

UPAYA PEMERINTAH MENINGKATKAN WISATAWAN TIONGKOK KE INDONESIA TAHUN 2017-2019

Oleh : Bintang Monica

Email : bintangmonica30@gmail.com

Pembimbing : Ahmad Jamaan, S. IP., M. Si

Email : Ahmad.Jamaan@lecturer.unri.ac.id

Bibliografi : 28 Jurnal, 12 Buku, 3 Skripsi, 46 Website

Jurusan Hubungan Internasional`

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

The development of the science of international relations is not only oriented to the socio-economic aspect but also the tourism sector, which is important to be considered as a potential contributor to the country's foreign exchange in the future. Efforts to increase the development of the tourism sector are needed because they are able to have a positive impact on a country. Tiongkok is the country that occupies the first position as a contributor to global tourism spending of up to 102 million USD. Indonesia-Tiongkok bilateral relations in the tourism sector aim to increase foreign tourists.

This study uses a qualitative descriptive method, with data collection techniques through literature studies sourced from several books, journals, articles, internet, thesis. This research uses a globalist perspective and international cooperation theory.

The results show that the Indonesian government is trying to increase Chinese tourists by providing visa-free visits, holding tourism promotion events, deregulating the cabotage principle for foreign cruises, removing the Clearance Approval for Indonesia Territory (CAIT) provisions, opening Indonesian and Chinese airline, establishing cooperation in the Indonesia Tiongkok Chamber of Commerce (INACHAM) organization, carrying out promotional activities through Astro TV, National Geographic Australia, Channel News Asia, Ali Trip, Weibo, We Chat, tripadvisor, and Traveloka, as well as pairing the Wonderful Indonesia brand in Shanghai and Beijing. Indonesia also sends Chinese teachers to increase the number of Mandarin language users and cultural exchanges, which will increase the number of Chinese tourists.

Keywords: *Chinese tourists, government, Indonesia, tourism.*

PENDAHULUAN

Penelitian ini akan membahas mengenai upaya pemerintah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia. Perkembangan industri pariwisata menjadi salah satu

bidang yang mendapatkan perhatian dari beraneka kalangan di berbagai negara.¹

¹ Bazher, S. S., 2016. Upaya Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Wisatawan Mancanegara Asal Singapura Melalui Program Wonderful Indonesia Tahun 2011-2014. *Global*

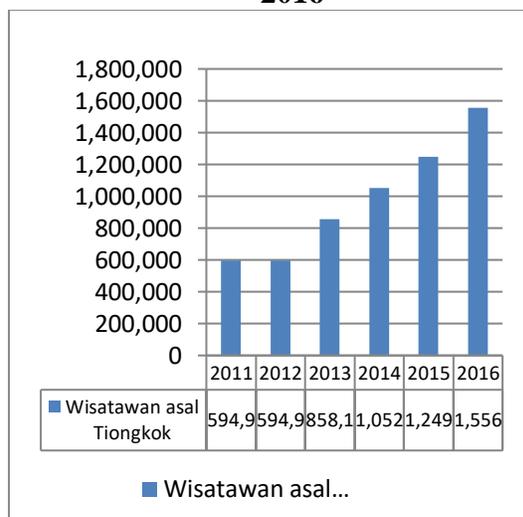
Pariwisata menjadi pemeran utama dalam bidang perdagangan internasional yang menyambung pendapatan nasional di banyak negara berkembang dan negara maju.² Berkembangnya industri pariwisata pada saat ini juga tidak hanya sebagai hiburan semata tetapi juga untuk memperlihatkan ciri khas dan citra suatu negara di dunia.

Pemerintah Indonesia telah berupaya mengembangkan sektor pariwisata sebagaimana Instruksi Presiden RI No.9/1969 Tentang Pedoman Pembinaan Pengembangan Kepariwisata Nasional, bahwasanya terdapat 3 poin dalam pengembangan pariwisata di Indonesia yaitu untuk meningkatkan persahabatan atau persaudaraan nasional maupun internasional, mendayagunakan dan memperkenalkan kebudayaan dan keindahan alam di Indonesia, serta meningkatkan pendapatan devisa, pendapatan masyarakat, dan pendapatan negara sekaligus sebagai langkah dalam memperluas peluang maupun lapangan kerja, dan untuk mendorong kegiatan industri penunjang.³

Dalam upaya meningkatkan wisatawan mancanegara, Indonesia melakukan hubungan kerjasama dengan berbagai negara, salah satunya dengan membangun hubungan bilateral dengan Negara Tiongkok. Berdasarkan laporan dari *United Nation World Tourism Organization* pada tahun 2013, Tiongkok

menempati posisi pertama dalam menyumbang pengeluaran pariwisata global mencapai 102 juta USD. Selanjutnya pada tahun 2015 dari laporan *World Tourism Organization* pengeluaran wisatawan Tiongkok meningkat 26% dan mencapai angka US \$ 292 miliar. Terjalannya hubungan bilateral Indonesia-Tiongkok adalah salah satu bentuk upaya dalam pencegahan terjadinya tantangan seperti Zero Fare Tour, sekaligus menjadi tumpuan harapan bagi perekonomian nasional. Sehingga tidak salah apabila negara Tiongkok menjadi target pasar pariwisata untuk Indonesia.⁴

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Wisatawan Tiongkok di Indonesia Tahun 2011-2016



Sumber : Badan Pusat Statistik, Jumlah wisatawan Tiongkok yang datang ke Indonesia (2021).

