

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Studi Ilmu Hubungan Internasional adalah suatu ilmu yang memiliki cakupan yang sangat luas, seperti politik, ekonomi, hukum, dan sosial budaya. Dalam bidang ekonomi itu sendiri mencakup beberapa hal salah satu diantaranya adalah industri pariwisata. Oleh karena itu pariwisata menjadi salah satu hal yang bisa dibahas dalam studi Ilmu Hubungan Internasional. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan dalam usaha memperoleh devisa.

Sektor pariwisata adalah komponen industri yang dianggap dapat membantu dalam memberikan pertumbuhan ekonomi. Di tengah kesulitan yang banyak dialami oleh berbagai negara, salah satu solusi dalam menstimulasi kesempatan kerja dan investasi adalah pariwisata.

Kaum developmentalis berpendapat, pariwisata sebagai produk ekspor impor yang unik karena pariwisata memiliki potensi yang memungkinkan menjadi elemen penting bagi suatu strategi pembangunan negara – negara yang sedang berkembang. Lebih dari peluangnya sebagai sumber devisa. Industri pariwisata dipandang memiliki banyak elemen yang mendorong transformasi ekonomi negara – negara itu dari karakternya sebagai masyarakat pertanian yang tradisional menuju masyarakat modern internasional.¹ Potensi perkembangan pariwisata internasional berfungsi sebagai elemen strategis bagi pembangunan ekonomi negara – negara sedang berkembang bahkan negara

¹ Disampaikan oleh Anggito Abimanyu dalam Seminar “ Trend Pariwisata *Internasional dan Prospeknya Bagi Negara – Negara Berkembang* “, Pusat Studi Pariwisata UGM, 26 Maret 1996

maju sekalipun. Berbicara mengenai pariwisata sama saja dengan membicarakan mengenai globalisasi karena pada dasarnya pariwisata tidak mengenal tingkat batas wilayah.²

Perkembangan sektor pariwisata suatu negara tidak bisa lepas dari keadaan dalam negeri itu sendiri. Ketika keadaan dalam negeri suatu negara sedang terguncang dengan adanya berbagai masalah seperti kacaunya situasi politik dalam negeri, terkena bencana alam, adanya serangan teroris, dan permasalahan lain maka hal tersebut tentunya akan mengurangi jumlah kunjungan wisatawan asing yang datang ke negaranya. Untuk dapat memperoleh kembali devisa negara dari sektor pariwisata, maka negara tersebut harus mampu menggairahkan kembali industri pariwisata dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing.

Singapura adalah salah satu negara yang menggantungkan pendapatan negaranya dari sektor pariwisata. Pada saat SARS menyerang Singapura tahun 2003, industri pariwisata menjadi lesu. Jumlah wisatawan asing yang datang berkunjung ke Singapura berkurang dengan sangat drastis. Wisatawan asing takut datang ke Singapura karena takut tertular virus SARS yang mematikan tersebut. Akibatnya pendapatan negara dari sektor pariwisata pun menjadi menurun drastis.

Pasca serangan SARS tersebut pemerintah Singapura berusaha meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing. dan menggairahkan industri pariwisata yang sempat lesu dengan berbagai kebijakan. Pemerintah Singapura mengucurkan dana untuk membangkitkan kembali industri pariwisata negaranya dalam jumlah yang sangat besar.

² Disampaikan oleh Stff B. Indarto, dalam Lokakarya dengan tema “ Cara Penanganan Kerjasama Internasional :, 26-27 Juli 2004. Pusat Studi Pariwisata UGM

Dengan didasarkan pada uraian tersebut diatas, penulis dalam skripsinya mencoba mengangkat judul “*Kebangkitan Industri Pariwisata Singapura Pasca Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)* “.

B. Tujuan Penulisan

Di dalam penulisan skripsi tersebut penulis memiliki tujuan sebagai berikut :

Pertama, untuk memberikan gambaran yang obyektif tentang industri pariwisata Singapura baik sebelum serangan SARS, pada saat serangan SARS, maupun pasca serangan SARS.

Kedua, untuk mengetahui langkah-langkah apa saja yang dilakukan oleh pemerintah Singapura dalam menggairahkan kembali industri pariwisata Singapura pasca serangan SARS yang melanda negara tersebut.

