

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata di abad 21 ini telah menjadi salah satu industri penting dengan pendapatan terbesar di dunia. Hampir seluruh negara saat ini giat mengutamakan pembangunan serta pengembangan pariwisatanya. Hal tersebut memperlihatkan bahwa persaingan antar negara dalam bidang pariwisata juga semakin ketat. Negara-negara melakukan beragam upaya agar pariwisata berjalan dengan optimal dan layak bersaing, contohnya dengan saling bekerjasama secara internasional maupun regional, membangun *tourism branding*, serta mengalokasikan dana untuk membangun pariwisata. Pembangunan pariwisata tersebut selain bertujuan untuk meningkatkan pendapatan negara, namun juga dapat merugikan pariwisata negara lainnya.

Laporan *World Travel and Tourism* (WTTC) mencatat bahwa, pariwisata mampu memberikan keuntungan sebesar US\$ 8.8 triliun atau sebesar 10,4% bagi *global gross domestic product* (GGDP) pada tahun 2019¹, yang angka ini naik dari tahun sebelumnya. Keuntungan industri pariwisata merupakan yang terbesar kedua² dibawah keuntungan industri manufaktur. Pariwisata bahkan berkontribusi

¹ Sumbangsih pariwisata terhadap GGDP pada tahun 2017: 10,0 persen. World Travel and Tourism Council. 2019. *Travel and Tourism Economic Impact 2019 World*. London: WTTC.

² Pariwisata unggulan nomer 2 dunia setelah industri manufaktur dengan perbedaan persentase pertumbuhan sebesar 0,1 persen. World Travel and Tourism Council. 2019. *Travel and Tourism Economic Impact 2019 World*. London: WTTC. Diakses dari <https://www.wttc.org/economic-impact> pada 25 November 2019, pukul 07.00.

sebesar US\$ 1,6 triliun terhadap ekspor global dan menghasilkan sebesar US\$ 940,9 juta³ investasi global di tahun yang sama.

Pariwisata dapat mendatangkan pendapatan besar bagi perekonomian dunia karena pariwisata mampu mendorong perkembangan industri lainnya. Pariwisata mendorong pemakaian industri transportasi udara sebesar 55,0%, transportasi darat sebesar 41,0%, transportasi air sebesar 4,0%⁴. Pariwisata di sisi lain menggiatkan pemakaian hotel hingga sebesar 70,0%⁵ perbulannya. Industri ini juga berkontribusi sebesar 30,0%⁶ bagi ekspor jasa global. Selain itu pariwisata ini juga yang menyerap tenaga kerja cukup besar dengan serapan tenaga kerja di atas 319 juta jiwa dari 3,3 miliar jiwa di dunia⁷. Berdasarkan data tersebut pariwisata menjadi sektor unggulan yang mampu memberikan pemasukan ekonomi cukup besar bagi global.

Keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh pariwisata sejalan dengan langkah-langkah negara dalam membangun industri pariwisatanya. Langkah pertama yang dilakukan negara-negara dunia saat ini adalah mengalokasikan dana untuk pembangunan pariwisatanya. Berikut anggaran dana pembangunan pariwisata internasional negara-negara dari tahun 2013 hingga 2019:

Tabel 1.1 Anggaran Belanja Pemerintah di Industri Pariwisata

Jumlah anggaran dunia (miliar US\$)	Tahun						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	412.4	420.2	433.4	446.1	456.6	472.4	486.3
Persentase kenaikan		13%	14%	14%	15%	15%	16%
Persentase rata-rata kenaikan	14%						

Sumber: Data diolah penulis dari UNWTO Economy Impact World 2019

³ *Ibid.*

⁴ Data diperoleh dari World Tourism Organization. 2018. *Why Tourism*. Spain: UNWTO Diakses dari <http://media.unwto.org/sites/all/files/puposestransport-01.png> tanggal 25 November 2019, pukul 12.10.

⁵ Data diolah dari Statista. 2019. *Hotels Occupancy by region*. NewYork: Statista Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/206825/hotel-occupancy-rate-in-2011-by-region/> tanggal 13 Desember 2019, pukul 10.04.

