

BAB V

KESIMPULAN

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan daerah yang memiliki sektor pariwisata yang sangat potensial di Indonesia. Sektor pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi sebuah industri yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan baru, dan meningkatkan standar hidup serta penghasilan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut, maka pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta tidak henti-hentinya melakukan pemeliharaan sektor pariwisata ini agar terus berkembang. Sejauh ini Daerah Istimewa Yogyakarta kerap melakukan kerjasama internasional dengan negara-negara luar, seperti Jepang, Korea, Australia, dan Republik Rakyat Tiongkok. Namun, saat ini pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta sedang gencar melakukan kerjasama dengan Republik Rakyat Tiongkok, khususnya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Tiongkok datang ke Yogyakarta. Republik Rakyat Tiongkok merupakan negara dengan pasar wisatawan yang sangat potensial. Mengingat pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi di negara tersebut sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah penduduk Tiongkok yang berlibur ke luar negeri. Peluang besar pasar Tiongkok ini juga dilihat oleh Daerah Istimewa Yogyakarta,

sehingga Yogyakarta melancarkan strategi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Studi ini muncul karena ketertarikan penulis dalam melihat dinamika hubungan internasional yang memunculkan banyak hal baru dan menarik untuk dianalisis, termasuk dari sektor pariwisata yang banyak memberikan manfaat ekonomi bagi suatu negara. Namun, dalam studi ini dimensi lain yang ingin penulis jabarkan adalah terkait strategi apa yang dilakukan oleh Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Republik Rakyat Tiongkok. Untuk menjawab pertanyaan dalam studi ini, maka penulis akan menggunakan Teori Diplomasi Kebudayaan, Teori Diplomasi Ekonomi, dan Konsep Pariwisata sebagai landasan dalam menjelaskan bagaimana “strategi” tersebut digunakan. Dalam studi ini, yang dimaksud dengan “strategi” yang telah di uraikan sebelumnya adalah langkah atau upaya terbaik yang dilakukan pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta meningkatkan kunjungan wisatawan Tiongkok.

Dalam mempromosikan pariwisata daerah ke Tiongkok, tentu saja tidak semudah yang dibayangkan. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi, diantaranya adalah belum maksimalnya jumlah wisatawan Tiongkok untuk datang ke Yogyakarta tentu saja memberikan pengaruh pada jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok yang berkunjung ke objek-objek wisata yang ada di

Yogyakarta. Kualitas pelayanan, fasilitas, *tour guide*, dan jenis objek wisata tentu saja memberikan pengaruh yang sangat besar untuk menarik jumlah kunjungan wisatawan tersebut. Hal ini juga harus diimbangi dengan sarana prasarana yang akan terus ditambah dan diperbaiki demi menunjang operasional. Selanjutnya, bahasa, adalah hal yang paling krusial jika menghadapi wisatawan Tiongkok. Wisatawan Tiongkok berbeda dengan wisatawan lain yang lebih menyukai menggunakan bahasa mereka sendiri dibandingkan menggunakan bahasa internasional, yaitu bahasa Inggris. Selanjutnya, salah satu permasalahan yang dihadapi Yogyakarta dalam menghadapi kunjungan wisatawan asal Tiongkok adalah kurangnya pemandu wisata yang bisa berbahasa Mandarin di Yogyakarta. Selain itu, saat ini Yogyakarta masih menghadapi permasalahan perihal sempitnya lahan, sehingga dianggap belum siap dari segi infrastruktur. Sehingga anggaran daerah yang dimiliki lebih banyak digunakan untuk memperbaiki infrastruktur yang ada dibandingkan mengeluarkan dana untuk promosi. Sehingga hal ini menjadi salah satu hal yang harus dibenahi sebagai sebuah strategi untuk menarik wisatawan asal Tiongkok agar dapat berkunjung ke Yogyakarta. Selain itu dari segi infrastruktur dan aksesibilitas yang belum memadai. Saat ini aksesibilitas memang menjadi hal yang sangat penting, karena bagi wisatawan jarak dan waktu yang lebih efisien menjadi faktor utama dalam melakukan sebuah perjalanan. Beruntung Yogyakarta dalam

waktu dekat segera membangun “*New Yogyakarta International Airport*” di Kulonprogo yang ditargetkan beroperasi pada tahun 2019. Jika sudah beroperasi Bandara Kulonprogo berdampak luas bagi pengembangan industri pariwisata Yogyakarta. Dengan efisiensi waktu maka lama menginap wisatawan mancanegara bisa lebih lama sehingga lebih banyak destinasi wisata yang bisa dieksplor.

