

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kawasan Timur Tengah memiliki lebih dari setengah total cadangan minyak di seluruh dunia, dan mejadi penentu pasar minyak dunia.<sup>1</sup> Negara Arab Saudi merupakan negara yang berada di kawasan Timur Tengah. Sebagian besar wilayahnya merupakan gurun pasir. Walaupun begitu, Arab Saudi memiliki kekayaan alam yang cukup banyak yaitu minyak bumi yang menopang perekonomiannya.<sup>2</sup> Namun, sumber daya minyak yang merupakan energi yang tidak dapat terbarukan ini sewaktu-waktu dapat habis dan dapat mengancam ekonomi negara yang bergantung terhadap hal tersebut.

Pada tahun 2015 saja, pemasukan Arab Saudi dari sumber minyak adalah sebanyak 72% dan non-minyak sebanyak 28%.<sup>3</sup> Kondisi tersebut dapat mengancam ketahanan ekonomi Arab Saudi yang belum terdiservikasi sewaktu-waktu karena ketangguhan ekonomi domestik juga sangat berperan untuk negara dalam menghadapi krisis. Untuk mencegah permasalahan itu mencuat suatu saat, pada tahun 2016 Arab Saudi mencanangkan program yang diprakarsai oleh Putra Mahkota Arab Saudi, Mohammad bin Salman (MBS) melalui *Saudi vision 2030* dengan program utama diversifikasi ekonomi.<sup>4</sup> Kebijakan ini diambil dengan kondisi bahwa Arab Saudi tetap masih menjadi pemilik cadangan minyak terbesar

---

<sup>1</sup> Khaerudiin, Hidayat Syahrul, "Uni emirat Arab: Kuasa Ekonomi di Timur Tengah (2002-2018)," *Chronologia: Journal of History Education* (2020) Vol. 2 no. 2 hal 3

<sup>2</sup> Citra Nur Hikmah. Abrar, "Saudi Vision: Reformasi Ekonomi Arab Saudi", *PERIODE: Jurnal Sejarah dan Pendidikan Sejarah*, Vol. 1 No. 1 Maret 2019.

<sup>3</sup> KMPG, "Kingdom of Saudi Arabia Budget Report," (2018): 6.

<sup>4</sup> Panji Haryadi, "Peran Muhammad bin Salman terhadap Perubahan Pilar Kenegaraan Arab Saudi," *Jurnal ICMES*, Vol. 2 No. 1 (2018), Hal 31

di dunia yaitu 268,5 miliar barel.<sup>5</sup> Pada tahun 2014 cadangan devisa Saudi merosot dari USD 746 miliar menjadi USD 616 miliar hingga 2016.

Hal tersebut juga membuat Pemerintah Saudi untuk mengeluarkan upaya menyelamatkan ekonomi negara yang salah satunya pemotongan subsidi BBM hingga 40% dan rencana Kementerian Keuangan terkait subsidi listrik, air, dan produk minyak bumi selama lima tahun kedepan.<sup>6</sup> Kebijakan ini bertujuan untuk menyambut negara era pasca minyak dan mempersiapkan *roadmap* yang lebih jelas untuk masa depan negara. Melalui program *Saudi vision 2030* ini, Pemerintah Arab Saudi bertujuan untuk menciptakan ekonomi yang kuat, berkembang dan stabil dengan memberdayakan sektor swasta untuk menambah kemitraan dan persaingan pekerjaan yang sehat dan menyediakan kesejahteraan masyarakat Arab dalam jangka panjang.<sup>7</sup>

*Saudi vision 2030* ini memiliki tiga pilar utama yaitu *A Vibrant Society* yang bertujuan untuk meningkatkan atau mengoptimalkan sumber daya manusia Saudi, *Thriving Economy* yang bertujuan untuk melepaskan ketergantungan Arab Saudi terhadap minyak yang salah satunya membangun sektor ekonomi non-migas, dan *An Ambition Nation* yang ingin memperkuat birokrasi negara terhadap transparansi dan akuntabilitas.<sup>8</sup> Adapun fokus utama dari *Saudi Vision 2030* ini sesungguhnya berorientasi pada pengembangan perekonomian Arab Saudi.

Kebijakan yang dikeluarkan di bawah agenda *Saudi vision 2030* ini terlihat lebih moderat dari Arab Saudi yang sebelumnya mencirikan diri sebagai bentuk

---

<sup>5</sup> Gustidha Budiarti, "Cadangan Minyak Arab capai 268,5 miliar barel, 84 kali RI", CNBC Indonesia, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190110125740-17-50005/cadangan-minyak-arab-capai-2685-miliar-barel-84-kali-ri> diakses pada 13 maret 2021

<sup>6</sup> Siti Hadriyah, "Reformasi Ekonomi Arab Saudi," *Info Singkat*, Vol. 8 No. 9 (2016) hal 7

<sup>7</sup> Hikmah, Citra Nur, Hal 33.

