

ABSTRAK

Sejak diberlakukannya AFTA tahun 2003, Sektor pariwisata merupakan salah satu bidang yang dapat meningkatkan hubungan antar negara selain bidang politik, ekonomi. Selain itu bidang pariwisata khususnya pariwisata internasional juga dapat menghasilkan devisa negara yang digunakan untuk pembangunan nasional. Bagi Indonesia saat ini, pengembangan sektor pariwisata dinilai merupakan suatu tindakan yang logis dan realistis untuk dapat meningkatkan dan memulihkan kondisi Kepariwisata Nasional sebagai tujuan wisata internasional. Tindakan tersebut ditempuh guna mendapatkan citra Indonesia di mata Internasional. Oleh karena itu, untuk membangkitkan industri pariwisata internasional, pemerintah Indonesia telah melakukan serangkaian upaya baik dari segi pemasaran dan promosi pariwisata Indonesia. Seiring dengan digulirkannya Otonomi Daerah, maka masing-masing daerah di Indonesia memiliki hak dan kewenangan dalam mengembangkan daerahnya terutama di sektor pariwisata yang berguna sebagai pemasok pendapatan daerah. Salah satu daerah yang telah menjalankan kebijakan otonomi adalah, Kabupaten Banyuwangi yang memiliki Obyek wisata Pantai Plengkung dan berpotensi sebagai daerah tujuan wisata internasional.

Dengan demikian terdapat rumusan masalah yang berkaitan dengan hal di atas yaitu bagaimana upaya Pemda Banyuwangi dalam meningkatkan G-Land sebagai tujuan wisata internasional. Untuk menganalisa rumusan masalah tersebut penulis menggunakan kerangka dasar teori yaitu, *pertama*, menggunakan Teori Pembuatan keputusan dalam sistem politik menurut David Easton; *Kedua*, Konsep Pariwisata Internasional

Upaya atau kebijakan yang telah diambil oleh Pemda Kabupaten Banyuwangi untuk meningkatkan Pariwisata Pantai Plengkung yaitu berupa, *Pertama*, Pemantapan kawasan Pantai Plengkung, yang meliputi kegiatan penunjukan kawasan dan penataan batas kawasan, misalnya kebijakan yang mengatur batas kawasan Pantai Plengkung sebagai kawasan pariwisata internasional; *Kedua*, Memperbaiki Sarana dan Prasarana Kawasan Pantai Plengkung, seperti Hotel, Restoran, Biro Perjalanan, pembangunan jalan, Tenaga/Energi listrik, Bandar Udara, Pelabuhan Laut, Program kegiatan rekreasi, fasilitas pelengkap berupa pelayanan; *Ketiga*, mengadakan promosi obyek wisata untuk menarik wisatawan, seperti promosi melalui media cetak (melalui surat kabar, brosur) maupun elektronik (internet, televisi, radio), mengikuti kegiatan promosi di luar kota maupun luar negeri guna memperkenalkan wisata Pantai Plengkung, mengadakan event-event yang berskala internasional, seperti event