

**PENGARUH ASEAN TOURISM FORUM (ATF) 2012 TERHADAP TINGKAT  
KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGERA KE INDONESIA**

**(Studi Kasus; Kabupaten Raja Ampat)**



**SKRIPSI**

**MARGARETHA ELISABETH DIMA**

**45 10 023 033**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN HUBUNGAN INTERNASIONAL  
UNIVERSITAS "45" MAKASSAR**

**2012**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH ASEAN TOURISM (ATF) 2012 TERHADAP  
TINGKAT KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEgara  
KE INDONESIA**

**MARGARETHA ELISABETH DIMA**

**45 10 023 033**

Skripsi Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**DR. H. Husain Hamka, MS.**

**Moh. Gazali Rettob, S.Ip., MA.**

Diketahui Oleh;

Dekan FISIP, Universitas "45"



**Dra. Hj. Juharni, M.Si.**

Ketua Jurusan Ilmu Politik



**Moh. Gazali Rettob, S.Ip., MA.**

## HALAMAN PENGESAHAN

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas "45" Makassar tersebut di bawah ini :

Nama : MARGARETA E. DIMA  
Nomor Stambuk : 45 10 023 033  
Jurusan : Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional  
Judul Penelitian : *Pengaruh Asean Tourism Forum (ATF) 2012 Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia*

Sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian skripsi. Pada fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas "45" Makassar

Makassar, 13 Desember 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

DR. H. Husain Hamka M.S

Moh. Gazali. R. S. Ip., MA.

Mengetahui;

Menyetujui;

Dekan FISP. Universitas "45" Makassar

ketua Jurusan Ilmu Politik

Dra. Hj. Sukarni, M.Si

Moh. Gazali. R. S. Ip., MA.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang .....	1
B. Batasan dan rumusan masalah .....	8
C. Tujuan dan kegunaan penelitian .....	9
D. Kerangka pemikiran .....	10
E. Metode penelitian .....	14
F. Rancangan sistematika pembahasan .....	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Pariwisata .....	18
B. Kondisi pariwisata internasional .....	19
C. Kecenderungan baru pariwisata internasional .....	22
D. Pembangunan kepariwisataan daerah di era otonomi .....	25
E. Pemda sebagai aktor hubungan internasional .....	27

### **BAB III GAMBARAN UMUM**

<b>A. Gambaran umum kota Ternate .....</b>	<b>30</b>
<b>B. Gambaran umum Pattaya Thailand.....</b>	<b>36</b>

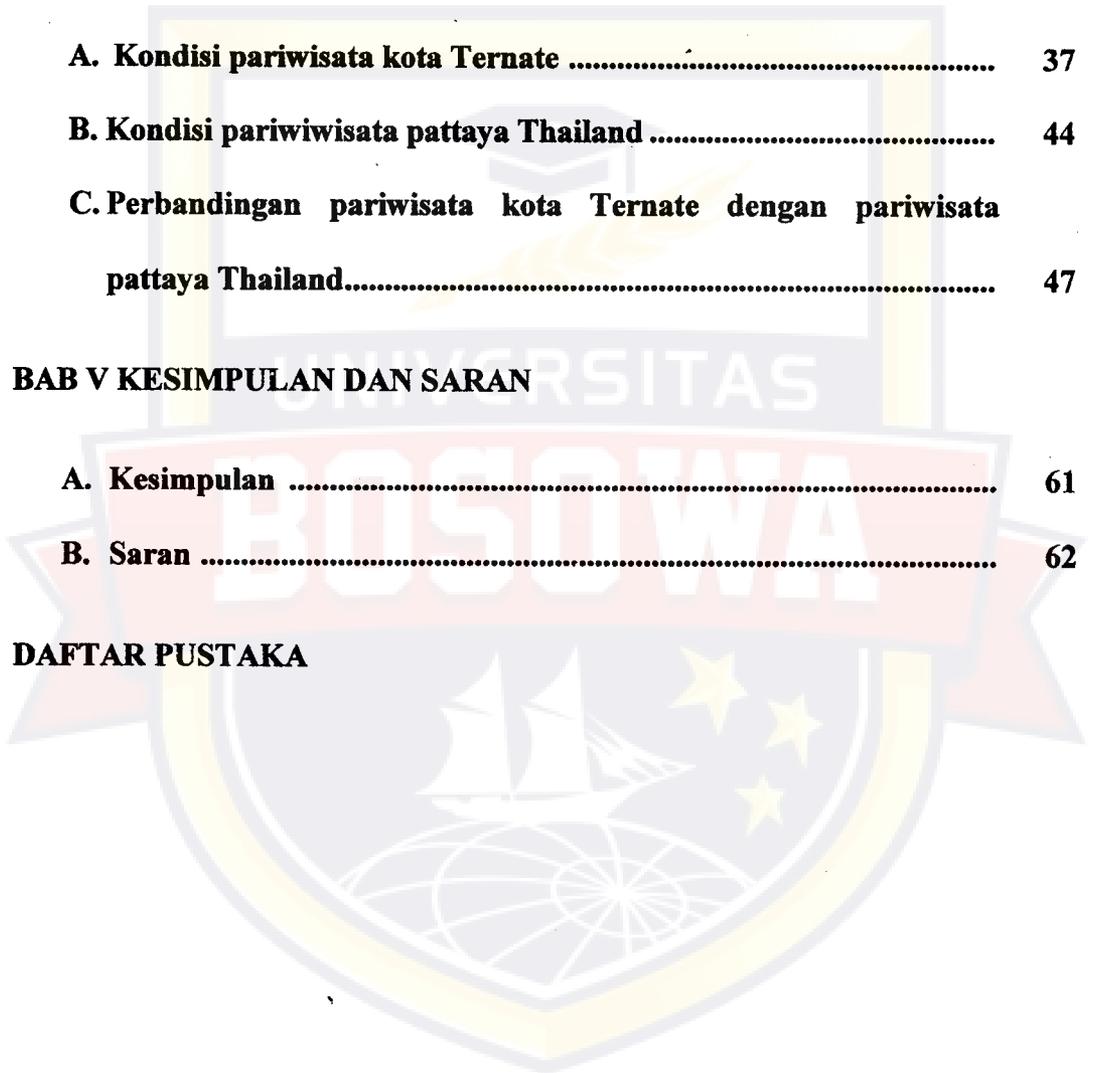
### **BAB IV PEMBAHASAN**

<b>A. Kondisi pariwisata kota Ternate .....</b>	<b>37</b>
<b>B. Kondisi pariwisata pattaya Thailand .....</b>	<b>44</b>
<b>C. Perbandingan pariwisata kota Ternate dengan pariwisata pattaya Thailand.....</b>	<b>47</b>

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>61</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>62</b>

### **DAFTAR PUSTAKA**



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

DAFTAR ISI

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang .....	1
B. Batasan dan rumusan masalah .....	6
C. Tujuan dan kegunaan penelitian .....	6
D. Kerangka pemikiran .....	7
E. Metode penelitian .....	12
F. Rancangan sistematika pembahasan .....	13

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Sejarah kepariwisataan indonesia .....	15
B. Kondisi pariwisata internasional .....	28
C. Kecenderungan baru pariwisata internasional .....	31
D. Pariwisata berkelanjutan dan postmodernisme .....	34
E. Pembangunan kepariwisataan daerah diera otonomi .....	35
F. Pemda sebagai aktor hubungan internasional .....	37

### BAB III GAMBARAN UMUM

Sekilas tentang atf 2012 dan kab. Raja ampat provinsi papua barat .....	40
---	----

**BAB IV PENGARUH ATF 2012 DAN PARIWISATA INDONESIA  
DIMATA DUNIA INTERNASIONAL**

**A. AFT 2012 sebagai titik awal pemulihan citra Indonesia  
dimata internasional ..... 53**

**B. Peningkatan kunjungan wisata keBali pasca AFT 2010  
diJogja ..... 57**

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

**A. Kesimpulan ..... 62**

**B. Saran ..... 63**

**DAFTAR PUSTAKA**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam situasi dunia Informatika yang makin canggih segala kejadian ataupun isu-isu yang berkembang di suatu daerah atau Negara dapat diketahui oleh siapa saja diseluruh dunia. Dalam dunia yang semakin bebas informasi bukanlah monopoli kelompok tertentu saja, siapapun dapat mengaksesnya baik melalui intrnet atau media yang lainnya, perkembangan dunia informasi dan pergerakan informasi yang demikian cepat terkadang sangat menyulitkan kita untuk meng-*counter* dan memenejemen semua informasi yang berkembang. Terkadang hal ini merugikan kita sebab tidak semua informasi yang berkembang di masyarakat benar adanya, terkadang sisi bisnis dari lembaga pers dan sensasi berita lebih ditonjolkan daripada proposi kebenaran.

Seperti yang terjadi pada Indonesia di mata Dunia Internasional saat ini, banyak sekali informasi yang berkembang di pers luar negeri terlalu dibesar-besarkan untuk mencari sensasi berita, dan kita bangsa Indonesia mengalami kesulitan untuk mengantisipasi hal tersebut. Rentetan kejadian yang diawali dari terjadinya krisis moneter pada tahun 1997 yang kemudian berlanjut dengan krisis multidimensional yang cukup pelik, belum pulih kondisi Indonesia yang krisisnya menyusul tragedi *World Trade Center* (WTC) pada 11 September 2001 dan penyerangan Amerika Serikat ke Afganistan yang ditanggapi oleh kaum Muslim

Indonesia dengan segala protes dan ancaman membuat citra Indonesia di mata dunia semakin mengkhawatirkan, belum lagi adanya isu *Sweeping* terhadap warga Negara Amerika Serikat di Indonesia, isu ini otomatis memperburuk kondisi pariwisata Indonesia. Meskipun pada saat ini kondisi Indonesia semakin kondusif akan tetapi cukup sulit untuk meyakinkan masyarakat Internasional dan memulihkan citra Indonesia di mata dunia bahwa kondisi yang ada pada saat ini di Indonesia sudah jauh lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya. Kondisi seperti ini sangat tidak menguntungkan bagi bangsa atau bagi para pelaku bisnis Indonesia, para investor khawatir untuk menanamkan modalnya di Indonesia karena factor keamanan, wisatawan pun belum berani datang ke Indonesia dengan alasan yang sama. *Travel warning*<sup>1</sup> dan boikot produksi Indonesia terjadi dimana-mana, hal ini tentunya sangat memperburuk kondisi perekonomian Indonesia. Tingkat kunjungan wisman ke Indonesia setelah terjadinya krisis moneter, tepatnya pada tahun 1997 di bulan September hingga November tingkat kunjungan wisatawan mancanegara terus mengalami penurunan yang cukup besar, hal ini karena banyaknya aksi-aksi demonstrasi yang terjadi. Berdasarkan data statistic kunjungan wisatawan ke Indonesia pada bulan Agustus tahun 1997 mencapai 486.334 atau 9,38% dari total kunjungan pertahunnya 5.185.243, yang kemudian pada bulan September tahun 1997 tingkat kunjungan wisman mencapai 455.932 atau 8,79% dari total kunjungan yang sama, penurunan ini terus terjadi hingga

---

<sup>1</sup> Sebuah istilah dalam kepariwisataan yang digunakan untuk menyatakan larangan agar tidak melakukan perjalanan ke suatu tempat hingga batas waktu yang ditetapkan dengan alasan keamanan. Biasanya dikeluarkan resmi oleh pemerintah kepada warganya

bulan November, yang total kunjungan hanya mencapai 399.054 atau 7,7% dari total kunjungan yang sama<sup>2</sup>.

Dengan kata lain terjadinya penurunan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 1997 hingga 1998 adalah karena masih labilnya kondisi keamanan dalam negeri, walaupun khususnya untuk Propinsi Papua Barat, Kabupaten Raja Ampat krisis moneter belum banyak berpengaruh pada tingkat kunjungan wisman, sebab dengan menurunnya nilai tukar rupiah terhadap dollar Amerika menyebabkan harga barang di Indonesia, khususnya Raja Ampat tidak mengalami perubahan yang besar. Akan tetapi tidak berlaku untuk kota-kota lain di Indonesia seperti misalnya Bali, Jakarta, Bandung atau Surabaya yang pada masa itu banyak terjadi aksi demonstrasi, kunjungan wisman menjadi turun karena alasan keamanan yang tidak kondusif.

Kejadian pada 11 September menurut *World Tourism Organization* (WTO) mengakibatkan bisnis pariwisata dunia turun hingga 30% selama 2002, padahal sebelum terjadinya tragedi WTC, WTO memprediksi tingkat pertumbuhan pariwisata dunia tahun 2002 bisa mencapai 2-3%. Tetapi setelah terjadinya tragedi WTC, proyeksi WTO pun direvisi menjadi 1%. Walaupun angka kunjungan wisman ke Indonesia bisa mencapai 5,4 juta orang lebih pada tahun 2001, jumlah itu tetap berada di bawah jumlah kunjungan wisman di tahun sebelumnya. Namun pemerintah tetap optimis bahwa pada tahun 2012 ini tingkat kunjungan wisman akan menjadi 5,8 juta, dengan aliran devisa sebesar US\$ 5,8

---

<sup>2</sup> Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia 1997 (The Resources and Technology Development Agency Department of Tourism, Arts and Culture, 1998)

milyar.<sup>3</sup> Untuk mengantisipasi dan memulihkan kondisi ini berbagai kampanye, propaganda dan misi promosi telah dikirim keluar negeri, berbagai media masa baik cetak maupun elektronik internasional telah diundang ke Indonesia untuk menyaksikan secara langsung kondisi yang ada, baik yang dilakukan oleh pemerintah ataupun dunia bisnis swasta. Indonesia juga secara aktif turut berpartisipasi dalam event-event Internasional, untuk meyakinkan masyarakat dunia dan memulihkan citra bangsa yang terkoyak.

Menurut data statistic Departement Pariwisata Seni dan Budaya tingkat kunjungan wisatawan mancanegara berdasarkan *port of entry* melalui Bandar Udara Frans Kaisiepo pada bulan Oktober tahun 1999 adalah 110,207 atau 7,87% dari total kunjungan selama satu tahun 2000, tingkat kunjungan wisman menjadi 9,30% dari total kunjungan 8,86% per tahun. Walau terjadi peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, namun tetap terjadi penurunan sebab pada bulan September 2010 jumlah kunjungan wisman Raja Ampat berada pada angka 9,78% dari total kunjungan selama satu Tahun. Dan penurunan tingkat kunjungan terus terjadi hingga akhir tahun 2010 hanya mencapai 7,42% dan total kunjungan selama satu tahun.