Ketiga, untuk menerapkan teori yang telah dipelajari oleh penulis selama duduk di bangku perkuliahan.

Keempat, untuk memenuhi syarat akhir untuk menyelesaikan studi pada jenjang kesarjanaan pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

C. Latar Belakang Permasalahan

Dalam perkembangan Ilmu Hubungan Internasional yang begitu kompleks, perkembangannya tidak hanya tertuju kepada masalah politik saja tetapi sudah berkembang ke berbagai sektor yang ada.

Salah satu dari perkembangan Ilmu Hubungan Internasional adalah pariwisata, yaitu dimana adanya pergerakan manusia dari satu negara ke negara lain untuk melakukan perjalanan santai.³ Bahwa sektor pariwisata dijadikan pilar ekonomi kiranya bukan hal yang asing bagi suatu negara. Banyak negara yang secara bersungguh-sungguh menangani pariwisata kemudian dapat mengambil benefit ekonomi dari kesungguhannya itu. Logikanya sederhana: dengan membenahi pariwisata secara profesional maka banyak wisatawan yang akan hadir untuk menikmati keindahan yang disuguhkan; hadirnya wisatawan ini identik dengan hadir - nya dolar.⁴ Kepariwisata juga dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, dimana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan ditengah-tengah industri lainnya.

Di beberapa negara, baik negara miskin ataupun negara maju, pariwisata menjadi beberapa andalan dalam pembangunan ekonomi negara mengingat sektor pariwisata mampu memberikan devisa dalam jumlah yang lebih besar jika dibandingkan dengan sektor lain.

Sejalan dengan peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat di suatu negara, akan semakin banyak dilakukan kegiatan pariwisata, karena pada taraf tertentu orang-orang yang telah mencapai kemakmuran relatifnya, tetapi setelah taraf itu dicapai, timbul kebutuhan atau keinginan lain, yaitu ingin bersenang-senang, ingin mencari pengalaman melihat tempat-tempat atau negara lain, melakukan perjalanan wisata.⁵

³ Salam, Usmar. *Citra Pariwisata Indonesia*. Bapindo-UGM. 1990, hal 34

⁴ Prof. Dr. Ki Supriyoko, M.Pd., "Pariwisata Sebagai Pilar Ekonomi" pada International Conference on Cultural Tourism and Local Communities 2006 di Yogyakarta.

⁵ Oka A. Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Jakarta, Hal. 64.

Berbagai analisis menyebutkan, pariwisata akan menjadi industri terbesar dengan pertumbuhan paling pesat dalam perekonomian dan akan menjadi penggerak utama perekonomian dunia abad 21 bersama dengan industri telekomunikasi dan teknologi informasi.

Ada tiga hal penting yang dilontarkan oleh WTO (World Tourism Organization) sehubungan dengan perkembangan industri pariwisata ke depan :⁶

1. Pariwisata identik dengan kehidupan modern dan dalam kondisi resesi ekonomi sektor ini mampu bertahan dengan pertumbuhan yang relatif tinggi
2. Meskipun pariwisata masih terkonsentrasi di kawasan tertentu, kegiatannya mulai tersebar ke berbagai wilayah di seluruh dunia.
3. Pertumbuhan dan perkembangan pariwisata merupakan tantangan bagi perkembangan ekonomi suatu negara.

Menurut penulis, pariwisata merupakan hal sangat menarik dan unik untuk dikaji lebih lanjut. Penulis melihat pariwisata merupakan industri yang hebat karena ketika industri ini berjalan, maka industri ini mampu melibatkan dan menggerakkan sektor lain untuk turut mendukung dan memberikan kontribusi positif yang cukup tinggi pada suatu negara. Oleh karena itu sangatlah wajar apabila sektor pariwisata dianggap sebagai *passport to development* bagi negara tertentu seperti Singapura.⁷ Hal ini tentu saja disebabkan karena pariwisata mempunyai dampak multi atau “multiplier effect”. Teori ini merupakan teori yang pertama kali diperkenalkan oleh Prof. Paul A. Samuelson.

