

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pariwisata menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu kegiatan yang memiliki hubungan dengan perjalanan rekreasi. Menurut UU No.10 Tahun 2009 yang membahas kepariwisataan, pariwisata memiliki sebuah pengertian berupa segala bentuk kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki wilayah geografis seluas 1,905 km² dengan komposisi dua pertiga dari wilayah negaranya merupakan lautan dan sepertiganya daratan. Indonesia memiliki banyak keanekaragaman alam seperti pantai, lembah serta pegunungan dan juga keanekaragaman budaya yang memiliki potensi jika dikelola sebagai atraksi wisata. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dinilai dapat membantu mempercepat penanggulangan kemiskinan di Indonesia (Yoeti, 2008). Hal tersebut didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS), BPS mencatat bahwa jumlah devisa Indonesia dari sektor pariwisata terus berkembang setiap tahunnya. Tercatat sektor pariwisata menghasilkan sebesar 13,13 miliar US\$ pada tahun 2017 dan berkembang pada tahun berikutnya menjadi 16,42 miliar US\$ (BPS, 2019).

Potensi yang ditunjukkan oleh sektor pariwisata tersebut membuat pemerintah Indonesia berusaha untuk mengembangkan potensi sektor tersebut. Usaha dalam pengembangan pariwisata Indonesia dapat dilihat dari kerjasama bilateral pemerintah dengan lebih 50 negara di dunia dalam bidang kepariwisataan (Kemenparekraf, 2012). Pengembangan pariwisata yang dilakukan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan devisa negara, namun juga untuk memicu pertumbuhan ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat di sekitar kawasan pariwisata. Pengembangan pariwisata dapat memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD), perluasan lapangan kerja, peningkatan penyerapan tenaga kerja, serta sebagai sarana untuk menjaga dan melestarikan kekayaan alam.

Usaha pengembangan pariwisata Indonesia juga dilakukan dalam agenda program kerja pemerintah yang dilaksanakan oleh Kementerian Pariwisata, yaitu penyelenggaraan *event* kepariwisataan tahunan, salah satunya *Indonesia Sustainable Tourism Awards* (ISTA). ISTA merupakan ajang penghargaan bagi kawasan-kawasan pariwisata di Indonesia yang mengusung

tema pariwisata berkelanjutan (Maulidia, 2017). Pariwisata berkelanjutan adalah kegiatan pembangunan pariwisata yang peduli mengenai dampak yang muncul dari kegiatan pariwisata terhadap tradisi, elemen budaya, aktivitas masyarakat lokal, serta melindungi keberlangsungan sumberdaya yang di dalamnya termasuk sumberdaya alam, kebudayaan, dan sumberdaya manusia sesuai dengan strategi pengembangan berkelanjutan (UNWTO, 1995).

Gastronomy tourism atau wisata gastronomi merupakan salah satu contoh dari produk pariwisata berkelanjutan. Gastronomi merupakan gabungan dari dua kata yang berasal dari Bahasa Yunani yaitu “gastros” yang memiliki arti “lambung” atau “perut” dan nomos yang memiliki arti “hukum” atau “aturan”. Gastronomi didefinisikan sebagai *the art of good eating*. Gastronomi sebagai atraksi wisata merupakan hal-hal yang berkaitan dengan suatu hidangan. Hal-hal yang berkaitan dengan hidangan tersebut merupakan refleksi dari sebuah sejarah, tradisi, budaya, serta faktor lingkungan yang kemudian mempengaruhi proses hidangan itu diperoleh, dibuat, dan disajikan (Barbara, 2004). Selain menjadi sebuah atraksi wisata dan penggambaran sebuah kebudayaan, gastronomi dapat menjadi kepentingan suatu negara karena hal tersebut dapat mendefinisikan identitas budayanya (Rao, Monin, & Durand, 2003).

Implementasi gastronomi sebagai *interest* suatu negara dapat dilihat dalam praktek gastrodiplomasi. Gastrodiplomasi adalah sebuah cara menarik perhatian pihak lain dengan media makanan agar pihak lain tersebut memiliki kesan dan menggugah untuk mengerti kultur yang ada dibalik hidangan makanan tersebut (Pujayati, 2017). Menurut Paul Rockower, Gastrodiplomasi adalah strategi yang digunakan oleh negara untuk melakukan diplomasi kebudayaan dengan cara mempromosikan masakannya (Rockower, 2012). Praktek Gastrodiplomasi diperkenalkan oleh Thailand kepada dunia internasional sebagai bagian dari diplomasi publik mereka. Pada tahun 2002, Thailand memperkenalkan konsep diplomasi ini melalui program mereka yang bernama “*Global Thai*” dalam rangka mempromosikan pariwisata serta kebudayaan makanan Thailand. Melalui program ini, Thailand berusaha untuk memperbaiki *image* pariwisatanya yang buruk. (Immawati, 2017).