Setelah mengetahui kendala dan permasalahan yang dihadapi maka dalam penelitian ini penulis menghasilkan analisa strategi yang digunakan oleh pemerintah DIY dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Tiongkok pada tahun 2014-2018 dengan menggunakan Teori Diplomasi Kebudayaan, Diplomasi Ekonomi, dan Konsep Pariwisata. Pertama, menggunakan alat analisa Diplomasi Kebudayaan, dimana pemerintah Diplomasi Kebudayaan tersebut dilakukan dengan cara damai yang mencakup eksepsi, pertukaran ahli dan studi, serta konferensi. Eksepsi atau disebut juga dengan pameran dapat dilakukan untuk menampilkan konsep-konsep atau karya kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi, maupun nilai-nilai sosial atau ideologi suatu bangsa kepada bangsa lain. Kenyataan sehari-hari membuktikan bahwa melalui pameran dapat memperoleh pengakuan yang kemudian dikaitkan dengan kepentingan nasional, baik melalui perdagangan, pariwisata, pendidikan, maupun yang lainnya. Selanjutnya adalah pertukaran ahli yang

mencakup masalah kerjasama pertukaran budaya secara luas, yakni dari kerjasama beasiswa antar negara, sampai dengan pertukaran ahli dalam arti bidang tertentu. Dalam istilah yang lebih populer disebut juga sebagai pelaksanaan alih teknologi. Hal ini memberikan gambaran bahwa negara-negara yang bersangkutan mempunyai kepentingan timbal balik dalam aspek kebudayaan pada umumnya. Sedangkan langkah lain yang dilakukan oleh pemerintah DIY dalam mempromosikan pariwisata daerahnya adalah dengan cara konferensi, yaitu pertemuan yang dilakukan oleh pihak lain untuk melakukan perundingan atau saling bertukar pendapat mengenai sesuatu yang ingin dilakukan bersama atau masalah yang sedang dihadapi bersama.

Selanjutnya menggunakan analisa Diplomasi ekonomi yang didefinisikan sebagai perumusan dan kebijakan yang berkaitan dengan produksi, pergerakan atau pertukaran barang, jasa, tenaga kerja dan investasi di negara lain. Menurut Sukawarsini Djelantik yang di tulis di dalam bukunya yang berjudul diplomasi antara teori praktik yang berada di dalam bab diplomasi ekonomi dan perdagangan menjelaskan bahwa terdapat 4 pilar yang ada dalam kegiatan diplomasi ekonomi antara lain yaitu promosi perdagangan, promosi peluang investasi, menarik masuknya teknologi yang memadai, dan pengelolaan bantuan ekonomi. terdapat satu pilar yang menjadi bentuk upaya strategi pemerintah DIY meningkatkan kunjungan wisatawan Tiongkok

melalui diplomasi ekonomi, yaitu promosi peluang investasi. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa promosi peluang investasi biasanya menasar kepada tujuan untuk menarik minat para investor asing agar bersedia menanamkan investasi mereka kedalam berbagai sektor di negara tersebut. Dalam hal ini, DIY menawarkan beberapa peluang investasi kepada Tiongkok untuk di investasikan di DIY. Maka dari itu, menurut analisa penulis promosi peluang investasi sangat relevan jika dihubungkan dengan strategi pemerintah DIY dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Tiongkok.

Strategi pemerintah DIY dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Tiongkok menggunakan kerangka analisa Diplomasi Kebudayaan terwujud dalam beberapa bentuk kerjasama diantaranya adalah kerjasama yang dilakukan DIY dengan kota-kota di Tiongkok, seperti Shanghai, Dalian, Yangzhou, dan Henan. Dengan Shanghai, Yogyakarta telah membangun kerjasama dalam berbagai aspek, khususnya dalam bidang pariwisata. Beberapa kerjasama tersebut diantaranya adalah, di tahun 2015, pemerintah Yogyakarta menyusun *draft* pembangunan Pusat Kebudayaan Shanghai di Yogyakarta. Kota Shanghai dan Yogyakarta sudah melakukan hubungan kerjasama yang baik dan pernah saling mengunjungi. Sama halnya dengan Yogyakarta, Shanghai mempunyai berbagai universitas dan juga merupakan pusat kebudayaan. Kota ini sedang mengembangkan 4 *center* melalui perkembangan 20 tahun dan sudah menjadi pusat