⁶ Disampaikan oleh Heru Nugroho dalam Seminar Nasional dengan tema “*Trend Pariwisata Internasional dan Prospeknya Bagi Negara – Negara Berkembang*”, Pusat Studi Pariwisata UGM, 26 Maret 1996

⁷ Disampaikan oleh Anggito Abimanyu dalam Seminar “*Trend Pariwisata Internasional dan Prospeknya Bagi Negara – Negara Berkembang*”, Pusat Studi Pariwisata UGM, 26 Maret 1996

Seorang tokoh dari Departemen Perekonomian, Institut Teknologi Massachusetts, pada tahun 1939.⁸

Kasus SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*) di Singapura dan sebagian negara belahan dunia lainnya membuat sektor pariwisata di seluruh dunia terpuruk. Beberapa negara yang mengandalkan sektor pariwisata sebagai ujung tombak utama pendapatan negara sangat terpukul. Secara umum faktor yang melatar belakangi kelesuan sektor pariwisata dunia ini sebagai akibat tidak adanya kenyamanan dan keamanan calon wisatawan, sehingga menyebabkan penurunan tingkat kunjungan wisatawan yang secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi suatu negara.

Mewabahnya SARS mengakibatkan pemerintah di berbagai negara mengeluarkan kebijakan larangan bepergian yang disebut dengan “*Travel Warning*” ataupun “*Travel Ban*”. Pengertian Travel warning adalah *sebuah peringatan oleh pemerintah resmi negara kepada warga negaranya agar tidak mengunjungi suatu negara, dengan alasan keamanan dan keselamatan diri*. Sedangkan pengertian travel ban adalah *peringatan keras atau larangan mutlak dari pemerintah kepada warga negaranya agar tidak mengunjungi negara tertentu karena alasan keamanan dan keselamatan*. Dampak dari kebijakan tersebut menjadikan renggangnya hubungan internasional antar negara. Hal demikian ini hanya sebagian kecil contoh kasus gambaran bahwa sektor pariwisata mempunyai andil yang sangat besar dalam dimensi hubungan internasional.

Singapura adalah salah satu negara di Asia Tenggara yang menggantungkan pendapatan negaranya dari sektor industri, diantaranya adalah industri tekstil, industri elektronika, industri otomotif dan industri pariwisata. Pemerintah Singapura memiliki

⁸ Yoeti, *op.cit.*, p.34

perhatian yang cukup besar terhadap sektor pariwisata. Industri pariwisata negara bekas jajahan Inggris ini mampu memberi pemasukan sebesar SGD 5 Miliar per tahun. Singapura, negara mungil yang jumlah penduduknya setara dengan Yogyakarta ternyata memiliki Gross National Product (GNP) yang lebih tinggi daripada negara-negara di sekitarnya seperti Malaysia, Filipina, dan Vietnam. GNP Singapura mencapai 95,5 miliar USD⁹. Pencapaian GNP Singapura yang cukup memadai itu tidak terlepas dari keberhasilannya menangani sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan sektor pariwisata Singapura memiliki sarana dan prasarana yang sangat menunjang seperti diantaranya adalah letak wilayah Singapura yang sangat strategis, tempat pariwisata menarik dan terawat dengan baik, tempat berbelanja yang modern, banyaknya hotel tempat berkelas internasional, Bandara Internasional Changi yang mampu melayani 60 penerbangan dalam satu hari, dan beberapa sarana penunjang yang lain. Pemerintah Singapura memiliki perhatian yang sangat besar terhadap sektor pariwisata.

Wisatawan asing yang berkunjung ke Singapura rata-rata berasal dari wilayah Asia. Data tahun 2002 wisatawan Asia menempati 70% dari total kunjungan wisatawan asing ke Singapura¹⁰. Indonesia menduduki peringkat pertama jumlah wisatawan asing yang datang ke Singapura. Melihat kenyataan tersebut pasar Indonesia menjadi sangat penting bagi pemasukan devisa Singapura, karena itu pula Singapura berusaha mendapatkan sebanyak mungkin wisatawan dari Indonesia. Dalam perkembangannya, Singapura berupaya menjadikan Indonesia sebagai target market utama industri

⁹ Prof. Dr. Ki Supriyoko, M.Pd., "Pariwisata Sebagai Pilar Ekonomi" pada International Conference on Cultural Tourism and Local Communities 2006 di Yogyakarta.