Berdasarkan grafik diatas bahwa jumlah wisatawan asal Tiongkok Ke Indonesia terus mengalami kenaikan, tahun yang paling banyak mengalami peningkatan jumlah wisatawan pada tahun 2016 sebesar 1.556.771 dan tahun yang paling sedikit yang dikunjungi pada tahun

and Policy Journal of International Relations, 4(1), hal. 15-14.

² Yakup, A. P., 2019. Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Doctoral Dissertation*, hal. 51-53.

³ Kemenparekraf, 1969. *Instruksi Presiden Republik Indonesia No. 9 Tahun 1969*, s.l.: https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data_puu/regulation_subject_1575953283_9_tahun_1969.pdf.

⁴ Ibid. hlm 118

2011 dan 2012 sebesar 594.997, oleh karena itu dapat dikatakan bahwa dari 2011 hingga 2016 Indonesia mengalami peningkatan kunjungan wisatawan asal Tiongkok.

KERANGKA TEORI

1. Perspektif

Penelitian ini menggunakan perspektif globalis. Globalisasi didefinisikan sebagai suatu proses reformasi, industrialisasi, dan strukturisasi. Perspektif globalisasi berkaitan erat dengan pembangunan Indonesia dalam perdagangan bebas maupun ekonomi terbuka. Keberadaan globalisasi ditandai dengan tingginya tingkat persaingan kuatnya komunikasi dan informasi, serta adanya keterbukaan. Apabila Indonesia tidak memiliki kemampuan tersebut, maka akan menyebabkan Indonesia menjadi tertinggal dan terseret oleh arus globalisasi.

Menurut ahli lainnya yakni Hamijoyo menguraikan ciri yang berkaitan dengan adanya globalisasi sebagai berikut.⁵

1. Penyebaran gagasan serta pembaruan inovasi dalam struktur metode dan isi pendidikan.
2. Terlampaunya batas tradisional geopolitik di mana batras tersebut ditundukan kepada aspek sosial politik, ekonomi dan teknologi, serta ditemukannya tatanan baru.
3. Diperlukan dukungan kecanggihan komunikasi, transportasi, teknologi dan kecepatan informasi yang disertai dengan tangguhannya manajemen dan tatanan organisasi.

⁵ Wihardit, A., 2022. *Hakikat dan Konsep Perspektif Global*. s.l.:Universitas Terbuka.

4. Ketergantungan antar negara yang semakin kuat.

Terkait upaya pemerintah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia, penulis menggunakan persepektif globalisasi. Persepektif ini beranggapan bahwa globalisasi membuat pariwisata sebagai aktivitas liburan global yang populer. Isu keberlanjutan meluas keseluruhan komponen pariwisata, dari pesawat, hotel dan seterusnya. Perubahan yang terjadi dari masa ke masa merupakan arus globalisasi yang tidak dapat ditolak. Karena hal itu, kegiatan pariwisata internasional bukan lagi sesuatu yang mustahil untuk dilakukan semua individu atau kelompok.⁶

2. Tingkat Analisa

Tingkat analisa menunjukkan fokus perhatian dengan penelitian langsung mengenai pokok bahasan dan dapat di lihat secara keseluruhan. Menurut Patrick Morgan ada lima tingkat analisa yaitu : Tingkat analisis Individu, Tingkat analisis kelompok individu, Tingkat analisis Negara Bangsa dan Tingkat analisis sistem Internasional.⁷

Tingkat analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat analisa Negara Bangsa yang memfokuskan Negara sebagai pemain utama dalam hubungan internasional. Tingkat analisis ini juga meliputi bangsa, dan pemerintah. *Nation state level analysis* mempercayai bahwa negara adalah aktor dominan dan yang paling kuat dalam peraturan interaksi

⁶Karlina, T. & I. I., 2017. Upaya Indonesia meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Kepulauan Riau (Doctoral dissertation, Riau University).

⁷ Morgan, P., 1982. *Theories and Approaches to International Politics: What are We Think?*. New Brsunwicj: Transaction.

di pentas dunia. Pemerintah Indonesia memiliki peran yang berupaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia.⁸

3. Teori Kerjasama Internasional

Kerjasama internasional adalah sebuah pola hubungan interaksi yang melibatkan beberapa pihak yang memiliki tujuan serta motif yang sama serta didukung dengan kondisi internasional yang saling membutuhkan, kerjasama internasional juga didasari oleh kepentingan bersama diantara negara-negara namun kepentingan disana bisa bersifat tidak identik.