⁶ *Ibid.*

⁷ Menyatakan urutan terbesar di dunia adalah sektor bisnis, management, computer, mathematical, arsitek, engineering. World Economic Forum. 2018. *Future of Job Report 2018*. WEF: Switzerland.

Dari tabel di atas menunjukkan kenaikan anggaran belanja yang cukup signifikan rata-rata mencapai 14%, juga menunjukkan popularitas pariwisata dimana hampir 70% negara di dunia memprioritaskannya dibandingkan bidang industri lainnya. Posisi pariwisata yang lebih unggul di atas industri lainnya berpotensi mendominasi karena keuntungan yang dihasilkan lebih besar bagi negara.

Upaya kedua yang paling banyak dilakukan oleh negara adalah membangun *tourism branding*. *Tourism branding* berfokus pada perkembangan dan promosi pariwisata. Tercatat sejumlah 123 negara⁸ telah memiliki *tourism brand*, beberapa contohnya adalah Indonesia dengan *Wonderful Indonesia*, Korea Selatan dengan *Imagine Your Korea*, Maladewa dengan *The Sunny Side of Life*, Malaysia dengan *Truly Asia*, Lebanon dengan *Live Love Lebanon*, Bahrain dengan *Our Yours Bahrain*, Rusia dengan *Reveal Your Own Russia*, Burundi dengan *Beautiful Burundi*, serta El Salvador dengan *The 45 Minute Country*. Beberapa contoh negara tersebut secara tidak langsung memperlihatkan prioritas negara-negara dunia dalam meningkatkan daya saing pariwisatanya.

Negara-negara juga melakukan kerjasama guna memaksimalkan daya saing pariwisatanya. Kerjasama di level internasional dilakukan oleh 239 negara⁹ dengan bergabung ke dalam *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO). Organisasi internasional ini juga memberikan kurang lebih US\$ 192.862 juta untuk pembangunan serta pengembangan strategi pariwisata bagi seluruh negara anggota. Kerjasama pariwisata lainnya juga hadir di level regional, salah satu contohnya yaitu *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) yang

⁸ Martin, G James. 2016. *New Map Reveals Inventive Tourism Slogan From Around the World*. London: Lonely Planet Diakses dari <https://www.lonelyplanet.com/articles/map-reveals-tourism-slogans-around-world> pada 06 November 2019, pukul 03.00.

⁹ Data diperoleh dari situs resmi UNWTO diakses dari <http://www2.unwto.org/members/states> pada 20 Oktober 2019, pukul 11.00.

membentuk *ASEAN Tourism Forum* (ATF) untuk membahas kebijakan pariwisata serta membantu promosi pariwisata negara anggotanya melalui kebijakan *one single destination of sustainable tourism*¹⁰. Negara yang bergabung dalam suatu organisasi level internasional atau regional ingin memperluas pasar agar dapat memaksimalkan keuntungan pendapatan, namun ditengah hal itu terjadi perbedaan serta ketimpangan pendapatan yang cukup signifikan.

Pembangunan pariwisata yang saat ini di prioritaskan oleh hampir seluruh negara di dunia, nyatanya tinggi nilai mengutamakan sektor industri pariwisata tidak berbanding lurus dengan nilai daya saing yang di dapatkan. Berikut ini perbandingan nilai prioritas terhadap ranking daya saing pariwisata :

Tabel 1.2 Perbandingan Skala Prioritas dengan Ranking Daya Saing Pariwisata Negara

No.	Nama Negara	Prioritas negara terhadap pariwisata (skala 1-7)	Ranking pariwisata
1	Jamaika	6,2	76
2	Siprus	6,2	44
3	Malta	6,2	35
4	Singapura	6,1	17
5	Islandia	6,1	30
6	Mauritius	6,1	54
7	Tunisia	6,0	85
8	Republik Dominika	6,0	73
9	Spanyol	5,9	1
10	Indonesia	5,9	40