<sup>8</sup> Nelvita Sianturi, "Pengaruh *Saudi Vision 2030* dan Agenda *Foreign Direct Investment(FDI)* Arab Saudi di Indonesia," *Jom FISIP*, Vol. 4 No.2 Oktober 2017, Hal 2.

negara konservatif. Pengeran MBS dalam kebijakan *Saudi vision 2030* ini menunjukkan sikap yang ingin menghapuskan budaya konservatif yang telah melekat pada sisi sosial budaya di Arab Saudi dengan menyingkirkan fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Fatwa Arab Saudi. Sesuai dengan pesan dari Pangeran MBS yang mengatakan, “*Our Vision is a strong, thriving, and stable Saudi Arabia that provides opportunity for all. Our Vision is a tolerant country with Islam as its constitution and moderation as its method*”.<sup>9</sup>

*Saudi Vision 2030* merupakan gagasan ambisius kerajaan yang hendak menjadikan negara menjadi lebih terbuka, baik dari sisi sosial masyarakat, perekonomian, hingga pemerintahan.<sup>10</sup> Salah satu poin penting dalam perubahan ini adalah aktivitas investasi dan pembukaan sektor wisata untuk masyarakat global. Kedua aktivitas ini akan menjadikan negara Arab Saudi menjadi terbuka dari segi aturan sosial. Karena akan sulit bagi Arab Saudi apabila tetap menjadi negara tertutup di tengah investasi dan usaha menarik wisatawan global.

Arab Saudi memiliki potensi Pariwisata yang sangat tinggi salah satunya adalah menjadi tempat destinasi jamaah umrah dan haji dari seluruh dunia. Pemerintah Arab Saudi menargetkan kapasitas untuk bisa melayani 30 juta jemaah umroh per tahun pada 2030 dari 8 juta jemaah di 2015.<sup>11</sup> Target itu merupakan bagian dari *Saudi Vision 2030*. Arab Saudi melalui program *Saudi vision 2030* ini juga telah melakukan peremajaan dan perluasan Masjidil Haram. Lonjakan turis maupun jamaah haji dan umrah dari seluruh dunia bisa menjadi

---

<sup>9</sup> Vice President of the Council of Ministers, “Message From HRH Prince Mohammed bin Salman bin Abdulaziz Al-Saud”, *Vision 2030 Kingdom of Saudi Arabia*, <https://www.vision2030.gov.sa/en/vision/crown-message> diakses pada 06 maret 2021.

<sup>10</sup> Pidi Apriyadi, *Pembentukan Civil Society di Arab Saudi melalui pilar A Vibrant Society dalam Saudi Vision 2030*, Skripsi Universitas Padjajaran, Hal. 5

<sup>11</sup> Bareksa, “Begini Visi Arab Saudi Targetkan 30 Juta Jemaah Umroh per Tahun di 2030”, <https://www.bareksa.com/berita/umroh/2019-07-26/begini-visi-arab-saudi-targetkan-30-juta-jemaah-umroh-per-tahun-di-2030> diakses pada 06 maret 2021.

sumber ekonomi bagi Arab Saudi. Selain itu, peningkatan industri kreatif dapat menjadi potensi bagi Saudi mengingat sektor pariwisata yang terus berkembang.

Kegiatan Pariwisata di Arab Saudi mulai marak dipasarkan oleh pemerintahan Arab Saudi. Dengan memberikan beberapa kemudahan bagi wisatawan mancanegara, serta mencabut beberapa larangan yang telah ada dahulunya. Para ahli menyarankan untuk Saudi untuk memperkuat hubungan dengan Amerika dan Eropa, karena hal tersebut bisa menjadi pasar utama dari Saudi dalam sektor pariwisata.<sup>12</sup> Pada tahun 2019, 16,48 juta perjalanan pariwisata terjadi di Arab Saudi. Hal ini meningkat 7,6 persen dari tahun 2018 yaitu sebanyak 15,3 juta perjalanan pariwisata. Sebagian besar pengeluaran dari wisatawan, 73,2 persen adalah untuk tujuan keagamaan, diikuti oleh 18,2 persen untuk tujuan bisnis dan konferensi.<sup>13</sup>

Arab Saudi memiliki beberapa tantangan dalam pengembangan sektor pariwisata salah satunya kurang beragamnya destinasi serta layanan wisata yang dapat dikunjungi oleh wisatawan.<sup>14</sup> Saudi diharuskan untuk meningkatkan kesiapan infrastruktur wisata, seperti transportasi dan hotel untuk memenuhi kebutuhan dari para wisatawan. Ketidakmampuan sektor pariwisata untuk memenuhi layanan pariwisata menjadikan sulitnya akses yang dimiliki oleh wisatawan internasional.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Nadia Yusuf, "Tourism Development in Saudi Arabia", *Journal of Bussines and Retail Management Research*, (Maret 2014): Hal. 68.

