

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata merupakan salah satu instrumen ekonomi yang mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian sebuah negara. Pembangunan industri pariwisata mampu meningkatkan aktivitas bisnis yang bermanfaat ke berbagai aspek seperti ekonomi, sosial dan budaya yang signifikan bagi suatu negara.¹ Wisatawan sebagai konsumen yang mempunyai kebutuhan dan permintaan-permintaan yang harus dipenuhi dengan mengeluarkan uang menyebabkan hadirnya berbagai macam *stakeholder* yang berperan sebagai produsen dalam menghasilkan produk-produk untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan.

Beberapa negara maju seperti Jepang menyadari bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu instrumen ekonomi yang sangat penting bagi negara tersebut. Menurut survei yang dilakukan oleh Kementerian Pertahanan, Infrastruktur, Transportasi dan Pariwisata Jepang, jumlah total konsumsi pariwisata domestik pada tahun 2000 adalah 22,6 Juta yen (180 miliar dolar Amerika). Kontribusi industri pariwisata terhadap perekonomian Jepang secara keseluruhan hampir setara dengan industri otomotif dan mesin listrik. Total Produk Domestik

¹ | Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata : Tantangan & Peluang Bisnis Kreatif*, (Yogyakarta : Deepublish, 2014) hal 143

Bruto industri pariwisata adalah 2,2% pada tahun 2000, sedangkan industri otomotif adalah 2,3%. Kemudian industri pariwisata yang berdampak dalam total lapangan kerja di Jepang adalah 2,9% pada tahun 2000, hampir setara dengan karyawan pemerintah yang mencapai 3,2%. Karena pasar pariwisata yang terus tumbuh, diharapkan industri pariwisata menjadi industri terkemuka sepanjang abad ke-21.²

Mantan Menteri Pertanian, Infrastruktur, Transportasi dan Pariwisata Jepang, Sumio Mabuchi menekankan peran penting sektor pariwisata sebagai salah satu motor pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pariwisata dapat memberi manfaat yang signifikan bagi pemerataan pertumbuhan ekonomi dan mendorong penciptaan lapangan kerja baru.³ Pada tanggal 14 Januari 2003, mantan Perdana Menteri Kozumi Junichiro menyatakan pembentukan Dewan Penasihat Pariwisata Jepang (*Japan Tourism Advisory Council*).⁴ Dewan itu terbentuk pada tanggal 24 Januari 2003 dan diketuai oleh Kimura Shosaburo, seorang professor dari universitas Tokyo yang bertugas merumuskan rencana dasar untuk menarik para wisatawan mancanegara ke Jepang sebelum pertengahan bulan April 2004. Kozumi Junichiro berbicara mengenai visinya untuk menaikkan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang dalam pidato politiknya di DIET (parlemen) pada tanggal 31 Januari

² "NATIONAL TOURISM POLICY REVIEW OF JAPAN", <https://www.oecd.org/japan/33649824.pdf>, diakses pada tanggal 26 Oktober 2016 pukul 17:00 WIB

³ "Para Menteri Pariwisata APEC Bertemu di Nara, Jepang", <http://www.indonesia-osaka.org/berita/2010/09/24/para-menteri-pariwisata-apec-bertemu-di-nara-jepang/>, diakses pada tanggal 29 Mei 2016 pukul 12:15 WIB

⁴ "Japan Tourism Advisory Council", http://japan.kantei.go.jp/policy/kankou/konkyo_e.html, diakses pada tanggal 28 Mei 2016 pukul 21:00 WIB.