Kerjasama dalam perspektif liberal diperlukan karena dengan kerjasama tersebut apa yang menjadi kepentingan dan kebutuhan dari negara tersebut dapat diperoleh. Kerjasama memiliki beberapa bentuk. Salah satunya adalah kerjasama bilateral. Kerjasama bilateral adalah kerjasama yang dilakukan oleh dua Negara (pemerintah) yang memiliki kepentingan dalam peningkatan beberapa aspek seperti aspek ekonomi, sosial, budaya, politik dan keamanan.⁹

Penulis menggunakan teori kerjasama Internasional ini karena adanya kepentingan nasional Indonesia pada Tiongkok dibidang pariwisata dengan cara berkerjasama melalui bidang pariwisata, dan tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan negara salah satu contohnya yaitu meningkatkan jumlah devisa negara dan perekonomian di Indonesia. Indonesia yang terus meningkatkan pariwisata

melalui kerjasama dengan Tiongkok yang akan menjadi motivasi bagi pemerintah Indonesia untuk upaya yang lebih efektif, bagaimana pariwisata Indonesia juga dapat bersaing di dunia internasional dan menarik banyak wisatawan mancanegara khususnya wisatawan Tiongkok untuk lebih sering berkunjung ke Indonesia sebagai tujuan pemerintah Indonesia untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asal Tiongkok tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN GAMBARAN UMUM PARIWISATA INDONESIA

Perkembangan Pariwisata Indonesia

Pada saat ini pariwisata di Indonesia menjadi unggulan karena memberikan dampak yang baik di bidang ekonomi. Berdasarkan data dari WTTC (*World Travel and Tourism Council*), pada tahun 2015 pariwisata Indonesia memperlihatkan perkembangan dan kontribusi yang terus meningkat dan semakin signifikan terhadap PDB Indonesia sebesar 4,23% atau senilai Rp. 461,36 triliun, dengan peningkatan devisa yang dihasilkan mencapai US\$ 11,9 milyar, dan tenaga kerja pariwisata sebanyak 12,16 juta orang. Kondisi pariwisata Indonesia yang besar pada saat ini ditandai dengan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara. Salah satu indikator penting yaitu aspek daya saing kepariwisataan, berdasar penilaian WEF (*World Economic Forum*) posisi Indonesia juga meningkat signifikan dari ranking 70 dunia menjadi ranking 50 di tahun 2015. Pertumbuhan pariwisata Indonesia yang melebihi rata-rata dunia, sebagai mana tercatat di tahun 2015 sebesar 10,63 %.

Pada tahun 2016 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai

⁸ Jackson, R. & S. G., 2013. *Pengantar Studi Hubungan Internasional Teori dan Pendekatan*. 5 penyunt. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

⁹ Ellis, S. K. & P. T. J., 2004. *US-Japan Relations In The Ne Asia-Pacific*. California: Stanford University Press.

11,519,275 dengan destinasi utama yaitu Pulau Bali dikarenakan keindahan budaya dan alamnya yang mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan dengan tujuan bisnis maupun untuk *meeting, incentive, converence* dan *exhibition* yang disingkat menjadi MICE. Indonesia dinilai memiliki sektor pariwisata yang paling siap dalam menghadapi ACE atau ASEAN Economic Community yang diresmikan di tahun 2016 lalu dikarenakan memiliki potensi pariwisata yang menarik.¹⁰

Kementerian Pariwisata Indonesia telah menargetkan pembangunan infrastruktur pendukung dan seluruh utilitas dasar di lima destinasi wisata prioritas meliputi Kupang di Sulawesi Utara, Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur, Mandalika di Nusa Tenggara Barat, Borobudur di Jawa Tengah, dan Danau Toba di Sumatera Utara. Dalam upaya untuk mencapai tujuan tersebut, pemerintah menetapkan 6 langkah yang strategis berdasarkan kesepakatan antar pemerintah daerah, pemerintah pusat dan OJK atau Otoritas Jasa Keuangan di Gedung Bank Indonesia. Adapun ke-enam langkah tersebut yaitu 2P yang berupa Pelaku Usaha dan Promosi, serta 3A yang terdiri dari aksesibilitas, amenities dan atraksi.

Gambaran Pariwisata Indonesia

Indonesia adalah negara multikultural yang memiliki berbagai macam suku, ras, kepercayaan, seni, agama dan budaya daerah. Kekayaan dan

¹⁰ BPS, 2017. *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan (Orang)*, 2016-2017, s.l.: <https://www.bps.go.id/indikator/16/1821/3/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html>

keragaman budaya di Indonesia seperti tradisi, kesenian, ritual agama dan kepercayaan, memiliki daya tarik yang besar bagi wisatawan terutama wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia. Karena kekayaan dan keragaman budaya yang dimiliki oleh Indonesia ada beberapa jenis wisata yang menarik wisatawan mancanegara untuk berkunjung yaitu wisata budaya, wisata sejarah, wisata belanja, wisata alam dan juga wisata keagamaan.¹¹

Jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia dari tahun 2014-2016 mengalami kenaikan, kenaikan wisatawan yang tertinggi ada di tahun 2016 meningkat sangat pesat mencapai 11.519.275 wisatawan manca Negara. Wisatawan yang paling banyak datang ke Indonesia adalah wisatawan dari Tiongkok, setiap tahunnya meningkat pesat. Pada tahun 2016 adalah Bali merupakan provinsi yang paling banyak dikunjungi dengan presentase sebesar 43,40%, kemudian disusul DKI Jakarta (29,45%), Kep.Riau (9,05%), Jabar (8,64%), Jatim (7,21%), NTB (6,51%), Sumut (5,94%), DIY (5,79%), Sumbar (3,32%) dan Kalbar (2,25%).