<sup>13</sup> Matthew Amlot, "Tourism spending in Saudi Arabia jumps to \$41 billion in 2019" *Al Arabiya English*, <https://english.alarabiya.net/News/gulf/2020/07/09/Tourism-spending-in-Saudi-Arabia-jumps-to-41-billion-in-2019#:~:text=In%202019%2C%20according%20to%20the,Middle%20East%20countries%2C%2014.7%20percent>, diakses pada 27 maret 2021.

<sup>14</sup> Vision 2030, "National Transformation Program Delivery Plan 2018 – 2020", diakses melalui [https://www.vision2030.gov.sa/sites/default/files/attachments/NTP%20English%20Public%20Document\\_2810.pdf](https://www.vision2030.gov.sa/sites/default/files/attachments/NTP%20English%20Public%20Document_2810.pdf), 19 maret 2021 :102

<sup>15</sup> Vision 2030, "National Transformation Program Delivery Plan 2018 – 2020", :102

Arab Saudi termasuk kedalam negara-negara yang kurang mudah untuk diakses oleh wisatawan mancanegara.<sup>16</sup> Saudi dikenal memiliki aturan yang terlalu keras dan ketat, serta prosedur untuk mendapatkan visa berkunjung ke Arab Saudi juga sulit, alasan haji, umrah serta bisnis menjadi alasan utama yang dapat mempermudah prosedur mendapatkan visa.<sup>17</sup> Setelah munculnya kebijakan *Saudi Vision 2030*, pemerintah Arab Saudi membuat prosedur pembuatan visa yang lebih mudah dan diharapkan mampu untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asing yang berkunjung ke Arab Saudi.

Saudi memiliki citra sebagai negara yang terlalu konservatif dan sering dipandang sebagai negara yang tertutup.<sup>18</sup> Hal ini juga menjadi faktor penghambat wisatawan asing untuk berpergian ke Arab Saudi. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asing agar tertarik berkunjung ke Arab Saudi, tentunya pemerintah Arab Saudi harus memiliki citra dan reputasi yang baik yang ramah terhadap wisatawan asing. Oleh karena itu, penelitian ini menarik untuk diteliti mengenai bagaimana strategi Arab Saudi mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi Vision 2030*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Arab Saudi sebagai negara yang memiliki penduduk mayoritas MUSLIM, dianggap sebagai negara yang masih konservatif. Hal ini dianggap menjadi salah

---

<sup>16</sup> Muhammad Abuhjeeleh, PhD, "Rethinking Tourism in Saudi Arabia: Royal Vision 2030 Perspective", *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol. 8 (5) – (2019) :3

<sup>17</sup> Erdogan H. Ekiz, Zafer Oter, "Tourism Development in Saudi Arabia: Challenges and Opportunities",

[https://www.researchgate.net/publication/320628306\\_Tourism\\_development\\_in\\_the\\_Kingdom\\_of\\_Saudi\\_Arabia\\_determining\\_the\\_problems\\_and\\_resolving\\_the\\_challenges\\_in\\_ML\\_Stephenson\\_A\\_Al-Hamarneh\\_International\\_Tourism\\_Development\\_the\\_Gulf\\_Cooperation\\_Council\\_S](https://www.researchgate.net/publication/320628306_Tourism_development_in_the_Kingdom_of_Saudi_Arabia_determining_the_problems_and_resolving_the_challenges_in_ML_Stephenson_A_Al-Hamarneh_International_Tourism_Development_the_Gulf_Cooperation_Council_S), diakses pada 23 maret 2021: 8

<sup>18</sup> Muhammad Abuhjeeleh, "Rethinking Tourism in Saudi Arabia: Royal Vision 2030 Perspective," *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Volume 8 (5) – (2019): 3

satu penghambat bagi wisatawan asing untuk berkunjung ke negara Arab Saudi dengan tujuan wisata. Dengan adanya *Saudi Vision 2030*, pemerintah Arab Saudi memiliki rencana untuk mengembangkan sektor pariwisata dan hiburan yang ramah terhadap wisatawan asing. Tujuan pengembangan sektor pariwisata dan hiburan tersebut adalah untuk menarik kembali minat warga Saudi dan wisatawan asing terhadap sektor tersebut serta adanya target ambisius untuk menjadikan Saudi sebagai destinasi pariwisata dan hiburan di Asia maupun secara global. Dengan ctra konservatif dan tertutup yang dimiliki Saudi, tentunya hal tersebut menjadi tantangan bagi Saudi dalam menjadikan negaranya sebagai destinasi wisata. Hal itu sangat menarik untuk diteliti mengingat Saudi yang awalnya tidak tertarik dan tidak ramah terhadap sektor pariwisata dan hiburan karena ideologi konservatif yang dianutnya. Strategi yang ditempuh oleh Pemerintah Saudi sangat menarik untuk diteliti dalam upaya mencapai hal ini di bawah agenda *Saudi vision 2030*.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Dari pemaparan rumusan masalah di atas, pertanyaan penelitian yang ingin dijawab adalah bagaimana strategi yang dilakukan oleh Arab Saudi mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi vision 2030*?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini berguna untuk menganalisis Strategi Arab Saudi mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi Vision 2030*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang penulis kerjakan ini diharapkan dapat memberikan manfaat seperti berikut:

1. Secara akademis penelitian ini menawarkan pengetahuan perihal bagaimana strategi Arab Saudi mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi Vision 2030*.
2. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi kepustakaan bagi yang tertarik dengan isu *Saudi Vision 2030*.