2003.⁵ Dewan penasihat pariwisata Jepang menghasilkan beberapa strategi untuk membangun Jepang sebagai negara pariwisata yaitu; (1) strategi menuju pembangunan sebuah negara pariwisata dengan penuh pemahaman. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengenal dan menganalisis pesona negara Jepang itu sendiri sehingga semua elemen masyarakat Jepang dapat belajar mencintai tanah di mana mereka tinggal dan memiliki sebuah kebanggaan terhadap tanah yang ditinggalinya (*know oneself*), memeriksa atau menguji dengan teliti pengalaman yang didapat dari negara – negara yang sukses membangun pariwastanya (*learn from other people*), dan pembangunan bangsa yang dapat menyediakan tempat tinggal yang baik atau tempat yang dapat dikunjungi. (2) mengembangkan sistem dimana kementerian dan lembaga terkait, termasuk Sekretariat Kabinet, membuat upaya bersama di bawah inisiatif dari Pemerintah. Partisipasi dari daerah harus dikembangkan, dimana sektor swasta dan publik bekerja sama, dan perusahaan luar negeri dan lembaga luar negeri yang bersangkutan juga bekerja sama dengan satu sama lain.⁶ Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah Jepang untuk menaikkan jumlah wisatawan asing salah satunya melalui program *Yokoso! Japan weeks* yang dimulai dari tanggal 20 hingga 28 Februari 2007. Program tersebut berisi tentang segala jenis bentuk atraksi – atraksi unik di seluruh wilayah Jepang, diskon khusus pada setiap tempat – tempat perbelanjaan dan memaksimalkan

⁵ “Meningkatkan Jumlah Wisatawan Ke Jepang : Upaya Menjadikan Jepang Kembali Sebagai Surga Wisata”, http://www.id.emb-japan.go.jp/aj303_05.html, diakses pada tanggal 28 Mei 2016 pukul 21:18 WIB.

⁶ “Outline of the Report (main text) by the Japan Tourism Advisory Council”, http://japan.kantei.go.jp/policy/kankou/houkoku_s_e.html, diakses pada tanggal 29 Mei 2016 pukul 11:30 WIB.

penuh fasilitas perhotelan di sekitar tempat wisata.⁷ Sejak tahun 2009 – 2011, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang mengalami pasang – surut yang cukup signifikan.⁸ Puncaknya terjadi pada tahun 2011 ketika gempa bumi dan tsunami besar melanda negara tersebut menyebabkan kerusakan parah di sekitar daerah bencana. Ditambah lagi ancaman radiasi nuklir dari pembangkit listrik tenaga nuklir Fukushima Daiichi yang bocor pasca gempa besar yang dapat membahayakan bagi kesehatan manusia.⁹ Pemerintah Jepang mempunyai tujuan untuk membangkitkan kembali Industri pariwisata Jepang di kancah Internasional yang sempat lesu pasca bencana besar yang melanda Jepang pada tahun 2011. Hal tersebut juga termasuk dalam rencana ekonomi Perdana Menteri Jepang Shinzo Abe yang terpilih kembali pada akhir tahun 2012. Tak hanya itu, peran *non government organization* juga tidak kalah pentingnya dalam pembangunan industry pariwisata yang mempunyai kepentingan masing-masing.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka terdapat rumusan masalah yaitu Bagaimana upaya yang dilakukan oleh pemerintah Jepang dan *non-government organization* untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang pada tahun 2013 – 2016 ?

⁷ “Japan is the Ideal Winter Destination!” , <http://www.jnto.go.jp/yjw/eng/>, diakses pada 28 Mei 2016 pukul 22:10 WIB

⁸ “Japan National Tourism Organization : Tourism statistic, <https://www.jnto.go.jp/eng/ttp/sta/>, diakses pada 29 Mei 2016 pukul 12:50 WIB

⁹ “Krisis nuklir Jepang memburuk”, http://www.bbc.com/indonesia/dunia/2011/04/110412_japannuke.shtml, diakses pada tanggal 29 Mei pukul 2016 pukul 13:30 WIB

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan upaya-upaya yang dilakukan oleh pemerintah Jepang dan *non-government organization* untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang pada tahun 2013 – 2016.

