DIPLOMASI INDONESIA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN TIONGKOK KE INDONESIA (2014-2016)

Nia Siti Ratnasari

Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Komputer Indonesia,
Jl Dipatiukur 112-114 Bandung, 440132, Indonesia

Email: *niasitiratnasari@gmail.com*

ABSTRACT

Since 2012 tourists from China became the main source of world tourism market which continues to experience tremendous growth. Chinese tourists form a sizeable consumer group and recognized as the largest and most profitable shopper in the world. The high number and expenditure of Chinese tourists, become a fascination and a bone for each country to attract tourists from China, not to mention Indonesia. So to increase the number of Chinese tourists visit, Indonesia is trying to do Multitrack Diplomacy involving various parties, considering there is a high income potential that can be obtained by Indonesia from the Chinese tourists visit to Indonesia.

The Methods in this study is using qualitative methods. Much of the data was collected from literature studies, website tracking, and from interviews with the Directorate for Asia Pasific Tourism Promotion Deputy Minister for International Marketing, Ministry of Tourism.

The results of this study show that Indonesia's diplomacy through Multitrack Diplomacy, succeeded in increasing the number of Chinese tourists visit to Indonesia, but the number is still small compared to other ASEAN countries.

Keywords: Indonesian Diplomacy, Multitrack Diplomacy, Chinese Tourist, Tourism, Competitivness

ABSTRAK

Sejak 2012 wisatawan asal Tiongkok menjadi sumber utama pasar pariwisata dunia yang terus mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Wisatawan Tiongkok membentuk kelompok konsumen yang cukup besar dan diakui sebagai pembelanja terbesar dan paling menguntungkan di dunia. Jumlah dan pengeluaran wisatawan Tiongkok yang tinggi, menjadi daya tarik dan menjadi rebutan bagi setiap negara untuk menarik wisatawan asal Tiongkok, tidak terkecuali Indonesia. Sehingga untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok, Indonesia berupaya melakukan *Multitrack Diplomacy* yang melibatkan berbagai pihak, mengingat terdapat potensi pendapatan yang tinggi yang dapat diperoleh Indonesia dari kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sebagian besar data dikumpulkan dari studi pustaka, penelusuran *website*, dan dari hasil wawancara dengan Asisten Deputi Pengembangan Pasar Asia Pasifik Kementerian Pariwisata.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa diplomasi yang dilakukan Indonesia melalui *Multitrack Diplomacy,* berhasil dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia, namun jumlahnya masih sedikit jika dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya.

Kata Kunci : Diplomasi Indonesia, *Multitrack Diplomacy,* Wisatawan Tiongkok, Pariwisata, Daya Saing

1. Pendahulan

1.1 Latar Belakang Masalah

Hubungan internasional terbentuk karena tidak ada satupun negara yang dapat berdiri sendiri dalam memenuhi seluruh kebutuhannya dan adanya realitas bahwa tiap-tiap negara memiliki keunggulan dan keterbatasan yang berbeda-beda baik dalam kemampuan ekonomi, politik, sosial budaya maupun sumber dayanya, sehingga untuk dapat memenuhi keterbatasannya tersebut maka tiap-tiap negara menjalin hubungan internasional untuk saling memenuhi kebutuhan negerinya demi mempertahankan kelangsungan hidup serta eksistensinya dalam lingkungan internasional. Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, pendekatan-pendekatan militeristik & penggunaan kekerasan untuk memperoleh kepentingan nasional sudah tidak relevan lagi untuk digunakan. Sehingga pada masa sekarang ini, negara-negara di dunia menggunakan langkah diplomasi untuk memperoleh kepentingan nasionalnya.

Untuk memperoleh berbagai kepentingan nasional dalam hubungan antarnegara, setiap negara membentuk berbagai kebijakan politik luar negeri sebagai suatu strategi atau pola perilaku yang digunakan dalam hubungannya dengan negara lain. Politik luar negeri diimplementasikan melalui diplomasi. Diplomasi luar negeri Indonesia dalam pemerintahan Joko Widodo-Jusuf Kalla, diorientasikan pada pelaksanaan diplomasi ekonomi. Isu pariwisata merupakan salah satu isu yang diangkat dalam diplomasi ekonomi selain perdagangan dan investasi yang bertujuan untuk menopang kemandirian nasional (Elisabeth, 2016:7).

Salah satu target pasar utama (*primary markets*) pariwisata Indonesia adalah Tiongkok. Indonesia dan Tiongkok telah menjalin berbagai kerjasama di berbagai bidang termasuk dalam bidang pariwisata. Pariwisata merupakan sektor yang sangat penting bagi kemakmuran, kesejahteraan serta menjadi kunci dari pembangunan, sebagaimana yang disebutkan dalam UU NO. 10 tahun 2009 pasal 4. Pariwisata juga dapat menjadi isu penting dalam peningkatan hubungan persahabatan antar negara khususnya antara Indonesia dan Tiongkok.

Sejak 2012 wisatawan asal Tiongkok menjadi sumber utama pasar pariwisata dunia yang terus mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Wisatawan Tiongkok membentuk kelompok konsumen yang cukup besar dan diakui sebagai pembelanja terbesar dan paling menguntungkan di dunia. Pada tahun 2014 wisatawan Tiongkok memperoleh rekor tertinggi dalam pengeluaran belanjanya. Jumlah dan pengeluaran wisatawan Tiongkok yang tinggi, menjadi daya tarik dan menjadi rebutan bagi setiap negara untuk menarik wisatawan asal Tiongkok, tidak terkecuali Indonesia. Tiongkok menjadi salah satu sasaran Indonesia dalam sektor pariwisata, mengingat setiap tahunnya wisatawan Tiongkok yang keluar negeri bisa mencapai 150 juta dengan tingkat pengeluaran belanja yang tinggi (http://www.antaranews.com /berita/598272 /presiden/-upayakan/-penarikan-10-juta-wisman-tiongkok diakses pada 29 Juni 2017). Namun, potensi wisatawan Tiongkok tersebut belum dapat Indonesia manfaatkan dengan baik sampai sekarang ini. Kedatangan turis Tiongkok ke Indonesia masih sangat kecil jumlahnya jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya seperti Thailand, Singapura dan Malaysia yang dapat lebih banyak menarik wisatawan Tiongkok ke negaranya. Sehingga untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok, Indonesia berupaya melakukan *Multitrack Diplomacy* yang melibatkan berbagai pihak melalui *First Track Diplomacy, Second Track Diplomacy, Third Track Diplomacy, Fourth Track Diplomacy, Fifth Track Diplomacy* dan *Ninth Track Diplomacy*, mengingat terdapat potensi pendapatan yang tinggi yang dapat diperoleh Indonesia dari kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia.