¹⁰ Manopol, Yuyun & Iskandar, Eddy Dwinanto. 2006. *Business Travel & MICE, Lahan Menjanjikan Pariwisata Singapura Pasca-SARS*. Swa 02/XXII/26 Januari -8 Februari, hlm. 1

pariwisatanya selain Malaysia. Berbagai upaya dilakukan agar wisatawan domestik maupun mancanegara melakukan kegiatan pariwisata di Singapura.

Pada awal tahun 2003 sindrom pernafasan akut parah atau *Severate Acute Respiratory Syndrome* (SARS) melanda berbagai negara di belahan dunia, diantaranya Hongkong, China, Taiwan, Thailand, Kanada dan Singapura. *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS) adalah suatu penyakit yang menyerang saluran pernafasan, terutama mengakibatkan kerusakan pada jaringan paru-paru¹¹. Pada tanggal 15 Maret 2003 Badan Kesehatan Dunia (WHO) menyatakan bahwa SARS sebagai penyakit yang dapat menyebabkan ancaman global. Dengan dasar itu WHO mengeluarkan *travel advisory*. Sedikitnya 31 warga Singapura meninggal dunia pada bulan April-Juni 2003.¹² Kasus SARS merupakan pukulan paling berat bagi industri pariwisata Singapura. Badan Kesehatan Dunia (WHO) sempat membuat pernyataan bahwa Singapura termasuk dalam daftar negara yang diduga kuat menjadi pusat penyebaran SARS. Hal ini membuat banyak wisatawan asing takut untuk berkunjung ke Singapura. Akibatnya kunjungan wisatawan asing mengalami penurunan hingga mencapai angka 67,3% pada bulan April 2003 atau jumlah total hanya 203.282 kunjungan¹³. Secara keseluruhan terjadi penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Singapura sebesar 19% dari kunjungan wisatawan tahun 2002 sebesar 7,6 juta menjadi 6,1 juta pada tahun 2003. Hal ini tentu saja sangat merugikan pemerintah Singapura, karena secara otomatis pendapatan negara Singapura juga mengalami penurunan.

¹¹ Dr.dr.Sutaryo,SpA(K), *Severe Acute Respiratory Syndrome-Coronavirus (SARS-CoV)*, MEDIKA, Fakultas Kedokteran UGM, Yogyakarta, 2004. hal 1.

¹² Ibid, hal 6.

¹³ Diakses dari sumber elektronik <http://cybertravel.com> pada tanggal 6 Februari 2009

Hubungan antara keamanan dan keadaan dalam negeri suatu negara dengan industri pariwisata seperti ikan dan air (bahwa tidak terpisahkan dan saling mempengaruhi). Seorang wisatawan yang ingin berlibur di suatu negara tujuan wisata, disamping mendambakan kesenangan, hiburan, dan kepuasan, juga menginginkan kondisi dan perasaan aman. Situasi dalam negeri Singapura yang kurang stabil sebagai akibat serangan virus SARS yang mematikan pada tahun 2003 juga ikut mempunyai pengaruh terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung ke Singapura.

Hal yang sama dikatakan oleh Rongers Doswell (1978) dalam bukunya “**Case Studies Intourism**” disebutkan bahwa pariwisata sebetulnya tidak lain sebagai satu kesatuan dan kekompakan bagai sebuah zimponi. Sebab, ketika salah satu instrumen itu bunyinya mengganggu, maka seluruh satu zimponi akan ikut terganggu, demikian juga bila melihat pariwisata. Menyadari pentingnya industri pariwisata secara ekonomi, maka setiap negara berusaha memberikan pelayanan yang terbaik pada wisatawan.¹⁴ Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk membangun citra yang kuat dalam rangka menghasilkan daya tarik yang kuat dari suatu destinasi. Sebab, ketika wisatawan menilai dan mengevaluasi destinasi, persepsi terhadap destinasi merupakan komponen kunci untuk melakukan kunjungan atau tidak. Artinya proses pembentukan citra merupakan tahapan yang sangat kritis bagi wisatawan. Konsekuensinya, citra destinasi akan memainkan peran penting, baik dalam menarik ataupun menahan wisatawan.¹⁵

¹⁴ Kasali, Rhenald. 2004. *Jangan Abaikan Pariwisata*. (online, <http://jkt.detik.com/kolom/rhenal/bisnis/200409/20040923-140434.shtml>)

¹⁵ Andreassen, Tor Wallin & Lindestad, Bodil. 1998. *Customer Loyalty and Complex Services: the impact of corporate image on quality, customer satisfaction and loyalty for customer with varying degrees of service expertise*. *International Journal of Services Industry Management*, Vol. 9 No. 1, hal. 7-23.