### **1.6 Studi Kepustakaan**

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa referensi utama sebagai rujukan dalam penelitian. Artikel jurnal pertama yang penulis gunakan adalah jurnal yang ditulis oleh Nader Habibi yang berjudul “Implementing Saudi Arabian’s Vision 2030: An Interim Balance Sheet”. Jurnal ini menjelaskan bahwa *Saudi Vision 2030* merupakan suatu kebijakan yang ambisius yang digagas oleh Putra mahkota MBS yang bertujuan untuk mereformasi perekonomian, sosial dan budaya.<sup>19</sup> Dalam tiga tahun setelah diumumkannya *Saudi Vision 2030*, Arab Saudi telah mencapai beberapa keberhasilan penting yang berhubungan dengan reformasi pemerintahan dan peningkatan efisiensi sektor publik serta telah banyak memunculkan gagasan- gagasan penting dalam hal reformasi sosial dan budaya.

*Saudi Vision 2030* bukanlah upaya pertama yang dilakukan oleh kerajaan dalam perencanaan ekonomi jangka panjang. Arab Saudi telah mengeluarkan sembilan rencana pembangunan berturut- turut dari tahun 1970 hingga 2014 dengan tujuan bersama dari semuanya adalah mengurangi ketergantungan ekonomi pada pendapatan ekspor minyak. Tujuan ini diupayakan terutama berfokus pada kebijakan yang digagas pemerintah untuk memperkuat ekonomi

---

<sup>19</sup> Nader Habibi, “Implementing Saudi Arabia’s Vision 2030: An Interim Balance Sheet,” *Crown Center for Middle East Studies* (April 2019): Hal. 127.

pada sektor non minyak. Dalam jurnal ini dijelaskan bahwa salah satu motivasi utama dibalik *Saudi Vision 2030* adalah buruknya kinerja dari rencana perekonomian tersebut.

Mereka berhasil membangun infrastruktur modern dan mengembangkan unit industri modern, tetapi mereka tidak bisa menghasilkan pendapatan fiskal yang besar dari non minyak dan tidak bisa mengurangi ketergantungan negara terhadap sektor minyak. Tulisan ini berkontribusi bagi penulis dalam melihat bagaimana awal mula dari peluncuran *Saudi Vision 2030* serta usaha-usaha yang dilakukan oleh Saudi dalam melakukan diversifikasi ekonomi sebelum rancangan kebijakan ini dikeluarkan.

Artikel Jurnal kedua yang penulis gunakan berjudul “Rethinking Tourism in Saudi Arabia: Royal Vision 2030 Perspective”, jurnal ini ditulis oleh Mohammad Abuhjeeleh. Disini dijelaskan bahwa negara kerajaan seperti Arab Saudi yang tidak dikenal dengan investasi pariwisata sebelumnya, telah memulai untuk melakukan berbagai investasi di sektor ini untuk mendiversifikasi ekonomi mereka yang sebelumnya sebagian besar mengandalkan sektor minyak. Terdapat langkah- langkah besar yang diambil oleh Arab Saudi untuk meningkatkan alternatif pendapatan negara melalui sektor pariwisata. Salah satunya peluncuran Visa Pariwisata pada akhir tahun 2019. Putra Mahkota MBS membuat gerakan untuk menarik wisatawan datang ke negara Arab Saudi yaitu dengan melunakkan beberapa peraturan yang dahulunya dikenal ketat di Arab Saudi.

Selama beberapa dekade, kegiatan pariwisata di Arab Saudi lebih menonjol kepada wisata religi. Sebagian besar wisatawan yang datang ke Arab Saudi karena tujuan keagamaan. Data dari Bank Dunia menunjukkan bahwa Arab

Saudi merupakan salah satu dari 20 negara teratas yang paling banyak dikunjungi wisatawan dari berbagai negara. Hal ini menunjukkan bahwa sektor wisata religi merupakan sebuah pasar yang penting bagi Arab Saudi. Potensi pariwisata ini tentunya akan mengalami perkembangan setiap tahun. Arab Saudi terus untuk membangun infrastruktur yang baik, pertumbuhan sistem kereta api berkecepatan tinggi antara Mekkah dan Madinah, serta membangun lebih banyak akomodasi akan menambah jumlah wisatawan yang datang ke negara ini. Hal ini tentunya sejalan dengan *Saudi Vision 2030* tentang peningkatan pariwisata serta sektor hiburan dan budaya Arab Saudi.<sup>20</sup>

Referensi kedua ini berguna bagi penulis dalam melihat industri pariwisata yang ada di Arab Saudi. Ada banyak potensi pariwisata yang dimiliki oleh Arab Saudi. Dalam hal ini Saudi mencoba untuk mengembangkan Pariwisata yang dimiliki melalui *Saudi Vision 2030*. Hal ini tentunya akan sangat menguntungkan bagi Saudi, karena dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Saudi, serta menambah pendapatan negara Saudi.

