pengembangan_pariwisata_indonesia.html. Pada tanggal 30 Oktober 2013
- Koordinasi Pariwisata. <http://data.menkokesra.go.id/content/koordinasi-pariwisata>. Pada Tanggal 28 Oktober 2013
- Diakses dari http://www.datastatistik-indonesia.com/component/option.com_tabel/kat,1/idtabel,111/task_menu/Itemid,906/ Pada Tanggal 20 Oktober 2013
- Diakses dari <http://wikipedia.com>. diakses Pada Tanggal 20 Oktober 2013
- Dikases dari <http://www.budpar.go.id/page.php?ic=511&id=4191>. diakses Pada Tanggal 20 Oktober 2013
- Diakses dari http://www.kadin-indonesia.or.id/en/berita_isi.php?news_id=771&title=KADIN+INDONESIA%3A+Untuk+Pengembangan+Kepariwisata+Masih+Memerlukan+Pengkajian. Pada Tanggal 6 Desember 2013
- Diakses dari http://venuemagz.com/indek2.php?option=com_content&task=view&id=114&pop=1&page=0&Itemid=32. Pada Tanggal 4 Desember 2013
- Diakses dari <http://www.suarakaryaonline.com>. Pada Tanggal 14 November 2013
- Diakses dari http://mediaindonesia.com/index.php?ar_id=MzU1Ng==, diakses Pada Tanggal 20 November 2013
- Diakses dari <http://www.parekraf.go.id/asp/ringkasan.asp?crhal=6&c=87&ref=> Pada Tanggal 15 Januari 2014
- Diakses dari <http://tekno.kompas.com/read/2008/05/30/04280057/baliho.visit.indonesia.2008.terpampang.di.kbri.brussel.pada.tanggal.6.Januari.2014>

Jurnal :

- Basuki Antariksa. *Peluang dan Tantangan Pengembangan Kepariwisata di Indonesia*. <http://www.parekraf.go.id/asp/ringkasan.asp?crhal=6&c=87&ref=>