D. Landasan Teori

Diplomasi Pariwisata

Menurut *World Tourism Organization* (1999 : 5), pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang melakukan perjalanan dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya. perjalanan wisata ini berlangsung dalam jangka waktu tidak lebih dari satu tahun secara berturut - turut untuk tujuan bersenang - senang, bisnis dan lainnya.¹⁰ Wisatawan menurut *The United Nations World Tourism Organization* (Cooper 2006, Ritchie and Goeldner 2003, Gee 1999) memiliki tiga kelompok tujuan kunjungan. *Pertama*, vakansi dan rekreasi (*leisure and recreation*). Wisatawan yang memiliki tujuan bersenang - senang dan rekreasi. Ada yang mengatur perjalanan sendiri, ada pula yang meminta bantuan biro perjalanan untuk mempersiapkan perjalanan.¹¹ *Kedua*, (*business and professional*). Wisatawan dengan tujuan bisnis dan profesional yang kegiatan utamanya berkaitan dengan konsultasi, kovenisi dan inspeksi. Perjalanan yang dilakukan tidak untuk mencari nafkah, tetapi kegiatannya berdampak pada

¹⁰ Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*, (Jakarta : Grasindo, 2011), hal 4.

¹¹ *Ibid*, hal 7.

pekerjaannya.¹² *Ketiga*, tujuan wisata lain (*other tourism purposes*). Kegiatan yang dilakukan dengan tujuan menambah wawasan dan pengetahuan, melakukan pemeriksaan kesehatan, bersosialisasi, dan mempertebal keimanan.¹³

Definisi diplomasi menurut Barston (1997) yaitu sebagai manajemen hubungan antar negara dengan aktor – aktor hubungan internasional lainnya. Negara, melalui perwakilan resmi dan aktor – aktor lain berusaha untuk menyampaikan, mengkoordinasikan dan mengamankan kepentingan nasional, yang dilakukan melalui korespondensi, pembicaraan tidak resmi, lobby, kunjungan, dan aktivitas – aktivitas lainnya.¹⁴ Diplomasi memiliki kaitan yang erat dengan politik luar negeri, karena diplomasi merupakan implementasi dari kebijakan luar negeri suatu negara. Kegiatan diplomasi untuk mengejar kepentingan nasionalnya dapat dilakukan dengan cara saling tukar menukar informasi secara intensif dengan negara atau rakyat di negara lain. *Multi-track diplomacy* berhubungan dengan kerangka konsep yang dirancang untuk mencerminkan berbagai kegiatan dengan tujuan berpartisipasi dalam *internasional peace-making* dan *peace building*. konsep ini lahir karena jalur resmi antarpemerintah tidak selalu menjadi cara yang efektif untuk menyelenggarakan kerjasama atau untuk menyelesaikan suatu perselisihan.¹⁵

Terdapat 9 jalur dalam *multi-track diplomacy* : Jalur pertama, pemerintah sebagai pencipta perdamaian melalui diplomasi. Jalur ini memiliki tiga ciri,

¹² *Ibid*, hal 7 – 8.

¹³ *Ibid*, hal 8.

¹⁴ Sukawarsini Djelantik, *Diplomasi Antara Teori Dan Praktik*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012) hal. 4

¹⁵ Lusiana Rumintang, *Bekerja Sebagai Diplomat*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2008) hal. 32-33.

pertama pemerintah merupakan badan resmi yang memiliki kewenangan untuk bertanggung jawab dalam perdamaian. *Kedua* pemerintah memiliki kuasa dalam menciptakan perdamaian terutama dalam kasus yang bersifat *high politics* karena dalam perumusan kebijakan memerlukan adanya *power*. *Ketiga* pemerintah merupakan *vehicle of power* atau pembawa kekuatan. Negara kuat cenderung mengontrol negara lemah, sehingga suatu negara hendaknya berusaha mengontrol kekuatannya agar mampu mencapai tujuan nasionalnya. Jalur kedua, non pemerintah sebagai pencipta perdamaian dalam resolusi konflik. Jalur ini meliputi sejumlah upaya perdamaian melalui aktor profesional non pemerintah yang berasal dari para ahli yang kebanyakan memiliki tingkat intelektual yang tinggi atau pakar di lapangan. Jalur ketiga,