Indonesia yang tergabung dalam forum kerjasama bangsa-bangsa Asia tenggara (ASEAN) sebetulnya memiliki potensi melalui forum tersebut untuk secara bersama-sama dengan Negara-negara Asia lainnya memperbaiki citra yang ada. *ASEAN Tourism Forum* (ATF) adalah salah satu forum kerjasama Negara-negara ASEAN dalam bidang kepariwisataan. Event ini di adakan setiap tahun di

---

<sup>3</sup> *Ibid.* hal 41-46

salah satu Negara anggota ASEAN yang secara bergantian menjadi tuan rumah penyelenggaraannya. Event ini di diadakan dengan tujuan untuk meningkatkan kerjasama dan promosi pariwisata Negara-negara anggota ASEAN. Pada tahun 2012 ini *ASEAN Tourism Forum* yang ke 31 diadakan di Indonesia yang bertempat di Yogyakarta. Ini adalah perhelatan besar pelaku pariwisata negara-negara Asia yang di hadiri tidak hanya pelaku pariwisata dari Asia tetapi juga hampir dari seluruh dunia. Melihat dari informasi yang berkembang di luar negeri tentang Indonesia dan kebetulan event besar ini di adakan di Indonesia dan belokasi di Pulau Jawa yang *notabene* adalah kunci dari segala kelabilan kondisi yang berkembang di Indonesia.

Penulis melihat bahwa ini adalah salah satu peluang bagi Indonesia untuk menunjukan secara langsung kondisi Jawa dalam hal ini di wakili oleh Jogjakarta yang merupakan salah satu destinasi wisata dunia kepada para pelaku bisnis dan masyarakat internasional. Maka penulis tertarik untuk menulis sebuah karya tulis skripsi dengan mengambil tema “sejauh mana ATF 2012 Jogjakarta mampu membantu dalam usaha pemulihan citra Indonesia melalui dunia pariwisata yang pada akhirnya akan berpengaruh pada tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia”. Pada kesempatan ini penulis mengambil sebuah studi lapangan di Raja Ampat yang sampai saat ini masih merupakan salah satu *icon* pariwisata Indonesia.

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Untuk lebih memudahkan dalam menganalisa data-data yang diperoleh maka penulis dalam hal ini memberikan batasan pada jangkauan penulisannya yaitu pada masa setelah diselenggarakannya ATF 2012 pada bulan Januari di Jogja hingga bulan Juli 2012.

### **2. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan gambaran diatas maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

**“Sejauh Mana ATF 2012 di Jogjakarta Mampu Mempengaruhi Tingkat Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Papua Barat, Kabupaten Raja Ampat”**

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menggambarkan dan menganalisis sejauh mana ATF 2012 di Jogjakarta mampu mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Papua Barat, Kabupaten Raja Ampat
- b. Untuk menggambarkan dan menganalisis hubungan ATF 2012 di Jogjakarta dengan tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Papua Barat, Kabupaten Raja Ampat

### **2. Manfaat Penelitian**

**Manfaat Akademis**

- a. Sebagai bahan masukan pengembangan ilmu pengetahuan terutama disiplin Ilmu Hubungan Internasional dan bagi pemerhati kajian-kajian hubungan internasional
- b. Digunakan sebagai referensi pelengkap dalam mengkaji lebih jauh tentang ATF dan pariwisata di Indonesia

#### Manfaat Praktis

- a. Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan subangsi positif bagi mahasiswa Hubungan Internasional
- b. Penulis berharap hasil penelitian ini bisa menjadi rujukan, bagi siapapun yang tertarik untuk mengkaji serta meneliti dalam bidang Ilmu Hubungan Internasional tentang ATF dan Pariwisata di Indonesia

#### D. Kerangka Pemikiran

##### Landasan teori

Teori sebagai suatu perangkat yang terintegrasi secara sintaksi, yaitu mengikuti aturan-aturan tertentu yang dapat di hubungkan secara logis satu dengan yang lainnya dengan data dasar sehingga dapat diamati dan dapat berfungsi sebagai wahana untuk menjelaskan fenomena yang diamati.<sup>4</sup>

Teori adalah konsep-konsep yang saling berhubungan menurut aturan logika menjadi suatu bentuk pernyataan tertentu sehingga bisa menjelaskan fenomena tersebut secara Ilmiah.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Glen E Snellbeckerr, dalam lexy moelong. *Metodologi penelitian kuantitatif*, Bandung, PT. Remaja Rosda Karya, 1991, hlm. 61.

<sup>5</sup> Moohtar Mas'oed, *Ilmu Hubungan Internasional: Teori dan Metodologi*, Yogyakarta, Pusat Antar Universitas-Studi social UGM, 1998. Hal 161

Adapun teori yang penulis gunakan untuk mendukung pembahasan yang dilakukan, penulis memilih beberapa teori yang menurut penulis anggap cocok dan memadai. Yang pertama adalah konsep diplomasi kebudayaan atau *cultural diplomacy*. Karena pembahasan yang penulis lakukan adalah melalui pendekatan pariwisata maka penulis juga mengambil beberapa teori tentang kepariwisataan untuk lebih mendukung pendekatan kepada pokok bahasan, yaitu model keterkaitan pariwisata, kesenian, dan diplomasi kebudayaan dalam rangka hubungan antar bangsa. Hal ini penulis lakukan karena pariwisata adalah sebuah hal yang sangat kompleks, dipengaruhi dan mempengaruhi banyak factor. Perkembangan bisnis pariwisata tidak dapat kita lihat secara sendiri, sebab efek yang ditimbulkannya pun menyangkut banyak sekali sendi-sendi kehidupan yang lain, baik hal tersebut yang dapat kita lihat atau rasakan secara langsung maupun efek yang sifatnya berantai. Factor-factor pendukungnya pun sangat beragam, pariwisata tidak dapat berkembang secara mandiri, factor *non Tourism* yang lain seperti kondisi politik, social Ekonomi, dan factor keamanan sangat mempengaruhi daya tarik wisata yang ada. Meskipun suatu daerah atau Negara memiliki beribu obyek yang sangat menarik, akses yang bagus serta sarana pendukung yang sangat memadai tetapi jika kondisi keamanan atau politik tidak mendukung semua yang ada akanlah sia-sia. Oleh karena itu penulis mengambil beberapa teori tentang pengembangan dan perkembangan pariwisata.

## Konsep Diplomasi Kebudayaan

Diplomasi kebudayaan adalah diplomasi yang memanfaatkan aspek budaya dalam rangka mencapai kepentingan nasional.<sup>6</sup> Secara makro diplomasi kebudayaan diartikan sebagai usaha-usaha Negara dalam upaya memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui dimensi kebudayaan, termasuk didalamnya adalah pemanfaatan bidang-bidang Ideologi, teknologi, politik, ekonomi, militer, social, kesenian, dan lain-lain dalam percaturan masyarakat internasional.<sup>7</sup>

Melaksanakan Diplomasi Kebudayaan atau *cultural diplomacy* berarti, berusaha dengan sengaja dan terarah menanamkan, mengembangkan, dan memelihara citra bangsa luar negeri sebagai bangsa yang berbudaya tinggi atau dapat dikatakan sebagai suatu upaya untuk :

1. Menanamkan, bila citra yang baik belum ada
2. Mengembangkan, bila telah ada usaha untuk menumbuhkan citra tersebut
3. Memelihara apabila disuatu tempat lahir suatu citra yang baik menyertai kebudayaan Indonesia<sup>8</sup>

Yang menjadi tujuan Utama dari Diplomasi Kebudayaan adalah untuk mempengaruhi pendapat umum (masyarakat Negara lain) guna mendukung suatu kebijaksanaan politik luar negeri tertentu. Pendapat umum yang dimaksud disini adalah guna mempengaruhi kebijakan pemerintah dari masyarakat yang

---

<sup>6</sup> Alfian dan Nazaruddin Syamsudin *Profil Budaya Politik Indonesia*, Jakarta Grafiti 1999, hal 202

<sup>7</sup> Tulus Warsito, *Diplomasi Kebudayaan; dalam Strategi Politik Luar Negeri Negara-Negara Sedang Berkembang*, Yogyakarta FISIPOL UMY, 1998, hal 3-5

<sup>8</sup> Wayan Geriya. *Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal, Nasional, Global, Bunga Rampai Antropologi Pariwisata*, Bali, Upada Sastra, 1995, hal. 100-102

bersangkutan. Artinya dengan keikutsertaan Indonesia dalam ATF diharapkan dapat merubah citra Indonesia di mata Internasional melalui elemen wisata, sehingga dapat pula mempengaruhi tingkat kunjungan wisman ke Indonesia.

### **Model Keterkaitan Pariwisata, dan Diplomasi Kebudayaan dalam kerangka hubungan antar bangsa**

Model ini menjelaskan bahwa pariwisata budaya atau *cultural tourism* adalah salah satu jenis pariwisata yang mengandalkan potensi kebudayaan sebagai daya tarik yang paling dominan serta sekaligus memberi identitas bagi pengembangan pariwisata tersebut.<sup>9</sup>

Pariwisata budaya ini bertumpu pada fungsi-fungsi kebudayaan dalam perkembangannya dan kemajuan di sector pariwisata diharapkan juga dapat memberi fungsi balik bagi kemampuan budaya. Pariwisata budaya yang bertumpu dan bersumber pada potensi kebudayaan, karena dapat menanamkan, mengembangkan dan memelihara citra suatu bangsa terhadap bangsa lain melalui kunjungan para wisatawan. Diplomasi Kebudayaan yang berhasil ternyata juga dapat meningkatkan kegiatan pariwisata. Diplomasi kebudayaan yang berhasil selanjutnya akan mampu meningkatkan hubungan antar bangsa kearah yang positif dalam arti terbinaya hubungan yang harmonis dan integrative, serta begitu pula sebaliknya. Dalam model pemikiran ini dijelaskan tentang keterkaitan antar pariwisata, kesenian serta diplomasi kebudayaan dalam kerangka hubungan antar bangsa. Artinya kesenian merupakan bagian dari kebudayaan. Dalam

---

<sup>9</sup> Ibid, hal 99

pengembangan diplomasi, yang dalam hal ini khususnya diplomasi kebudayaan, fungsi kesenian dan kebudayaan memiliki peran dominan. Mengingat diplomasi kebudayaan pada hakikatnya adalah satu fenomena yang bebas nilai, maka kesenian dan kebudayaan berperan sangat mendasar sebagai pemberi identitas bangsa dalam mengembangkan diplomasi. Dalam kasus ini kebudayaan Bali yang menjadi sebuah entitas pariwisata, dan sebagai media pendukung pelaksanaan diplomasi kebudayaan, yang akhirnya mampu menciptakan sebuah pola hubungan timbal balik yang positif.<sup>10</sup>

ATF sebagai sebuah forum kerjasama regional diharapkan mampu menjadi fasilitator dalam upaya pemulihan citra pariwisata ASEAN, khususnya Indonesia. Sebab forum ini bukan hanya sekedar ajang pameran wisata atau tempat berkumpulnya para *seller* dan *buyer* saja tetapi lebih dari itu, di mana dilaksanakan juga konferensi internasional sehingga dalam event ini dapat di kaji bersama persoalan apa yang sebenarnya sedang dihadapi serta di bahas bersama solusinya. Selain itu dalam Forum ini juga diselenggarakan pagelaran Seni dan Budaya dari berbagai daerah sehingga yang dalam konsep diatas yang menyatakan bahwa budaya sebagai entitas Diplomasi Kebudayaan suatu bangsa dapat diupayakan secara optimal dalam forum ini, yang akhirnya akan dijadikan sebagai suatu upaya untuk mencapai kepentingan nasional melalui elemen seni dan kebudayaan.

Proses komunikasi kebudayaan dalam rangka pariwisata dapat berlangsung melalui saluran promosi kepariwisataan dan melalui wisatawan itu sendiri. Kegiatan promosi mencakup sejumlah usaha (dapat dilakukan oleh pihak

---

<sup>10</sup> Ibid, hal 103-104

pemerintah maupun swasta) untuk mengkomunikasikan daerah-daerah tujuan wisata dengan dunia luarnya. Materi-materi promosi kepariwisataan memberikan petunjuk bahwa unsure-unsur kebudayaan bangsa diperlukan serta dikomunikasikan ke pihak luar untuk dapat menimbulkan daya tarik tertentu dan selanjutnya dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi yang dipromosikan.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Tipe Penelitian**

Tipe penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitik yaitu menggambarkan fakta-fakta yang terjadi dalam hubungan ATF dengan tingkat kunjungan wisatawan asing ke Indonesia, serta dampak hubungan ATF – Indonesia terhadap peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia tahun 2012

### **2. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data dari literatur-literatur yang memuat data dari sumber data lainnya, dimana data tersebut berbentuk kalimat dan table kemudian diolah dan ditulis kembali dalam proposal skripsi ini.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah telaah pustaka (*library research*), yaitu mengumpulkan data yang berasal dari buku-buku jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, makalah, majalah, surat kabar, serta data dari internet yang memuat

hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini, data tersebut penulis akan peroleh dari :

- a. Perpustakaan Umum Universitas 45 Makassar
  - b. Perpustakaan Umum Universitas Hasanuddin Makassar
  - c. Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 45 Makassar
  - d. Dinas Pariwisata Provinsi Papua Barat
  - e. Dinas Pariwisata Kabupaten Raja Ampat Provinsi Papua Barat
  - f. Warmet
4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif, yaitu menggambarkan hubungan kerja sama ATF dengan Indonesia berdasarkan kerangka yang ada.

#### **F. Rancangan Sistematika Pembahasan**

Agar karya tulis ini mudah di pahami dan sistematis, dalam penyusunanya penulis bagi menjadi 5 BAB dengan penjelasan sebagai berikut :

**BAB I** : Berisikan Pendahuluan yang mana dalam bab ini penulis paparkan tentang latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian,

kerangka pemikiran, metode penelitian serta rancangan sistematika pembahasan.

BAB II : Dalam bab ini penulis memberi gambaran sekilas tentang kondisi, peran dan citra Indonesia dimata dunia Internasional. Kondisi Kepariwisata Indonesia dari awal perkembangannya hingga masa pasca kerusuhan 1998 dan pasca tragedy *World Trade Center* (WTC). Kemudian juga dijelaskan tentang apa itu pariwisata dan wisatawan. Serta gambar tentang *ASEAN Tourism Forum* (ATF).