Indonesia sebagai negara yang dianugerahi keindahan alam yang luar biasa, dengan beragam

suku dan budaya, juga ditunjang dengan posisi geografisnya yang strategis yang berada di persimpangan lalu lintas dunia, dengan wilayah kepulauan yang luas, dan sumber daya alam berlimpah, menjadi daya tarik tersendiri bagi Indonesia. Berbagai keunggulan yang dimiliki Indonesia tersebut baik keindahan dan kekayaan alam serta beragam budaya yang dimiliki Indonesia, memiliki potensi besar untuk dapat dijadikan sebagai daya tarik terhadap sektor pariwisata dalam menarik banyak wisatawan mancanegara khususnya wisatawan Tiongkok untuk berkunjung ke Indonesia. Pariwisata merupakan sektor yang sangat penting bagi kemakmuran, kesejahteraan serta menjadi kunci dari pembangunan.

Presiden Joko Widodo menargetkan dari 100 juta wisatawan Tiongkok yang melakukan perjalanan ke mancanegara, setidaknya Indonesia dapat menarik 10 juta wisatawan asal Tiongkok. Target tersebut diharapkan dapat tercapai pada 2019.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Mayor

Bagaimana diplomasi Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia 2014-2016?

1.2.2 Rumusan Masalah Minor

1. Apa saja upaya diplomasi Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia 2014-2016?
2. Apa saja kendala yang dihadapi diplomasi Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia 2014-2016?
3. Bagaimana hasil dari diplomasi Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia 2014-2016?
4. Bagaimana prospek diplomasi indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan tiongkok ke indonesia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana “Diplomasi Indonesia Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Tiongkok Ke Indonesia (2014-2016)”.

1.3.2 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui, memahami dan mendeskripsikan apa saja upaya diplomasi Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia 2014-2016.
2. Untuk mengetahui, memahami dan mendeskripsikan kendala apa saja yang dihadapi diplomasi Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia 2014-2016.
3. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisa hasil diplomasi Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia 2014-2016.
4. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisa prospek diplomasi indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan tiongkok ke indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua bagian kegunaan, yaitu:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi keilmuan dan para penstudi Ilmu Hubungan Internasional serta dapat menjadi tambahan informasi dalam Studi Diplomasi dan Negosiasi, Studi Analisis Politik Luar Negeri, dan Studi Sosiologi dan Antropologi.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi suatu acuan bahan pembelajaran serta memperkaya sumber informasi khusunya mengenai Diplomasi Indonesia Dalam Meningkatkan Kunjungan

Wisatawan Tiongkok Ke Indonesia untuk mencapai kepentingan nasionalnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak:

1. Sebagai bahan referensi bagi lembaga akademik dalam memperkaya informasi.
2. Sebagai tambahan wawasan dan informasi serta acuan referensi bagi mahasiswa untuk pembuatan makalah, jurnal, skripsi dan karya ilmiah lainnya.
3. Sebagai informasi dan pengetahuan bagi masyarakat umum.

2. Tinjauan Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Hubungan internasional mengkaji interaksi antara aktor-aktor dalam hubungan internasional, baik itu *state actor* maupun *non state actor.* Adapun fenomena-fenomena yang menjadi kajian dalam hubungan internasional terdiri dari beragam fenomena baik itu mengenai isu-isu sosial, politik, keamanan, kebudayaan, ekonomi, pariwisata, demokrasi bahkan juga mengenai isu-isu HAM dan lingkungan.

Dalam hubungan antarnegara, pemerintah setiap negara memiliki berbagai kebijakan politik luar negeri sebagai suatu strategi atau pola perilaku yang digunakan dalam hubungannya dengan negara lain, kemudian politik luar negeri diimplementasikan melalui diplomasi. Diplomasi luar negeri Indonesia dalam pemerintahan Joko Widodo-Jusuf Kalla, diorientasikan pada pelaksanaan diplomasi ekonomi. Pariwisata merupakan salah satu isu yang diangkat dalam diplomasi ekonomi selain perdagangan dan investasi yang bertujuan untuk menopang kemandirian nasional (Elisabeth, 2016 : 7).

Pariwisata merupakan sektor yang sangat penting bagi kemakmuran, kesejahteraan serta menjadi kunci dari pembangunan, sebagaimana yang disebutkan dalam UU NO. 10 tahun 2009 pasal 4. Pariwisata juga dapat menjadi isu penting dalam peningkatan hubungan persahabatan antar negara baik secara bilateral, regional maupun multilateral.

Salah satu target pasar utama (*primary markets*) pariwisata Indonesia adalah Tiongkok. Wisatawan Tiongkok membentuk kelompok konsumen yang cukup besar dan diakui sebagai pembelanja terbesar dan paling menguntungkan di dunia. Jumlah dan pengeluaran wisatawan Tiongkok yang tinggi, menjadi daya tarik dan menjadi rebutan bagi setiap negara untuk menarik wisatawan asal Tiongkok, tidak terkecuali Indonesia. Namun, potensi wisatawan Tiongkok tersebut belum dapat Indonesia manfaatkan dengan baik sampai sekarang ini. Kedatangan turis Tiongkok ke Indonesia masih sangat kecil jumlahnya jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya seperti Thailand, Singapura dan Malaysia yang dapat lebih banyak menarik wisatawan Tiongkok ke negaranya. Sehingga untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok, Indonesia berupaya melakukan *Multitrack Diplomacy* yang melibatkan berbagai pihak melalui *First Track Diplomacy*, *Second Track Diplomacy, Third Track Diplomacy*, *Fourth Track Diplomacy, Fifth Track Diplomacy* dan *Ninth Track Diplomacy* mengingat terdapat potensi pendapatan yang tinggi yang dapat diperoleh Indonesia dari kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia.

