# BAB I

# PENDAHULUAN

## 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 mempermudah dalam memperoleh kepentingan nasionalnya.

Indonesia dan Tiongkok telah menjalin hubungan diplomatik sejak 13 April 1950 dan telah melakukan Deklarasi Kemitraan Strategis pada 25 April 2005. Dalam Deklarasi tersebut, kedua negara saling berkomitmen untuk saling memajukan kerjasama di berbagai bidang, dengan menjunjung prinsip-prinsip penghargaan atas kemerdekaan, kedaulatan serta keutuhan wilayah pada masing-masing negara (http://www.kemlu.go.id/id/berita/siaran-pers/Pages/ Peringatan60

Tahun-Hubungan-Diplomatik-Republik-Indonesia-RepublikRakyatTiongkok.aspx diakses pada 07 Juni 2017).

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, menjadi daya tarik tersendiri bagi Indonesia. Di kawasan Asia Tenggara, Indonesia merupakan negara dengan luas kawasan terbesar, penduduk terbanyak dan sumber daya alam terkaya, sehingga menempatkan Indonesia sebagai kekuatan utama di antara negara-negara Asia Tenggara lainnya. 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 berkunjung ke Indonesia. Indonesia dan pariwisata merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, 9,5% dari total GDP Indonesia didapatkan dari sektor pariwisata, sementara 1 dari 11 pekerjaan merupakan jasa pariwisata (https://diplomasiekonomi.kemlu.go.id/id/pariwisata diakses pada 03 Juni 2017).

Sektor pariwisata Indonesia diyakini akan menjadi pemasok devisa terbesar. Bahkan, pada 2019 devisa dari sektor pariwisata diprediksi akan mengalahkan devisa dari sektor minyak dan gas (migas). Sejak 2013 hingga kini sektor pariwisata naik dari urutan lima pada tahun 2011 menjadi peringkat empat sebagai penghasil devisa terbesar (Kementerian Pariwisata, 2016). Pariwisata merupakan sektor yang sangat penting bagi kemakmuran, kesejahteraan serta menjadi kunci dari pembangunan. Pariwisata juga merupakan sektor pendorong utama dalam

kemajuan sosial dan ekonomi melalui penciptaan lapangan pekerjaan yang dapat menyerap banyak tenaga kerja dan pembangunan infrastruktur. Pariwisata juga berperan sebagai sumber pendapatan negara, serta berperan dalam memperkenalkan budaya bangsa. Pada tahun 2014 sektor pariwisata telah menyumbang devisa sebesar US$ 10,69 miliar atau setara dengan Rp 136 triliun (http://www.kemenpar.go.id /asp/detil.asp?c=16&id=2959 diakses pada 04 Juni 2017). Pariwisata adalah penyumbang 9,8 juta lapangan pekerjaan, atau sebesar 8,4% secara nasional dan menempati urutan ke-4 dari seluruh sektor industri. Sektor pariwisata berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja termurah yaitu dengan US$ 5.000/ satu pekerjaaan, dibanding rata-rata industri lainnya sebesar US$ 100.000/ satu pekerjaan (http://bumntrack.co.id/pariwisata penghasil-devisa-nomor-satu/ diakses pada 07 Juni 2017).

Menurut laporan UN-*World Tourism Organizations* (UNWTO) disebutkan bahwa prospek jangka panjang kunjungan wisatawan mancanegara ke seluruh dunia antara tahun 2010 dan 2030 diperkirakan meningkat 3,3% per tahun, mencapai 1,8 miliar wisatawan. Kunjungan wisatawan ke negara berkembang (+4,4% per tahun) diperkirakan meningkat dua kali lipat dibandingkan dengan kunjungan wisatawan ke negara maju (+ 2,2% per tahun). Pangsa pasar negara berkembang meningkat dari 30% pada tahun 1980 menjadi 45% pada 2014, dan diperkirakan akan mencapai 57% pada tahun 2030, yang setara dengan lebih dari 1 miliar kunjungan wisatawan mancanegara (UNWTO *Annual Report*, 2015: 2).

Perkembangan pariwisata di seluruh dunia sangat berpengaruh pada perekonomian negara-negara ASEAN termasuk Indonesia. Pada tahun 2023

diprediksikan bahwa kontribusi pariwisata terhadap perekonomian ASEAN akan mencapai US$480 miliar dengan pertumbuhan rata-rata sekitar 5,8% per tahun (Sujai, 2016 : 12). Kedatangan wisatawan mancanegara ke negara-negara ASEAN semakin meningkat setiap tahunnya. Secara keseluruhan jumlah kedatangan wisatawan mancanegara pada tahun 2012 mencapai 89.225.000 meningkat menjadi 105.083.000 pada tahun 2014 (https://asean.org/?statistic-post=tourism-statistic-2 diakses pada 04 Juni 2017).