BAB III : Dalam bab ini dijelaskan tentang jogja sebagai koridor budaya Indonesia dan pelaksanaan ATF 2012, apa saja yang menjadi agenda kegiatan dari forum ini serta jenis kegiatannya dan juga keanggotaannya ATF.

BAB IV : Bab ini merupakan inti dari skripsi ini, dalam bab ini penulis bahas tentang ATF sebagai titik awal dari pemulihan citra pariwisata Indonesia. Serta tentang tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Propinsi Papua Barat, Kabupaten Raja Ampat pasca pelaksanaan ATF 2012 di Jogja.

BAB V : Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

*Daftar Pustaka....*

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Sejarah Kepariwisata Indonesia

Sejarah Kepariwisata di Indonesia bila diperhatikan perkembangannya dewasa ini, ternyata kemajuannya sangat pesat, dalam decade terakhir. Namun apa yang diperoleh sekarang ini sesungguhnya telah dirintis semenjak berpuluh-puluh tahun sebelumnya, dan perkembangan kepariwisataan di Indonesia dapat di bagi menjadi tiga periode yaitu periode masa penjajahan Belanda, masa pendudukan Jepang dan setelah Indonesia Merdeka<sup>11</sup>

#### A. Masa Penjajahan Belanda

Kegiatan Pariwisata pada masa itu dimulai sejak tahun 1910 – 1912, sesudah keluarnya keputusan Gubernur Jendral atau pembentukan *Vereeniging Toeristen Verkeer* (VTV) yang merupakan suatu badan atau official tourist bureu pada masa itu.

VTV pada masa itu kedudukannya selain merupakan *Tourist government office* tetapi juga bertindak sebagai *tour operation* atau *travel agent*. Sebab hanya dari sector ini mereka banyak menggantungkan hidupnya, baik itu pada komisi – komisi yang diperoleh dari hotel serta paket tours yang diselenggarakan, dan juga

---

<sup>11</sup> Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Bandung, PT. Angkasa, 1996) hal 24 - 40

dari hasil penjualan *promotions materialis*, seperti *leaflets*, *booklets*, *tourist map* atau *brochures*

Meningkatnya perdagangan antar benua Eropa dengan Negara-negara Asia dan Indonesia pada khususnya, telah menyebabkan semakin meningkatnya volume lalu lintas orang-orang yang berpergian ke daerah ini. Meningkatnya aktifitas perdagangan antar benua Eroupa secara tidak langsung menimbulkan bertambah banyaknya orang-orang yang melakukan perjalanan dengan bermacam-macam motif sesuai dengan keperluan masing-masing. Untuk dapat memberikan pelayanan kepada mereka yang melakukan perjalanan ini, maka untuk pertama kalinya suatu travel agent di Batavia (sekarang Jakarta) dalam tahun 1926, yaitu Lissonne Lindeman (LISLIND) yang berpusat di negeri Belanda.

Walaupun kunjungan para wisatawan pada masa itu masih sangat terbatas, namun pada beberapa kota dan tempat di Indonesia didirikan hotel-hotel untuk menjamin akomodasi bagi mereka yang berkunjung ke daerah Hindia dan Belanda. Pertumbuhan usaha perhotelan sesungguhnya baru dikenal pada abad ke-19, itupun terbatas pada kota-kota besar dekat Pelabuhan. Fungsi hotel yang utama pada waktu itu hanya terbatas untuk melayani tamu-tamu atau penumpang kapal yang baru datang dari negeri Belanda atau dari Negara-negara Eroupa lainnya. Selain didirikan hotel-hotel di berbagai daerah pada masa itu berbagai element pendukung usaha pariwisata juga mulai dirintis, seperti pengadaan transportasi, penyelenggaraan paket-paket wisata, bahkan meliputi kegiatan promosi, serta dibentuknya organisasi-organisasi kepariwisataan.

## B. Masa Pendudukan Jepang

Pecahnya Perang Dunia kedua yang kemudian disusul dengan Pendukung tentara Jepang di Indonesia, menyebabkan keadaan kepariwisataan menjadi terlantar dapat dikatakan orang tidak memiliki keinginan atau kesempatan mengadakan sebuah perjalanan. Selain kondisi keamanan yang tidak menentu, juga keadaan perekonomian global yang sedang labil. Pada masa itu untuk mendapatkan makanan serta pakaian yang layak saja dirasakan sangat sulit, terlebih lagi untuk mengadakan sebuah perjalanan wisata.

Objek-objek pariwisata terbengkalai tidak terawat, jalan-jalan mengalami kerusakan sebab banyak penghancuran jembatan yang bertujuan agar musuh tidak masuk ke daerah tertentu. Kemudian banyak hotel-hotel yang diambil alih oleh Jepang dan kegunaanya dialihkan menjadi rumah sakit, asrama, dan yang kondisinya lebih baik dijadikan rumah tinggal bagi perwira-perwira Jepang, yang pada waktu itu disebut dengan *Heitan Ryokan*. Semua ini mengakibatkan keadaan kepariwisataan pada umumnya menjadi macet,, timbulnya kejadian-kejadian yang terus beruntun datangnya, yang kesemuanya itu menyebabkan kegiatan pariwisata tidak dapat tumbuh dan berkembang.

## C. Setelah Indonesia Merdeka

Pada tahun 1946 setelah Indonesia berhasil membebaskan diri dari penjajahan Belanda, Pemerintah kembali menghidupkan industry-industri di seluruh wilayah Indonesia, yang mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Demikian pula dengan bidang kepariwisataan, khususnya bidang perhotelan yang

mendapat perhatian khusus dari pemerintah Dalam tahun 1952 dengan keputusan Presiden Republik Indonesia dibentuk *Panitia Inter-Departemental Urusan Tourism*, panitia tersebut bertugas untuk mengupayakan segala kemungkinan-kemungkinan terbukanya Indonesia sebagai daerah tujuan wisata.

Oleh karena panitia yang dibentuk itu tidak dapat bekerja secara sepenuhnya, sebab begitu banyak kesibukan lainnya dari jabatan mereka, maka pada tahun 1953, beberapa tokoh perhotelan mendirikan sebuah organisasi yang bernama *Serikat Gabungan Hotel dan Tourisme Indonesia (SERGHATI)*. Serikat ini beranggotakan hampir – hampir seluruh hotel-hotel di Indonesia dengan cabang atau komisaris di daerah-daerah Kemudian pada tahun 1955 oleh Bank Industri Negara di dirikan sebuah persaroan Terbatas dengan nama PT. NATAOUR Ltd. (*National Hotel & Tourism Corp. Ltd.*). perseroan ini memiliki beberapa usaha dibidang perhotelan antara lain Hotel Transaera (Jakarta), Nataour Garuda Hotel (Jogjakarta), Hotel Bali, Shindu Beach Hotel, kuta Beach Hotel (Bali) dan Djayapura Hotel (Irian Jaya / Papua), yang hingga kini perusahaan ini masih berjalan. Kemudian pada tahun yang sama didirikan pula yayasan *Tourisme Indonesia (YTI)* dengan tujuan utamanya adalah untuk menghidupkan industry pariwisata secara lebih efektif yang member arti bagi perekonomian Indonesia.

Walaupun yayasan ini bersifat *non-comersial* cita-citanya untuk menjadikan pariwisata sebagai suatu industry yang berdiri sendiri dan mampu mendukung perekonomian nasional pada umumnya. Kemudian permulaan tahun 1957 atas anjuran pemerintah maka YTI menyelenggarakan kongres kepariwisataan yang disebut *Musyawahar Nasional Tourisme I.* dalam

musyawarah ini lahirlah suatu badan tunggal yang bertanggung jawab tentang perkembangan kepariwisataan di Indonesia, yaitu Dewan Torsime Indonesia (DTI). Penggantian nama *Yayasan* menjadi *Dewan* adalah hasil kompromi musyawarah waktu itu. Hal ini berarti bahwa badan-badan kepariwisataan di daerah melebur menjadi satu dalam dewan yang baru di bentuk.

Banyak usaha-usaha kepariwisataan yang telah dirintis oleh Lembaga Pariwisata Nasional, walaupun lembaga itu sendiri banyak mengalami kesukaran sebagai akibat dari beberapa penyesuaian dengan struktur organisasi kepariwisataan yang masih bersifat coba-coba dalam penerapannya.

## II.2. Defenisi Pariwisata dan Wisatawan

### a) Defenisi Pariwisata

Peninjauan secara etymologis kata "Pariwisata" berasal dari bahasa sanskerta, sesungguhnya bukanlah berarti "tourisme" (bahasa Belanda) atau "Tourism" (bahasa Inggris). Kata pariwisata, menurut pengertian ini, sinonim dengan pengertian "tour". Pendapat ini berdasarkan pemikiran sebagai berikut : kata pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu masing-masing kata "pari" dan "wisata".

- *Pari*, berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap.
- *Wisata*, berarti perjalanan, berpergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata "travel" dalam bahasa inggris

Atas dasar itu, maka kata "Pariwisata" seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata "tour", sedangkan untuk pengertian jamak kata "kepariwisataan" dapat digunakan kata "toursime" atau "tourism".

E Guyer Freuler merumuskan pengertian pariwisata dengan memberikan batasan sebagai berikut :

"Pariwisata dalam artian modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil dari pada perkembangan perniagaan, industry, perdagangan serta penyempurnaan daripada alat-alat pengangkutan".

Sedangkan batasan yang bersifat lebih teknis dikemukakan oleh Prof. Hunziker dan Prof. K. Krapf, dimana batasan yang diberikan adalah sebagai berikut :

"Kepariwisataan adalah keseluruhan daripada gejala-gejala yang ditimbulkan oleh perjalanan dan tinggalnya orang-orang asing, serta penyediaan tempat tinggal, asalkan kegiatan tersebut tidak bersifat menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang bersifat sementara itu".

Namun dalam pengertian kepariwisataan modern seperti sekarang ini, dapat dikatakan semua perjalanan pariwisata, dimana akhirnya muncul istilah “business tourist”, yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan untuk keperluan dinas atau business, tetapi setelah tujuan utamanya selesai maka sebagian waktunya digunakan untuk melakukan perjalanan wisata atau melihat atraksi wisata ditempat yang dikunjunginya.

Satu hal yang sangat menonjol dari batasan-batasan yang dikemukakan di atas ialah bahwa pada pokoknya, apa yang menjadi cirri dari perjalanan pariwisata itu adalah sama atau dapat dimasukkan ( walau cara mengemukakanya agak berbeda, yaitu dalam pengertian kepariwisataan terdapat beberapa factor penting yang mau tidak mau harus ada dalam batasan suatu defenisi pariwisata.

Factor-faktor yang dimaksudkan antaranya ialah :

- a. Perjalanan itu dilakukan untuk sementara waktu
- b. Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya
- c. Perjalanan itu, walaupun apa bentuknya, harus selalu di kaitkan dengan pertamayaan atau rekreasi
- d. Orang-orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah ditempat yang dikunjunginya dan semata-mata hanya sebagai konsumen di tempat tersebut

Berdasarkan factor-faktor tersebut diatas kita lebih cenderung untuk memberikan defenisi pariwisata sebagai berikut :

“Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam”.<sup>12</sup>

#### b) Defenisi Wisatawan

Bila kita perhatikan, orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (Visitor) yang terdiri dari banyak orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan, termasuk didalamnya adalah wisatawan. Jadi tidak semua pengunjung adalah wisatawan. Sesuai dengan pasal 5 Revolusi dewan Ekonomi dan sosial Perserikatan Bangsa-bangsa No. 870, yang dimaksudkan dengan pengunjung adalah:

“untuk tujuan statistik, yang dimaksudkan dengan visitor adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya yang biasa, dengan alasan apapun juga, kecuali mengusahakan suatu pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjunginya”

Sedangkan P.W. Ogilive, seorang ahli kepariwisataan Inggris yang melihat pariwisata dari segi bisnis, memberi batasan sebagai berikut :

“Wisatawan adalah semua orang yang memenuhi dua syarat, pertama bahwa mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu

---

<sup>12</sup> Opcit.

tahun dan kedua bahwa sementara mereka pergi, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi tidak dengan mencari nafkah di tempat tersebut”

Ditinjau dari perkembangan industri pariwisata modern yang lebih banyak menekankan kepada segi ekonomi, yaitu menerapkan pariwisata sebagai suatu industri yang dapat memasukkan devisa, maka batasan diatas dapat membantu untuk menentukan siapa yang dianggap sebagai wisatawan diantara banyak pengunjung atau orang-orang yang melakukan perjalanan di dunia ini.

Dalam rangka pengembangan dan pembinaan kepariwisataan di Indonesia, Pemerintah juga merumuskan batasan tentang wisatawan, seperti yang dituangkan dalam Instruksi Presiden No. 9 Tahun 1969 yang memberikan defenisi sebagai berikut :

“Wisatawan (Tourist) adalah setiap orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjunganya itu”

Wisatawan Internasional, tetapi juga berlaku bagi wisatawan dalam negeri (*Domestic Tourist*). Tetapi pada intinya yang terpeting adalah tujuan dari perjalanan tersebut bukan untuk memperoleh penghasilan atau mencari nafkah dan menatap di daerah yang dikunjunginya, melainkan hanya bersifat temporer untuk beberapa waktu saja (Kurang dari satu Tahun).

### II.3. Jenis dan Macam Pariwisata

Sesuai dengan potensi yang dimiliki pada suatu negara, maka timbullah bermacam-macam jenis serta macam pariwisata yang dikembangkan sebagai kegiatan, yang lama kelamaan mempunyai ciri tersendiri.

Untuk keperluan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan itu sendiri. Perlu pula dibedakan antara pariwisata yang satu dengan jenis yang lainnya, karena dengan demikian akan dapat ditentukan kebijaksanaan apa yang perlu mendukung, sehingga jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan akan dapat terwujud seperti yang diharapkan dari kepariwisataan itu.

Hingga sekarang jenis dan macam pariwisata yang kita kenal diantaranya ialah :

**a. Menurut Letak Geografis, dimana kegiatan pariwisata berkembang :**

**1. Pariwisata Lokal (*Local Tourism*)**

Adalah Pariwisata setempat yang mempunyai ruang lingkup relatif sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya, kepariwisataan kota Bandung atau Kepariwisataan kota Surabaya saja.