ekonomi, sosial, keuangan dan perdagangan. Dengan Dalian, Pemerintah Yogyakarta merintis kerja sama dengan Kota Dalian Tiongkok dalam berbagai bidang. Di antaranya pariwisata, kebudayaan, pendidikan, perdagangan dan industri yang dituangkan dalam antar kedua perwakilan pemerintah. Penandatanganan LOI (*Letter of Intent*) yang dilakukan pada tanggal 18 Desember 2018 adalah langkah awal bagi kedua kota untuk memulai kerja sama. Harapannya, kerja sama yang dijalin bisa saling menguntungkan kedua belah pihak. Kedua kota tersebut terus mengembangkan sektor atau bidang yang dikerjasamakan sehingga akan memberikan dampak positif bagi masyarakat di kedua kota. Sebelum menjalin kerja sama dengan Yogyakarta, Dalian sudah menjalin kerja sama dengan sembilan kota di berbagai negara seperti Jepang, Amerika Serikat, Inggris, Perancis, Jerman, dan Thailand. Namun, bekerja sama dengan Yogyakarta adalah hal yang baru, karena kedua kota memiliki banyak persamaan. Seperti Yogyakarta, Dalian adalah salah satu kota di Tiongkok yang cukup dikenal dengan potensi pariwisata yang dimiliki baik objek wisata budaya maupun sejarah hingga kegiatan festival yang sudah bertaraf internasional. Selanjutnya, Kota Yangzhou juga melirik Yogyakarta untuk menjalin kerjasama *sister city*. Yogyakarta dipilih karena memiliki beberapa kesamaan di bidang pendidikan, budaya, dan pariwisata. Di Yangzhou terdapat sejumlah perguruan tinggi dan sekolah dengan jumlah mahasiswa dan pelajar mencapai lebih dari 50.000

orang. Bentuk kerja sama bisa dilakukan dengan pertukaran mahasiswa atau pelajar kedua kota. Kemudian, Mengenalkan lebih dekat destinasi wisata sejarah Tiongkok, Yogyakarta melakukan kerjasama dengan Kota Henan, Tiongkok. Kerjasama tersebut terwujud dalam pameran bertajuk “Henan, Asal Mula Sejarah Tiongkok” yang digelar di Yogyakarta. Pameran ini diharapkan dapat mempromosikan destinasi Tiongkok kepada masyarakat Yogyakarta dan ke depannya dapat menarik kunjungan wisatawan bagi kedua negara.

Kemudian, Diplomasi Ekonomi terwujud dalam peluang kerjasama investasi seperti pengelolaan Bandara Internasional Kulon Progo dengan target kapasitas 30 juta penumpang per tahun yang segera akan dibangun menyangkut proyek pembangunan apron, bangun terminal dan pengawasan lalu lintas udara (ATC). Selain itu ditawarkan pula pengembangan kawasan wisata Bantul, revitalisasi kawasan Malioboro, pengembangan pelabuhan pendaratan ikan Adikarto, Budaya ikan air tawar dan kawasan wisata di Gunung Kidul serta pengembangan sarana olahraga dan pusat hiburan di kawasan stadion Maguwohajo.

Selanjutnya adalah menggunakan konsep pariwisata yang didefinisikan sebagai sebuah kegiatan yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman, dan bergerakanya orang-

orang yang keluar masuk suatu kota, daerah, atau, negara. Salah satu hal yang mempengaruhi sedikit banyaknya kunjungan wisatawan adalah aksesibilitas. Diartikan pula sebagai keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan. Strategi pemerintah DIY dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Tiongkok menggunakan konsep pariwisata dengan menekankan akses aksesibilitas dan usaha mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan agar dapat kunjungan wisatawan Tiongkok. Pertama adalah terkait dengan penerbangan langsung, Penerbangan langsung adalah salah satu faktor positif yang akan mendatangkan banyak wisatawan Tiongkok untuk berkunjung ke Yogyakarta. Selama ini, Yogyakarta masih hanya menjadi *Transit Destination* (transit dari Jakarta/Singapura/Malaysia ke Bali) atau ke destinasi lainnya. Maka dari itu, untuk menarik kunjungan wisatawan asal Tiongkok, penerbangan langsung (*direct flight*) telah menjadi perbincangan oleh pemerintah Yogyakarta untuk segera direalisasikan. Hal ini menjadi strategi yang tepat bagi Yogyakarta agar Yogyakarta menjadi tujuan utama dan tidak hanya menjadi *Secondary Destination* bagi wisatawan asal Tiongkok.