Hubungan Indonesia dan Tiongkok di Bidang Pariwisata

Hubungan kerjasama antara Indonesia dan Tiongkok dapat dilihat pada momen perayaan hubungan bilateral dari kedua negara tersebut yang telah mencapai 65 tahun. Pada tahun 2015, Presiden Jokowi melaksanakan kunjungan ke Tiongkok untuk membahas berbagai hal yang berkaitan dengan peningkatan

¹¹Rahma, A. A., 2020. Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), hal. 61-64.

hubungan bilateral Indonesia dan Tiongkok bersama Presiden Xi Jinping. Bentuk kerjasama tersebut, difokuskan pada bagian ekonomi terutama sektor pariwisata, industri, infrastruktur, keuangan, perdagangan, serta hubungan antara masyarakat. Adapun hasil dari kunjungan, diperoleh kesepakatan di delapan MoU yang mana dijalin sejak tahun 2014 hingga saat ini, Indonesia telah memiliki total 36 MoU bersama Tiongkok yang mencakup bidang pariwisata, pendidikan, budaya, dan perekonomian sebagaimana yang tercatat oleh Kementerian Luar Negeri Indonesia.

Sebagai negara besar di antara negara Asia lainnya dalam segi penduduk maupun wilayah. Hubungan bilateral Indonesia dan Tiongkok dapat memberikan keuntungan bagi kedua negara, terutama Indonesia yang menjadikan Tiongkok sebagai salah satu negara tujuan ekspor selain negara Uni Eropa dan Amerika Serikat yang mana telah meningkatkan volume perdagangan bilateral Indonesia, serta memberikan dampak positif dalam segi ekonomi dikarenakan adanya peningkatan investasi dan kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia. Sampai saat ini, pemerintah Indonesia dengan Tiongkok telah menyepakati kerjasama dalam delapan bidang.

KONTRIBUSI WISATAWAN TIONGKOK TERHADAP PARIWISATA INDONESIA

Dampak Wisatawan Tiongkok di Indonesia

Karena naiknya jumlah wisatawan Tiongkok setiap tahunnya oleh karena itu para wisatawan tersebut mempunyai peran penting dalam industri pariwisata di Indonesia. pada tahun 2013 wisatawan

Tiongkok rata-rata menghabiskan US\$ 1.004,17 per kunjungan. Meskipun jumlah konsumsinya lebih rendah dari pada wisatawan asal Australia dan Jepang, tetapi karena tingginya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2013 itu telah menyumbang US\$ 810,790,000 pada pariwisata Indonesia.

Dampak dari banyaknya wisatawan Tiongkok yang datang ke Indonesia ada pada bidang ekonomi karena banyaknya kebutuhan wisatawan saat berkunjung ke Indonesia seperti menggunakan transportasi, akomodasi, restoran, agen perjalanan, toko cenderamata, tempat wisata, dan juga pemandu wisata. Tentu saja itu akan memberi dampak yang baik oleh banyaknya wisatawan yang berkunjung dan juga akan mendatangkan dampak positif untuk masyarakat dibidang ekonomi dan juga membuka lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat.

Karena banyaknya wisatawan Tiongkok yang berwisata ke Indonesia terjadilah adanya peningkatan permintaan pada produk dan jasa pariwisata dan dampak selanjutnya terlihat dari meningkatnya wisatawan itu dapat menarik investor untuk menanam modal di sektor pariwisata seperti investasi pembangunan hotel atau penginapan, restoran, pembelian peralatan dan lain sebagainya. Investasi tersebut akan berpengaruh juga pada sektor lainya seperti sektor bangunan, dan listrik. Tentu saja ini akan menjadi keuntungan untuk pemerintah Indonesia.¹²

Potensi Pariwisata Tiongkok di Indonesia

¹²Moerdijat, L., 2019. *Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia*, s.l.: <https://www.slideshare.net/LestariMoerdijat/dampak-pariwisata-terhadap-perekonomian-indonesia>.

Pada saat ini Tiongkok adalah bagian dari negara yang berpotensi besar sebagai penyumbang wisatawan di Indonesia. Selain itu, juga terdapat sekitar 100 juta penduduk Tiongkok yang pada setiap tahunnya berwisata menuju berbagai negara di dunia. Tetapi dalam jumlah tersebut, Indonesia memiliki jumlah yang relatif kecil dan hanya berkisar 1 juta wisatawan Tiongkok. Sehingga potensi wisatawan Tiongkok dinilai masih sangat besar untuk dikembangkan di Indonesia. Adapun pada tahun 2015 silam, Indonesia dihadirkan oleh pendatang di wilayah Medan, Sumatera Utara yang merupakan keturunan Tiongkok, sehingga hal ini diharapkan dapat menjadi pintu awal untuk meningkatkan jumlah wisatawan Tiongkok di Indonesia.