3. Metode Penelitian

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif deskriptif dan diimplementasikan dengan teori-teori dalam kajian Hubungan Internasional. Pengumpulan data dalam metode penelitian kualitatif dilakukan oleh peneliti sendiri yang berkedudukan sebagai *human instrument* atau *key instrument.* Metode dalam penelitian ini menyoroti masalah terkait upaya diplomasi sebagai suatu cara untuk memperoleh kepentingan nasional. Merujuk pada permasalahan yang diangkat serta variabel yang tersedia, maka peneliti hanya melakukan analisa data

berdasarkan data-data serta informasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, dan juga oleh Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, dan diimplementasikan dengan teori-teori dalam kajian Hubungan Internasional.

3.2 Informan Penelitian

Teknik Penentuan informan yang dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik penentuan Purposive yaitu peneliti menentukan pihak-pihak informan berdasarkan tujuan, masalah dan variabel penelitian. Teknik yang digunakan adalah teknik wawancara sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Adapun pihak yang peneliti jadikan sebagai informan adalah narasumber dari Kementerian Pariwisata Republik Indonesia dan Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan, penelusuran data online, dokumentasi, dan wawancara.

3.3.1 Studi Pustaka

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik studi kepustakaan (*library research*) dengan menelaah teori, opini, membaca buku, jurnal serta karya ilmiah yang relevan dengan masalah yang diteliti. Penelitian studi pustaka ini menggunakan berbagai data atau dokumen sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber pustaka berupa buku, jurnal, surat kabar, data *online* dan berbagai dokumen lainnya yang diperoleh dari situs Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dan juga Kementerian Pariwisata Republik Indonesia .

3.3.2 Penelusuran Data Online

Untuk memperkaya informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui penelusuran data *online*/ penelitian berbasis internet. Melalui internet, peneliti akan memperoleh informasi yang berlimpah yang berkaitan dengan topik penelitian ini seperti materi dalam jurnal online, buku, berita, juga situs Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.

3.3.3 Metode Dokumentasi

Untuk membantu peneliti dalam menjelaskan pembahasan penelitian, maka peneliti menggunakan berbagai data berupa dokumen, catatan, surat kabar dsb. Dokumen yang digunakan dapat berupa laporan tahunan, draf perjanjian, maupun berupa gambar.

3.3.4 Wawancara

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan sesi wawancara kepada *key informant* untuk dapat membantu peneliti menggali informasi lebih dalam mengenai permasalahan yang sedang diteliti, dari instansi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dan juga Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian

4.1.1.1 Diplomasi Indonesia

Diplomasi merupakan praktik dalam komunikasi antarnegara, diplomasi juga merupakan implementasi dari kebijakan luar negeri Indonesia. Di Indonesia hal-hal yang mengenai praktik diplomasi, diantaranya diatur dalam Undang-Undang Nomor 37 Tahun 1999 Tentang Hubungan Luar Negeri, Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 56 Tahun 2015 Tentang Kementerian Luar Negeri dan Keputusan Presiden Nomor 108 Tahun 2003 Tentang Organisasi Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri.

Pemerintahan Joko Widodo-Jusuf Kalla menegaskan bahwa diplomasi Indonesia akan berorientasi pada pelaksanaan diplomasi ekonomi untuk menopang kemandirian ekonomi nasional. Diplomasi ekonomi akan dijalankan melalui beberapa isu yang meliputi perluasan akses pasar produk-produk Indonesia, serta promosi investasi dan pariwisata yang dijalankan dengan

meningkatkan hubungan bilateral, regional maupun multilateral (Elisabeth, 2016 : 06).

4.1.1.1.1 Diplomasi Pariwisata Indonesia

Isu pariwisata merupakan salah satu isu yang diangkat dalam diplomasi ekonomi selain perdagangan dan investasi yang bertujuan untuk menopang kemandirian nasional (Elisabeth, 2016:7). Dalam pelaksanaannya, diplomasi ekonomi melalui isu *trade, tourism, and investment* (TTI) ditujukan untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan rakyat.

Diplomasi pariwisata pada dasarnya dapat dilakukan baik oleh pemerintah sebagai pemangku kebijakan maupun oleh non pemerintah sebagai pendukung dan pelengkap upaya pemerintah. Pariwisata merupakan sektor penggerak ekonomi, penyumbang bagi Produk Domestik Bruto (PDB), devisa, dan sektor yang dapat menyerap banyak tenaga kerja yang paling mudah dan murah.

Untuk mendorong jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, Presiden Joko Widodo telah menandatangani Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 26 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas PP Nomor 31 Tahun 2013 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2011 tentang Keimigrasian. PP tersebut mengenai perpanjangan visa kunjungan bagi orang asing juga warga eks Indonesia dengan masa berlaku visa kunjungan menjadi lima tahun dari sebelumnya 60 hari dengan empat kali perpanjangan (Tim Presiden RI, 2016 : 227). Pemerintah juga telah memberikan bebas visa kunjungan pada 169 negara dengan menandatangani Peraturan Presiden Nomor 21 Tahun 2016 pada 2 Maret 2016 (http://www.imigrasi.go.id diakses pada 25 Juli 2017). Kebijakan pemberian pembebasan Visa tersebut merupakan bentuk penyederhanaan proses administrasi wisatawan mancanegara yang ingin berkunjung ke Indonesia.

Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia, Kementerian Pariwisata telah merumuskan berbagai strategi pemasaran melalui strategi DOT (*Destination*, *Origin*, *Time*) dan melalui BAS (*Branding*, *Advertising*, *Selling*) dengan berbagai jalur media POS (*Paid Media*, *Owned media, Social media*) (Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2015 : 60).

Tiongkok merupakan mitra dan pasar potensial bagi kepentingan Indonesia dalam mengembangkan sektor pariwisata. Untuk dapat mendatangkan lebih banyak kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia, telah dilakukan berbagai upaya diplomasi pariwisata yang melibatkan berbagai pihak baik pemerintah maupun non pemerintah. Saat ini Pemerintah Indonesia telah memberikan bebas visa kunjungan pada Tiongkok untuk mempermudah administrasi wisatawan Tiongkok yang ingin berkunjung ke Indonesia.

4.1.1.2 Hubungan Bilateral Indonesia-Tiongkok

Indonesia - Tiongkok memiliki hubungan bilateral yang erat, hal tersebut ditandai dengan banyaknya kerjasama yang dilakukan oleh kedua negara dalam berbagai bidang seperti ekonomi, kemanan, politik, pembangunan, sosial budaya dan ilmu pengetahuan.

Dalam bidang pariwisata, Indonesia dan Tiongkok telah menjalin kerjasama di bidang pariwisata sejak tahun 2000. Kerjasama pariwisata yang pertama kali dilakukan oleh kedua negara pada tahun 2000 tersebut diwakili oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dari pihak Indonesia, sedangkan dari pihak Tiongkok diwakili oleh Administrasi Pariwisata Nasional Republik Rakyat Tiongkok (*China National Tourism Administration*). Kemudian pada 2013, kedua negara kembali menandatangani MoU kerjasama pariwisata tepatnya pada 02 Oktober 2013 antara Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dan Administrasi Pariwisata Nasional Republik Rakyat Tiongkok.

4.1.1.3 Pariwisata Indonesia

Pariwisata Indonesia menjadi penyumbang devisa terbesar ke empat setelah minyak bumi & gas,

batu bara dan juga minyak kelapa sawit. Pada tahun 2015 kunjungan wisatawan mancangera telah menyumbangkan US$ 12,225.89 juta bagi devisa negara Indonesia. Pada 2020 diperkirakan pariwisata akan menjadi sektor utama penyumbang terbesar devisa Indonesia mengalahkan minyak dan batu bara, mengingat besarnya potensi pariwisata Indonesia dan sektor pariwisata terus mengalami perkembangan dan kemajuan pada setiap tahunnya Kementerian Pariwisata. 2016 (http://www. kemenpar.go.id diakses pada 20 Juli 2017).

Pada tahun 2015, kompetitif pariwisata Indonesia berdasarkan *pemeringkatan Travel and Tourism Competitiveness World Economic Forum*, menempati urutan ke-50 dari 141 negara di dunia. Indeks kompetitif pariwisata Indonesia masih kalah jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya seperti Singapura, Malaysia dan Thailand.

4.1.1.4 Perkembangan Wisatawan *Outbound* Tiongkok

Meningkatnya kunjungan wisatawan Tiongkok merupakan suatu proses panjang dan merupakan dampak dari adanya kebijakan yang dibuat oleh pemerintah Tiongkok. Sebelum tahun 1978 perjalanan ke luar negeri hanya diperuntukkan bagi pejabat-pejabat pemerintah Tiongkok yang memiliki alasan resmi saja dan hanya menjadi sebuah mimpi bagi kalangan masyarakat biasa. Kemudian pada 1979, wisata keluar/ *outbound tourism* Tiongkok mulai mengalami perkembangan, pada tahun 1996 terdapat lebih dari 5 juta pengunjung *outbound* Tiongkok. Pada awalnya Hong Kong dan Makau menjadi destinasi wisata utama masyarakat Tiongkok dengan tujuan untuk menemui para kerabat. Pada bulan juli 1997, Administrasi Pariwisata Nasional Tiongkok membuat suatu peraturan penting yaitu "Peraturan Penyediaan Pengelolaan Perjalanan Keluar oleh Warga Negara Tiongkok dengan Biaya Sendiri" (*The Provision Regulations on the Management of Outbound Travel by Chinese Citizens at Their Own Expense*). Sejak peraturan tersebut resmi dibentuk, banyak masyrakat Tiongkok yang melakukan wisata ke luar negeri dan banyak negara lain seperti Jepang, Swiss dan banyak negara Eropa Barat lainnya gencar melakukan negosiasi dan bekerjasama dalam jalur diplomatik untuk menjadi destinasi wisata bagi masyarakat Tiongkok daratan (Qun & Jie, 2007: 44-45).

4.1.1. Karakteristik Wisatawan Tiongkok di Indonesia

Sejak tahun 2010 wisatawan Tiongkok ke Indonesia terus mengalami peningkatan. Pada Oktober 2013, Presiden Tiongkok Xi Jinping mengunjungi Indonesia dan kedua negara menandatangani perjanjian dalam bidang pariwisata. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Direktur Asisten Deputi Pengembangan Pasar Asia Pasifik Drs. Vinsensius Jemadu, MBA, perjanjian tersebut adalah dukungan Tiongkok untuk mendukung target pariwisata Indonesia untuk mendatangkan 10 juta wisatawan Tiongkok ke Indonesia pada 2019 (hasil wawancara dengan narasumber 2, Kementerian Pariwisata).

Jumlah wisatawan Tiongkok yang berkunjung ke Indonesia pada 2015 adalah sebesar 1.141.330. Bali menjadi pintu masuk utama wisatawan Tiongkok yang berkunjung ke Indonesia. Selain Bali, pintu masuk utama wisatawan Tiongkok ke Indonesia lainnya yaitu Jakarta, Tanjung Uban, Batam dan Surabaya.