Jalur ketiga adalah bisnis sebagai pencipta perdamaian melalui komersil atau perdagangan. Tugas utama bisnis dalam perdamaian tidak hanya untuk mendapat keuntungan saja namun membangun hubungan dan menciptakan jalan untuk komunikasi dan aksi penyelesaian konflik. Jalur keempat, *private citizen* sebagai pencipta perdamaian melalui pendekatan personal. *Private citizen* terdiri dari bermacam-macam organisasi yang berhubungan langsung dengan hubungan internasional. Asumsi jalur ini ialah bahwa tiap orang berbeda, seluruh individu adalah penjaga perdamaian. Jalur kelima yaitu penelitian, pelatihan dan pendidikan sebagai pencipta perdamaian melalui pembelajaran. Tujuan komponen pendidikan disini untuk menyalurkan informasi terkait isu perdamaian dan konflik hingga pembuatan keputusan dan implikasinya. Jalur keenam yaitu aktivis, kelompok ini berperan dalam perubahan sikap dan kebijakan institusi atau politik.

Masyarakat meyakini bahwa kewajiban moral dengan menentang ketidakadilan dapat mendukung keamanan dan kebenaran bagi kaum tertindas.

Jalur ketujuh yaitu agama sebagai pencipta perdamaian melalui kebenaran. Komunitas agama mencoba membawa hukum moral melalui asas Tuhan sebagai pemersatu perdamaian di Bumi. Jalur kedelapan yaitu *funding* atau pendanaan, perdamaian melalui penyediaan sumber daya. Asumsi dasar jalur ini karena komunitas kaya mempunyai tanggung jawab dan kesempatan untuk berkontribusi secara bijaksana dalam penggunaan dana untuk mendukung proyek tertentu. Jalur kesembilan yaitu komunikasi dan media, perdamaian melalui informasi dengan berbagai macam bentuk seperti cetak, elektronik, visual dan sebagainya mempengaruhi publik terkait isu perdamaian, resolusi konflik dan hubungan internasional.¹⁶

Diplomasi pariwisata merupakan kegiatan yang bertujuan untuk memperkenalkan berbagai macam jenis pariwisata dengan melakukan rangkaian acara seperti pameran wisata, kebudayaan dan lain sebagainya di luar negeri. Diplomasi pariwisata merupakan bagian dari diplomasi publik sebagai proses komunikasi pemerintah terhadap publik mancanegara yang bertujuan untuk memberikan pemahaman atas negara, sikap, institusi, budaya, kepentingan nasional, dan kebijakan-kebijakan yang diambil oleh negara tersebut. Penerapan diplomasi pariwisata tidak hanya dilakukan oleh pemerintah saja namun juga ada keterlibatan berbagai *stakeholder* seperti *non-government organization*, agen

¹⁶ Rizki Diana Istiqomah, "Multi Track Diplomacy", http://rizki-diana-fisip13.web.unair.ac.id/artikel_detail-119401-Negosiasi%20Diplomasi-Multitrack%20Diplomacy.html diakses pada tanggal 26 Januari 2017 pukul 21:06 WIB

perjalanan, media dan masyarakat. Pemerintah Jepang mempromosikan diplomasi “*all Japan*” yang mengacu pada kekuatan aktor non-pemerintah. Organisasi non-pemerintah telah menjadi bagian penting dalam beberapa tahun terakhir sebagai pelaksana dukungan kegiatan di negara-negara berkembang dan sebagai saluran untuk menawarkan berbagai proposal kebijakan. Organisasi non-pemerintah memainkan peranan penting dalam kontribusi di dunia internasional seperti kesehatan, pendidikan, pengurangan resiko bencana dan perubahan iklim. Kementerian luar negeri Jepang menegaskan bahwa organisasi non-pemerintah merupakan mitra penting dalam kerjasama internasional.¹⁷ Organisasi non-pemerintah Jepang ikut memberi kontribusi dalam industri pariwisata dan kegiatan diplomasi pariwisata di luar negeri.

E. Metode Penelitian

E.1. Tipe Penelitian

Penulis menggunakan tipe penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai teknik penelitian yang intuitif dan sistematis untuk membantu seorang peneliti menghasilkan pengetahuan dengan cara yang efisien.¹⁸ Penelitian kualitatif bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang fenomena, aktivitas-aktivitas, proses-proses sosial yang lebih berfokus pada makna (*meanings*) dan pemahaman (*understanding*).¹⁹

¹⁷ “*Japan Diplomacy Open To Public*”, www.mofa.go.jp/files/000106462.pdf, diakses pada tanggal 26 Januari 2017 pukul 20:30 WIB

¹⁸ Umar Suryadi Bakry, *Metode Penelitian Hubungan Internasional*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2016), hal. 62.