**2. Pariwisata Regional (*regional tourism*)**

Yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu tempat atau daerah yang ruang lingkungnya lebih luas dibandingkan dengan *local tourism*, tetapi lebih sempit jika dibandingkan dengan *national tourism*. Contohnya, kepariwisataan propinsi Sumatra Utara, Propinsi Jawa Tengah, dan lainnya.

### 3. *Kepariwisataan Nasional (regional tourism)*

Dalam arti sempit dijelaskan sebagai kepariwisataan yang berkembang dalam suatu negara. Pengertian ini sinonim dengan *Domestic tourism*, dimana titik beratnya adalah warga negara sendiri dan warga asing yang telah berdomisili di negara tersebut. Sedangkan dalam arti luas dikatakan sebagai sebuah kegiatan kepariwisataan yang berkembang dalam satu negara, selain kegiatan "*Domestic tourism*" juga dikembangkan "*foreign tourism*" dimana didalamnya termasuk "*in bound tourism*" dan "*out going tourism*". Sehingga selain adanya lalu lintas wisatawan dari luar negeri ke dalam negeri, maupun dari dalam negeri ke luar negeri.

### 4. *Regional-International Tourism*

Yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di satu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara. Misalnya, kepariwisataan ASEAN, Tmur Tengah, Amerika Latin, dan lainnya.

### 5. *International Tourism*

Pengertian ini sinonim dengan kepariwisataan dunia (*world tourism*). Yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di seluruh negara didunia, yang termasuk juga didalamnya, selain "*regional-international tourism*" juga kegiatan "*national tourism*".

## A. Konsep Pariwisata Internasional menuju “Green Tourism”

Manusia sebagai makhluk penghuni planet bumi pada dasarnya memang perlu berinteraksi dengan lingkungan agar eksistensinya tetap terjaga dari generasi ke generasi. Namun sayang, dalam prakteknya manusia sering menunjukkan sikap permusuhan atau kurang bersahabat terhadapnya. Sikap ramah dan bersahabat yang semestinya ditampakkan malah meioruh, yang muncul justru sikap arogan dan semena-mena. Oleh karenanya tidak mengherankan jika isu-isu lingkungan hidup dalam beberapa dekade ini santer mengemuka dan menjadi persoalan yang sangat krusial bagi keberlangsungan hidup umat manusia. Penggundulan hutan dan emisi karbon yang berlebih-lebihan dari penggunaan alat-alat keperluan manusia memicu terjadinya pemanasan global (*global warming*) sebagai akibat dari efek rumah kaca yang bisa menimbulkan banjir, longsor, kenaikan suhu permukaan laut dan perubahan iklim. Tentunya fenomena alam ini dapat menjadi ancaman bencana yang serius bukan saja bagi kehidupan manusia itu sendiri, tetapi seluruh makhluk hidup yang ada di bumi ini. Pariwisata belakangan ini boleh dikatakan telah menjadi bagian kehidupan manusia. Oleh karena itu dalam menyikapi isu lingkungan hidup yang mengglobal ini telah nampak upaya-upaya dari segenap pemangku kepentingan (*stakeholders*) pariwisata untuk membentuk kesadaran yang tinggi terhadap lingkungan dan mengarahkan perkembangan kegiatan pariwisata menuju pariwisata yang ramah lingkungan.

Konsep pengembangan ini yang disebut *Ecotourism (Ecological Tourism)*. Konsep ini pada dasarnya bersinggungan dengan *green tourism* yang memiliki

sasaran yang sama yakni memberikan perlindungan terhadap lingkungan. Tujuannya adalah untuk memberikan pendidikan kepada pelancong, menyediakan dana untuk konservasi lingkungan, memberikan manfaat secara langsung terhadap pembangunan ekonomi serta pemberdayaan politik dari masyarakat lokal/setempat dan menanamkan respek terhadap kebudayaan yang berbeda-beda serta hak asasi manusia. Konsep *green tourism* pada awalnya secara tradisional hanya menekankan pada perlindungan lingkungan, tetapi kini istilah itu berkembang tidak hanya pada perlindungan fisik, melainkan harus green dari segi sosial, budaya dan lingkungan fisik.<sup>12</sup>

Dari aspek budaya adalah upaya-upaya untuk tetap melindungi dan menjaga kelestarian aset budaya agar tidak tercemari oleh pengaruh lingkungan dari luar yang sifatnya merusak (destruktif). Sedangkan yang dimaksud green dari lingkungan fisik adalah kemauan dan itikad baik (*good will*) serta sikap nyata untuk mengubah pola kehidupan yang tadinya kurang ramah lingkungan menjadi kehidupan yang ramah dan peduli terhadap lingkungan. Contohnya adalah kegiatan wisata, khususnya *MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition)* yang banyak menggunakan produk-produk yang kurang ramah lingkungan seperti kertas dan tinta diharapkan dapat menekan/mengurangnya dan mengalihkannya ke produk digital.

---

<sup>12</sup> Sumber: [http://bataviase.co.id/node/konsep\\_pariwisata\\_internasional](http://bataviase.co.id/node/konsep_pariwisata_internasional), di akses 2 Desember

## B. Kondisi Pariwisata Internasional

Berdasarkan data yang dikutip dari WTO , pada tahun 2000 wisatawan manca negara (wisman) internasional mencapai jumlah 698 juta orang yang mampu menciptakan pendapatan sebesar USD 476 milyar. Pertumbuhan jumlah wisatawan pada dekade 90-an sebesar 4,2 % sedangkan pertumbuhan penerimaan dari wisman sebesar 7,3 persen, bahkan di 28 negara pendapatan tumbuh 15 persen per tahun.<sup>13</sup>

Sedangkan jumlah wisatawan dalam negeri di masing-masing negara jumlahnya lebih besar lagi dan kelompok ini merupakan penggerak utama dari perekonomian nasional. sebagai gambaran di Indonesia jumlah wisatawan nusantara (wisnus) pada tahun 2000 adalah sebesar 134 juta dengan pengeluaran sebesar Rp. 7,7 triliun. Jumlah ini akan makin meningkat dengan adanya kemudahan untuk mengakses suatu daerah.

Atas dasar angka-angka tersebut maka patutlah apabila pariwisata dikategorikan kedalam kelompok industri terbesar dunia (*the world's largest industry*), sebagaimana dinyatakan pula oleh John Naisbitt dalam bukunya bahwa Sekitar 8 persen dari ekspor barang dan jasa, pada umumnya berasal dari sektor pariwisata. Dan pariwisata pun telah menjadi penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional dari sektor jasa, kurang lebih 37 persen, termasuk 5-top exports categories di 83% negara WTO, sumber utama devisa di 38% negara dan

---

<sup>13</sup> Sumber: [http://www.scribd.com/doc-Konsep Pariwisata Internasional](http://www.scribd.com/doc-Konsep-Pariwisata-Internasional), di akses 21 Oktober

di Asia Tenggara pariwisata dapat menyumbangkan 10 –12 % dari GDP serta 7 – 8 % dari total employment.

Dominasi tujuan wisata pun mulai berubah. Apabila di tahun 1950, 15 tujuan wisata utama di dunia terkonsentrasi di Eropa Barat dan Amerika Utara, yang mendatangkan 97% dari jumlah wisatawan dunia, maka pada tahun 1999 jumlah ini menurun menjadi 62%, sisanya menyebar diberbagai belahan dunia terutama Asia Timur, Eropa Timur, dan Amerika Latin. Diantaranya di kawasan Asia Timur dan Pasifik, kedatangan wisatawan tercatat 122 juta diantaranya yang tertinggi diraih oleh Cina sebesar 31,29 juta dengan perolehan devisa USD 16,231 miliar. sedangkan terendah dari sepuluh besar adalah Jepang dengan kedatangan wisatawan 4,757 juta dan memperoleh devisa USD. 3,374 miliar. Dan Indonesia merupakan negara dengan urutan kedelapan yang dikunjungi oleh 5,064 juta dengan peroleh devisa USD. 5,7 miliar (pada tahun 2000).

Prospek pariwisata ke depan pun sangat menjanjikan bahkan sangat memberikan peluang besar, terutama apabila menyimak angka-angka perkiraan jumlah wisatawan internasional (*inbound tourism*) berdasarkan perkiraan WTO yakni 1,046 milyar orang (tahun 2010) dan 1,602 milyar orang (tahun 2020), diantaranya masing-masing 231 juta dan 438 juta orang berada di kawasan Asia Timur dan Pasifik. Dan akan mampu menciptakan pendapatan dunia sebesar USD 2 triliun pada tahun 2020.

Berdasarkan angka perkiraan tersebut maka, para pelaku pariwisata Indonesia seyogyanya melakukan perencanaan yang matang dan terarah untuk

menjawab tantangan sekaligus menangkap peluang yang akan “ bersliweran ” atau lalu lalang di kawasan kita. Pemanfaatan peluang harus dilakukan melalui pendekatan “ *re-positioning* ” keberadaan masing-masing kegiatan pariwisata dimulai dari sejak investasi, promosi, pembuatan produk pariwisata, penyiapan jaringan pemasaran internasional, dan penyiapan sumber daya manusia yang berkualitas. Kesemuanya ini harus disiapkan untuk memenuhi standar internasional sehingga dapat lebih kompetitif dan menarik, dibandingkan dengan kegiatan yang serupa dari negara-negara disekitar Indonesia.

Walaupun demikian, persaingan ini seharusnya disikapi pula bersama-sama dengan persandingan sehingga mampu menciptakan suasana *co-opetition* ( *cooperation and competition* ) terutama dengan negara tetangga yang lebih siap dan lebih sungguh-sungguh menangkap peluang datangnya wisatawan internasional di daerah mereka masing-masing. Paling tidak kita harus mampu menangkap dan memanfaatkan “ tetesan ” wisatawan yang berkunjung ke negara tetangga untuk singgah ke Indonesia.

### **C. Kecenderungan Baru Pariwisata Internasional**

Pariwisata *alternative* yang dimaksud dalam perkembangan belakangan ini ternyata menjadi arus balik yang kuat dalam melawan pariwisata massal (*mass tourism*). Pariwisata jenis ini merupakan tindakan berwisata yang lebih bertanggung jawab, karena yang dicari terutama bukan semata-mata kepuasan ragawi, seperti eksploitasi seksual, tetapi ketenangan dan kesejukan jiwa. Jenis wisatawan *alternative* dipandang lebih menyadarkan pada minat khusus dengan

mengutamakan persinggungan penduduk dan kebudayaan local. Dibandingkan dengan tawaran industry pariwisata massal sifatnya lebih artificial. Jika diharapkan semata-mata adalah pertumbuhan ekonomi melalui penerimaan devisa yang tinggi, jenis wisata ini memang tidak bias terlalu diharapkan. Namun dari wisata alternative misi persahabatan, perdamaian dan pemahaman *cross culture* disampaikan langsung ke masyarakat awam. Maka rumusan dari wisatawan khusus pada dasarnya adalah suatu bentuk perjalanan wisata, dimana wisatawan mengunjungi suatu tempat karena memiliki minat atau tujuan khusus mengenai sesuatu jenis obyek atau kegiatan yang dapat ditemui dan dilakukan di lokasi daerah tujuan wisata tersebut.

Kalau kita merujuk pada pernyataan *World Tourism Organization* (WTO) maka dapat diketahui terdapat beberapa kecenderungan dan perkembangan baru dalam dunia pariwisata yang terjadi pada sekitaran 1990-an. Hal ini ditandai dengan berkembangnya kesadaran lingkungan dalam pengertian yang luas. Ini terwujud dalam gaya hidup dan kesadaran baru akan penghargaan yang lebih mendalam terhadap nilai-nilai hubungan antar manusia maupun dengan lingkungan alam, baik fisik maupun social. Perkembangan baru tersebut secara khusus ditunjukkan melalui bentuk-bentuk keterlibatan wisatawan dalam kegiatan-kegiatan diluar lapangan, seperti kepedulian ekologis dan kelestarian alam, kemajuan ilmu pengetahuan dan pendidikan, penekanan dan penghargaan pada nilai-nilai estetika kebutuhan akan pengembangan diri/pribadi, serta keinginan untuk hidup berinteraksi secara mendalam dengan masyarakat. Ini merupakan

wisata yang menghindarkan orang dari deteriorasi ekologis dan degradasi budaya sehingga perlu diperkuat kehadirannya.<sup>14</sup>

Wisata minat khusus menekankan ada beberapa hal dalam implementasinya. *Pertama*, motivasi pencarian pada sesuatu yang unik/spesifik dan baru (*novelty seeking*), yang lebih menantang pada lokasi-lokasi baru untuk jenis atraksi yang diminati. *Kedua*, motivasi pencarian pada pengalaman wisata yang berkualitas (*quality seeking*). Dalam konteks Indonesia dikenal beberapa produk wisata minat khusus seperti 'wisata alam' yang berupa wisata hutan, wisata perairan, dan wisata bahari.

Dengan terjadinya difusi teknologi informasi yang semakin merata, deteriorasi lingkungan yang sedang menuju ambang kritis, perubahan pola kerja dan pemanfaatan waktu luang di negara-negara industri baru dan berkembang, dan sejumlah factor yang lain, telah memaksa system pariwisata local untuk menjawab perkembangan pariwisata internasional dengan cara-cara yang sangat berbeda dari selama ini yang dilakukan di negara-negara berkembang. Pergeseran-pergeseran mendasar yang juga tengah terjadi di dalam preferensi konsumen, yang telah memaksa daerah-daerah tujuan wisata untuk menjadi lebih inovatif di dalam upaya ,menarik wisatawan mancanegara. Kalau perspektif yang kita gunakan dalam memahami industri pariwisata global adalah *developmentalis*, maka perkembangan wisata alternative bukan semata-mata akibat dari laju perkembangan pariwisata internasional, tetapi juga akibat dari dinamika industri

---

<sup>14</sup> Heru Nugroho, *Loc.cit* Hal 62-64

pariwisata yang terjadi pada tingkat local. Jadi logika permintaan penawaran juga berlaku dalam kepariwisataan.