Sumber: Data diolah dari WEF Travel and Competitive Index 2019

Tabel di atas menunjukkan perbandingan yang cukup signifikan antara negara yang skala prioritasnya tinggi dan skala prioritas pariwisatanya rendah, dan dapat di lihat bahwa negara yang mengutamakan membangun pariwisatanya saat ini di dominasi negara-negara berkembang. Posisi nilai daya saing Spanyol sebagai satu-satunya negara maju, jauh berada di atas negara lainnya. Hal ini

¹⁰ Sekretari Nasional ASEAN. 2017. Program ASEAN *One Single Destination of Sustainable Tourism* menuai sukses. Jakarta: Sekretari Nasional ASEAN Diakses dari <http://setnas-asean.id/news-events/read/program-asean-one-single-destination-of-sustainable-tourism-menuai-sukses> pada 08 Desember 2019,pukul 13.00.

memperlihatkan adanya kemungkinan perbedaan nilai daya saing pariwisata berdasarkan modal yang di miliki tiap-tiap negara berbeda.

Maksimalisasi pembangunan pariwisata yang dilakukan negara-negara disesuaikan dengan anggaran dana atau modal yang dimiliki oleh negara tersebut. Hal ini berpotensi menentukan pendapatan keuntungan yang diterima sekaligus menentukan negara tersebut untung atau rugi. Komparasi antara anggaran dana atau modal, kedatangan turis, dan keuntungan pendapatan dari bidang pariwisata di beberapa negara dapat di lihat sebagai berikut:

Tabel 1.3 Perbandingan Modal, Jumlah Kedatangan Turis, serta Pendapatan

No.	Nama Negara	Anggaran dana (Million US\$)	Jumlah kedatangan turis (jiwa)	Pendapatan (Million US\$)
1	Jamaika	50	2.473.000	3.099
2	Siprus	40	3.939.000	3.352
3	Malta	30	2.559.000	1.854
4	Singapura	504	14.673.000	20.528
5	Islandia	60	2.344.000	3.129
6	Mauritius	50	1.399.000	1.887
7	Tunisia	70	8.299.000	1.713
8	Republik Dominika	178	6.569.000	7.561
9	Spanyol	2.231	82.773.000	73.765
10	Indonesia	1.183	13.396.000	14.110

Sumber: Data diolah penulis dari berbagai sumber

Dari tabel tersebut, memperlihatkan adanya masalah yakni jumlah modal yang di keluarkan tiap negara terlihat tidak terlalu berbeda, dan negara sama-sama telah berupaya membangun pariwisata untuk meningkatkan daya saing pariwisatanya, namun hal itu tidak terlalu membawa dampak positif bagi pemasukan pendapatan negara. Di Asia perbedaan antara Indonesia dan Singapura cukup timpang, sebab Indonesia mengeluarkan modal yang dua kali lipat lebih besar namun mendapatkan keuntungan yang lebih rendah 31%, serta terdapat perbedaan pada jumlah di datangi turis sebesar 10%. Selain itu Jamaika dan Mauritius memiliki modal yang sama besarnya, namun pendapatan keduanya

berbeda sebesar 64%, serta perbedaan di datangi wisatawan asing timpang sebesar 77%. Tunisia juga mengeluarkan modal dua kali lipat lebih besar dibandingkan dengan Malta, jumlah di datangi wisatawan juga lebih tinggi di Tunisia, namun pemasukan pendapatan Tunisia lebih rendah 8% dibandingkan Malta. Sedangkan Spanyol dengan nilai prioritas pariwisata sama besarnya dengan Indonesia, dan anggaran dana sama-sama tinggi, namun pemasukan pendapatannya sangat berbeda jauh apalagi Spanyol saat ini didatangi 82 juta turis internasional dan dinobatkan sebagai negara dengan kunjungan turis terbesar di dunia.