Lalu, menambah Jumlah Pemandu Wisata Berbahasa Mandarin. Saat ini, jumlah pemandu bahasa mandarin di Yogyakarta sangat sedikit. Selain itu, penggunaan bahasa

mandarin sebagai penanda di tempat keramaian juga dianggap penting untuk memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi wisatawan Tiongkok untuk berwisata di Yogyakarta. Selama ini, cukup jarang penanda di objek wisata yang menggunakan bahasa Mandarin. Secara umum, penanda bahasa asing di Yogyakarta memang di dominasi oleh bahasa Inggris. Kemudian membenahi infrastruktur, memperbaiki dan menyempurnakan pembangunan infrastruktur adalah salah satu hal yang penting bagi Yogyakarta. Hal tersebut supaya dapat menarik minat wisatawan dan mau tinggal lebih lama di Yogyakarta. Apabila infrastruktur serta daya tarik wisata berhasil menambah lama tinggal wisatawan, maka secara bersamaan akan mendukung tingkat keterisian kamar hotel di Yogyakarta. Peralnya, mengacu data rata-rata lama tinggal wisatawan pada masing-masing hotel, wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta sebagian besar hanya tinggal sehari. Selain itu, saat ini pembangunan infrastruktur jalan khususnya untuk akses menuju objek wisata alam di Yogyakarta juga masih belum optimal. Banyak wisatawan mancanegara yang mengurungkan niat untuk mengunjungi objek wisata tertentu dikarenakan infrastruktur akses wisata yang masih belum memadai. Selain persoalan infrastruktur akses wisata yang saat ini terus ditingkatkan oleh Pemprov Daerah Istimewa Yogyakarta, peningkatan lama tinggal wisatawan sesungguhnya juga dapat diupayakan dengan meningkatkan *event-event* wisata.

Setelah itu, mewujudkan pemasaran yang efektif dan efisien. Mewujudkan strategi pemasaran pariwisata yang berorientasi pada efektifitas, efisiensi dan tepat sasaran. Strategi ini dilaksanakan untuk meningkatkan daya tarik pariwisata DIY ditingkat nasional maupun internasional. Melalui strategi tersebut, potensi dan objek wisata yang dimiliki DIY dapat semakin dikenal oleh wisatawan. Bentuk dari implementasi strategi tersebut dilaksanakan melalui program pengembangan pemasaran, diantaranya: analisa pasar untuk promosi dan pemasaran obyek wisata dengan melakukan survey dan dialog pasar wisata, peningkatan pemanfaatan teknologi informasi, pengembangan jaringan kerjasama promosi pariwisata yang dilaksanakan melalui penyelenggaraan *Table Top* di Bali, promosi pariwisata di dalam dan di luar negeri, pembuatan bahan-bahan promosi kepariwisataan berupa bahan promosi cetak, CD pariwisata, dll, penyelenggaraan *Fam Tour* yang melibatkan jurnalis dan pelaku bisnis pariwisata. Kemudian, untuk mempromosikan pariwisata sangat erat kaitannya dengan publikasi atau pengiklanan. Maka, salah satu strategi pemasaran pariwisata agar dikenal oleh wisatawan mancanegara adalah melalui pemasangan iklan di media cetak (koran dan majalah), di *event-event* mancanegara, *blocking sale* di televisi, pembuatan bahan-bahan promosi, dan kerja sama promosi dengan pelaku industri pariwisata.

Dengan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Kerangka Diplomasi Kebudayaan, Diplomasi Ekonomi, dan Konsep Pariwisata merupakan alat analisa yang relevan untuk menjawab bagaimana strategi yang digunakan oleh pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dalam meningkatkan kunjungan wisatawan Republik Rakyat Tiongkok 2013-2018. Menggunakan Diplomasi Kebudayaan yang diwujudkan dalam bentuk eksepsi, pertukaran ahli dan studi, serta konferensi. Menggunakan Diplomasi Ekonomi yang diwujudkan dalam pilar promosi peluang investasi. Dan menggunakan Konsep Pariwisata dengan menekankan akses aksesibilitas dan usaha mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan agar dapat kunjungan wisatawan.