Sejak 2012 wisatawan asal Tiongkok menjadi sumber utama pasar pariwisata dunia yang terus mengalami pertumbuhan yang luar biasa tidak terkecuali di kawasan ASEAN. Wisatawan Tiongkok membentuk kelompok konsumen yang cukup besar dan diakui sebagai pembelanja terbesar dan paling menguntungkan di dunia. Pada tahun 2014 pelancong Tiongkok memperoleh rekor tertinggi dalam hal pengeluaran wisata sebesar 165 miliar dolar AS, angka tersebut meningkat 27% dibandingkan pada tahun 2013 (UNWTO *Annual Report,* 2015 : 13). Pertumbuhan perekonomian Tiongkok mempengaruhi tingkat pendapatan dan pengeluaran finansialnya, termasuk pada pengeluaran wisata. Jumlah wisatawan Tiongkok yang melakukan perjalanan wisata ke mancanegara semakin bertambah tiap tahunnya. Menurut *International Luxury Travel Market Asia,* selama tiga tahun berturut-turut, turis Tiongkok berada di peringkat utama di pasar belanja global (https://ekbis.sindonews.com/read/1160692/34/luhut-ingin-indonesia-jadi-10 desti nasi-favorit-Tiongkok-1480946184 diakses pada 03 Juni 2017).

Selama dua dekade terakhir jumlah penduduk Tiongkok yang melakukan perjalanan wisata ke luar negeri semakin meningkat sejak reformasi ekonomi

Tiongkok (1978) yang berorientasi pasar untuk memajukan pembangunan Tiongkok dan menjadikan Tiongkok sebagai negara modern yang kuat, serta ditetapkannya *open door policy* pada awal 1980-an. Pasca reformasi ekonomi yang dilakukan oleh Deng Xiaoping pada 1978 Tiongkok mengalami pertumbuhan ekonomi dua digit setiap tahunnya. *Open door policy* merupakan kebijakan Tiongkok untuk dapat terbuka bagi dunia luar yang memungkinkan masuknya masyarakat negara lain memasuki Tiongkok dan juga sebaliknya masyarakat Tiongkok diperbolehkan melakukan perjalanan ke luar negeri, padahal sebelum adanya *open door policy*, hanya pejabat-pejabat yang memiliki alasan resmi saja yang dapat melakukan perjalanan ke luar negeri. Sehingga pasca reformasi ekonomi yang dimulai pada Desember 1978 dibawah pimpinan Deng Xiaoping dan adanya kebijakan *open door policy* tersebut, banyak masyarakat Tiongkok yang melakukan kunjungan ke luar negeri. Pada tahun 1990, Tiongkok secara resmi membuka perbatasannya dan mengizinkan rakyatnya mulai mengunjungi dunia luar (Nasolomampionona, 2014). Reformasi ekonomi dan *open door policy* Tiongkok telah merangsang pertumbuhan pariwisata internasional (http://www.chinadaily .com.cn/travel/2016chinaoutbound/ diakses 06 Juni 2017). Tiongkok sekarang menjadi sumber pariwisata internasional terbesar secara global. Jumlah populasinya yang besar, meningkatnya pendapatan, dan pembebasan perjalanan luar negeri, telah mendorong peningkatan jumlah wisatawan Tiongkok yang melakukan perjalanan ke luar negeri. Pertumbuhan ekonomi yang melebihi negara berkembang lainnya, menyebabkan kelas menengah Tiongkok telah berkembang secara besar-besaran selama beberapa dekade terakhir (UNWTO, *The Chinese Outbound Travel*

*Market*). GDP per kapita Tiongkok dari 2013-2015 adalah sebesar US$ 7.503 (http://stat.wto.org/Country-Profile/WSDB-CountryPF-View.aspx?-Country=CN diakses pada 29 Juni 2017).

Jumlah dan pengeluaran wisatawan Tiongkok yang tinggi, menjadi daya tarik dan menjadi rebutan bagi setiap negara untuk menarik wisatawan asal Tiongkok tidak terkecuali Indonesia. Potensi wisatawan Tiongkok tersebut terus dibidik oleh Indonesia mengingat terdapat potensi pendapatan yang tinggi yang dapat diperoleh Indonesia.