Perbedaan dan ketimpangan tersebut merujuk pada kedua kelompok negara berdasarkan ekonomi maju dan berkembang. Dengan kata lain adanya potensi, walaupun terdapat kemiripan langkah-langkah pembangunan pariwisata agar meningkatkan daya saing, tetapi ada perbedaan besar terhadap keuntungan pendapatan yang dihasilkan oleh setiap negara. Pengaruh faktor-faktor pembangun daya saing pariwisata terhadap pemasukan pendapatan dalam mengelompokkan negara berdasarkan aspek ekonomi butuh diteliti lebih lanjut. Hal ini penting agar negara mampu memilih langkah pembangun industri pariwisatanya dengan tepat agar berdampak positif dalam mendorong peningkatan pendapatan ekonomi, serta pemerataan kesejahteraan di seluruh negara dunia melalui keuntungan pendapatan yang tidak timpang.

1.2 Rumusan Masalah

Keunggulan pariwisata dibandingkan bidang lainnya terbukti dengan kontribusi besarnya di level global, wujud nyatanya adalah pariwisata dapat mendorong perkembangan industri lain, serta mendominasi sebagai salah satu

prioritas utama bagi negara ketika ingin meningkatkan sektor ekonominya. Pariwisata merupakan industri unggul yang terus mengalami pertumbuhan dan diminati di pasar oleh negara-negara dunia khususnya negara berkembang.

Upaya-upaya pembangunan pariwisata yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan nilai daya saing negara di pasar global, namun di sisi lain justru tidak berbanding lurus dengan pendapatan optimal yang seharusnya didapatkan. Ada negara yang dengan nilai prioritas rendah, namun daya saing pariwisatanya di nilai tinggi sehingga mendapatkan kunjungan wisatawan asing lebih banyak dan menghasilkan pemasukan pendapatan yang banyak. Ada pula negara yang prioritasnya tinggi, dan menanggarkan modal tinggi, namun nilai daya saingnya masih cukup rendah sehingga kunjungan wisatawan kurang dan hasil pemasukan pendapatan sedikit. Hal tersebut menunjukkan negara-negara dunia memiliki kondisi yang ragam serta timpang.

Berdasarkan penjabaran diatas, penelitian ini merumuskan sebuah pertanyaan yaitu: **Mengapa terdapat perbedaaan keuntungan hasil pembangunan daya saing pariwisata antara negara-negara dunia?** Hal ini penting diteliti karena bila pemerintahan suatu negara tidak mengerti dan tidak mendukung pembangunan pariwisata, maka keseluruhan perekonomian terganggu, bahkan menderita hingga mengalami krisis ekonomi, karena pariwisata saat ini merupakan sarana tumpuan perekonomian hampir di seluruh negara dunia. Ketika pemerintah negara menganggap penting pariwisata dan mendukung pembangunan daya saing pariwisata maka pendapatan negara dapat ditingkatkan, lapangan pekerjaan dapat diciptakan, penerimaan investasi meningkat, serta pembangunan infratraktur berjalan optimal di level nasional maupun global.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini disusun sebagai arahan analisis lebih lanjut guna menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Mendeskripsikan langkah-langkah pembangunan pariwisata di negara-negara dunia.
- 2) Mendeskripsikan pengaruh pembangunan pariwisata terhadap peningkatan pendapatan.
- 3) Melihat pengaruh pembangun pariwisata terhadap kemitraan pariwisata.
- 4) Mendeskripsikan alasan perbedaan ketimpangan hasil keuntungan dari pembangunan daya saing pariwisata di negara-negara dunia.

1.4 Manfaat Penelitian

Setelah pengujian, analisis terlaksana guna menjawab semua pertanyaan serta tercapainya tujuan, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk:

- 1) Bidang keilmuan agar berguna untuk memberi pengetahuan tambahan dalam kajian hubungan internasional terutama pembahasan pariwisata internasional dimana pariwisata dapat menjadi alat negara untuk meningkatkan pendapatan, serta menjalin kerjasama pariwisata khususnya di negara-negara berkembang.
- 2) Bidang praktis diharapkan penelitian ini menjadi bahan pertimbangan bagi para petinggi-petinggi pemerintahan dan ahli-ahli strategi pariwisata di masing-masing negara untuk menentukan langkah yang tepat dalam pembangunan daya saing pariwisatanya.