Indonesia yang merupakan negara yang mengandalkan sektor pariwisata juga melakukan hal yang serupa dengan Thailand. Indonesia berusaha mempromosikan pariwisatanya dengan menggunakan pariwisata dan gastronomi. Usaha tersebut dilakukan dengan bekerja sama dengan *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO). Pada tahun 2017, perwakilan Indonesia dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemeparekraf), Vita Datau, pada forum 3rd

UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism, mengusulkan destinasi wisata Ubud di Bali sebagai prototipe dari proyek *UNWTO Gastronomy Tourism Product Development Project*, yaitu proyek untuk membangun destinasi gastronomi pertama di dunia yang sesuai dengan standar UNWTO. Kemudian, pada tahun 2019, Kementerian Pariwisata dan UNWTO meresmikan proyek pembangunan Ubud sebagai destinasi gastronomi internasional (Sulaiman, 2019).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah **“Bagaimana strategi kerjasama antara Indonesia dengan UNWTO untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing ke Indonesia?”**

1.3. Jangkauan Penelitian

Penelitian ini akan memberikan eksplanasi mengenai bagaimana penerapan strategi dari kerjasama Indonesia dan UNWTO dapat meningkatkan jumlah wisatawan asing ke Indonesia. Objek penelitian ini terbatas dengan objeknya yaitu proyek kerjasama Indonesia dengan UNWTO yaitu *UNWTO Gastronomy Tourism Product Development Project*. Skala waktu yang akan digunakan pada penelitian ini adalah pada rentang tahun 2017-2019 yaitu ketika Indonesia pertama kali mengajukan diri untuk bekerjasama dengan UNWTO dalam proyek wisata gastronomi sampai dengan “kick-off” peresmian *UNWTO Gastronomy Tourism Product Development Project* antara Kementerian Pariwisata dan UNWTO. Namun, tidak menutup kemungkinan apabila peneliti akan menyinggung peristiwa yang berhubungan dengan peristiwa tersebut.

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah **“Bagaimana strategi kerjasama antara Indonesia dengan UNWTO untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing ke Indonesia?”** berdasarkan fakta dan data yang mendukung untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi dilakukan Indonesia dan UNWTO untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dikategorikan menjadi 2 jenis, yaitu:

1.5.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi bagi penelitian berikutnya khususnya bagi peneliti yang ingin mengangkat topik pariwisata, gastrodiplomasi, serta dapat menjadi acuan untuk mengetahui fakta dibalik fenomena hubungan internasional.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk menjadi sumber referensi untuk mengetahui proses-proses yang terjadi dalam kerjasama Indonesia dan UNWTO untuk membangun destinasi gastronomi dunia, serta menambah wawasan bagi pemerintah dan badan usaha milik swasta mengenai persiapan-persiapan yang perlu dimiliki suatu negara serta kebijakan apa saja yang dapat mendukung pariwisata suatu negara layak dibangun menjadi destinasi gastronomi dunia.

1.6. Landasan Teori

Adapun konsep yang digunakan untuk menganalisa fenomena tersebut, adalah:

1.6.1. Diplomasi Kebudayaan

Konsep diplomasi kebudayaan adalah konsep yang peneliti gunakan untuk menganalisa fenomena destinasi gastronomi dunia yang merupakan proyek kerjasama Indonesia dengan UNWTO dapat menjadi strategi diplomasi kebudayaan Indonesia. Diplomasi Kebudayaan merupakan sebuah upaya negara untuk memperjuangkan kepentingan nasionalnya melalui aspek kebudayaan yang mikro seperti ilmu pengetahuan, kesenian, dan olahraga maupun secara makro seperti propaganda (Warsito & Kartikasari, 2007). Tujuan yang diharapkan dari bentuk diplomasi ini adalah adanya sebuah pengaruh yang dapat menggugah opini publik baik pemerintah maupun masyarakat dari negara lain untuk mendukung kebijakan politik luar negeri tertentu. Para aktor yang melakukan kegiatan diplomasi ini merupakan aktor-aktor yang meliputi pemerintah, lembaga non-pemerintah, kelompok bisnis dan kepentingan, serta individu. Kegiatan diplomasi ini juga bermaterikan budaya yang meliputi hal-hal yang memberdayakan kebudayaan seperti kesenian, pariwisata, olahraga, dan lain sebagainya.