Tiongkok *Outbound Tourism*

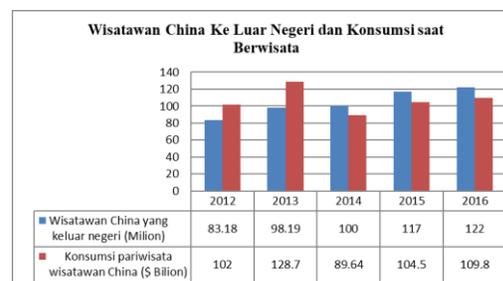
Tiongkok *outbound tourism* merupakan masyarakat Tiongkok yang melakukan perjalanan wisata ke luar negeri, dan setiap tahunnya mengalami peningkatan, bahkan menjadi yang terbesar di dunia, meskipun dengan susahnyanya regulasi yang ditetapkan pemerintah Tiongkok.¹³ Pertumbuhan jumlahnya pun setiap tahun terus mengalami peningkatan walaupun adanya kendala karena susahnyanya peraturan yang mengatur Tiongkok *outbound tourism* yang akan melakukan perjalanan ke luar negeri.

Besarnya jumlah *outbound tourist* dari Tiongkok dikarenakan meningkatnya pertumbuhan ekonomi Tiongkok secara signifikan dan gaya hidup masyarakatnya yang suka berwisata. Wisatawan *outbound* Tiongkok sebagian besar adalah keluarga, pelajar dan pebisnis kelas menengah ke

¹³ Ibid., hlm. 59

atas.¹⁴ Berikut adalah total Tiongkok *outbound tourism* dan pengeluarannya saat berpergian ke luar negeri dapat dilihat pada gambar 2.1.

Gambar 2.1 Grafik Tiongkok *Outbound and Consumption*



Sumber: (Travelchinaguide.com, 2016)

Berdasarkan grafik di atas bahwa wisatawan Tiongkok yang berlibur ke luar negeri setiap tahunnya terus meningkat dan peningkatannya itu sangat jelas terjadi di tahun 2016 meningkat sampai dengan 122 *Milion* wisatawan sangat tinggi di banding tahun 2012 yaitu hanya 83.18 *Milion* orang. Dan di tahun 2016 dengan konsumsi wisatawan mencapai \$ 109,8 *Bilion*, dan jika dibandingkan lagi dengan tahun 2012 hanya sebesar \$ 102 *Bilion* pengeluaran konsumsi wisatawan Tiongkok *Outbound*. Pada tahun 2016 jumlah Tiongkok *outbound* yang berkunjung ke Indonesia adalah 1.556.771 juta, dan rata-rata kunjungan 6-21 hari, dan total pengeluaran wisatawan Tiongkok *Outbound* di Indonesia mencapai \$ 1.196.14.¹⁵

¹⁴ Zeng, B., 2013. Understanding the socio-cultural characteristic of Chinese tourists : implementasion for destination countries tourism marketing in Tiongkok. *Journal Tourism Economics*, 19(2), hal. 231-243.

¹⁵ BPS, 2021. *Rata-Rata Pengeluaran Wisatawan Mancanegara per Kunjungan Menurut Negara Tempat Tinggal (US \$), 2018-2020*, s.l.: <https://www.bps.go.id/indikator/16/272/1/rata-rata->

Perilaku dan Karakteristik Wisatawan Tiongkok

Wisatawan Tiongkok memiliki karakter khusus dan berbeda dengan karakter wisatawan dari negara lain. Rata-rata wisatawan Tiongkok datang berwisata dalam rombongan besar. Wisatawan Tiongkok menyukai aktivitas seperti berkumpul bersama sampai larut malam, seperti mengobrol dan bermain kartu. Bahasa juga menjadi karakteristik khusus untuk wisatawan Tiongkok berbeda dengan wisatawan mancanegara yang bisa melihat dan membaca dengan huruf latin. Mereka lebih cenderung lemah dalam hal tersebut, sehingga diperlukan adanya bantuan khusus dalam hal bahasa karena adanya keterbatasan contohnya mereka hanya bisa melihat dan membaca tulisan dari negerinya sendiri, jika tidak adanya bantuan maka mereka akan kesulitan. Wisatawan Tiongkok juga sangat mementingkan nilai dan prinsip mereka, dan sangat menyukai harga murah karena mereka memiliki karakter selalu berpikir ekonomis. selanjutnya wisatawan Tiongkok dikenal lebih banyak bicara serta ramah sekali dalam berbicara sehingga sangat diperlukan komunikasi yang aktif dalam berkomunikasi kepada mereka. Mereka juga lebih menonjolkan tindakan dan kesan budaya dari negara asalnya atau etnis Tiongkok.