¹⁹ *Ibid.*

Metode penelitian kualitatif sering mengandalkan penalaran induktif yang pada umumnya menghasilkan proposisi teoretis dari pengamatan empiris para peneliti. Menurut Christopher Leamont, satu hal yang penting untuk diingat bahwa metode kualitatif tidak terikat pada posisi epistemologis tertentu dalam studi Hubungan Internasional.

E.2. Data dan Sumber

Penulis menggunakan metode penelitian dalam mencari data melalui data sekunder (tidak langsung), yakni data yang diperoleh peneliti dari sumber yang tidak langsung seperti buku, jurnal, sumber resmi yang terdapat di dalam internet dan sesuai dengan masalah yang akan diteliti.

E.3. Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi berbasis internet. Internet dapat dimanfaatkan untuk mengakses materi ilmiah tradisional (seperti artikel jurnal ilmiah dan buku), termasuk juga dapat dioptimalkan untuk mengumpulkan informasi – informasi yang berkaitan dengan topik penelitian.²⁰ Sebagai peneliti yang baik, perlu untuk memeriksa berbagai sumber yang ada di internet. Tidak adanya "security" menyebabkan semakin berlimpahnya informasi yang termuat di situs-situs online. Peneliti harus mampu menilai informasi-informasi tersebut adalah faktual atau hanya mewakili pandangan individu. Penggunaan internet dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi faktual tentang topik atau informasi atas peristiwa yang akan diteliti

²⁰ *Ibid*, hal. 70.

dapat dilakukan dengan cara mencari data melalui situs – situs berita, surat kabar terkemuka, atau mengakses situs web pemerintah untuk mendapatkan akses cepat mengenai pernyataan resmi atau transkrip wawancara pers.

Menurut Marry E. Duffy, sejak dekade 1990-an, internet telah banyak digunakan di Amerika Serikat. Internet telah menjadi media penting yang memberikan lingkungan baru untuk melakukan penelitian. Dengan semakin berkembang pesatnya arus informasi akibat dampak dari globalisasi dan menuju *e-government*, kini semakin banyak negara yang menyediakan akses dalam jumlah yang semakin besar terhadap dokumen resmi, peraturan perundang – undangan, laporan dan memorandum kebijakan yang tersedia di situs resmi pemerintah negara bersangkutan.

E.4. Teknik Analisa

Penulis menggunakan teknik analisa deskriptif kualitatif, yakni data yang diperoleh dianalisa secara sistematis sehingga dapat memperlihatkan hubungan atau korelasi antara suatu fakta dengan fakta – fakta yang lain.

F. Sistematika Penulisan

1) BAB I Pendahuluan

Bab I merupakan bab pendahuluan yang berisi :

- a. Latar belakang masalah**
- b. Rumusan masalah**
- c. Tujuan penelitian**
- d. Landasan teori**

- e. Metode penelitian.
 - f. Sistematika penulisan
- 2) **BAB II : Gambaran Umum Pariwisata Jepang**
- a. Sejarah Pariwisata Jepang
 - b. Obyek Pariwisata Jepang
- 3) **BAB III : Upaya Pemerintah Jepang dan *Non-Government Organization* Meningkatkan Jumlah Wisatawan Asing Pada Tahun 2013-2016**
- A. **Pemerintah Jepang**
 - A.1 Kegiatan Promosi di Luar Negeri
 - A.2 Budaya Populer
 - A.3 Kebijakan Bebas Visa Wisata
 - A.4 Kebijakan Toko Bebas Pajak
 - A.5 Peningkatan Fasilitas Umum di Jepang
 - B. **Non Government Organization**
 - Fasilitas Bagi Wisatawan Muslim
- 4) **BAB IV : Penutup yang berisi kesimpulan**