Pengeluaran rata-rata wisatawan Tiongkok di Indonesia adalah sekitar USD1.059 per orang per kunjungan, angka tersebut lebih rendah dibandingkan dengan rata-rata total pengeluaran wisman ke Indonesia yakni USD1.200 per wisman setiap kunjungan. Namun, pengeluaran wisatawan Tiongkok tersebut lebih tinggi jika dibandingkan dengan pengeluaran wisatawan Singapura yang sebesar USD658 dan Malaysia USD710 per wisatawan di setiap kunjungan (hasil wawancara dengan narasumber 2, Kementerian Pariwisata).

Pemerintah mentargetkan dua juta wisatawan Tiongkok setiap tahunnya dengan pendapatan

devisa sebesar 2,1 juta dolar AS atau setara dengan 15,99 persen dari total devisa yang diterima dari sektor pariwisata (http://www.antaranews.com /berita/562237/di-china-pemerintah-anjurkan promo -si-gencar-pariwisata-indonesia diakses pada 01 Agustus 2017).

Wisatawan Tiongkok di Indonesia sangat menyukai laut sehingga aktivitas wisatanya di Indonesia banyak dilakukan di pantai dan bermain di laut, mereka menyukai banyak wisata air dan watersport. Selain itu wisatawan Tiongkok menyukai spa dan pertunjukan/atraksi wisata.

4.2 Analisa Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.2.1 Upaya-Upaya Diplomasi Indonesia Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Tiongkok Ke Indonesia (2014-2016)

Untuk memanfaatkan peluang atas jumlah wisata *outbound* Tiongkok yang semakin meningkat pada setiap tahunnya, baik pihak pemerintah maupun non pemerintah telah berupaya memanfaatkan hal tersebut untuk dapat menarik banyak kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia melalui jalur diplomasi.

Diplomasi yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia, melibatkan berbagai pihak dan berbagai jalur diplomasi seperti *first track diplomacy* (pemerintah), *second track diplomacy* (non pemerintah), *third track diplomacy* (bisnis/perdagangan), *fourth track diplomacy* (warga negara), *fifth track diplomacy* (pengembangan/penelitian/ pendidikan) dan *ninth track diplomacy* (media).

4.2.1.1 Diplomasi Melalui Pemerintah (*First Track Diplomacy*)

Tiongkok menjadi negara dengan pengguna internet terbesar di dunia mengingat jumlah penduduknya yang mencapai 1,379 miliar (Worldbank, 2016). Menurut data *China Internet Watch* terdapat 731 juta pengguna internet pada desember 2016, sebesar 53,2% penduduk Tiongkok terkoneksi dengan internet dan smarthphone menjadi alat komunikasi utama masyarakat Tiongkok untuk mengakses internet. Berdasarkan hal tersebut, pemerintah di samping menggunakan metode diplomasi tradisional melaui forum pertemuan, juga telah banyak menggunakan metode diplomasi baru seperti *digital diplomacy* yang menggunakan berbagai media digital untuk meningkatkan wisatawan mancanegara khususnya Tiongkok untuk dapat menjangkau pasarnya secara luas.

Pada diplomasi jalur pertama "*first track diplomacy*" yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia untuk menarik kunjungan wisatawan Tiongkok antara lain:

1. Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) Beijing menggelar Indonesian *Food Festival (IFF)* pada Juni 2014. Kegiatan tersebut diisi dengan perlombaan memasak yang diikuti oleh berbagai kalangan masyarakat lokal dan asing di Beijing, termasuk para jurnalis. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mengenalkan Indonesia melalui kuliner (http://www.kemlu.go.id/ beijing/ diakses pada 10 Agustus 2017).
2. Kementerian Pariwisata bekerjasama dengan perusahaan Baidu Tiongkok. Sejak tahun 2016 Kementerian Pariwisata telah menjalin kerjasama dengan Baidu yang merupakan perusahaan terkemuka berbasis teknologi informasi asal Tiongkok. MoU kerjasama tersebut ditandatangani pada 25 Februari 2016 dan kemudian diperpanjang kembali pada tahun 2017. Kerjasama tersebut merupakan sebuah upaya pemerintah untuk memenuhi target 10 juta wisatawan Tiongkok pada 2019. Baidu memiliki berbagai fasilitas seperti mesin pencarian atau *search engine* untuk situs web, file audio dan gambar dalam bahasa Mandarin.
3. Kementerian Pariwisata bekerjasama dengan *Online Travel Agents* terbesar di Tiongkok

yakni “Ctrip, Tuniu, ELong, dan Mafengwo”. Ctrip merupakan *online travel agent* terbesar di Tiongkok yang dapat menjangkau lebih dari 60 persen pangsa pasar di Tiongkok. Kerjasama yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dengan Ctrip merupakan salah satu upaya untuk dapat mendatangkan lebih banyak wisatawan Tiongkok ke Indonesia. Pada 2016 Ctrip mampu mendatangkan 140.000 wisatawan Tiongkok ke Indonesia dan pada tahun ini diharapkan dapat mendatangkan 200 ribu wisatawan Tiongkok. Ctrip memiliki sekitar 250 juta pengguna, yang menghabiskan lebih dari 20 miliar yuan melalui platform online travel agent pada tahun 2016 (http://www.chinadaily.com. cn/business diakses pada 30 Juli 2017).

4.2.1.2 Diplomasi Melalui *Non-Government Actors* (*Second Track Diplomacy*)

Selain pemerintah, lembaga masyarakat yang berkedudukan sebagai aktor non-pemerintah juga turut berperan mendukung berbagai upaya diplomasi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia melalui “*second track diplomacy*”. Salah satu lembaga non pemerintah yang aktif melakukan diplomasi pariwisata adalah ASITA. ASITA mempromosikan wisata halal Indonesia di Xinjiang Tiongkok. Terdapat tiga provinsi di Indonesia yang memiliki label sebagai destinasi halal yakni Lombok, Sumatera Barat, dan Aceh yang dipromosikan di Xinjiang pada 2016 (http://travel.kompas.com diakses pada 30 Juli 2017).

