

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Pada tahun 2000, sektor pariwisata ini berkontribusi sebesar 90 milyar dollar Amerika Serikat dalam total pendapatan nasional negara Jepang, dimana sektor ini juga berkontribusi dalam menghasilkan lapangan pekerjaan bagi penduduk Jepang, yakni sebesar 1.97 juta. Dengan kontribusi tersebut, sektor pariwisata menjadi sektor penting bagi Jepang, karena sektor pariwisata sebagai bagian prioritas nasional dimana Jepang ingin menjadi negara berorientasi pariwisata, keinginan ini muncul pada masa pemerintahan Perdana Menteri Junichiro Koizumi dalam kebijakan *tourism oriented country*.

Bentuk keseriusan Jepang untuk menjadi negara pariwisata dapat dilihat pada *Visit Japan Campaign*. Sebuah kampanye pariwisata yang ditujukan mempromosikan pariwisatanya di dunia internasional, pada kampanye ini Jepang menargetkan jumlah kunjungan wisatawan asing sebanyak 10 juta kunjungan di tahun 2010 dari beberapa negara yang ditargetkan Jepang. Tercapainya target tersebut menjadi tolak ukur Jepang dalam kemajuan sektor pariwisatanya.

Jepang memprioritaskan promosi pariwisata terhadap 10 negara. Negara-negara tersebut terdiri dari Korea Selatan, Taiwan, Amerika Serikat, Tiongkok, Hong Kong, Inggris, Australia, Kanada, Thailand, Jerman, Perancis, dan Singapura. Untuk mendukung promosi tersebut Jepang mendirikan *Japan Tourism Agency* pada tahun

2008. Agensi ini berperan sebagai pendukung bagi masyarakat Jepang dalam mengembangkan situs-situs pariwisata, meningkatkan persaingan global di industri pariwisata, serta meningkatkan promosi wisata di Jepang secara internasional.

Sejak *visit japan campaign* diluncurkan hingga tahun 2008, Jepang mendapatkan kunjungan wisatawan asing sebesar 8.35 juta, semakin dekat menuju target 10 juta yang diinginkan. Namun pada tahun 2010, Jepang tidak berhasil mencapai target tersebut, dimana Jepang hanya mendapat kunjungan sebanyak 6.119.394 kunjungan, penurunan tersebut terjadi disebabkan oleh adanya krisis global.

Pada dasarnya ada beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya kunjungan wisatawan asing ke Jepang yakni: tinggi biaya hidup karna nilai mata uang Yen yang tinggi, hambatan bahasa dimana rendahnya kemampuan bahasa Inggris penduduk Jepang dan kurangnya promosi dan informasi pariwisata di Jepang. Itu adalah tiga hal yang mendasari rendahnya kunjungan wisatawan ke Jepang yang berdampak pada tidak tercapainya target yang diinginkan Jepang tahun 2010.

Jepang kemudian mengeluarkan kebijakan baru dalam pariwisatanya yang dikenal dengan *New Tourism Nation Promotion Basic Plan 2012 – 2016*. Dalam kebijakan tersebut, salah satu tujuan yang ingin Jepang capai pada tahun 2016 adalah mendapatkan kunjungan wisatawan internasional sebesar 18 juta. Untuk mencapai target itu, Jepang menjadikan negara-negara Asia Tenggara sebagai target promosi pariwisatanya, dimana Indonesia menjadi salah satu pasar utama dari promosinya. Indonesia dinilai memiliki potensi yang baik, dengan faktor populasi yang besar dan

memiliki kondisi ekonomi yang baik di kawasan ini. Jepang menargetkan mendapat 250.000 kunjungan wisatawan Indonesia pada 2016, Jepang optimis dengan tercapainya 250.000 kunjungan wisatawan Indonesia maka target 18 juta kunjungan wisatawan asing juga akan tercapai pada tahun yang sama.

Adapun upaya-upaya yang dilakukan oleh Jepang untuk terus meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia adalah dengan membuka kantor perwakilan *Japan National Tourism Organization (JNTO)* di Jakarta. Didirikannya kantor perwakilan ini ditujukan untuk mempermudah masyarakat Indonesia mendapatkan informasi terkait pariwisata Jepang. JNTO melakukan promosi dan pemberian informasi melalui berbagai cara yakni dengan mengadakan pameran wisata *Japan Travel Fair* sejak tahun 2014 – 2016, melibatkan agen pariwisata dan maskapai penerbangan dalam penjualan tiket dan paket perjalanan ke Jepang, ditujukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Indonesia ke Jepang. Selain itu JNTO Indonesia juga menggunakan media elektronik dan sosial dalam penyebaran informasi, seperti laman resmi, berkolaborasi dengan media online dan televisi hingga mengelola laman facebook, youtube dan Instagram.

Upaya selanjutnya adalah mengeluarkan kebijakan bebas visa bagi pengguna paspor elektronik. Dalam pengoperasian kebijakan ini, pemerintah Jepang berinteraksi dengan perwakilan resmi di Indonesia yakni kedutaan besar Jepang yang berperan menyebarkan informasi dan memproses permohonan bebas visa pemohon, selain itu pemerintah Jepang juga berkoordinasi dengan Dirjen Imigrasi untuk memberikan informasi pelayanan paspor elektronik kepada masyarakat. Hal ini

ditujukan agar masyarakat dapat memiliki paspor elektronik sehingga dapat melakukan permohonan bebas visa di kedutaan besar, dimana memiliki paspor elektronik adalah persyaratan utama bagi para pemohon.

Dari upaya-upaya yang dilakukan pemerintah Jepang tersebut, pada tahun 2016 Jepang berhasil mencapai target 250.000 kunjungan wisatawan Indonesia yang diinginkan. Tercatat wisatawan Indonesia yang berkunjung sebanyak 271.014 orang. Dengan tercapainya target pada wisatawan Indonesia tersebut, turut berkontribusi pada pencapaian target kunjungan 18 juta wisatawan asing ditahun yang sama. Bahkan melampaui target yang diinginkan Jepang, tercatat terdapat 20 juta kunjungan wisatawan asing ke Jepang di tahun 2016.

## 5.2 Saran

Kemajuan sektor pariwisata akan berbanding lurus bagi kemajuan Jepang. Dalam memajukan sektor ini, Jepang merumuskan kebijakan dengan target tertentu yang ditujukan pada negara tertentu, seperti Indonesia. Dapat dilihat bahwa dalam meraih target yang diinginkan Jepang telah melakukan usaha yang baik, merujuk pada indikator konsep *role of government in tourism* oleh C. Michael Hall, Jepang telah mengaplikasikan lima indikator dari konsep tersebut secara internal dalam negara Jepang dan secara eksternal pada tindakan pendirian JNTO Indonesia dan kebijakan bebas visa. Pencapaian oleh Jepang cukup baik dalam pengoperasian lima indikator konsep yang dikemukakan oleh Michael Hall tersebut. Saran dari penulis alangkah baiknya diterapkan kembali lima indikator tersebut pada upaya atau kebijakan pariwisata Jepang yang lain dimasa depan.