Dalam proses negoisasi antara kecenderungan-kecenderungan yang terjadi pada tingkat global dan local, usaha kecil dan menengah dalam sector pariwisata juga menemukan perannya semakin startegis bagi pembangunan ekonomi negara-negara berkembang, khususnya bagi pemberdayaan ekonomi rakyat di daerah pedesaan. Pariwisata internasional selain dipandang dapat merealisasikan *transfer of welfare* dari glonal ke local, dengan demikian juga dapat mendinamiskan perkembangan ekonomi daerah, termasuk didalamnya industri kecil, kerajinan tradisional bahkan meningkatkan taraf hidup para pekerja sector informal. Hal ini terjadi selama beberapa tahun terakhir bersamaan terus merosotnya ekonomi pedesaan di banyak negara yang sedang berkembang oleh tekanan-tekanan korporasi multinasional yang telah mengakibatkan menurunnya penciptaan peluang kerja dan kemakmuran masyarakat pedesaan negara-negara bersangkutan. Solusi mendasar atas masalah yang sangat kompleks harus ditemukan dalam upaya yang sedang berkesinambungan dan sistematis, untuk mejadikan ekonomi negara-negara yang sedang berkembang lebih kompleks dan beragam melalui industrialisasi pedesaan yang didesentralisasikan. Hal ini termasuk pengembangan industri kecil, menengah, jasa dan sector informal dalam konteks pengembangan terkait dengan sector pariwisata. Globalisasi memang telah mendatangkan dilema, namun dengan strategi yang jitu dalam bidang kepariwisataan, globalisasi dapat mendatangkan kesejahteraan pada tingkat local.

#### D. Pariwisata Berkelanjutan dan Postmodernisme

WTO (1993) mengungkapkan bahwa pembangunan berkelanjutan harus menganut tiga prinsip yaitu *Ecological Sustainability*, *Social and Cultural Sustainability*, dan *Economic Sustainability*, baik untuk generasi sekarang maupun generasi yang akan datang. Selain berkelanjutan sumber daya alam dan ekonomi, berkelanjutan kebudayaan merupakan sumber daya alam yang sangat penting. Pariwisata berkelanjutan akan tercapai bila ada kesinambungan pemanfaatan sumber daya alam, sumber daya budaya, sumber daya manusia, serta berkelanjutan secara ekonomi. Sedangkan pengertian *postmodernisme* secara pasti relative masih sulit didefinisikan, apalagi keberadaan *postmodernisme* masih tergolong baru.

Mengutip dari Denny A. J dalam Suyoto et al (1994)<sup>15</sup>, *postmodernisme* hanya dapat dipahami secara utuh jika dikaitkan dengan modernitas, dengan menambahkan awaln "post", *postmodernitas* hendak mengatakan bahwa era modern telah usai. Istilah *postmodernisme* pada mulanya muncul di bidang arsitektur, kemudian menjadi istilah yang cukup populer di dunia sastra dan budaya sejak tahun 1950-an. *Postmodernisme* dapat dilihat dari dua segi yaitu *periodisasi* dan sebagai *epistemology*. *Periodisasi* dapat dicontohkan dengan modern dicirikan dengan *diferensiasi* dan *postmodernisme* ditandai dengan *dediferensiasi* (batas bangsa, ras, suku, agama, dan golongan semakin samar). Sedangkan menurut epistemologinya, *postmodernisme* ditandai dengan runtuhnya kebenaran rasionalitas dan objektivitas (Scoot Lash dalam Suyatni' 1994). Dalam masyarakat modern manusia menghadapi sejumlah krisis yang cukup serius seperti perusakan lingkungan, rendahnya moralitas, kelaparan dan lain-lain. Krisis tersebut menimbulkan adanya suatu kecenderungan baru yang sedang berupaya mengatasi

---

<sup>15</sup> Suyuto, M. "*Postmodernisme dan Masa Depan Peradaban*". Adiya Media, Yogyakarta, 1994  
Hal 20

devisiisme, reduksionisme, egosentrisme, kecenderungan itulah yang sedang dibahas dalam dunia postmodernisme.

Postmodernisme juga banyak membahas banyak perubahan yang terjadi dalam pariwisata. Ada suatu perbedaan yang jelas antara pariwisata pada *era modern* dengan pariwisata yang ada pada *era postmodernisme*. Pariwisata termasuk dalam aktivitas social postmodernisme, khususnya yang terjadi dalam pengembangan pariwisata yang menciptakan suatu citra "*image*" sebagai *ilusi/fantasi* terhadap suatu destinasi. Pendapat ini ditambahkan karena kadang-kadang karena kenyataannya sebuah destinasi bertentangan dengan sebuah destinasi yang diciptakannya. Pariwisata dalam perspektif postmodernisme ditandai oleh pergeseran pariwisata misal ke pariwisata alternative, kebijakannya melibatkan masyarakat local, pengembangannya berorientasi kepada kepentingan konsumen dan memperhatikan aspek berkelanjutan dengan konsep berkelanjutan social budaya, lingkungan, dan ekonomi, dibuatnya paket wisata yang fleksibel, diutamakan citra "*image*".

#### **E. Pembangunan Kepariwisata Daerah di Era Otonomi**

Pada dasarnya terdapat banyak daerah di Indonesia yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang potensial untuk dikembangkan dalam kerangka kepariwisataan serta memiliki kemampuan untuk menjadi salah satu destinasi pariwisata kelas dunia. Kekayaan alam berbasis bahari merupakan potensi yang tinggi untuk dikembangkan tanpa menghilangkan potensi yang ada di daratan seperti danau, air panas dan sungai.

Potensi kekayaan budaya juga patut diperhitungkan dalam mengembangkan suatu daerah sebagai destinasi utama. Keanekaragaman budaya dan kesenian telah dikenal masyarakat dunia, termasuk keterbukaan dan

keramahan masyarakat, serta kekayaan kuliner dipercaya memberi andil besar bagi tumbuhnya minat masyarakat Indonesia untuk datang berkunjung ke suatu daerah. Selain dari potensi alam dan budaya, keberadaan infrastruktur aksesibilitas udara dan laut yang memadai mampu menjadi pendukung pengembangan daerah sebagai destinasi wisata Indonesia. Sarana dan prasarana kepariwisataan juga perlu mengalami peningkatan kapasitas dan kualitas pelayanan yang memadai.

Namun demikian pengembangan kepariwisataan daerah selanjutnya dikembangkan dengan tetap mengacu kepada paradigma baru pembangunan kepariwisataan yang telah dikemukakan sebelumnya. Pengalaman pembangunan di daerah lainnya seperti Bali dan DI Yogyakarta perlu menjadi pertimbangan. Perencanaan yang matang melalui penyiapan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata daerah di tingkat Provinsi maupun Kabupaten/Kota sudah harus dimulai untuk menemukaenali wilayah yang akan dijadikan sebagai lokasi pengembangan kepariwisataan yang tetap ditujukan untuk meningkatkan peran serta dan kesejahteraan masyarakat seluas-luasnya.

Penyiapan sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi tinggi di bidang pelayanan jasa kepariwisataan juga menjadi hal yang perlu dilakukan. Kemampuan masyarakat dalam berinteraksi dan bersosialisasi perlu dilengkapi pula dengan kemampuan teknis, operasional dan manajerial dalam penyediaan barang dan jasa kepariwisataan. Stigma bahwa pekerja di bidang pariwisata merupakan pelayan harus mulai diubah menjadi pekerja profesional yang berkelas dunia. Kemampuan masyarakat dalam mengembangkan kompetensi mereka di

bidang kepariwisataan dipercaya akan mampu meningkatkan kualitas pelayanan serta pengalaman berwisata bagi wisman maupun wisnus.

Berdasarkan berbagai kondisi tersebut, pengembangan pariwisata di berbagai daerah, khususnya di wilayah timur Indonesia, harus difokuskan pada pengembangan pariwisata berbasis bahari dengan dukungan budaya yang kaya. Fokus pembangunan kepariwisataan ini akan mampu memposisikan kawasan Indonesia Timur sebagai destinasi utama pariwisata Indonesia yang berbeda dengan daerah lainnya seperti Bali dengan budaya dan alamnya (pantai) maupun DI Yogyakarta dengan budayanya. Fokus pembangunan kepariwisataan ini perlu dibicarakan dan menjadi komitmen seluruh *stakeholders* dalam pembangunan kepariwisataan di daerah.

#### **F. PEMDA sebagai Aktor Hubungan Internasional**

Ilmu Hubungan Internasional mengalami perkembangan yang signifikan seiring dengan perkembangan kehidupan manusia. Walaupun secara normal ilmu hubungan internasional mengalih perkembangan pada abad ke-20, namun realitasnya ilmu hubungan internasional sebenarnya telah berlangsung sejak berabad-abad. Akan tetapi pada masa-masa itu, ilmu hubungan internasional menjadi bagian dari kejian ilmu sosial lain telah mapan. Dalam kajian ilmu hubungan internasional terdapat beberapa pelaku hubungan internasional yakni Aktor internasional dimana peran individu yang memiliki reputasi atau kemampuan komunikasi internasional. Perkembangan hubungan internasional pada abad 21 telah merubah paradigma hubungan kerjasama yang selama ini

dilakukan antara sesama negara dalam melakukan kerja tetapi pelaku hubungan internasional bisa saja oleh perusahaan (MNC), LSM, NGO, dan Individu.

Dalam perubahan paradigma ini, banyak aktor non pemerintah yang melakukan kerjasama lintas negara seperti MNC yang turut mengembangkan pembangunan suatu negara. Hal ini telah menjadi dan bahkan mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan disuatu negara.

Dengan demikian bangsa Indonesia sadar betapa penting hubungan kerjasama non pemerintah dapat mengurangi beban negara dalam bidang ketenagakerjaan baik di tingkat pusat maupun daerah. Maka dari itu kesadaran yang timbul dari keberadaan lembaga non pemerintah seperti perusahaan asing (MNC) dalam pembangunan ekonomi nasional sehingga negara membutuhkan untuk mengakomodir hadirnya lembaga swasta asing terutama di negara berkembang seperti Indonesia.

Dengan lahir Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-undang No 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan keuangan antara pusat dan daerah yang lebih dikenal dengan Otonomi Daerah. Dimana daerah diberikan kewenangan untuk mengurus daerahnya dan mengelolah potensi sumber daya demi kesejahteraan masyarakat. Dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah sebagai amanat undang-undang pemerintah diharapkan mampu memberikan identifikasi potensi sumber daya alam untuk dikelolah dengan menawarkan kepada investor dalam rangka kerjasama dalam mengelolah sumber daya alam.<sup>16</sup>

Dalam otonomi daerah, Pemerintah pusat memberikan pelimpahan wewenang oleh pemerintah daerah yakni gubernur selaku perpanjangan tangan dalam memberikan izin kepada para investor asing untuk melakukan aktifitas produksi di daerah.



## BAB III

### GAMBARAN UMUM

#### A. Sekilas Tentang ATF 2012 dan Kab. Raja Ampat Provinsi Papua Barat.

##### 1. ATF 2012

Kita mungkin bisa berbangga hati sebab tela kesekian kalinya menjadi tuan rumah penyelenggaraan ATF. Yang pertama yaitu pada tahun 1986 yang diselenggarakan di Jakarta, ATF 1991 yang bertempat di Bandung-Jawa Barat, kemudian pada tahun 1996 di kota Surabaya-Jawa Timur, pada awal tahun 2012 Kab. Raja Ampat Provinsi Papua Barat terpilih sebagai tuan rumah ATF ke 21 ini adalah suatu kehormatan bagi Raja Ampat yang ditunjuk sebagai tuan rumah ATF, tentunya pemilihan Raja Ampat ini melalui banyak pertimbangan perjalanan yang cukup panjang. Kegiatan tersebut diawali dengan keikutsertaan delegasi Raja Ampat dalam event ATF tahun sebelumnya yang bertempat di Brunai Darusallam. Pada saat ini delegasi Raja memberikan presentasi tentang kesiapan Raja Ampat sebagai tuan rumah dan menyelenggarakan *welcomming event* dalam bentuk *dinner* dan malam kesenian. Kemudian sesuai dengan hasil pertemuan The 11<sup>th</sup> Meeting of ASEAN NTOs di Bangkok pada tanggal 22 Januari 2000, Indonesia telah diminta untuk menjadi tuan rumah pada ATF 2012.

Untuk menjadi tuan rumah ATF ke-21, Menteri Pariwisata, seni dan Budaya, waktu itu mengirim surat permohonan kepada Bupati Kab. Raja Ampat, yang intinya meminta Kabupaten Raja Ampat untuk menjadi tuan rumah dalam ATF 2012 selanjutnya disampaikan surat balasan dari Bupati Raja Ampat, yang intinya akan mengkaji secara bersama-sama dengan pihak Raja Ampat. Setelah melihat dan mencermati beberapa kelebihan dan kekurangan yang dimiliki Kab. Raja Ampat, maka dilakukan pembahasan bersama dalam dua kali rakor di

Jakarta, yaitu pada 26 Januari dan Februari 2012, serta mencermati *ATF Manual Operation*. Sehingga Menteri Pariwisata, seni dan budaya melalui surat yang tertanggal 31 Agustus 2000 menunjuk Kab. Raja Ampat sebagai tuan rumah penyelenggaraan ATF 2012, baik itu untuk *conference, meeting* dan *travex*.

Promosi dan langkah-langkah telah dilakukan dalam mensosialisasikan ATF 2012 di Jogja ini. Diantaranya di ITB (internsional Tourism Bursa) Berlin-Jerman, ATM ( Arabian Travel Mart) Dubai, China Internasional Travel Mart, Kunming-China, dan World Travel Mart (WTM) di london-Inggris. Selain itu untuk mensukseskan event ini, pihak panitia melakukan kerjasama dengan beberapa sponsor seperti *Travel Weekly, Ewast* dan *TTG Asia*. Bahkan juga dukungan dari beberapa maskapai penerbangan seperti *Singapore Air Lines, Qantas, British Airways*, serta garuda indonesia, yang memberikan *rate* penerbangan khusus.

Selain upaya promosi yang maksimal baik didalam ataupun di luar negeri, pemerintah juga mengupayakan pengadaan sebuah gedung yang cukup untuk menyelenggarakan event akbar ini, yaitu dengan di bangunya Waisai exhibition and convention center (JECC) gedung ini berlokasi di pusat kota Waisai. Pembangunan gedung JECC dengan panel-panel beton dan interior dinding yang dapat dipindah sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan, serta dilengkapi dengan audio visual system. Gedung yang memiliki luas 10.000 meter persegi ini dibangun dengan kesepakatan bersama, dengan harapan bahwa gedung ini akan menjadi pelopor dari pusat perkembangan MICE (Meeting, Incentive, Conventions, and Exhibitions) di Raja Ampat, khususnya yang berskala Internasional. Dengan demikian upaya peningkatan kunjungan wisatawan ke Raja Ampat melalui wisata MICE khususnya, akan semakin meningkat.