4.2.1.3 Diplomasi Melalui *Jalur Bisnis (Third Track Diplomacy)*

Diplomasi melalui jalur bisnis atau *third track diplomacy,* menggunakan ekonomi sebagai sarana untuk berdiplomasi. Diplomasi melalui bisnis ditujukan untuk memperoleh kesejahteraan dan juga perkembangan ekonomi suatu negara. Adapun diplomasi melalui jalur bisnis yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia antara lain dengan dibukanya penerbangan langsung Indonesia-Tiongkok oleh beberapa maskapai Indonesia seperti Garuda Indonesia telah membuka penerbangan langsung Beijing-Jakarta, Shanghai-Jakarta, Guangzhou-Jakarta, Denpasar-Guangzhou, dan Lion Air yang membuka penerbangan langsung dari enam kota di Tiongkok ke Manado yakni Macau, Shenzen, Chongqing, Wuhan, Shanghai, dan Changsa (http://www. antaranews.com diakses pada 01 Agustus 2017).

4.2.1.4 Diplomasi Melalui Peran Warga Negara (*Fourth Track Diplomacy*)

Adapun upaya diplomasi yang dilakukan oleh warga negara Indonesia diantaranya dilakukan oleh Artis profesional Yogyakarta yang mempromosikan kebudayaan Yogyakarta pada pertunjukkan budaya Yogyakarta di Tianlin *Community Culture Center* Shanghai pada tanggal 25 Juni 2015, Masyarakat Indonesia di Tiongkok juga turut berpartisipasi untuk mendonorkan darah untuk masyarakat Tiongkok pada 22 Desember 2014. Acara tersebut diselenggarakan oleh Perhimpunan Pelajar Indonesia di Tiongkok (PPIT) cabang Beijing, kegiatan donor darah tersebut bertajuk "Indonesia Berbagi". Kegiatan tersebut diikuti oleh 110 mahasiswa dan masyarakat Indonesia di Beijing pada 22 Desember 2014 (http://www.kemlu.go.id/beijing/ diakses pada 10 Agustus 2017).

4.2.1.5 Diplomasi Melalui Jalur Pendidikan (*Fifth Track Diplomacy*)

Institut Seni Indonesia Surakarta berpartisipasi di *Central Conservatory of Music* (CCOM) Beijing. Acara tersebut digelar pada 20 Mei 2014. Institusi pendidikan Indonesia tersebut bekerjasama dengan *Central Conservatory of Music* (CCOM) Beijing untuk berpartisipasi dan mengisi acara untuk memperkenalkan dan memainkan musik Gamelan di Tiongkok yang dibawakan oleh 20 orang

mahasiswa jurusan etnomusikologi CCOM, dibawah bimbingan Bapak Risnandar, Dosen Gamelan dari ISI Surakarta (http://www.kemlu.go.id/beijing/ diakses pada 10 Agustus 2017).

Selain itu, Perhimpunan Pelajar Indonesia Tiongkok (PPIT) juga bekerjasama dengan *ICC Culture & Communication Co.,Ltd* Tiongkok pada tahun 2015. *ICC culture & communication Co., Ltd* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang hubungan strategis Indonesia-Tiongkok. PPIT dan ICC melakukan kerjasama lintas bidang yakni budaya, sosial dan pendidikan. PPIT dan ICC menandatangani MoU pada 8 mei 2015. Kerjasama tersebut merupakan upaya pelajar Indonesia di Tiongkok untuk mempromosikan Indonesia dan untuk mempererat hubungan masyarakat kedua negara (http://www.ppitiongkok.org /2015/05/22/ tanda-tangani-mou-dengan-icc-ppi-tiongkok-siap-kembangkan-budaya-indonesia-di-tiongkok/ diakses pada 19 Agustus 2017).

4.2.1.6 Diplomasi Melalui Peran Media (*Ninth Track Diplomacy*)

Media memiliki peranan besar dalam membentuk opini publik dan dapat menjembatani masing-masing kepentingan negara antara Indonesia dan Tiongkok. Adapun peran diplomasi media seperti yang dilakukan Asosiasi Wartawan Bali yang bekerjasama dengan Wartawan Hainan Tiongkok membentuk "Forum Persahabatan Wartawan Bali-Hainan" pada 24 Juli 2015. Delegasi Wartawan Provinsi Hainan Tiongkok berkunjung ke Bali dan menandatangani draft kesepakatan rencana aksi untuk meningkatkan persahabatan. Media *Hainan Daily* merupakan media paling berpengaruh di Hainan Tiongkok yang membawahi enam media. Kerjasama antara wartawan Bali dan Hainan tersebut dimaksudkan untuk dapat saling bertukar informasi mengenai potensi pariwisata di kedua provinsi Bali dan Hainan dan juga saling mempromosikan kegiatan penting yang dilaksanakan antara kedua provinsi seperti festival-festival budaya.

4.2.2 Kendala Yang Dihadapi Diplomasi Indonesia Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Tiongkok Ke Indonesia (2014-2016)

Jumlah wisatawan Tiongkok meningkat cukup pesat di Indonesia, namun Indonesia masih menempati urutan ke-4 negara tujuan wisman asal Tiongkok di ASEAN setelah Thailand, Singapura, dan Malaysia (http://databoks.katadata.co.id/ datapublish/2016 diakses pada 02 Agustus 2017). Indonesia masih belum dapat bersaing dengan beberapa negara ASEAN tersebut yang dapat menarik lebih banyak wisatawan asal Tiongkok yang dikenal sebagai pasar wisata potensial dengan jumlah wisatawan yang banyak datang secara berkelompok dan memiliki pengeluaran belanja yang tinggi. Salah satu kendala Indonesia dalam menjaring wisman asal Tiongkok adalah kapasitas *direct flight* yang masih terbatas. Dari 17 kota potensial di Tiongkok, hanya 8 kota yang memiliki *direct flight* ke Indonesia, berbeda jauh dengan kondisi aksesibilitas udara dari Tiongkok ke Thailand, Singapura maupun Malaysia. Penerbangan langsung yang melayani jalur Tiongkok-Indonesia, hanya 38 persen, artinya penumpang dari Tiongkok yang memilki *direct flight* ke Indonesia hanya sebesar 38 persen sedangkan sisanya melalui transit. Berbeda jauh dengan Thailand 81 persen, Singapura 86 persen dan Malaysia yang mencapai 78 persen (http://www.antaranews.com diakses pada 02 Agustus 2017).