Gastrodiplomasi merupakan salah satu contoh kegiatan diplomasi yang menggunakan aspek budaya dalam prakteknya dimana melalui kegiatan tersebut terjadi sebuah kesadaran serta pemahaman mengenai suatu budaya dibalik sebuah hidangan kuliner. Jadi ketika makanan menjadi suatu media yang digunakan oleh antar individu untuk memahami kebudayaan masing-masing maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai gastrodiplomasi. Hal ini dikarenakan suatu makanan dapat mewakili suatu sejarah, tradisi, dan budaya di suatu negara. Gastrodiplomasi dapat dimanfaatkan oleh suatu negara dengan harapan dapat meningkatkan citra nasionalnya melalui media makanan untuk membentuk atau mengubah sebuah opini publik dan sebagai ajang mempromosikan negara di kancah global.

1.6.2. Soft Power

Soft power merupakan sebuah konsep dimana di dalamnya membahas keahlian dalam mempengaruhi pihak lain untuk mendukung atau melakukan hal yang kita inginkan tanpa ancaman serta paksaan (Nye J. S., 1990). Konsep soft power diperkenalkan oleh Joseph S. Nye pada tahun 1990. Nye membagi power menjadi dua bagian, yaitu hard power dan soft power. Hard power merupakan cara berdiplomasi dengan pemberian sebuah imbalan, ancaman, atau sebuah paksaan kepada pihak lain untuk mendukung atau melaksanakan kebijakan yang suatu pihak usulkan. Contohnya adalah sanksi ekonomi, embargo, maupun ancaman militer. Namun, di sisi lain soft power menawarkan sebuah cara yang halus dimana diplomasi yang memanfaatkan soft power tidak menggunakan tindakan koersif dalam prakteknya. Soft power merupakan konsep menarik perhatian pihak lain, melalui sebuah citra, kebudayaan, nilai, dan kebijakan suatu pihak sehingga dari perhatian tersebut munculah rasa dukungan dan kesukarelaan dalam mendukung suatu tindakan. Atau dapat disimpulkan bahwa soft power merupakan suatu keahlian untuk mencapai sebuah tujuan melalui sebuah ketertarikan dan tanpa ada unsur paksaan dalam aksinya (Nye, *Soft Power: The Means To Success In World Politics*, 2004). Implementasi dari soft power ini lah yang banyak digunakan oleh negara maupun organisasi-organisasi untuk menarik perhatian pihak lain agar ingin bekerjasama dengan mereka. Konsep soft power sangat cocok untuk menjelaskan bagaimana destinasi gastronomi dunia dapat menjadi sebuah *power* yang dapat menarik pihak lain, baik untuk bekerjasama maupun untuk mengenal kebudayaan Indonesia.

1.7. Hipotesa

Strategi kerjasama gastrodiplomasi antara Indonesia dengan UNWTO untuk peningkatan jumlah wisatawan asing ke Indonesia, adalah sebagai berikut:

Indonesia melakukan diplomasi kebudayaan dengan menggunakan soft power melalui penerapan tiga strategi gastrodiplomasi dalam kerjasama dengan UNWTO untuk mempromosikan pariwisata, yaitu *product marketing strategy*, *food event strategy*, dan *education strategy* kepada masyarakat internasional sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan internasional ke Indonesia.

1.8. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan suatu metodologi penelitian yang berfungsi untuk memudahkan peneliti dalam menjawab rumusan masalah. Metodologi penelitian ini juga

menjelaskan metode-metode yang digunakan dalam penelitian yang sesuai dengan kaidah ilmu pengetahuan untuk mencari jawaban dengan disiplin ilmu hubungan internasional.

1.8.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan suatu fenomena yang telah terjadi, baik fenomena yang bersifat alamiah maupun fenomena yang bersifat buatan. Fenomena itu bisa merupakan suatu objek, aktivitas, serta komparasi antara suatu fenomena dengan fenomena lainnya (Sukmadinata, 2006). Peneliti akan berusaha mendeskripsikan suatu masalah dan mencoba menjawab permasalahan tersebut melalui fakta-fakta yang peneliti peroleh. Penelitian kualitatif deskriptif ini akan mencoba mendeskripsikan kondisi wisata gastronomi di Indonesia dan kerjasama dengan UNWTO dalam membangun destinasi gastronomi dunia yang dapat menjadi strategi gastrodiplomasi Indonesia yang kemudian dari proses deskripsi tersebut kemudian peneliti mencoba menjawab rumusan masalah menggunakan konsep berpikir yang peneliti tentukan.