Artikel Jurnal selanjutnya yang penulis gunakan ditulis oleh Mark C Thompson yang berjudul “Saudi Vision 2030: A Viable Response to Youth Aspirations and Concerns?”. Disini dijelaskan bahwa sejak Putra mahkota MBS meluncurkan kebijakan *Saudi Vision 2030*, telah banyak analisis yang telah berfokus pada dampak potensial dari Visi Saudi 2030. Secara signifikan, *Saudi Vision 2030* menjanjikan masa depan dan pemerintahan yang lebih baik, meningkatkan harapan di kalangan muda Arab Saudi untuk mendapatkan pendidikan yang lebih baik. Sejak peluncuran kebijakan *Saudi Vision 2030* pada

---

<sup>20</sup> Mohammad Abujeleh, Hal. 4.

bulan April 2016 ini, tampaknya disambut baik oleh banyak pemuda Saudi, yang mana hal ini merupakan sebuah langkah untuk bergerak maju dan sangat penting bahwa pemerintah mengambil tindakan untuk mengurangi ketergantungan terhadap minyak.

Kebanyakan dari para pemuda Saudi mengakui bahwa kerajaan harus melakukan diversifikasi ekonomi, karena negara membutuhkan alternatif sumber pendapatan karena dampak rendahnya harga dari minyak. Pangeran MBS dianggap sebagai sosok yang disenangi oleh kaum muda Arab Saudi. Karena sikap transparannya mengenai rencana yang ia keluarkan serta juga terhadap tantangan yang dihadapi oleh kerajaan. Sikap transparansi awal ini menumbuhkan rasa optimisme, dengan menunjukkan bahwa jika 25 persen dari visi ini tercapai, maka ini akan menjadi kesuksesan yang besar. Banyak dari kaum muda Arab Saudi yang percaya bahwa *Saudi Vision 2030* ini akan membawa perubahan yang signifikan dan dapat mengubah sejarah selamanya.<sup>21</sup>

Tulisan ini memiliki kontribusi bagi penulis tentang melihat bagaimana pandangan dari masyarakat Saudi khususnya kaum muda mengenai peluncuran *Saudi Vision 2030*. Arab Saudi yang dianggap sebagai negara konservatif, secara perlahan mulai untuk beralih ke arah yang lebih moderat. Hal ini tentunya akan memengaruhi kondisi masyarakat Saudi yang lebih diberi kebebasan dalam beraktivitas karena munculnya *Saudi Vision 2030*.

Artikel Jurnal keempat yang penulis gunakan berjudul “Diskursus Reformasi Arab Saudi: Kontestasi Kerajaan Saudi dan Wahabi” yang ditulis oleh Mahmud Hibatul Wafi. Di dalam jurnal ini menjelaskan mengenai apa yang

---

<sup>21</sup> Mark C Thompson, “Saudi Vision 2030: A Viable Response to Youth Aspirations and Concerns?”, *Asian Affairs*, Cornell University Library, 31 May 2017

melatarbelakngi kebijakan reformasi pihak kerajaan saudi dan bagaimana konstelasi pemerintahan Saudi ke depannya jika reformasi besar-besaran akan terjadi serta seperti apa pula reaksi asertif dan resistensi dari kubu Wahabi terhadap kebijakan tersebut.<sup>22</sup>

Tidak bisa dimungkiri bahwa Wahabi sangat dominatif dalam menentukan kebijakan dan regulasi Kerajaan Saudi selama ini. Wahabi dengan semangat konservatif dan fundamentalisnya pulalah yang mengkonstruksi sektor sosial, budaya, dan keagamaan Saudi. komitmen pihak kerajaan Saudi sangat dibutuhkan untuk menjamin proyek reformasi tersebut agar berjalan baik dan kondusif. Salah satunya, mampu mereduksi adanya pengaruh atau intervensi yang berlebihan pihak luar. Karena bagaimanapun, momentum reformasi ini akan menjadi ajang bagi Barat untuk menguatkan hegemoni mereka di Arab Saudi.

Tulisan ini berguna bagi penulis bagaimana hubungan yang terjadi antara Wahabi dan Kerajaan Saudi. Dapat dilihat bahwa terjadi hubungan yang saling menguntungkan antara kedua pihak tersebut. Wahabi dapat untuk mempengaruhi setiap kebijakan yang akan dikeluarkan oleh Kerajaan Saudi.