Sejak pergantian abad 20, telah terjadi peningkatan lebih dari delapan kali lipat dalam jumlah perjalanan luar negeri yang dilakukan oleh wisatawan Tiongkok dari 10 juta orang yang melakukan perjalanan ke negara lain pada tahun 2000 menjadi lebih dari 80 juta pada periode sekarang ini (http://www.chinadaily. com.cn/travel/2016chinaoutbound/ diakses pada 03 Juni 2017). Berdasarkan data yang diperoleh dari *China National Tourism Administration*, pada tahun 2014 terdapat 100 juta penduduk Tiongkok yang melakukan wisata ke mancanegara. Sebagian besar negara-negara Asia menjadi destinasi favorit wisatawan Tiongkok dan menerima 85,42 juta pengunjung Tiongkok pada November 2014, angka tersebut meningkat 16,1% dibandingkan periode yang sama tahun 2013. Asia menjadi pilihan utama karena terdapat beberapa alasan seperti perbedaan budaya yang relatif sedikit, jarak yang tidak terlalu jauh sehingga dapat melakukan perjalanan dengan waktu yang singkat, serta biaya perjalanan yang rendah. Perjalanan ke luar negeri tidak hanya dapat dinikmati oleh masyarakat kelas atas tapi juga kelas menengah. Berdasarkan statistik yang dilakukan oleh agen

perjalanan Tiongkok pada kuartal ketiga tahun 2014, terdapat beberapa negara yang menjadi destinasi wisata favorit masyarakat Tiongkok diantaranya yaitu:

**Tabel 1.1**

Destinasi Favorit Wisatawan Tiongkok Pada Kuartal Ketiga Tahun 2014

| *Destinations* | *Number of Chinese Mainland Tourists* |
|---|---|
| **Hong Kong** | 5,370,884 |
| **South Korea** | 3,546,921 |
| **Thailand** | 2,884,539 |
| **Taiwan** | 2,671,350 |
| **Macau** | 2,434,431 |
| **Japan** | 1,394,203 |
| **Singapore** | 990,159 |
| **Malaysia** | 677,836 |
| **Indonesia** | 646,048 |
| **France** | 619,294 |
| **United States** | 553,846 |

Sumber: https://www.travelchinaguide.com diakses pada 03 Juni 2017

Dari data agen perjalanan tersebut dapat terlihat bahwa wisatawan Tiongkok yang berkunjung ke Thailand, Singapura dan Malaysia masih lebih banyak daripada wisatawan Tiongkok yang berkunjung ke Indonesia. Potensi wisatawan Tiongkok 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 Singapura dan Malaysia yang dapat lebih banyak menarik wisatawan Tiongkok ke negaranya. Menurut laporan *Travel & Tourism Competitiveness* 2015, posisi Indonesia berada di peringkat 50 jauh tertinggal dibandingkan Singapura yang berada pada peringkat 11, Malaysia pada peringkat 25 dan Thailand pada peringkat 35 dalam pemeringkatan *Travel & Tourism Competitiveness* 2015 (http://industri.bisnis.com/read/20150609 /12/441357/pemerintah-optismistis-pariwisata-indonesia-ranking-30-dunia-pada-2019 diakses pada 03 Juni 2017). Meskipun demikian, terdapat peningkatan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia pada tiap tahunnya. Menurut data Kementerian Pariwisata mengenai perkembangan wisatawan mancanegara, pada 2012 jumlah wisatawan Tiongkok yang berkunjung ke Indonesia sebesar 686.779, pada 2013 sebesar 807.429 dan pada 2014 sebesar 926.750 (Kementerian Pariwisata, 2015). Wisatawan Tiongkok, Singapura, Australia, Malaysia, dan Jepang merupakan *Top* 5 wisatawan mancanegara yang paling banyak mengunjungi Indonesia. Menurut data BPS, sepanjang 2016 wisatawan Tiongkok mendominasi kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia dengan jumlah 1.428.596 kunjungan, sedikit unggul di atas wisatwan asal Singapura dengan jumlah 1.423.438 kunjungan. Bandara Ngurah Rai Bali menjadi pintu masuk utama bagi kedatangan wisatawan Tiongkok ke Indonesia, Bali menjadi destinasi yang banyak dikunjungi wisatawan Tiongkok di Indonesia (https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis-/3424299/-jumlah-wisman-ke-ri-tembus-1152-juta-di-2016/-naik diakses pada 28 Juni 2017).

Pada tahun 2016, wisman yang paling banyak datang ke Bali adalah wisman dengan kebangsaan Australia, kemudian disusul oleh kebangsaan Tiongkok, Jepang, Inggris, India, dan Malaysia dengan persentase masing-masing sebesar 23,20 persen, 20,11 persen, 4,77 persen, 4,50 persen, 3,80 persen dan 3,65 persen (https://bali.bps.go.id/Brs /view/id/258 diakses pada 30 Juni 2017). Dari banyaknya wisatawan Tiongkok yang berkunjung ke Indonesia, 85% wisatawan memilih Bali sebagai destinasi kunjungan wisata favorit dan sisanya sebanyak 15% tersebar ke kota Jakarta, Manado, Singkawang, Batam dan Jawa Tengah (http://www.disparda.baliprov.go.id/id/Statistik3 diakses pada 30 Juni 2017).