## 2. Kab. Raja Ampat Provinsi Papua Barat

### a. Gambaran umum

Kabupaten Raja Ampat adalah salah satu kabupaten di provinsi Papua Barat, Indonesia. Ibukota kabupaten ini terletak di Waisai. Luas wilayah kabupaten ini adalah 46.296 km<sup>2</sup>

Kabupaten ini memiliki 610 pulau. Empat di antaranya, yakni Pulau Misool, Salawati, Batanta dan Waigeo, merupakan pulau-pulau besar. Dari seluruh pulau hanya 35 pulau yang berpenghuni sedangkan pulau lainnya tidak berpenghuni dan sebagian besar belum memiliki nama.

Sebagai daerah kepulauan, satu-satunya transportasi antar pulau dan penunjang kegiatan masyarakat Raja Ampat adalah angkutan laut. Demikian juga untuk menjangkau Waisai, ibu kota kabupaten. Bila menggunakan pesawat udara, lebih dulu menuju Kota Sorong. Setelah itu, dari Sorong perjalanan ke Waisai dilanjutkan dengan transportasi laut. Sarana yang tersedia adalah kapal cepat berkapasitas 10, 15 atau 30 orang. Dengan biaya sekitar Rp. 2 juta, Waisai dapat dijangkau dalam waktu 1,5 hingga 2 jam.

Berdasarkan sejarah, di Kepulauan Raja Ampat terdapat empat kerajaan tradisional, masing-masing adalah kerajaan Waigeo, dengan pusat kekuasaannya di Wewayai, pulau Waigeo; kerajaan Salawati, dengan pusat kekuasaan di Samate, pulau Salawati Utara; kerajaan Sailolof dengan pusat kekuasaan di Sailolof, pulau Salawati Selatan, dan kerajaan Misol, dengan pusat kekuasaan di Lilinta, pulau Misol.

Penguasa Kerajaan Lilinta/Misol (sejak abad ke-16 bawahan kerajaan Bacan):

- Abd al-Majid (1872-1904)
- Jamal ad-Din (1904-1945)
- Bahar ad-Din Dekamboe (1945 - )

Penguasa Kerajaan Waigama (sejak abad ke-16 bawahan kerajaan Bacan):

- Abd ar-Rahman (1872-1891)
- Hasan (1891/1900-1916)
- Syams ad-Din Tafalas (1916-1953)

Penguasa Kerajaan Salawati (sejak abad ke-16 bawahan Kesultanan Ternate):

- Abd al-Kasim (1873-1890)
- Muhammad Amin (1900-1918)
- Bahar ad-Din Arfan (1918-1935)
- Abu'l-Kasim Arfan (1935-?)

Penguasa Kerajaan Waigeo (sejak abad ke-16 bawahan Kesultanan Ternate):

- Gandzun (1900-1918)

## **b. Kondisi Geografis**

### **I. Letak dan Luas Wilayah**

Kabupaten Raja Ampat secara geografis sangat menguntungkan karena terletak pada posisi  $00^{\circ} 30, 33^{11}$  LU- $01^{\circ}$  LS dan  $124^{\circ} 30,00$ - $131^{\circ} 30$  BT dengan Luas Wilayah  $46,108 \text{ Km}^2$ .

### **II. Batas Wilayah**

Secara administratif, batas wilayah kabupaten Raja Ampat adalah :

- i) Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku.

- ii) Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Halmahera Tengah, Provinsi Maluku Utara.
- iii) Sebelah timur berbatasan dengan Kota Sorong dan Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat.
- iv) Sebelah utara berbatasan langsung dengan samudra pasifik.

### **c. Jumlah Penduduk**

Menurut data statis dan sensus penduduk tahun 20120, jumlah penduduk Kab. Raja Ampat adalah 37.018 jiwa.<sup>16</sup>

## **3. Kondisi Pariwisata Raja Ampat**

### **a) Gambaran Umum**

Raja Ampat yang terletak di ujung barat pulau Papua tepat di bagian kepala burung, memiliki empat pulau utama yang bergunung-gunung.

Waigeo, Batanta, Salawati, dan Misool serta ratusan pulau-pulau kecil lain di sekitarnya. Kawasan ini memiliki potensi pariwisata yang luar biasa, baik bentang alamnya, tingginya endemisitas keanekaragaman hayati daratan dan lautan, potensi pesisir, budaya dan adat masyarakat setempat. Raja Ampat telah menjadi daerah tujuan wisata bahari bagi wisatawan dan peneliti kelautan dari mancanegara dalam beberapa tahun terakhir. Tinggi-nya minat wisatawan yang datang ke Raja Ampat selain untuk melihat keindahan alam juga saat ini sudah

---

<sup>16</sup> [www.irjabar.bps.go.id](http://www.irjabar.bps.go.id)

mulai mengarah kepada wisata budaya yang menurut beberapa kalangan sangat unik dan menarik.<sup>17</sup>

Berbagai macam upaya ditempuh untuk lebih memacu para wisatawan datang ke Raja Ampat. Salah satunya adalah gelaran ATF Raja Ampat yang bertujuan untuk mempromosikan potensi wisata Raja Ampat kepada wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

ATF Raja Ampat ini pun tak lepas dari perhatian dari Kantor Perwakilan Daerah Provinsi Papua Barat di Jakarta yang ikut mensosialisasikannya kepada masyarakat di Jakarta mengingat Kantor Perwakilan Daerah di Jakarta adalah representatif Papua Barat, yang di dalamnya termasuk Kabupaten Raja Ampat. Bagaimanapun, memajukan pariwisata Raja Ampat adalah tanggung jawab bersama baik Kabupaten Raja Ampat, Pemerintah Provinsi Papua Barat, Pemerintah Pusat, para pelaku usaha wisata dan masyarakat. "Mendengar tentang akan diadakannya ATF Raja Ampat, kami berpikir bahwa informasi ini perlu diketahui oleh pelaku wisata atau masyarakat lainnya di Jakarta yang berkeinginan untuk datang ke Raja Ampat.

Publikasi tentang ATF Raja Ampat oleh Majalah TOPIK sangat membantu kami untuk menyampaikan informasi para pembaca sekalian," tutur Johni A Rumarar ST, Kepala Kantor Perwakilan Daerah di Jakarta.

Potensi wisata laut Raja Ampat sudah mendunia dan tidak adaandingannya. Namun, manfaat dari popularitas Raja Ampat masih jauh untuk

---

<sup>17</sup> <http://www.majalahtopik.co.id/readnews.php>

masyarakat lokal. Padahal, tradisi mereka sangat kuat untuk menjaga keindahan dan kelestarian berbagai potensi wisata tersebut.

Julukan “surga bawah laut” yang diberikan para penyelam dunia kepada Raja Ampat di Papua Barat rupanya belum sebanding dengan kondisi perekonomian masyarakat dan kabupaten tersebut. Popularitas Raja Ampat, mulai dari taman laut, ratusan spesies ikan hias, terumbu karang, hingga ikon Pulau Wayag, semakin menggema di seantero dunia. Namun, kesan mendunia itu seakan memisahkan kekayaan laut dengan masyarakat dan wilayah daratan Raja Ampat sendiri.

Mungkin, ketertinggalan itu diharapkan bisa ditopang dengan popularitas wisata Raja Ampat yang disebut beberapa kalangan sebagai jantung terumbu karang dunia. Ironisme itu bisa dilihat secara sederhana dengan ketimpangan pendapatan asli daerah (PAD) yang belum menembus Rp 15 miliar sehingga Kabupaten Raja Ampat termasuk salah satu dari 183 wilayah tertinggal di Indonesia.

Bahkan, pendapatan dari pariwisata dan sektor yang terkait dengan wisata pun belum menembus angka Rp 3 miliar setahun. Kemiskinan masyarakat adalah fakta yang tak bisa dihindari. Cerita sejumlah saksi mata pada satu dekade lalu seakan membenarkan bahwa potensi laut dan alam Raja Ampat hanyalah surga bagi pelaku illegal fishing dan illegal logging yang memanfaatkan masyarakat lokal. Iming-iming duit dari para “perantara” kapal Korea Selatan, Thailand, dan Taiwan, yang melintasi perairan Raja Ampat dan Papua Barat pada

umumnya telah memaksa segelintir masyarakat untuk menangkap ikan dengan cara-cara yang tidak ramah lingkungan, seperti pemboman.

Tidak heran jika bagi para penyelam amatir yang hanya bisa menggapai kawasan-kawasan terbatas pasti menemui bekas-bekas terumbu karang yang rusak. "Kitorang Atur Laut Baik. Ikan Ada Terus," demikian tulisan baju kaus T-Shirt yang dikenakan Husen Kalderak sebagai bagian dari pelestarian perairan Raja Ampat.

Pria asal Maluku itu sudah hampir 20 tahun menetap di Sorong dan cukup banyak mengenal kawasan-kawasan di Raja Ampat. Selain menjadi pemandu lokal, dia juga menjadi staf lokal sebuah lembaga internasional yang berkarya di Papua Barat. Menurut Husen, pada medio 1990-an, Raja Ampat sebenarnya menjadi "surga" bagi kapal-kapal ikan asing. Selain berbagai jenis ikan laut dalam yang lezat, hiu yang dilarang ditangkap di perairan Raja Ampat pun menjadi incaran seantero dunia.

Dalam pertemuan perwakilan negara-negara anggota Coral Triangle Initiative for Corals, Fisheries and Food Security (CTI-CFF), kerusakan terumbu karang Raja Ampat pun ditengarai masih sangat besar. Sekitar dua bulan silam, warga dan petugas keamanan menjumpai 33 nelayan dengan 7 kapal memburu ikan hiu.

Upaya penangkapan dilakukan tapi sayangnya pelaku berhasil lolos. Berdasarkan studi Australian Institute of Marine Science tahun 2010 di Palau, seekor ikan hiu diperkirakan memiliki nilai ekonomis Rp 1,6 miliar dan nilai seumur hidup sebesar Rp 17,5 miliar untuk industri pariwisata. Awal 2012,

petugas patroli menangkap empat nelayan yang diduga pelaku pemboman ikan perairan Raja Ampat yang merusak biota laut.

Dua kasus diatas menjadi contoh bahwa saat ini saja dengan pengawasan yang semakin ketat dari warga, pemerintah kabupaten (pemkab), aparat keamanan, serta beberapa lembaga masyarakat dan internasional, tingkat kerusakan cukup tinggi. Kebanyakan nelayan nakal berasal dari luar Raja Ampat yang beroperasi tidak hanya di laut lepas, tetapi juga di sekitar Kawasan Konservasi Laut Daerah (KKLD). Sejak 2006 Pemkab Raja Ampat menetapkan enam KKLD yakni KKLD Kawe merupakan merupakan kawasan kepulauan di Wayag, Selat Dampier, Teluk Mayalibit, Kepulauan Ayau, Kepulauan Kofiau dan Misool Timur Selatan.

*“Adanya KKLD ini diharapkan sumberdaya alam laut Raja Ampat mampu dikelola secara lestari dan menyediakan sumber penghidupan bagi masyarakat Raja Ampat secara berkelanjutan,”* kata Klasina Rumbekwan, Kepala Bidang Promosi Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Raja Ampat Klasina Rumbekwan, Selasa (10/7) lalu di Waisai, ibu kota Raja Ampat.

Sebenarnya, jauh sebelum KKLD diberlakukan, warga-warga lokal di Kepulauan Raja Ampat juga mempunyai kearifan tradisional “Sasi” untuk menjaga kelestarian berbagai jenis ikan dan terumbu karang. Sasi Laut merupakan tradisi untuk menjaga keseimbangan alam dengan berhenti sementara menangkap ikan dan biota laut lainnya dalam beberapa bulan, agar kekayaan laut tidak punah dan stoknya kembali melimpah.

Singkat kata, Sasi identik dengan bank ikan dan diterapkan masyarakat di Pulau Waigeo, Batanta, Salawati, dan Misool. Setidaknya, sekitar seribu jenis terumbu karang dan seribu lima ratus jenis ikan di perairan Raja Ampat diberi kesempatan untuk berkembang biak. Masyarakat nelayan juga akan menangkap ikan dan biota laut secukupnya serta tidak mengeksploitasinya secara berlebihan.

*“Kami berupaya mempertahankan tradisi dan budaya yang sudah turun-temurun untuk menjaga kelestarian wilayah perairan di sini. Tradisi Sasi dimusyawarahkan bersama sehingga ada kesepakatan atas wilayah yang tidak boleh ditangkap ikannya,”* kata Yesayas Mayor, tokoh masyarakat dan Kepala Adat Desa Sawinggrai.

Tradisi Sasi juga diterapkan di Pulau Mansuar, Pulau Airborek, dan pulau-pulau lainnya di Raja Ampat. Nowak Sawiyai menyebutkan dia bersama 15 warga Kampung Kurkapa, Pulau Mansuar, memiliki dua kawasan Sasi dengan jangka waktu lima hingga tujuh bulan. Tradisi Sasi Laut dimulai dengan rapat adat di tempat ibadat, seperti di Masjid ataupun di Gereja. Tokoh adat, kepala desa dan warga menyiapkan sejumlah sesaji untuk menandai tradisi Sasi Laut akan dilangsungkan. Untuk beberapa warga di kawasan ini, kepercayaan tidak mengonsumsi ikan tertentu juga menjadi bagian dari tradisi lokal. Ada yang dikenai denda dengan uang jika melanggar tradisi tersebut.

Mampukah komitmen konservasi dan kearifan lokal menjaga kekayaan laut dan “kolam jernih” perairan Raja Ampat? Setidaknya, tekad menjaga kelestarian biota laut harus tetap dilakukan dan didukung dari berbagai

kalangan. Tanggung jawab seluruh lapiran bangsa dan dunia untuk menjaga keindahan “surga” Raja Ampat dari berbagai tekanan tersebut. Saat ini, ada sejumlah lembaga internasional dengan berbagai program untuk mendukung kelestarian Raja Ampat. Pemerintah pusat dan daerah tentu harus lebih terpenggil untuk menjaganya.

Demikian juga kalangan swasta dan berbagai perusahaan melalui dana sosial. Salah satu pihak yang mempunyai komitmen dalam promosi wisata adalah PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk (Adira Finance) melalui program Adira Beauty X-Pedition. Program tersebut melintasi potensi wisata dari ujung utara Sumatera (Sabang), Jawa, Bali - Nusa Tenggara, Borneo-Celebes (Kalimantan-Sulawesi), dan terakhir menjelajahi Raja Ampat (Papua Barat).