Artikel Jurnal kelima yang penulis gunakan berjudul “Saudi Arabia plans for its economic future: Vision 2030, the National Transformation Plan and Saudi fiscal reform” yang ditulis oleh Daniel Moshshai, Andrew M. Leber, dan James D. savage.<sup>23</sup> Jurnal ini menjelaskan mengenai bagaimana sikap yang diambil oleh Arab Saudi mengenai dampak dari turunnya harga minyak dunia. Negara- negara kaya minyak di kawasan Timur tengah dan Afrika utara telah menyaksikan

---

<sup>22</sup> Mahmud Hibatul Wafi, “Diskursus Reformasi Arab Saudi: Konstestasi Kerajaan Saudi dan Wahabi” *Islamic World and Politics*, Vol.2. No.1 January-June 2018: 229-238

<sup>23</sup> Daniel Moshshai, Andrew M. Leber & James D. Savage, “Saudi Arabia plans for its economic future: Vision 2030, the National Transformation Plan and Saudi fiscal reform”, *British Journal of Middle Eastern Studies*, 20 Agustuss 2018.

miliaran dolar dalam potensi pendapatan mereka lenyap karena adanya penurunan harga minyak. Hal ini memerlukan adanya diversifikasi sumber ekonomi terhadap pertumbuhan dan pendapatan negara. Menanggapi penurunan harga minyak dunia yang dramatis dan berpotensi permanen ini, pemerintah di kawasan ini telah memulai berbagai program kebijakan untuk mengatasi kekurangan fiskal, termasuk yang dilakukan oleh kerajaan Arab Saudi.

Pangeran MBS menjadi wajah publik reformasi sosial dan ekonomi secara luas melalui *Saudi Vision 2030*. Reformasi ini dianggap sebagai respon dari rekomendasi lama yang ditawarkan oleh organisasi dan pengamat internasional bahwa pemerintah Arab Saudi harus mendiversifikasi ekonomi sekaligus mengurangi subsidi langsung kepada warga Arab Saudi. Penguasa kerajaan menghadapi tantangan yang signifikan dalam menerapkan reformasi ini. Upaya reformasi yang dipimpin oleh Putra mahkota ini dinilai lebih ketat daripada setiap upaya sebelumnya dalam diversifikasi ekonomi yang dilakukan oleh Arab Saudi.

Keberhasilan dari reformasi ini tergantung pada keadaan diluar kendali pemerintah, termasuk tanggapan investor terhadap rencana Saudi dalam memperoleh dana investasi dari pasar keuangan global untuk menciptakan kembali perekonomian mereka. Tulisan ini berguna bagi penulis mengenai bagaimana rencana ekonomi yang dirancang oleh Saudi dalam masa mendatang melalui *Saudi Vision 2030*.

## **1.7 Kerangka Konseptual**

### **1.7.1 Nation branding**

Kerangka Konseptual yang digunakan untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini adalah konsep *Nation branding* yang dikemukakan oleh

Simon Anholt. Negara memiliki brand dalam artian untuk memiliki citra bangsa yang penting bagi kemajuan dan kemakmuran di era dunia yang modern.<sup>24</sup> Simon Anholt pertama kali mengemukakan gagasannya mengenai *Nation branding* pada tahun 1996. Dalam menggambarkan citra suatu negara, negara akan menunjukkan kemajuan, kemakmuran dan manajemen yang baik.

*Nation branding* menjadi salah satu konsep yang dapat digunakan untuk memanfaatkan soft power suatu negara. *Nation branding* dapat didefinisikan sebagai pengaplikasian strategi branding dan teknik komunikasi pemasaran dalam mempromosikan citra negara. Menurut Anholt, *Nation branding* merupakan cara yang relevan untuk mempromosikan suatu negara ke dunia internasional. Dengan menggunakan konsep ini peneliti mencoba untuk menganalisa bagaimana strategi Arab Saudi dalam mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi Vision 2030*.

Terdapat tiga komponen utama dalam proses untuk menetapkan *Nation branding* yaitu *strategy*, *substance* dan *symbolic actions*.

#### 1. *Strategy*

*Strategy* digunakan oleh suatu negara untuk merancang identitas agar berbeda dengan identitas negara lainnya. Dalam istilah yang sederhana, negara harus mengetahui siapa dan dimana negara tersebut berdiri hari ini, serta mengetahui bagaimana cara yang dicapai untuk sampai pada suatu tujuan. Terdapat dua kesulitan utama terkait dengan pengembangan strategi, yaitu pertama adalah menyatukan berbagai kebutuhan dan

---

<sup>24</sup> Simon Anholt, *Places: Identity, Image and Reputation*, Palgrave macmilan: 2

keinginan dari aktor nasional untuk mencapai satu tujuan, kedua menemukan tujuan dari strategi yang inspiratif dan layak untuk dijalankan.

## 2. *Substance*

*Substance* merupakan kelanjutan dari strategi untuk meningkatkan kemajuan dalam bidang ekonomi, hukum, politik, sosial, budaya dan kegiatan pendidikan. Negara harus menciptakan inovasi yang nyata terhadap bidang tersebut, termasuk pada lembaga dan kebijakan yang akan membawa kemajuan yang diinginkan.