Indonesia sudah sepatutnya untuk unggul di sektor pariwisata karena Indonesia memliki potensi pariwisata yang besar mulai dari wisata alam, wisata belanja, budaya, kuliner, sampai keagamaan, yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara khususnya Tiongkok. Potensi pariwisata nasional yang dimanfaatkan menjadi obyek dan daya tarik wisata dapat berupa keadaan alam, flora, fauna, kebudayaan nasional dan kebudayaan daerah baik yang berwujud ide, kehidupan sosial maupun berupa benda hasil karya manusia yang perlu dijaga kelestariannya dalam rangka memperkukuh jati diri bangsa dalam rangka perwujudan Wawasan Nusantara (Peraturan Pemerintah No 67 tahun 1996). Dari potensi wisata alamnya saja, Indonesia memiliki kawasan terumbu karang terkaya di dunia, berbagai panorama laut, pantai, gunung, air terjun serta kekayaan biota laut Indonesia yang membentang dari Sabang sampai Merauke. Selain itu, kekayaan budaya, kesenian, kuliner, dan peninggalan bersejarah Indonesia juga turut menjadi nilai tambah bagi Indonesia.

Sektor pariwisata Indonesia masih rendah daya saingnya dikarenakan faktor akses infrastruktur yang belum memadai serta waktu jelajah yang memakan banyak waktu tempuh khususnya pada destinasi wisata alam. Daya saing Indonesia berada di peringkat 50 dari 141 negara. Secara keseluruhan, Indonesia masih memiliki keunggulan komparatif dari sisi harga, daya tarik dan dukungan pemerintah, namun memiliki kelemahan dalam infrastruktur dan lingkungan pendukung seperti kesehatan dan higienitas, fasilitas pariwisata, kemajuan teknologi, dan kapasitas SDM. Selain itu, faktor keamanan dan keselamatan dalam berwisata di Indonesia masih menjadi pertimbangan besar bagi para wisatawan terkait adanya terorisme yang belakangan ini marak terjadi di Indonesia, sehingga hal-hal tersebut mengurangi potensi wisata nasional (Laporan Perekonomian Indonesia, 2015).

Pemerintah telah menjadikan pariwisata sebagai *leading sector* dalam pembangunan, untuk dapat mengejar ketertinggalan, Indonesia harus dapat meningkatkan daya saingnya dan lebih memperkenalkan daya tariknya untuk dapat lebih banyak menarik wisatawan mancanegara khususnya Tiongkok. Tiongkok merupakan pasar utama bagi sektor pariwisata Indonesia.

Indonesia hingga kini menganut politik luar negeri bebas aktif. Prinsip bebas aktif dalam pelaksanaan kebijakan luar negeri Indonesia akan disesuaikan dengan dinamika nasional, regional maupun internasional. Untuk memperoleh kepentingan Indonesia dalam kancah Internasional, maka prinsip bebas aktif Indonesia diimplementasikan secara lebih pragmatis, proaktif, fleksibel dan asertif untuk mencapai hasil yang optimal (Elisabeth, 2016 : 03). Kebijakan politik luar negeri Indonesia di bawah pemerintahan Joko Widodo (Jokowi) berbeda dari

pemerintahan sebelumnya yang *high profile* dengan turut berpartisipasi aktif dalam berbagai agenda internasional. Di bawah pemerintahan Jokowi, politik luar negeri Indonesia cenderung *low profile* dan kebijakan luar negeri Indonesia akan lebih berorientasi kedalam (*inward-looking*). Hal tersebut dapat terlihat dari visi hubungan luar negeri Joko Widodo-Jusuf Kalla yakni "terwujudnya Indonesia yang berdaulat, mandiri, dan berkepribadian berlandaskan gotong royong". Tujuan dari Prinsip "bebas aktif" dalam politik luar negeri Indonesia ialah untuk mewujudkan cita-cita nasional yang sebagaimana dicantumkan dalam pembukaan UUD 1945, yakni mencerdaskan kehidupan bangsa, meningkatkan kesejahteraan rakyat, dan turut serta menjaga perdamaian dan ketertiban dunia. Oleh karena itu, adapun misi atau tujuan kebijakan luar negeri Joko Widodo-Jusuf Kalla yang berlandaskan pada prinsip politik luar negeri yang bebas aktif dan amanat konstitusi yaitu: (1). Mengedepankan identitas sebagai negara kepulauan dalam pelaksanaan diplomasi dan membangun kerjasama internasional; (2). Meningkatkan peran global melalui diplomasi *middle power* yang menempatkan Indonesia sebagai kekuatan regional dan kekuatan global secara selektif dengan memberikan prioritas kepada permasalahan yang secara langsung berkaitan dengan kepentingan bangsa dan negara Indonesia; (3). Memperluas mandala keterlibatan regional di Indo-Pasifik, dan; (4). Merumuskan dan melaksanakan politik luar negeri yang melibatkan peran, aspirasi dan keterlibatan masyarakat (Situmorang, 2014: 25).