1.8.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di berbagai lokasi yang mendukung peneliti dalam memperoleh data sekunder. Lokasinya berada di tempat tinggal peneliti dan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

1.9. Subjek dan Tingkat Analisa Data

Penelitian ini memiliki variabel independen yaitu strategi gastrodiplomasi sebagai unit eksplanasi dari penelitian yang perilakunya hendak diamati. Variabel independen adalah sebuah konsep yang menjelaskan sebuah fenomena yang mempengaruhi terjadinya suatu fenomena atau menjadi penyebab dari variabel dependen dan variabel lainnya. Sementara itu, variabel dependen merupakan variabel yang hendak dijelaskan fenomenanya atau sebagai sebab dari pengaruh yang diberikan variabel independen (Mas'ood, 1990). Pada penelitian ini, kerjasama Indonesia dengan UNWTO dalam membangun destinasi gastronomi dunia menjadi variabel dependen yang menjadi unit analisa. Tingkat analisa pada penelitian ini adalah dalam tingkat negara-bangsa. Pengertian penelitian pada tingkat negara-bangsa adalah tindakan internasional yang dilakukan oleh individu, kelompok, organisasi, maupun lembaga merupakan bentuk representasi dari tindakan negara (Mas'ood, 1990).

1.10. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah:

1.10.1. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diambil dari sumber tidak langsung seperti artikel, jurnal, website resmi maupun *annual report*.

1.11. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan aktivitas *library research* atau mengumpulkan data-data yang diperlukan dari buku, jurnal, artikel, website resmi maupun laporan tahunan baik secara *offline* maupun secara *online* melalui media internet.

1.12. Teknik Analisa Data

Setelah peneliti mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian, kemudian data tersebut akan peneliti analisa menggunakan teknik analisa dari Miles dan Huberman. Model teknik analisa interaktif yang melewati tiga tahapan (Sugiyono, 2010), yaitu:.

1.12.1. Reduksi Data

Pertama, peneliti akan melakukan pengumpulan data dari berbagai sumber sehingga data yang dikumpulkan untuk melakukan proses penelitian. Data yang terkumpul tersebut nantinya akan dipilah oleh peneliti sehingga cukup untuk menjawab rumusan masalah dari penelitian. Serta adanya modifikasi oleh peneliti terhadap data yang sifatnya kasar sehingga data tersebut nantinya dapat dipahami oleh pembaca.

1.12.2. Penyajian Data

Setelah melakukan tahap reduksi data, peneliti perlu menyajikan data yang diperoleh dalam bentuk sudah tereduksi. Data yang sudah diolah tersebut kemudian dilakukan penyajian secara naratif, bagan, tabel, gambar, dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan dengan maksud menampilkan data yang sudah terolah tersebut kemudian disajikan kepada para pembaca agar mudah untuk memahami mengenai masalah yang diangkat.

1.12.3. Verifikasi

Pada tahap ini peneliti melakukan pengujian berupa kecocokan antara data yang didapatkan dengan kebutuhan data, sehingga jawaban dari rumusan masalah yang diajukan dapat terjawab. Setelah itu adalah melakukan penarikan kesimpulan pada hasil penelitian.

1.13. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penjelasan laporan penelitian ini agar lebih jelas dan sistematis, maka peneliti membagi laporan penelitian ini menjadi beberapa bagian sebagai berikut:

- **BAB I**

Bagian ini memuat perihal latar belakang masalah, rumusan masalah, jangkauan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, landasan teori, hipotesa, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan.

- **BAB II**

Bagian ini menjelaskan mengenai pengertian pariwisata, pengertian gastronomi, hubungan pariwisata dan gastronomi, serta gastrodiplomasi yang meliputi definisi, jenis, dan strategi-strategi gastrodiplomasi.

- **BAB III**

Bab ini akan menjelaskan mengenai potensi gastronomi di Indonesia, usaha Indonesia mengembangkan potensi wisata gastronominya dengan bekerjasama dengan UNWTO, serta analisa data mengenai jenis dan strategi terkandung dalam kerja sama Indonesia dengan UNWTO dalam *UNWTO Gastronomy Tourism Development Project*.

- **BAB IV**

Bagian ini akan menjelaskan kesimpulan dari keseluruhan pembahasan penelitian