## 3. *Symbolic actions*

*Symbolic actions* ini berkenaan dengan tindakan yang nyata dari sekedar bentuk komunikasi yang dilakukan secara langsung dan berpengaruh besar dalam upaya branding.<sup>25</sup> Tindakan ini harus dilakukan dari berbagai sektor yang berbeda dalam sebuah negara untuk membangun sebuah citra yang baik dalam hal branding. Sebuah tindakan yang dilakukan oleh negara, akan jarang mencapai dalam efek yang berlangsung lama, berbagai tindakan harus muncul dari berbagai sektor yang berbeda untuk membangun citra yang baik dan negara harus melakukannya secara terus-menerus.

*Nation branding* bertujuan untuk menciptakan reputasi tentang suatu negara di mata publik internasional, reputasi inilah yang memberikan citra serta membangun identitas negara, jika suatu negara memiliki citra yang positif di mata publik internasional, maka wisatawan akan tertarik untuk berkunjung ke negara tersebut. *Nation branding* dapat membantu negara dalam hal meningkatkan

---

<sup>25</sup> Simon Anholt, *Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations*, U.K. Foreign Office Public Diplomacy Board: 3

pelanggan, pengunjung, investor dari negara lain berdatangan. Simon Anholt menyatakan bahwa *Nation branding* membentuk persepsi terhadap suatu target kelompok masyarakat tertentu melalui 6 aspek atau dikenal dengan *Nation branding hexagon* yaitu: pariwisata, ekspor, masyarakat, pemerintahan, kebudayaan dan warisan budaya serta investasi dan imigrasi.<sup>26</sup>

#### 1. Pariwisata

Mengukur tingkat ketertarikan publik untuk mengunjungi suatu negara. Hal ini dapat dilihat dari kunjungan dari wisatawan asing yang berkunjung ke negara tersebut. Pariwisata merupakan salah satu aspek terbesar dari suatu negara yang memiliki pengeluaran dan kekuatan pemasaran yang paling kompeten.

#### 2. Ekspor

Ekspor menentukan citra publik terhadap produk dan jasa yang dimiliki masing-masing negara. Pemerintah yang berhasil menciptakan lingkungan yang mendukung serta merangsang inovasi dan kreativitas cenderung mencapai keuntungan dalam bidang ekspor, tentunya hal ini berdampak pada penambahan nilai bagi branding nasional.

#### 3. Masyarakat

Setiap warga negara dapat memberikan perubahan positif yang benar-benar bisa terjadi. Sumber daya manusia menjadi sumber utama yang dimiliki oleh negara yang tidak ternilai. Kompetensi, pendidikan, keterbukaan dan juga keramahan dari suatu masyarakat bangsa dapat mempengaruhi citra yang dimiliki oleh suatu negara.

---

<sup>26</sup> Simon Anholt, "Three interlinking concepts: Intellectual Property, *Nation branding* and Economic Development", *WIPO International Seminar on Intellectual Property and Development Geneva*, May2-3 May, 2005.

#### 4. Pemerintahan

Menggambarkan opini publik terhadap sebuah negara terkait kompetensi, keadilan, komitmen mengatasi masalah global, dan kepercayaan publik terhadap pemerintah. Pemerintah dalam hal ini berusaha untuk merancang, menjalankan dan mengontrol semua aspek yang ada ketika *Nation branding* dijalankan.

#### 5. Budaya dan Warisan

Mengukur persepsi global terhadap budaya dan warisan dari suatu negara, peninggalan masa lampau dan juga penghormatan terhadap budaya saat ini, termasuk film, musik, seni, olahraga dan kepastakaan.

#### 6. Investasi dan Imigrasi

Mengukur tingkat ketertarikan publik untuk tinggal dan berinvestasi di negara tersebut, sekaligus menunjukkan kondisi sosial dan ekonomi di negara tersebut.

Peneliti menganggap bahwa konsep *Nation branding* yang dikemukakan oleh Simon Anholt, cocok untuk membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian yang peneliti kemukakan. Melalui tiga komponen utama yaitu *Strategy*, *Substance* dan *Symbolic actions*, akan dijelaskan mengenai bagaimana Arab Saudi mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi Vision 2030*. Simon Anholt juga menawarkan *Nation branding Hexagon* yang terdiri dari enam aspek, yangmana nantinya peneliti akan mencoba menghubungkan topik yang peneliti teliti dengan keenam aspek tersebut.

### **1.8 Metodologi Penelitian**

#### **1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, yakni metode yang lebih bergantung pada data- data linguistik dibanding data-data numerik yang kemudian digunakan dalam analisa data. Meskipun begitu data numerik akan tetap digunakan untuk membantu proses analisis. Metode penelitian kualitatif dalam mengembangkan dan menjelaskan penelitian dilakukan dengan cara membandingkan studi kasus, metode historis, dan argumen yang beralasan.<sup>27</sup>

Jenis penelitian ini adalah deskriptif analisis, yaitu suatu metode penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Peneliti berfokus pada bagaimana strategi Arab Saudi mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi Vision 2030*.