Pemerintahan Joko Widodo-Jusuf Kalla juga menegaskan bahwa diplomasi Indonesia akan berorientasi pada pelaksanaan diplomasi ekonomi. Untuk menopang kemandirian ekonomi nasional, Menteri Luar Negeri Indonesia Retno

Marsudi menyatakan bahwa pilar ekonomi merupakan salah satu pilar prioritas dalam diplomasi luar negeri Indonesia. 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).

Untuk mewujudkan politik luar negeri Indonesia yang bebas aktif yang berlandaskan pada cita-cita konstitusi, Indonesia banyak menjalin hubungan baik dan kerjasama yang saling menguntungkan dengan berbagai negara termasuk dengan Tiongkok. Tiongkok menjadi mitra potensial bagi kepentingan dan kesejahteraan Indonesia sehingga kebijakan luar negeri dan diplomasi Indonesia akan mengarah pada Tiongkok. Munculnya Tiongkok sebagai kekuatan ekonomi baru, sedikit banyak akan mempengaruhi politik luar negeri Indonesia untuk melihat potensi Tiongkok sebagai mitra penting bagi Indonesia, begitupula dalam isu pariwisata. Menurut Perwita dan Yani, politik luar negeri merupakan seperangkat pedoman dalam memilih tindakan yang ditujukan ke luar wilayah suatu negara (Perwita & Yani, 2005 : 48). Pentingnya Tiongkok di mata Indonesia di bawah pemerintahan Presiden Joko Widodo ditandai dengan kunjungan resmi yang dilakukan Presiden Joko Widodo ke Tiongkok sebagai negara pertama yang beliau kunjungi pasca resmi menjadi presiden Republik Indonesia. Dalam kunjungan Presiden Joko Widodo ke Tiongkok pada 25-27 Maret 2015, pemerintah RI dan RRT telah sepakat untuk membangun hubungan strategis dan komprehensif ke arah yang saling menguntungkan. Pada kunjungan tersebut RI dan RRT telah menandatangani delapan MoU kerjasama dalam bidang ekonomi, proyek

pembangunan kereta api cepat Jakarta-Bandung, dan kerja sama maritim dan SAR (http://kabar24.bisnis.com/read /20150407/19/419888/kaa-2015-china-semangat-masa-depan-hubungan-dengan-indonesia diakses pada 17 Juni 2017). Dalam pariwisata sendiri, Indonesia dan Tiongkok sudah menjalin kerjasama dengan menandatangani MoU pada 02 Oktober 2013 antara Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dan Administrasi Pariwisata Nasional Republik Rakyat Tiongkok. MoU tersebut berlaku selama lima tahun dengan perpanjangan otomatis pada dua tahun berikutnya. MoU yang ditandatangani pada 02 Oktober 2013 tersebut untuk menggantikan MoU Kerjasama Pariwisata sebelumnya yang ditandatangani pada tahun 2000. Kerjasama pariwisata Indonesia-Tiongkok tersebut lebih difokuskan pada bidang pemasaran atau promosi bersama; memfasilitasi berbagai kegiatan wisata; pertukaran informasi; dan mengadakan kegiatan pelatihan serta peningkatan kapasitas SDM kedua negara (http://treaty.kemlu.go.id/index.php/treaty/index diakses pada 07 Juni 2017). Saat ini, jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia meningkat 20 persen , sementara jumlah kunjungan wisatawan Indonesia ke Tiongkok juga tercatat naik sebesar 16 persen. Hal tersebut menunjukan bahwa kerja sama pariwisata yang dilakukan Indonesia dan Tiongkok telah berjalan dengan cukup baik (http://www.republika.co.id/berita/internasional/global/16/11/13/ogk4wf377-turis-cina-ke-indonesia-meningkat diakses pada 30 Juni 2017).