Selama beberapa tahun terakhir banyak wisatawan Tiongkok yang memilih untuk melakukan travelling ke negara-negara Asia karena singkatnya waktu tempuh 3-4 jam, dan perbedaan budaya yang tidak terlalu menonjol. Wisatawan Tiongkok dengan ekonomi menengah ke atas biasanya melakukan

pengeluaran-wisatawan-mancanegara-per-kunjungan-menurut-negara-tempat-tinggal-.html.

perjalanan wisata ke luar negeri dua kali dalam satu tahun. Mayoritas mereka menyukai tempat-tempat wisata budaya yang unik dan autentik, mereka bahkan menyisihkan 25% pendapatan mereka khusus untuk berwisata dan membelanjakan barang-barang mewah. Namun biasanya mereka tetap memilih penerbangan dengan biaya murah. Sebagian dari mereka juga bepergian ke luar negeri untuk tujuan memperoleh perawatan kesehatan terkemuka yang lebih canggih.¹⁶

UPAYA PEMERINTAH DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN ASAL TIONGKOK KE INDONESIA 2017-2019

Kerjasama Pemerintah Indonesia dan Tiongkok

Pemerintah Indonesia berupaya menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia dengan berbagai cara salah satunya yaitu melakukan penerbangan langsung di beberapa kota yang ada di Indonesia. Kerjasama penerbangan langsung ini bertujuan untuk mempermudah akses pariwisata Indonesia yang juga menjadi bagian dari deregulasi pariwisata Indonesia melalui perbaikan dari infrastruktur fisik pembangunan melalui akses udara.

Upaya Indonesia selanjutnya untuk menarik wisatawan Tiongkok adalah dengan cara membangun suatu organisasi yang bernama Indonesia *Tiongkok Chamber of Commerce* (INACHAM)

¹⁶ Ccilc.pt/, 2015. *The Tourism Market in Tiongkok* (EUSME Centre, 2015), s.l.: http://ccilc.pt/sites/default/files/eusme_centre_report_-_tourism_market_in_Tiongkok_update_-_%20sept_2015.pdf.

yang didirikan pada 13 April 2015 di Beijing. INACHAM adalah satu-satunya tempat dagang resmi Indonesia di Tiongkok. Tak hanya untuk dagang antara Tiongkok-Indonesia tetapi INACHAN sering ikut serta dalam bidang promosi pariwisata di Tiongkok.

Pemerintah Indonesia juga melakukan promosikan pariwisata di Indonesia dengan cara membuat acara seperti festival dan MICE agar wisatawan Tiongkok datang berkunjung. Tidak sampai disitu saja pemerintah juga berupaya dengan pengurangan peraturan atau deregulasi asas *cabotage* untuk kapal layar asing yang dimana para penumpang dapat naik dan turun di lima pelabuhan Indonesia yaitu di pelabuhan Belawan di Medan, pelabuhan Tanjung Priok di Jakarta, pelabuhan Tanjung Perak di Surabaya, pelabuhan Benoa di Bali, dan pelabuhan SoekarnoHatta di Makassar. Adanya pengurangan peraturan dari pemerintah untuk pelayaran asing bermaksud mendukung promosi dan peningkatan wisata bahari Indonesia, yang didukung dengan adanya Peraturan Menteri Perhubungan No.PM 121 tahun 2015 tentang pemberian kemudahan bagi wisatawan dengan menggunakan kapal pesiar berbendera asing.

Pengurangan praturan dari pemerintah selanjutnya dilakukan melalui penghapusan ketentuan *Clearance Approval for Indonesia Territory (CAIT)* tanggal 30 September 2015. Adanya Penghapusan ketentuan CAIT ini untuk memudahkan wisatawan mancanegara pengurusan dokumen *customs, immigration, quarantine, port (CIQP)* saat mengunjungi Indonesia.¹⁷

¹⁷ Jenderal, D., 2016. Warta Bea Cukai: Informasi Terpercaya Kepabeaan dan Cukai. 48(24), 6-8.

Mengenai bebas visa kunjungan yang diberikan pemerintah Indonesia, Tiongkok masuk sebagai salah satu dari 30 negara yang mendapat bebas visa kunjungan khusus untuk keperluan wisata dan diperbolehkan masuk melalui sembilan tempat pemeriksaan imigrasi yaitu dari bandar udara Soekarno-Hatta, bandar udara Ngurah Rai, bandar udara Kualanamu, bandar udara Juanda, bandar udara Hang Nadim, pelabuhan Sri Bintan Pura, pelabuhan Batam Center, pelabuhan Sekupang dan pelabuhan Tanjung Uban.

Kerjasama Pemerintah Indonesia dengan Tiongkok di Bidang Promosi

Upaya pemerintah selanjutnya adalah dengan cara mempromosikan dan mengenalkan pariwisata Indonesia di Tiongkok melalui media elektronik sebagai salah satu media publikasinya. Promosi itu disebar diberbagai siaran dalam bentuk tayangan di televisi (TVC) atau program acara. Promosi itu berlansung dari tahun 2015 hingga 2019, Kementerian Indonesia telah melakukan beberapa penayangan di beberapa stasiun televisi Tiongkok, promosi pariwisata Indonesia dilakukan dengan mengiklankan Wonderful Indonesia di televisi nasional Tiongkok seperti Tiongkok Central Television (CCTV) Tiongkok, Channel News Asia, Guang Xi Nanning, Channels, Tiongkok Macao Cabel TV, Tiongkok HK TV dan South Tiongkok Sea SSTV.¹⁸

Selanjutnya pemerintah Indonesia mempromosikan pariwisata melalui media online. karena pada saat ini media online

¹⁸Yuristiadhi, G. & S. S. D. L., 2017. Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *ETTISAL Journal of Communication*, 2(2), 31-41.