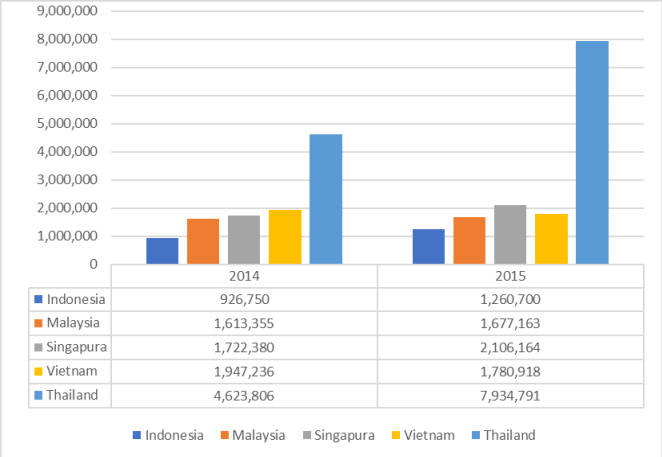
Kesan dan Citra Indonesia di mata masyarakat Tiongkok pasca terjadinya gerakan anti Tionghoa di Indonesia juga masih melekat hingga kini. Terdapat sekitar 7 juta masyarakat etnis Tionghoa di Indonesia dan etnis Tionghoa merupakan etnis minoritas di Indonesia. Pada peristiwa kerusuhan tahun 1998 yang disebabkan oleh krisis finansial, kritik terhadap rezim Soeharto, dan juga karena adanya ketimpangan antara masyarakat kaya yang didominasi etnis Tionghoa juga menjadi sorotan, pada saat itu banyak rumah

dan toko milik warga Indonesia keturunan Tionghoa dihancurkan oleh massa. Sehingga pasca tindakan anti Tionghoa tersebut tersebar di media internet, banyak masyarakat Tiongkok yang segan untuk berwisata ke Indonesia (Cochrane, 2008 : 347). Tentu hal tersebut dapat menjadi batu sandungan bagi hubungan baik Indonesia dan Tiongkok, terutama dalam pariwisata. Meskipun demikian, citra Indonesia semakin membaik dan kesan atas terjadinya gerakan anti komunis di Indonesia sedikit demi sedikit telah mengalami pergeseran (hasil wawancara dengan narasumber 2, Kementerian Pariwisata).

Masalah keamanan juga menjadi faktor pertimbangan terbesar bagi wisatawan Tiongkok untuk mengunjungi Indonesia mengingat maraknya tindakan kriminal dan juga aksi-aksi terorisme yang terjadi di Indonesia. Aspek keamanan merupakan suatu hal yang sangat penting yang menjadi salah satu kunci utama berkembangnya pariwisata di suatu negara karena pada umumnya setiap orang yang melakukan kegiatan wisata mencari kenyamanan, ketenangan dan kesenangan. Beberapa peristiwa terorisme yang pernah terjadi di Indonesia tentu akan menimbulkan rasa takut pada wisatawan yang ingin berkunjung.

4.2.3 Hasil Diplomasi Indonesia Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Tiongkok Ke Indonesia (2014-2016)

Jumlah wisatawan mancanegara asal Tiongkok yang berkunjung ke Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2014 wisatawan Tiongkok yang berkunjung ke Indonesia berjumlah 959.231, pada 2015 berjumlah 1.141.330 dan pada 2016 berjumlah 1.452.971.



	2014	2015
Indonesia	926,750	1,260,700
Malaysia	1,613,355	1,677,163
Singapura	1,722,380	2,106,164
Vietnam	1,947,236	1,780,918
Thailand	4,623,806	7,934,791

Dari grafik jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok (*mainland China*) tersebut di atas, dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia pada setiap tahunnya. Jika dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainya wisatawan yang berkunjung ke Indonesia masih relatif sedikit.

4.2.4 Prospek Diplomasi Indonesia Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Tiongkok ke Indonesia

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi Tiongkok yang meningkat, wisatawan Tiongkok akan terus tumbuh. Prospek wisatawan Tiongkok sangat menjanjikan bagi kemajuan pariwisa Indonesia yang akan berdampak pada peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

Dari berbagai kendala yang dihadapi diplomasi indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke indonesia diantaranya adalah kendala teknis seperti infrastruktur (infrastruktur pariwisata, infrastruktur transportasi udara dan darat dan infrastruktur *Information and Communication Technology*-ICT). Pemerintah dapat berperan untuk menyediakan infrastruktur pariwisata tersebut agar dapat mendorong daya saing pariwisata Indonesia menjadi unggul sehingga wisatawan mancanegara khususnya Tiongkok akan banyak memilih Indonesia sebagai destinasi favorit. Untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok, Pemerintah melalui Kementerian Perhubungan dapat berperan untuk

memberikan kemudahan perizinan bagi maskapai-maskapai penerbangan Indonesia untuk membuka rute-rute baru penerbangan langsung Indonesia-Tiongkok sehingga kendala mengenai kapasitas *direct flight* yang masih terbatas akan dapat terselesaikan.

Mengenai citra Indonesia yang pernah melakukan gerakan anti komunis dan anti Tionghoa pada tahun 1965 dan 1968 dapat secara perlahan diperbaiki seperti dengan mengadakan pertukaran pelajar, pertukaran masyarakat juga budaya untuk mempererat hubungan *people to people* sehingga hal tersebut dapat memulihkan citra Indonesia di kalangan masyarakat Tiongkok.