Dalam upaya untuk memajukan sektor pariwisata Indonesia, pada 2015 pemerintah telah membuat berbagai kebijakan strategis untuk meningkatkan pembangunan pariwisata. Pemerintah telah memfasilitasi pembangunan destinasi

pariwisata, membangun industri pariwisata, meningkatkan pemasaran, dan memperkuat kelembagaan, citra kepariwisataan, tata kelola, dan juga pemberdayaan masyarakat. Untuk meningkatkan pemasaran pariwisata Indonesia, Pemerintah akan memperkuat kerja sama internasional dalam kepariwisataan. Pemerintah menargetkan jumlah kunjungan wisatawan baik domestik dan mancanegara meningkat, dengan target perolehan devisa mencapai Rp172,8 triliun pada tahun 2016 (Laporan Perekonomian Indonesia, 2015). Pemerintah terus mendorong peningkatan pariwisata Indonesia karena pariwisata menjadi salah satu prioritas pemerintah guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Tanah Air. Menurut *World Tourism Conference* 1980, peran pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata secara garis besar adalah menyediakan infrastruktur, memperluas berbagai bentuk fasilitas, melakukan koordinasi antara aparatur pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan dan promosi umum ke luar negeri (Spillane, 2000: 133).

Presiden Joko Widodo (Jokowi) memberikan perhatiannya terhadap sektor pariwisata. Pariwisata telah dimasukkan dalam program utama atau program prioritas "*Masterplan* Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011-2025" selain infrastruktur, pangan, sektor energi, dan juga maritim (http://industri.bisnis.com/read/20160529/12/552348/javascript diakses pada 06 Juni 2017). Pemerintah menargetkan sektor pariwisata dapat menjadi penghasil devisa utama bagi negara pada 2019. Menurut Menteri pariwisata Arief Yahya, pariwisata Indonesia memiliki keunggulan dari sisi destinasi dan harga yang terjangkau. Pemerintah menetapkan target kunjungan 20 juta wisatawan asing, dengan target pemasukan devisa mencapai Rp 260 triliun dalam lima tahun ke

depan. Untuk mendorong jumlah kunjungan wisatawan luar negeri, Presiden Joko Widodo telah menandatangani Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 26 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 31 Tahun 2013 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2011 tentang Keimigrasian. Peraturan Pemerintah 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).

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. 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).

Salah satu faktor masih sedikitnya jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok di Indonesia adalah karena masih terbatasnya fasilitas penerbangan yang langsung menghubungkan Tiongkok dengan kota-kota yang menjadi pusat destinasi di Indonesia dan juga karena masih kurangnya promosi yang dilakukan Indonesia untuk menarik wisatawan Tiongkok. Penerbangan langsung Tiongkok ke Indonesia masih sedikit jika dibandingkan dengan penerbangan langsung dari Tiongkok ke negara-negara lainnya. Jalur penerbangan langsung Tiongkok ke Indonesia masih

sangat terbatas hanya 38 persen, tertinggal dari negara-negara ASEAN lainnya seperti Singapura yang mencapai 86 persen, Thailand 81 persen, dan Malaysia yang mencapai 78 persen (http://www.antaranews.com/berita/581166/pemerintah-akui-masih-sedikit-penerbangan-langsung-ke-Tiongkok diakses pada 06 Juni 2017). Faktor belum maksimalnya promosi pariwisata Indonesia pada masyarakat Tiongkok juga turut mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia. Para pelaku pariwisata di Tiongkok yang tergabung dalam *Asean China Center* mempertanyakan upaya Indonesia untuk menarik wisatawan Tiongkok dengan tidak memaksimalkan fasilitas promosi (penyebaran informasi), contohnya seperti brosur tentang tempat destinasi wisata Indonesia yang kebanyakan masih dalam bahasa Indonesia dan belum mendukung penggunaan Bahasa Mandarin (http://kabar24.bisnis.com/read/20130926/186/165474/ javascript diakses pada 06 Juni 2017). Menurut paparan Menteri Pariwisata Arief Yahya dalam kunjungannya ke Beijing tahun 2016, hingga saat ini masih banyak masyarakat Tiongkok yang belum mengenal Indonesia (http://bisniswisata.co.id/ promosi-wisata-indonesia-ke-cina-belum-maksimal/ diakses pada 06 Juni 2017). Sehingga pemerintah terus menekankan tindakan-tindakan promosi wisata pada masyarakat Tiongkok melalui berbagai pihak seperti melalui peran Konsulat Jenderal Republik Indonesia (KJRI) Shanghai untuk membuat agenda promosi melalui festival-festival kebudayaan Indonesia, Kedutaan Besar Republik Indonesia (KBRI) Beijing, kalangan pebisnis, juga penduduk Indonesia yang tinggal di Tiongkok sebagai langkah dari *Multitrack diplomacy*.

Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor strategis untuk mencapai kemandirian Indonesia, dengan Tiongkok yang menjadi mitra potensial bagi kepentingan Indonesia dalam mengembangkan sektor pariwisata. Untuk dapat mendatangkan lebih banyak kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia, Presiden Joko Widodo telah memberikan bebas visa kunjungan pada Tiongkok bersama dengan beberapa negara lainnya 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 merupakan bentuk penyederhanaan proses administrasi wisatawan mancanegara yang ingin berkunjung ke Indonesia termasuk pada Tiongkok. Selain memberikan bebas visa kunjungan, Presiden Joko Widodo telah menetapkan 10 destinasi pariwisata prioritas yang sedang diupayakan pembangunan infrastrukturnya guna mendorong perkembangan sektor pariwisata, hal tersebut merupakan upaya pemerintah yang ingin menjadikan pariwisata sebagai *leading sector* pembangunan. Adapun destinasi prioritas tersebut dijuluki sebagai "10 Bali Baru" yang meliputi (1) Tanjung Kelayang (Bangka Belitung), (2) Tanjung Lesung (Banten), (3) Mandalika (NTB), (4) Morotai (Maluku Utara), (5) Borobudur (Jawa Tengah), (6) Danau Toba (Sumatera Utara), (7) Kepulauan Seribu (Jakarta), (8) Bromo Tengger Semeru (Jawa Timur), (9) Wakatobi (Sulawesi Tenggara) serta (10) Labuan Bajo (NTT) (Mersela, 2016 : 5-8).

Selain melakukan upaya internal, Indonesia juga berupaya melakukan diplomasi Multijalur/ *Multitrack diplomacy* yang melibatkan berbagai pihak selain pemerintah. Upaya diplomasi Indonesia yang dilakukan oleh pemerintah/*first track*

*diplomacy* dapat dilihat dari adanya kerjasama pariwisata antara Indonesia-Tiongkok pada 2013 dengan ditandatanganinya MoU kerja sama pariwisata pada 02 Oktober 2013 antara Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif Republik Indonesia dan Administrasi Pariwisata Nasional Republik Rakyat Tiongkok di Jakarta. *First track diplomacy* lainnya dilakukan oleh Menteri Pariwisata Arief Yahya yang melakukan kunjungan kerja ke Tiongkok pada 2015 untuk melakukan pembicaraan bilateral dengan pejabat pariwisata Tiongkok (*China National Tourism Administration*/ CNTA) dalam rangka mendorong peningkatan kunjungan wisatawan kedua negara, seperti yang telah disepakati dalam MoU sebelumnya antara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan CNTA (http://www.kemenpar.go.id/asp/detil. asp?c=16&id=2826=06432 diakses pada 08 Juni 2017).

*Second track diplomacy* juga turut dilakukan oleh *Association of the Indonesian Tours & Travel Agencies* (ASITA) dengan mempromosikan wisata halal Indonesia di Xinjiang Tiongkok.

Diplomasi melalui jalur bisnis (*track three*), dilakukan oleh maskapai Garuda Indonesia yang melakukan kerjasama dengan *China Airlines* mengenai penerbangan langsung dari Tiongkok ke Indonesia untuk mempermudah para wisatawan mencapai destinasi perjalanan (https://www.merdeka.com/uang/garuda-indonesia-jalin-kerjasama-dengan-China-airlines.html diakses pada 08 Juni 2017). Citilink Indonesia juga membuka rute penerbangan langsung Tiongkok-Tanjungpinang (pulang pergi) pada 2016. Langkah ini dilakukan untuk mendukung

percepatan pengembangan pariwisata lokal di Indonesia (http://setkab.go.id/akhir-desember-citilink-buka-penerbangan-langsung-kepri diakses pada 13 Juni 2017).

*Nine track diplomacy* juga turut dilakukan untuk mendukung pariwisata Indonesia melalui peran media. Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) mengundang delegasi Persatuan Wartawan Tiongkok (PWT) untuk menghadiri Hari Pers Nasional (HPN) yang diselenggarakan di Ambon, Maluku. Delegasi wartawan Tiongkok tersebut juga turut berkunjung ke Bali. Dengan kunjungan tersebut para wartawan Tiongkok diperkenalkan langsung mengenai Indonesia dan diharapkan pihak wartawan Tiongkok dapat berperan untuk menginformasikan lebih banyak tentang Indonesia dan memberi tahu warga Tiongkok tentang keindahan Indonesia melalui media massa di Tiongkok (http://berita360.com/wartawan-china-diundang-ke-hpn-2017-untuk-lebih-mengenal-indonesia/ diakses pada 10 Juni 2017).

Terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, diantaranya yaitu skripsi yang ditulis oleh Clarisa Gabriela mahasiswa Universitas Hasanaudin tahun 2013 yang berjudul "Peran Diplomasi Kebudayaan Indonesia dalam Pencapaian Kepentingan Nasionanlya". Dalam penelitian tersebut dijelaskan mengenai penerapan diplomasi kebudayaan Indonesia dan juga strategi yang dilakukan Indonesia dalam proses mencapai kepentingan nasionalnya. Adapun persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya sama-sama membahas mengenai diplomasi yang dilakukan Indonesia untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian tersebut peneliti membahas mengenai diplomasi budaya Indonesia melalui pagelaran objek wisata kebudayaan untuk mencapai kepentingan nasional Indonesia. Sedangkan dalam penelitian ini,

peneliti memfokuskan pada diplomasi Indonesia dalam meningkatkan jumlah wisatawan Tiongkok ke Indonesia.

Tulisan yang kedua yaitu tulisan yang terdapat dalam e-jurnal Ilmu Hubungan Internasional Universitas Mulawarman yang ditulis oleh Arifin dengan judul "Upaya Indonesia dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan China tahun 2010-2015". Adapun persamaan tulisan tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait pentingnya wisatawan Tiongkok dalam pariwisata Indonesia, dalam tulisan tersebut dipaparkan mengenai upaya Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok tahun 2010-2015 dengan menjelaskan berbagai upaya baik upaya internal maupun eksternal. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah, penelitian ini memfokuskan pada upaya eksternal Indonesia dengan menggunakan diplomasi dalam meningkatkan jumlah wisatawan Tiongkok ke Indonesia 2014-2016.

Tulisan yang ketiga yaitu tulisan yang terdapat dalam jurnal FISIP Universitas Riau yang ditulis oleh Gusti Idriasih dengan judul "Diplomasi Indonesia Melalui Kampanye *Wonderful Indonesia* dalam meningkatkan Pariwisata Indonesia Di Dunia Internasional Tahun 2011-2015". Adapun persamaan tulisan tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas terkait diplomasi Indonesia dalam meningkatkan pariwisata. Sedangkan perbedaan dengan penelitian ini adalah, penelitian ini memfokuskan diplomasi Indonesia dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Indonesia.

Dengan berbagai latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk membuat penelitian dengan judul :

"**Diplomasi Indonesia Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Tiongkok Ke Indonesia (2014-2016)**".

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti didukung oleh berbagai mata kuliah yang telah dipelajari sebelumnya dalam perkuliahan Ilmu Hubungan Internasional, adapun mata kuliah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Diplomasi dan Negosiasi, dalam mata kuliah ini dipelajari mengenai arti penting diplomasi dan negosiasi baik dalam memperoleh kepentingan maupun dalam menyelesaikan suatu permasalahan atau konflik. Dalam mata kuliah ini juga dipelajari mengenai strategi-strategi dalam berdiplomasi seperti *first track diplomacy*, *second track diplomacy*, *multitrack diplomacy* yang akan membantu peneliti dalam menganalisis penelitian ini.
2. Analisis Politik Luar Negeri, dalam mata kuliah ini dipelajari mengenai landasan politik luar negeri suatu negara, tujuan, beserta implementasinya dalam suatu kebijakan.
3. Sosiologi dan Antropologi, dalam mata kuliah ini dipelajari mengenai perilaku sosial dalam masyarakat, bagaimana tata pergaulan, interaksi sosial dan budaya dalam suatu masyarakat dan gambaran kehidupan manusia dari berbagai tempat sehingga dapat digunakan untuk memahami perilaku dan kehidupan masyarakat secara general di berbagai negara.

## 1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini mencoba menganalisis “Diplomasi Indonesia Dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Tiongkok Ke Indonesia 2014-2016”. Untuk mempermudah dan memperjelas penelitian ini, maka peneliti menguraikan permasalahan penelitian ini dalam perumusan masalah mayor dan juga minor sebagai berikut:

### 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?

### 1.2.3 Pembatasan Masalah

Untuk dapat lebih memfokuskan dan mempersempit pembahasan penelitian, peneliti memberikan batasan masalah penelitian yakni pembatasan dari tahun 2014-2016 yang berfokus pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo-Jusuf Kallla yang sedang menjabat sekarang ini. Tahun 2014 merupakan tahun

dilantiknya Joko Widodo-Jusuf Kallla sebagai Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia menggantikan jabatan Presiden sebelumnya, pada 2016 masa pemerintahannya genap menginjak dua tahun.

## 1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.3.1 Maksud

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.