adalah tempat yang cepat untuk berbagi informasi. Contoh media online yang di pasarkan oleh kementerian Indonesia di Tiongkok melalui *ecommerce* terbesar di Tiongkok yaitu Alibaba (*Ali Trip*) dan situs perjalanan online seperti tripadvisor, agoda dan c-trip. untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Tiongkok berwisata ke Indonesia.¹⁹

Pemerintah Indonesia melalui kementerian pariwisata juga mempromosikan pariwisata Indonesia dibidang ruang yaitu memasang branding Wonderful Indonesia di dua kota besar di Tiongkok yaitu Shanghai dan Beijing. Promosi itu di perlihatkan dengan menggunakan 4 unit LED dan satu unit dome atau sphere LED yang dilakukan penayangan di dua kota besar itu dengan waktu pemasangan iklan tersebut dari 15 Mei hingga 2 Juni 2017.

Kerjasama Pemerintah Indonesia dan Masyarakat

Pariwisata mempunyai banyak manfaat bagi masyarakat bahkan bagi negara sekalipun, manfaat pariwisata dapat dilihat dari berbagai aspek yaitu manfaat pariwisata dari segi ekonomi, sosial budaya, lingkungan hidup, nilai pergaulan dan ilmu pengetahuan serta peluang dan kesempatan kerja. Peran pemerintah daerah sangat di butuhkan di sini. Pemerintah daerah sebagai daerah yang otonom mempunyai kebebasan yang luas untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakatnya untuk mendapatkan pelayanan publik yang berkualitas dan terus meningkat dari

¹⁹Aziz, A., 2019. *Kememparekraf Promosikan Wonderful Indonesia di Tiongkok*, s.l.: <https://rri.co.id/humaniora/wisata/761282/kemempa-rekraf-promosikan-wonderful-indonesia-di-Tiongkok>.

waktu ke waktu. Partisipasi masyarakat terhadap pariwisata adalah keterlibatan di dalam pengelolaan usaha-usaha pariwisata, misalnya, sebagai pengelola penginapan, pengelola rumah makan, pemandu wisata, karyawan hotel, dan pengelola atraksi wisata. Peranan dari kelompok masyarakat sangat penting karena masyarakat mempunyai peran aktif dalam proses pengelolaan objek wisata terlebih masyarakat masih memegang teguh aturan-aturan adat yang berlaku. Dengan demikian pengembangan pariwisata itu bisa disebut suatu proses kegiatan aktifitas yang mencari potensi yang ada disuatu daerah dan disertai pemahaman tentang karakter dan kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat lokal danatur sedemikian rupa sesuai dengan prinsip-prinsip yang telah disepakati sehingga menjadi daya tarik wisata dan kemudian dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.²⁰

Adanya kerjasama pemerintah dengan masyarakat juga dibuktikan dari adanya promosi pariwisata disetiap daerah yang berpotensi tinggi dalam destinasi pariwisatanya. Salah satu contohnya adalah delegasi dari Bali yang mempromosikan pariwisatanya di dua kota besar di Tiongkok yaitu Beijing dan Shanghai dilaksanakan di 1-7 Desember 2018. Selanjutnya upaya pemerintah Indonesia adalah dengan mendatangkan langsung pengajar bahasa mandarin dari Tiongkok. Hal ini juga dapat dilihat sebagai bagian dari upaya pemerintah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asal Tiongkok ke Indonesia

²⁰Mustamin, S. T. A. & A. M. R., 2016. Kerjasama Dinas Pariwisata dan Masyarakat Dalam Mengelola Objek Wisata Alam Buttu Macca di Desa Bambapuang Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 5(2), 106-116.

mengingat minimnya sumber daya manusia yang mampu berbahasa Mandarin sehingga menjadi kendala tersendiri bagi wisatawan Tiongkok yang berkunjung ke Indonesia.²¹

Masyarakat Indonesia mengampanyekan Wonderful Indonesia sebagai langkah dalam meningkatkan wisatawan Tiongkok dan membentuk sebuah forum resmi melalui Persatuan Pelajar Indonesia (PPI) Tiongkok, tetapi dikarenakan belum terdapatnya konsep dan perencanaan yang matang, sehingga pelaksanaan terhambat dan baru terealisasikan di tahun 2017. Di sisi lain, kerjasama pemerintah dengan masyarakat juga dilaksanakan melalui pemerintah Kabupaten Badung, Bali melalui kerjasama dengan Pemerintah Tiongkok sekaligus membangun kerjasama *Bussines to Bussines*, sehingga dapat menguntungkan pengusaha pariwisata.

KESIMPULAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian di Indonesia sebagai negara yang memiliki berbagai keindahan alam serta keanekaragaman flora, fauna dan budaya. Dalam konteks penelitian ini, Indonesia telah mengupayakan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia sebagai langkah peningkatan devisa negara sekaligus mendongkrak perekonomian dengan mengusung strategi promosi dan memberikan kemudahan terhadap wisatawan Tiongkok untuk berkunjung ke Indonesia.

²¹ Mfa.gov.cn, 2015. *Pendidikan Bahasa Mandarin Jadi Jembatan Komunikasi Kebudayaan RI-Tiongkok*, s.l.: <https://www.mfa.gov.cn/ce/ceindo/indo/zgyyn/t1252066.htm>.