### **1.8.2 Batasan Penelitian**

Agar penelitian tidak meluas dari apa yang telah dirumuskan, penulis memberikan batasan penelitian yaitu dari tahun mulai dikeluarkannya kebijakan *Saudi Vision 2030* dari tahun 2016-2021. Penulis mengambil batasan penelitian hingga tahun 2021 karena kebijakan *Saudi Vision 2030* ini akan berlangsung hingga tahun 2030.

### **1.8.3 Unit dan Tingkat Analisis**

Unit analisis merupakan unit atau variabel yang perilakunya hendak dideskripsikan, diramalkan, dan dijelaskan. Unit eksplanasi merupakan unit yang mempengaruhi perilaku unit analisis yang hendak dideskripsikan. Dalam

---

<sup>27</sup> Paul R.Viotti dan Mark V. Kauppi, *International Relations and World Politics*, (Uppers Saddle River: Pearson, 2011), Hal. 17.

penelitian ini unit analisisnya adalah negara Arab Saudi, sedangkan unit eksplanasinya adalah *Saudi Vision 2030*. Tingkat analisis dari penelitian ini adalah Negara.

#### **1.8.4 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk menyelesaikan penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara studi kepustakaan. Peneliti kemudian mengumpulkan fakta dan data- data tertulis dari berbagai sumber. Dalam studi kepustakaan yang menjadi sumber data bagi penulis adalah data sekunder berupa buku-buku, dokumen resmi pemerintah Arab Saudi, jurnal akademik seperti *Middle East Journal*, dan artikel-artikel akademik yang berkaitan dengan *Saudi Vision 2030*, sektor pariwisata Arab Saudi dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan strategi Arab Saudi mewujudkan diri sebagai destinasi wisata. Data-data primer bisa penulis dapatkan dari website resmi pemerintah Arab Saudi [www.saudi.gov.sa](http://www.saudi.gov.sa), dari website resmi visi saudi 2030 yaitu [vision2030.gov.sa/en](http://vision2030.gov.sa/en). Penelitian dengan cara studi kepustakaan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diselesaikan.

#### **1.8.5 Teknik Analisis Data**

Setelah berhasil mengumpulkan data, penelitian ini difokuskan untuk menjelaskan mengenai bagaimana strategi Arab Saudi mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi Vision 2030*. Sebagai salah satu tahapan untuk menjelaskan bagaimana strategi yang dilakukan oleh Arab Saudi tersebut, penulis menggunakan kerangka berpikir *Nation branding* yang dikemukakan oleh Simon Anholt. Anholt menjelaskan terdapat tiga komponen utama dalam proses untuk menetapkan *Nation branding*, yaitu *strategy*, *substance* dan *symbolic actions*.

Berdasarkan tiga komponen tersebut penulis mencoba untuk menganalisa bagaimana strategi yang dilakukan oleh Arab Saudi untuk mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi Vision 2030*.

## **1.9 Sistematika Penulisan**

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi kepustakaan, kerangka konseptual, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II: CITRA ARAB SAUDI DAN INDUSTRI PARIWISATA**

Pada bab ini membahas mengenai citra yang dimiliki oleh Arab Saudi dan bagaimana keadaan industri pariwisata yang dimiliki oleh Arab Saudi sebelum lahirnya *Saudi Vision 2030*. Dalam bab ini akan dibahas tentang citra Arab Saudi yang belum terbuka dan citra konservatif yang dimiliki oleh Arab Saudi.

### **BAB III: SAUDI VISION 2030 UNTUK MEWUJUDKAN ARAB SAUDI SEBAGAI DESTINASI WISATA**

Pada bab ini menjelaskan mengenai awal mula lahirnya kebijakan *Saudi Vision 2030* dari tahun 2016 hingga sekarang. Pada bab ini juga dijelaskan upaya yang dilakukan oleh pemerintah Arab Saudi untuk menjadikan negara Arab Saudi sebagai destinasi wisata melalui kebijakan Saudi Vision 2030.

### **BAB IV: ANALISIS STRATEGI ARAB SAUDI MEWUJUDKAN DIRI SEBAGAI DESTINASI WISATA MELALUI SAUDI VISION 2030**

Pada bab ini menjelaskan mengenai analisis strategi Arab Saudi mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi Vision 2030*. Analisis dilakukan

menggunakan konsep *Nation branding* seperti yang telah dipaparkan pada bab satu diatas.

## **BAB V: PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dan hasil penelitian yang ditemukan terkait dengan “strategi Arab Saudi mewujudkan diri sebagai destinasi wisata melalui *Saudi Vision 2030*” serta saran dari peneliti terhadap penelitian selanjutnya.