Metode *digital diplomacy* yang telah dilakukan oleh pemerintah dengan banyak bekerjasama dengan media-media *mainstream* di Tiongkok seperti dengan BAIDU, CCTV, Xinhua, *Online Travel Agents* dan lainnya juga harus ditingkatkan kembali, mengingat media komunikasi berbasis internet dapat secara cepat menjangkau masyarakat Tiongkok yang belum mengenal Indonesia.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti serta apa yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan dari judul penelitian ini yakni, untuk dapat mendatangkan lebih banyak kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia, Indonesia berupaya melakukan diplomasi Multijalur/ *Multitrack diplomacy* yang melibatkan berbagai pihak baik pemerintah maupun non pemerintah.

Adapun kendala yang dihadapi diplomasi indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke indonesia diantaranya adalah kendala teknis seperti infrastruktur, citra keamanan Indonesia di mata masyarakat Tiongkok, juga citra Indonesia di mata masyarakat Tiongkok pasca terjadinya gerakan anti Tionghoa di Indonesia yang masih melekat hingga kini. Meskipun demikian, citra Indonesia semakin membaik dan kesan atas terjadinya gerakan anti Tionghoa di Indonesia sedikit demi sedikit telah mengalami pergeseran.

Jika dibandingkan dengan negara-negara *competitor* lainnya di tingkat ASEAN yaitu Malaysia, Singapura dan Thailand, jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok yang berkunjung ke Indonesia masih jauh dari angka jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok yang berkunjung pada *competitor* ASEAN lainnya, Indonesia masih belum dapat menyaingi negara-negara tetangga tersebut.

5.2 Saran

Untuk menyelesaikan berbagai kendala yang dapat menghalangi perkembangan pariwisata Indonesia untuk mendatangkan wisatawan mancanegara khususnya Tiongkok, maka pemerintah dapat berperan untuk menyediakan infrastruktur pariwisata, infrastruktur transportasi udara dan darat serta infrastruktur ICT yang lebih baik agar dapat mendorong daya saing pariwisata Indonesia menjadi unggul sehingga wisatawan mancanegara khususnya Tiongkok akan banyak memilih Indonesia sebagai destinasi favorit.

Pemerintah juga berperan penting dalam menjaga stabilitas dan keamanan negara. Aspek keamanan merupakan suatu hal yang sangat penting yang menjadi salah satu kunci utama berkembangnya pariwisata di suatu negara, karena pada umumnya setiap orang yang melakukan kegiatan wisata mencari kenyamanan, ketenangan dan kesenangan.

Melihat banyaknya wisatawan Tiongkok yang menggunakan jasa *travel agents* untuk mengurus keperluannya dalam melakukan perjalanan ke luar negeri, sebaiknya baik pemerintah sebagai pemangku kebijakan dan juga berbagai pihak non pemerintah lainnya seperti kalangan pebisnis, dapat mulai menjalin dan mengembangkan hubungan kerja sama dengan berbagai *travel agents* terkemuka di Tiongkok. Selain itu, media promosi melalui internet harus dapat ditingkatkan lagi dan

disertai dengan penggunaan bahasa Mandarin agar dapat dipahami bagi masyarakat Tiongkok khususnya bagi yang tidak menguasi bahasa Inggris.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Elisabeth, Adriana. 2016. *Roadmap Kebijakan Luar Negeri Indonesia (2015-2020): Mewujudkan Diplomasi Ekonomi Inklusif Berbasis Lingkungan dan Berkelanjutan.* Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Davis, John & Kaufman, Edward. 2003. *Second track / Citizens' Diplomacy*. Maryland: Rowman and Littlefield Publishers.

Tim Presiden RI. 2016. 2 Tahun Pemerintahan Joko Widodo-Jusuf Kalla Akselerasi Mewujudkan Indonesia Sentris. Jakarta: Kantor Staf Presiden Republik Indonesia.

B. DOKUMEN

Kementerian Pariwisata. 2016. Data statistik Rangking Devisa Pariwisata terhadap Komoditas Ekspor.

Keputusan Presiden (Kepres) Nomor 108 Tahun 2003 Tentang Organisasi Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri.

Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2015.

Laporan Perekonomian Indonesia. 2015. Tantangan, Arah Kebijakan Dan Prospek Perekonomian Indonesia. Bank Indonesia.

Peraturan Pemerintah no 67 tahun 1996.

Travel and Tourism Competitiveness Report WEF, 2015.

UU Nomor 37 Tahun 1999 Tentang Hubungan Luar Negeri.

UNWTO. 2015. *Annual Report* 2015.

C. RUJUKAN ELEKTRONIK

Farhan, Afif. 2016. Sama-sama Bahagia, Pariwisata Indonesia dan China Harmonis. https://travel.detik.com/travel-news/d-3344050/sama-sama-bahagia-pariwisata-indonesia-dan-china-harmonis [30/06/2017].

Imigrasi. 2017. Pemerintah Berkan Bebas Visa Kunjungan. http://www.imigrasi.go.id diakses pada [25/072017].

Jing, Li, Yang Feiyue, Jiang Yiyi. 2016. Melalui http://www.Chinadaily.com.cn/travel/2016 chinaoutbound/ [06/06/2017].

Kemlu. 2014. Masyarakat Indonesia Donorkan Darah untuk Tiongkok. http://www.kemlu.go.id/beijing/id/berita-agenda/berita-perwakilan/default.aspx [10/082017]

Kementerian Pariwisata. 2015. Melalui http://www.kemenpar.go.id/asp/detil. asp?c=16&id=2826 [08/06/2017].

Prodijo, Wahyu. 2017. Presiden Upayakan Penarikan 10 Juta Wisman Tiongkok. http://www.antaranews.com /berita/598272 /presiden/-upayakan/-penarikan-10-juta-wisman-tiongkok [26/07/17]