Indonesia memberikan bebas visa kunjungan khusus bagi wisatawan Tiongkok sekaligus mengadakan event promosi pariwisata di Indonesia dan Tiongkok. Indonesia juga telah melakukan deregulasi asas *cabotage* untuk *cruise* asing dimana penumpang dapat naik dan turun di lima pelabuhan Indonesia; Belawan, Medan; Tanjung Priok, Jakarta; Tanjung Perak, Surabaya; Benoa, Bali; Soekarno-Hatta, Makassar disertai dengan penghapusan ketentuan *Clearance Approval for Indonesia Territory* (CAIT) dan membuka jalur penerbangan maskapai pesawat Indonesia dan Tiongkok. Indonesia telah menjalin kerjasama dengan Tiongkok dalam organisasi *Indonesia Tiongkok Chamber of Commerce* (INACHAM) kegiatan ekonomi, social, dan budaya. Hingga melaksanakan kegiatan promosi melalui berbagai media digital dan melalui platform digital Tiongkok. Strategi promosi Indonesia dilakukan juga dengan memasang branding Wonderful Indonesia di Shanghai dan Beijing. Indonesia juga telah menjalin kerjasama pada masyarakat melalui daerah yang berpotensi menjadi tempat pariwisata. Adapun dalam segi Sumber Daya Manusia (SDM), Indonesia melakukan pengiriman pengajar dari Tiongkok ke Indonesia selain untuk meningkatkan jumlah pengguna bahasa Mandarin di Indonesia juga sebagai pertukaran budaya yang nantinya akan dapat meningkatkan jumlah wisatawan Tiongkok ke Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

Bazher, S. S., 2016. Upaya Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Wisatawan Mancanegara Asal Singapura Melalui Program Wonderful Indonesia

Tahun 2011-2014. *Global and Policy Journal of International Relations*, 4(1), hal. 15-14.

Yakup, A. P., 2019. Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Doctoral Dissertation*, hal. 51-53.

Rahma, A. A., 2020. Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), hal. 61-64.

Zeng, B., 2013. Understanding the socio-cultural characteristic of Chinese tourists : implementasion for destination countries tourism marketing in Tiongkok. *Journal Tourism Economics*, 19(2), hal. 231-243.

Jenderal, D., 2016. Warta Bea Cukai: Informasi Terpercaya Kepabeaan dan Cukai. 48(24), 6-8.

Yuristiadhi, G. & S. S. D. L., 2017. Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *ETTISAL Journal of Communication*, 2(2), 31-41.

Mustamin, S. T. A. & A. M. R., 2016. Kerjasama Dinas Pariwisata dan Masyarakat Dalam Mengelola Objek Wisata Alam Buttu Macca di Desa Bambapuang Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 5(2), 106-116.

Buku

Kemenparekraf, 1969. *Instruksi Presiden Republik Indonesia No. 9 Tahun 1969*, s.l.: https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data_puu/regulation_subject_1575953283_9_tahun_1969.pdf.

Wihardit, A., 2022. *Hakikat dan Konsep Perspektif Global*. s.l.:Universitas Terbuka.

Karlina, T. & I. I., 2017. Upaya Indonesia meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di Kepulauan Riau (Doctoral dissertation, Riau University).

Morgan, P., 1982. *Theories and Approaches to International Politics: What are We Think?*. New Brsunswicj: Transaction.

Jackson, R. & S. G., 2013. *Pengantar Studi Hubungan Internasional Teori dan Pendekatan*. 5 penyunt. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Ellis, S. K. & P. T. J., 2004. *US-Japan Relations In The Ne Asia-Pacific*. California: Stanford University Press.

Website

BPS, 2017. *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Kebangsaan (Orang), 2016-2017*, s.l.: , <https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/3/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html>

Moerdijat, L., 2019. *Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia*, s.l.: <https://www.slideshare.net/LestariMoerdijat/dampak-pariwisata-terhadap-perekonomian-indonesia>.

BPS, 2021. *Rata-Rata Pengeluaran Wisatawan Mancanegara per Kunjungan Menurut Negara Tempat Tinggal (US \$), 2018-2020*, s.l.: <https://www.bps.go.id/indicator/16/272/1/rata-rata-pengeluaran-wisatawan->

mancanegara-per-kunjungan-menurut-negara-tempat-tinggal-.html.

Ccilc.pt/, 2015. *The Tourism Market in Tiongkok (EUSME Centre, 2015)*, s.l.: http://ccilc.pt/sites/default/files/eusme_centre_report_-_tourism_market_in_Tiongkok_update_-_%20sept_2015.pdf.

Aziz, A., 2019. *Kemenparekraf Promosikan Wonderful Indonesia di Tiongkok*, s.l.:

<https://rri.co.id/humaniora/wisata/761282/kemenparekraf-promosikan-wonderful-indonesia-di-Tiongkok>.

Mfa.gov.cn, 2015. *Pendidikan Bahasa Mandarin Jadi Jembatan Komunikasi Kebudayaan RI-Tiongkok*, s.l.: <https://www.mfa.gov.cn/ce/ceindo//indo/zygyn/t1252066.htm>.