Warga lokal di Kepulauan Raja Ampat harus mendapat dukungan dalam menjaga potensi pariwisata,” kata Presiden Direktur Adira Finance Willy Suwandi Dharma.

Niko Kurniawan yang juga Project Leader Adira Beauty X-Pedition menjelaskan upaya mempromosikan potensi pariwisata dilakukan dengan menuliskan berbagai informasi melalui [www.adirafaceofindonesia.com](http://www.adirafaceofindonesia.com). Portal tersebut juga menjadi ajang mencari informasi wisata Indonesia dan memberi kesempatan foilovers-nya untuk menulis berbagai pengalaman terkait wisata. Dukungan seperti ini sangat ditunggu dari berbagai pihak lainnya.

Selain promosi, dukungan kemudahan akses dan infrastruktur menjadi penting untuk kawasan wisata di Indonesia Timur. Pengalaman dari Jelajah Nusantara yang dilakukan Adira Beauty X-Pedition setidaknya bisa dilihat pada

potensi wisata di Raja Ampat dan Flores Barat, Nusa Tenggara Timur (NTT) yang memiliki Komodo, kendahan diving, dan eksotika budaya serta alamnya. Dua kawasan ini bisa dikatakan memiliki keterbatasan akses sehingga tidak mudah untuk mencapai lokasi wisata tersebut. Di satu sisi, kondisi tersebut sangat baik agar bisa menjaga kelestarian dan keperawanan lokasi wisata, namun di sisi lain membuat masyarakat Indonesia sendiri semakin sulit menikmati potensi tersebut karena mahal.

*“Promosi penting, tetapi harus didukung dengan akses informasi dan transportasi yang baik agar tidak menjadi mahal dan sulit dinikmati sebagian besar masyarakat Indonesia. Untuk wilayah Raja Ampat, kendala kami pada mahalnya bahan bakar minyak (BBM) sehingga biaya transportasi menjadi sangat mahal,”* kata Ade Setiadi yang juga Manajer Waisai Beach Hotel.<sup>18</sup>

Selain dukungan akses dan kemudahan transportasi, sebagian besar aktivitas terkait pariwisata Raja Ampat pun masih minim berpusat di Waisai ataupun yang bersinggungan langsung dengan perekonomian masyarakat lokal. BBM yang mahal, padahal menjadi tulang punggung penopang, membuat aktivitas ekonomi wisata lokal sangat terbatas pada pihak yang bermodal. Padahal, semakin banyaknya kunjungan wisatawan seharusnya bisa menggerakkan ekonomi lokal, mulai dari transportasi dalam kota dan antarpulau, penginapan, meningkatnya kebutuhan bahan makanan (sayur dan buah), kerajinan lokal, hingga jasa-jasa lainnya. Hal-hal tersebut justru menjadi penggerak roda perekonomian karena masyarakat menjadi bagian dari industri wisata bahari.

---

<sup>18</sup> <http://www.suarapembaruan.com/ekonomidanbisnis/menopang-wisata-bahari-raja-ampat>

Supaya untuk mengangkat potensi wisata Raja Ampat patut dilakukan. Namun, sudah saatnya potensi tersebut harus memberikan manfaat bagi masyarakat lokal. Tekad dan semangat untuk melestarikan keindahan alam dan laut Raja Ampat yang dilakukan masyarakat lokal hendaknya berdampak langsung juga pada kesejahteraan mereka. Jangan hanya dinikmati para turis dan hanya menumbuhkan kecemburuan pada masyarakat yang sudah berabad-abad menjaga keindahan tersebut.

Beberapa Objek Wisata Kab. Raja Ampat:

- 1) Cagar Alam Missol
- 2) Cagar Alam Pulau Waigio
- 3) Cagar Alam Batanta
- 4) Pulau Shop
- 5) Pulau Matan
- 6) Pulau Kafi
- 7) Pantai Peneluran Penyu
- 8) Kepulauan Wayang
- 9) Selat Dampir
- 10) Pantai Saonek
- 11) Teluk Mayalibit Dan Gunung Nok
- 12) Teluk Kabui

## BAB IV

### PENGARUH ATF 2012 DAN PARIWISATA INDONESIA DI MATA DUNIA INTERNASIONAL

#### A. ATF 2012 Sebagai Titik Awal Pemulihan Citra Indonesia Di Mata Internasional

Dalam mencoba menganalisa pariwisata untuk merumuskan suatu konsep dari kerangka kepariwisataan, timbul beberapa kesan bahwa pariwisata dapat dilihat sebagai suatu yang relatif (abstrak), katakanlah sebagai suatu gejala yang mencakup pemindahan orang-orang dalam negaranya sendiri (domestic tourism) ataupun yang melewati perbatasan negara lain (international tourism).

Perpindahan ini berarti sebagai unsur interaksi individu dan kelompok atau dapat pula dikatakan sebagai persahabatan, saling pengertian kesenangan, kepuasan sebagaimana motifasi dari perjalanan itu sendiri.

Salah satu cara untuk mengamati tentang kondisi sebuah negara yang dikatakan memiliki kondisi sosial-politik dan keamanan dalam negeri bisa saja melalui indikator pariwisata. Sebab melalui sektor ini kita dapat melihat langsung tingkat keamanan suatu wilayah, sebab semakin labilnya kondisi keamanan maka akan berdampak bagi tingkat kunjungan wisatawan ke daerah tersebut. Para wisatawan tidak akan mau mengambil resiko untuk berlibur ke suatu tempat yang sedang mengalami konflik sebab mereka berfikir siapa yang akan menjamin keselamatan jiwa mereka. Dari hal tersebut tentu masih menimbulkan *slide effect* yang lainnya, sebab dengan menurunnya tingkat kunjungan wisata bukan hanya sector ekonomi saja yang di rugikan tetapi juga citra Negara bisa menjadi buruk dimata internasional. Pihak luar akan menuduh bahwa pemerintah tidak mampu menciptakan stabilitas keamanan dalam negeri.

ATF 2012 Raja Ampat yang dilaksanakan pada akhir Januari 2012 dianggap sebagai momen yang sangat penting bagi dunia pariwisata. Baik oleh

bangsa Indonesia, Asia dan bahkan juga dunia pariwisata internasional. Hal ini disebabkan salah satunya karena ATF merupakan event ke dua setelah WTM (World Travel Mart) di London. ATF 2012 Raja Ampat adalah momen terpenting bagi Indonesia dan Negara-negara ASEAN untuk membuktikan bahwa Asean menjadi suatu destinasi yang aman untuk perjalanan wisata. Forum ini menjadi begitu penting bagi Asia setelah terpuruknya perekonomian dunia sejak krisis 2008 yang menimpa Amerika Serikat. Dimana bangsa-bangsa ASEAN harus bersatu untuk mengcounter isu yang beredar di masyarakat Eropa tentang situasi dan kondisi Asia pada saat ini, baik isu tentang keamanan maupun isu bahwa Asia adalah sarang teroris yang cukup meresahkan Negara-negara Eropa.

Dunia pariwisata adalah dunia yang sangat rentan terhadap isu, kondisi keamanan, situasi politik dan kondisi lingkungan cukup berpengaruh terhadap dunia bisnis yang satu ini. Bila image sebuah destinasi hancur oleh sebuah isu atau kondisi yang tidak menguntungkan, maka untuk mengembalikan citra dan kondisinya seperti semula tidaklah muda. Perlu waktu yang cukup lama dan kerja yang tidak ringan untuk memulihkannya.

Tragedy yang terjadi di Indonesia pada tahun 1998 merupakan akhir dari kejayaan pariwisata Indonesia. Bertahun-tahun pemerintah dan pelaku bisnis pariwisata melakukan berbagai usaha untuk memulihkan citra dan kondisi kepariwisataan Indonesia. Kondisi Indonesia yang baru saja pulih dari keterpurukannya kembali terhantam oleh tragedy 11 september yang jauh lebih mengerikan, serangan teroris yang meruntuhkan perekonomian dunia yang dilanjutkan dengan serangan balasan AS ke afganistan yang mendapat respon yang sangat keras dari kalangan umat islam, termasuk kalangan umat islam di Indonesia.

Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama islam merespon serangan AS dengan aksi demo dan aksi boikot atau anti produk AS. Demo dan kegiatan-kegiatan anti AS yang terkadang menjurus pada anarkis cukup mencoreng citra Indonesia dimata internasional dan merontokan usaha pemerintah

dan kalangan pebisnis Indonesia untuk meyakinkan dunia internasional bahwa Indonesia adalah daerah tujuan investasi dan pebisnis yang kondusif.

Hal ini diperparah oleh pemberitaan pers luar negeri yang kurang menguntungkan bagi Indonesia. Pemerintah dan para pelaku bisnis harus kembali memulai usahanya dari nol untuk mengembalikan citra Indonesia yang kembali tercoreng, termasuk dunia pariwisata. Penerbitan news letter, pengiriman duta pariwisata, hingga mengundang para jurnalis dan pelaku bisnis untuk melihat langsung kondisi Indonesia yang sebenarnya.

Dengan harapan setelah upaya-upaya ini tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia atau Raja Ampat khususnya akan semakin meningkat sebab banyak pihak yang telah melihat secara langsung kondisi kepariwisataan di Raja Ampat.

Event ASEAN Tourism Forum ke 21 yang diadakan di Raja Ampat adalah sebuah kesempatan emas bagi Indonesia untuk menunjukkan pada dunia internasional bahwa Indonesia masih sebuah destinasi yang aman bagi para wisatawan dari mancanegara.

Selain merupakan sebuah kesempatan untuk menunjukkan pada dunia internasional bahwa Indonesia merupakan destinasi yang aman, momentum ATF yang dihadiri oleh para pelaku bisnis pariwisata dunia merupakan kesempatan bagi pelaku pariwisata Indonesia untuk kembali merajut tali kerjasama yang sempat putus akibat krisis multidimensional yang melanda Indonesia. Dengan datangnya mereka ke Raja Ampat untuk menghadiri event tahunan pariwisata ASEAN, merupakan kesempatan bagi kita untuk menunjukkan kepada para pelaku pariwisata mancanegara ini bahwa di luar isu yang berkembang di masyarakat internasional, Indonesia masih sebuah destinasi wisata yang layak dijual. Sebagai lobby Indonesia dalam event internasional, Raja Ampat berkesempatan untuk memperbaiki citra masyarakat Indonesia yang telah porak poranda diterpa badai krisis multidimensial, mengkoreksi isu yang telah beredar dimasyarakat dunia dengan menampilkan gambaran nyata kondisi yang ada di masyarakat.

Sebagai sebuah event pariwisata ASEAN Tourism Forum ke-21 di Raja Ampat merupakan sebuah ajang pertemuan para pelaku bisnis pariwisata Asia dan dunia. Karena lokasi dilangsungkannya event ini di Indonesia, hal ini member kesempatan lebih besar kepada para pelaku pariwisata dalam negeri untuk dapat lebih berpartisipasi dan mengambil manfaat dalam mempromosikan dan menjalin kembali hubungan bisnis yang sempat terputus akibat situasi yang kurang menguntungkan di masa lalu. Event ini juga memberikan kesempatan pada daerah-daerah lain di Indonesia untuk memperkenalkan dan mempromosikan daerahnya sebagai sebuah destinasi wisata, sehingga masyarakat luar tidak hanya mengenal Bali tetapi juga banyak daerah lain di Indonesia yang memiliki potensi serta daya tarik yang berbeda dari Bali dan juga layak untuk di kunjungi. Selain sebagai anjang promosi dan transaksi bisnis, dalam event ini juga di gelar berbagai diskusi dan symposium tentang kepariwisataan, berbagai kerjasama antar pemerintah ditandatangani. Diskusi dan symposium dengan tujuan untuk memajukan kepariwisataan ASEAN digelar, dengan pertukaran informasi dan pengalaman memberikan kesempatan kepada semua untuk saling menimba ilmu bagi kemajuan pariwisata di daerahnya

Sebagaimana telah kita ketahui bahwa kondisi global Indonesia yang kurang menguntungkan setelah diterpa badai krisis ekonomi pada tahun 1997 dan kondisinya semakin memburuk setelah diikuti berbagai krisis kepercayaan yang berbuntut pada kerusuhan besar di Jakarta dan berbagai kota di Indonesia, membuat citra Indonesia sebagai sebuah bangsa yang cinta damai hancur berantakan. Kondisi ini diperparah oleh berbagai konflik dengan isu SARA dan berbagai pelanggaran HAM yang dilakukan baik oleh aparat keamanan ataupun kelompok tertentu. Berbagai kecaman dan kutukan dilontarkan Negara-negara Barat, boikot dan berbagai tekanan politis dialami Indonesia. Meskipun berbagai usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia dan para pelaku bisnis swasta, hasilnya masih kurang dari yang diharapkan.

Tujuan utama diselenggarakannya forum kerjasama pariwisata dalam ATF adalah untuk memajukan dunia kepariwisataan Asia. Tetapi karena dunia

pariwisata adalah bisnis yang cukup kompleks dan menyangkut banyak sector lainnya maka diharapkan dalam forum ini akan diperoleh banyak inovasi-inovasi tentang pengembangan kepariwisataan di kawasan ASEAN.

Dalam event ATF juga dipertemukan para pelaku pariwisata Indonesia dengan pelaku pariwisata dunia, sehingga dari sinilah pelaku pariwisata Indonesia bisa melakukan promo product terhadap pihak luar agar lebih banyak tahu destinasi yang ada di Indonesia. Selain itu terdapat sebuah anggapan bahwa pariwisata adalah salah satu indicator kondisi keamanan dan perekonomian Indonesia.<sup>19</sup>

Sedangkan sukses ATF adalah sukses indonesia dalam membuktikan bahwa Indonesia adalah destinasi yang aman untuk suatu perjalanan wisata. Dan keberhasilan upaya *recovery* ini menunjukkan bahwa dengan usaha yang menggunakan *element low politic*, yang dalam hal ini melalui unsur pariwisata dan budaya, ternyata mampu mengubah persepsi bangsa lain terhadap Indonesia.

#### **B. Peningkatan kunjungan wisata ke Bali pasca ATF 2010 di Jogja**

Promosi daerah tingkat I Bali terdiri dari pulau Bali dan pulau Nusa Penida, serta pulau-pulau kecil lainnya. Secara administrasi propinsi ini mencakup delapan kabupaten, satu kota madya, 51 kecamatan dan 621 desa, propinsi bali memiliki sumber daya alam yang terbatas, langka kandungan mineral dan aneka tambang. Sehingga untuk memasuki era industrialisasi kondisi dan potensi alam tidak mendukung untuk berkembangnya industry-industri besar.

Bali sebagai satu pulau yang kecil dianggap tidak cocok untuk mengembangkan mega industry. Namun dibalik itu Bali memiliki keunikan dan keunggulan kebudayaan. Perpaduan yang harmonis antara potensi kebudayaan serta sumber daya manusia yang kreatif dengan dukungan alam yang memiliki

---

<sup>19</sup>Pidato Presiden RI, Susilo Bambang Yudhoyono. Dalam pembukaan ATF ke 21 di JECC (kompas, 22 Januari 2012)

pesona, merupakan modal dasar untuk menompang keunggulan kompetitif daerah Bali sebagai pusat pariwisata Indonesia bagian tengah dan sebagai salah satu destinasi wisata yang terkemuka di Dunia.

Bali adalah sentra tujuan wisata baik domestic maupun mancanegara, bahkan bali dapat dikatakan sebagai salah satu model kepariwisataan yang dinilai paling sukses di Indonesia, Bali juga dapat dijadikan barometer kepariwisataan Indonesia. Mengapa bisa dikatakan seperti ini sebab Bali adalah satu-satunya destinasi yang kegiatan kepariwisataanya paling aktif dan telah berlangsung lama, jauh sebelum daerah lain mengembangkan pariwisatanya bali dianggap oleh banyak wisatawan serta pengamat pariwisata adalah sebagai pintu gerbang pariwisata Indonesia, karena sebagian besar wisatawan mancanegara mengenali Bali terlebih lagi belum ada daerah lain di Indonesia yang memiliki ritual keagamaan serta adat istiadat yang begitu kuat dan menyatu kehidupan sehari-hari seperti di Bali. Selain banyaknya daya tarik yang dimiliki oleh Bali ternyata menurut menteri kepariwisataan, I Gde Ardika, Bali merupakan pemberi devisa terbesar sector kepariwisataan, 28 Trilyun dan 54 trilyun devisa Negara dari sector pariwisata adalah dari propinsi Bali. Sehingga dapat dibayangkan berapa banyak yang akan diderita oleh Negara kepariwisataan di Bali mengalami karena kondisi internal di Indonesia yang kurang stabil.

Respon positif, dari pihak luar negeri pariwisata dapat dilihat dengan adanya pelaku bisnis pariwisata dari Negara-negara baru yang mengadakan atau menjual paket-paket wisata ke Indonesia, khususnya bali.

Banyaknya alasan mengapa orang dari luar Indonesia begitu antusias untuk mengunjungi Bali. Menurut survey yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Propinsi Bali, alasan utama kunjungan wisatawan mancanegara ke pulau Bali adalah sebagai berikut<sup>20</sup>

1. 90% Holiday

---

<sup>20</sup> hasil survey yang ditulis pada makalah yang disampaikan dalam Bali Tourism 2002 Bali First for you

2. 5% Business / Meeting
3. 4% honeymoon
4. 1% Stop-over

Kediaman hal lainnya yang membuat banyak wisman berkunjung ke Bali adalah karena ingin melihat / menikmati:<sup>21</sup>

1. 44% Culture & people
2. 44% Nature / climate
3. 12% sun, beach, party, sport

Sedangkan yang membuat mereka mengetahui atau mengenal Bali adalah karena:<sup>22</sup>

1. 37% Friends, Family, coilegues, return visitors
2. 18% Internet and other it communication
3. 16% Travel books/ guides/ DVD/ CD-Room
4. 12% Travel agent
5. 11% TV programs/ newspaper articles/ magazine stories
6. 6% Advertising on TV/ magazine

Untuk upaya peningkatan kunjungan wisatawan ke Bali khususnya dan ke Indonesia pada umumnya, berbagai usaha dilakukan Pemerintah dan masyarakat Indonesia. Bali yang menjadi sentra kunjungan wisatawan dan sekaligus barometer pariwisata Indonesia bekerja ekstra untuk hal itu, berbagai usaha telah dilakukan, dari *news letter*, pengiriman duta pariwisata hingga mengundang pers dan pelaku wisata Negara-negara supplier untuk melihat secara langsung kondisi bali yang sebenarnya.

Ada hal yang perlu diingat bahwa pariwisata Indonesia tidak pulih hanya karena adanya pelaksanaan event ATF di Indonesia (jogja), tetapi ATF hanya satu cara untuk memperbaiki citra pariwisata Indonesia, atau untuk memulihkan

---

<sup>21</sup> Ibid

<sup>22</sup> Ibid

kondisi kepariwisataan di Indonesia. Tanpa ATF pun pariwisata Indonesia bisa pulih kembali, dalam artian tingkat kunjungan wisatawan mancanegara bisa kembali meningkat, hanya saja hal tersebut akan memakan waktu yang cukup lama sebab tidaklah hal yang mudah untuk meyakinkan banyak *foreign buyer* atau *travel agent* luar negeri untuk kembali menjual paket-paket wisata Indonesia, karena image yang ada pada mereka adalah Indonesia tidak lagi aman untuk perjalanan wisata. Terlebih lagi banyak *Travel agent* Eropa yang sudah lama melakukan *black list* untuk paket-paket daerah Jawa.

Dalam ATF pebisnis pariwisata dalam negeri, melakukan promosi atau lobby dengan para travel agent luar negeri untuk kembali menjual Indonesia (paket tour ke Bali), dan meyakinkan mereka bahwa Indonesia atau Bali masih layak untuk dijual dan masih menjadi destinasi yang aman. Dari forum ini maka banyak travel agent yang mau memulai kembali penjualan paket perjalanan ke Bali, sebab mereka melihat sendiri bahwa Indonesia masih cukup kondusif untuk sebuah perjalanan wisata. Dengan melihat sendiri bagaimana kondisi Indonesia yang sebenarnya maka diharapkan sekembalinya mereka dari event ini akan memberikan input yang baik kepada pariwisata di Indonesia, sehingga banyak masyarakat baik Eropa atau Amerika yang semakin bertambah pengetahuannya tentang keadaan Indonesia yang sebenarnya, akibat keinginan mereka untuk berkunjung ke Bali pun semakin meningkat. Dari sinilah tingkat kunjungan wisatawan ke Bali mengalami peningkatan.

Berdasarkan data statistic department pariwisata dan budaya propinsi Bali untuk tingkat kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2002 bula Januari hingga Juli menunjukkan adanya peningkatan terlebih lagi bila hal ini dibandingkan dengan tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali di bulan Oktober hingga Desember 2001 atau pasca tragedi WTC. Dimana pada Oktober 2001 tingkat kunjungan wisatawan ke Bali hanya mencapai 96,537 dari total kunjungan pertahunnya 1.356.774. dan pada bulan November 2001 tingkat kunjungan wisman ke Bali hanya mencapai 72.806 dari total kunjungan wisman ke Bali pada bulan sebelum terjadinya tragedi WTC, maka dapat dilihat tingkat penurunan yang

cukup besar. Pada bulan Agustus 2001 kunjungan wisman ke Bali mencapai 145.290 yang kemudian pada bulan berikutnya menurun hingga 133.667 (dari total kunjungan yang sama yaitu 1.356.667). untuk keterangan lebih lanjut lihat table 3.

Dari data statistic Departement Pariwisata, Seni dan Budaya propinsi Bali, tingkat kunjungan wisman ke Bali pasca pelaksanaan ATF 2002 atau pada bulan februari hingga Juli terjadi peningkatan bila dibandingkan dengan tingkat kunjungan pada bulan-bulan sebelumnya di tahun 2001. Pada januari 2002 tingkat kunjungan mencapai 87.027, kemudian pada bulan berikutnya meningkat menjadi 96,267, hingga bulan juli tahun 2002 tingkat kunjungan wisman ke bali mengalami peningkatan hingga 147.833. peningkatan ini memang bukan semata-mata hanya karena di laksanakan ATF, tetapi paling tidak setelah diselenggarakannya event tersebut, banyak travel agent yang dulu tidak mau menjual paket wisata ke Bali, setelah mengikuti TRAVEX di ATF jogja mereka menjadi tertarik untuk kembali menjual paket wisata ke Indonesia, khususnya Bali. Sebab mereka melihat sendiri bahwa ternyata di jawa masih cukup kondusif untuk sebuah perjalanan wisata, dimana pulau jawa yang notabene adalah barometer stabilitas keamanan untuk daerah lainya di Indonesia. Dari sini mereka melihat langsung bagaimana kondisi Indonesia dan seberapa besar peluang usaha wisata ini dapat terus berkembang.

Sehingga dengan semakin bertambahnya travel agent dari luar negeri yang mau melakukan transaksi wisata dengan Indonesia berarti pula peningkatan yang cukup baik bagi pengembangan wisata Indonesia, sebab pariwisata inbound sangat mempengaruhi devisa Negara. Data peningkatan ini dapat dilihat lebih lengkap pada table 3.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari banyak uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan, bahwa pariwisata adalah sebuah bentuk usaha bersama yang terkait dengan banyak sector lainnya seperti akomodasi, atraksi, dan jasa. Dari Sektor ini ada beberapa indikasi yang bisa dikaitkan, seperti bidang ekonomi, ada beberapa pengamat yang menyatakan bahwa perekonomian akan dapat mengalami peningkatan bila sector pariwisata suatu Negara juga berjalan dengan baik, sebab dari pariwisata akan banyak memberikan sumbangan bagi Negara yang berupa devisa, sedangkan dari bidang pertahanan dan keamanan pariwisata bisa dijadikan sebagai indikasi aman atau tidaknya suatu Negara sebab wisatawan mancanegara pada khususnya, tidak akan mau melakukan perjalanan wisata ke daerah yang sedang mengalami konflik internal atau sedang tidak aman untuk sebuah perjalanan wisata.

Untuk bidang politik bisa dikatakan bahwa stabilnya situasi politik dalam negeri suatu bangsa menyebabkan sector pariwisata berjalan baik begitu pula sebaliknya bila kondisi politiknya kurang baik akan mengakibatkan pariwisatanya menjadi terhambat contohnya daerah Poso-Sulawesi

Sedangkan dari bidang social budaya, dari sini suatu bangsa dapat menunjukkan kebesaran akan budayanya kepada bangsa lain yang juga dalam dimensi global akan sangat berpengaruh pada perkembangan diplomasi kebudayaanya atau pun dari bidang ini akan menciptakan lebih banyak lagi hal lain yang bisa dijadikan nilai jual terhadap pariwisata nasional.

Dengan kondisi internal Indonesia yang sedang tidak stabil beberapa waktu lalu, tentunya juga berdampak langsung bagi pariwisata daerah Bali. Sebab kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali menjadi menurun.

Dengan diselenggarakan ATF ke 21 di Raja Ampat banyak pihak yang berharap bahwa pariwisata Indonesia akan mengalami peningkatan khususnya dari sector kunjungan wisatawan mancanegara.

Dari data yang diuraikan di atas dapat dilihat bahwa setelah penyelenggaraan ATF di Raja Ampat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia maupun Raja Ampat mengalami peningkatan, selain itu beberapa negara yang tadinya melakukan Travel Band sekarang sudah mulai menjual kembali paket-paket wisata ke Indonesia, khususnya Bali. Sehingga sedikit demi sedikit citra pariwisata Indonesia di mata internasional sudah mulai mengalami perbaikan, paling tidak banyak warga asing yang tidak ragu untuk melakukan perjalanan wisata ke Indonesia atau Raja Ampat maupun daerah lainnya, aman-aman saja tidak seperti yang diberitakan di media masa.

## **B. Saran**

Untuk lebih memajukan kepariwisataan nasional penulis memiliki beberapa saran bagi pengembangan dunia kepariwisataan di masa yang akan datang :

1. Pariwisata adalah sebuah usaha bersama sebab ini sangat mencerminkan pribadi suatu bangsa sehingga dalam pelaksanaannya buka hanya tanggung pemerintah saja atau yang terkait dengan pariwisata, tetapi juga oleh seluruh warga. Misalnya mau menjaga kelestarian peninggalan budaya paling tidak memiliki "sense of belonging", bersikap ramah (*smile people*) khususnya pada wisatawan mancanegara.
2. Pemerintah mau memprioritaskan pengembangan serta pemeliharaan asset-aset wisata, agar bisa memberikan nilai tambah bagi keparawisataan dalam negeri
3. Peningkatan biaya promosi pariwisata khususnya dalam event-event regional maupun internasional. Agar lebih banyak lagi destinasi di Indonesia (selain Bali) yang dikenal oleh masyarakat luar negeri

4. Dan yang paling penting dalam peningkatan pengembangan pariwisata adalah pemberian jaminan dari pemerintah atau paling tidak masyarakat pada sebuah destinasi dapat memberikan rasa aman bagi wisatawan yang berkunjung pada para wisatawan untuk melakukan liburanya



## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

Snellbeckerr E Glen, dalam lexy moelong, *Metodologi penelitian kuantitatif* : Bandung, PT. Remaja Rosda Karya, 1991, hlm. 61.

Mas'oed Moohtar, *Ilmu Hubungan Internasiona: Teori dan Metodologi* : Yogyakarta, Pusat Antar Universitas-Studi social UGM,1998. Hal 161

Alfian dan Syamsudin Nazaruddin *Profil Budaya Politik Indonesia* : Jakarta Grafiti 1999, hal 202

Warsito Tulus, *Diplomasi Kebudayaan; dalam Strategi Politik Luar Negeri Negara-Negara Sedang Berkemban* : Yogyakarta FISIPOL UMY,1998, hal 3-5

Wayan Geriya. *Pariwisata dan Dinamika Kebudayaan Lokal,Nasional,Global, Bunga Rampai Antropologi Pariwisata* : Bali, Upada Sastra, 1995, hal. 100-102

Yoeti A Oka., *Pengantar Ilmu Pariwisata* : Bandung, PT. Angkasa, 1996) hal 24 - 40

### **Jurnal:**

Statistical Report on Visitor Amvals to Indonesia 1997 (The Resources and technology Development Agency Departement of Tourism, Arts and Culture, 1998)

### **Internet:**

[www.irjabar.bps.go.id](http://www.irjabar.bps.go.id)