Setelah masalah SARS bisa diatasi, pemerintah Singapura, berusaha meningkatkan kembali kunjungan wisatawan asing ke Singapura dan menggairahkan industri pariwisata Singapura dalam rangka mendapatkan kembali pendapatan negara dari sektor pariwisata dalam jumlah yang sangat besar

D. Pokok Permasalahan

Dari latar belakang yang digambarkan diatas, maka penulis merumuskan suatu masalah, yaitu: **Kebijakan apa yang dilakukan pemerintah Singapura dalam rangka membangkitkan kembali industri pariwisata Singapura pasca serangan SARS?**

E. Kerangka Pemikiran

Teori adalah konsep-konsep yang saling berhubungan menurut aturan logika menjadi satu bentuk pernyataan tertentu sehingga bisa menjelaskan fenomena tersebut secara ilmiah.¹⁶

Sebuah teori menampilkan sebuah sistematis tentang fenomena dengan jalan memberi preposisi-preposisi atau hipotesa-hipotesa yang membahas khusus hubungan hubungan di antara beberapa variable agar supaya bisa memaparkan penjelasan-penjelasan dan membuat prediksi mengenai fenomena tersebut.¹⁷

Dari dua definisi tersebut di atas, maka untuk menjelaskan tentang dampak serangan SARS terhadap industri pariwisata Singapura, penulis menggunakan teori persepsi oleh Ole R Holsti, serta ditambah konsep pariwisata dan konsep pemasaran.

¹⁶ Mohtar Mas'ed, *Ilmu Hubungan Teori dan Metode*, Penerbit Pusat Antar Universitas Studi Sosial UGM, Yogyakarta, 1998, Hal 16.

¹⁷ James E. Dougherty dan Robert L. Plahxgraff, Jr, *Teori-teori hubungan Internasional*, terjemahan M. Amin Rais, Harwanto Dahlan, Tulus Warsito, Yogyakarta, Fisipol-UMY, 1995. Hal 46.

1. Teori Persepsi

Persepsi yaitu rangsangan dari luar seperti gerak suatu obyek dan rangsangan dari dalam seperti sesuatu yang ditangkap dari inderanya yang akan mempengaruhi tindakan individu mendefinisikan situasi.

Menurut Mochtar Maso'ed, naluri dan kepribadian adalah segi-segi individual yang bersifat statik, sedangkan persepsi atau citra yang dimiliki oleh individu bersifat dinamik, karena persepsi seringkali berubah, walaupun persepsi mungkin salah tetapi persepsi memainkan peran dalam menentukan perilaku suatu negara¹⁸.

Thomas Franck dan Edward Weisband menekankan pentingnya persepsi atau citra, yaitu :

*“Cara negara melihat satu sama lain sering menentukan cara mereka berinteraksi suatu kerjasama sistematis tidak mungkin berkembang diantara negara yang menganggap liar, jahat, agresif dan tidak bermoral.”*¹⁹

Dalam teori persepsi orang melakukan tindakan berdasarkan apa yang mereka “ketahui”. Tanggapan seseorang pada situasi tergantung bagaimana cara mereka mendefinisikan situasi itu. Perbedaan dalam memandang perilaku manusia berkaitan dengan perbedaan cara orang memandang “*Kenyataan*”. Persepsi membantu individu dalam menyeleksi, mengorganisasi, menyimpan, dan menginterpretasikan informasi menjadi sesuatu yang berarti.²⁰

¹⁸ Mochtar Maso'ed, *Studi Hubungan Internasional Tingkat Analisis dan Teoritis*, PAU-UGM, hal 19.

¹⁹ Ibid,

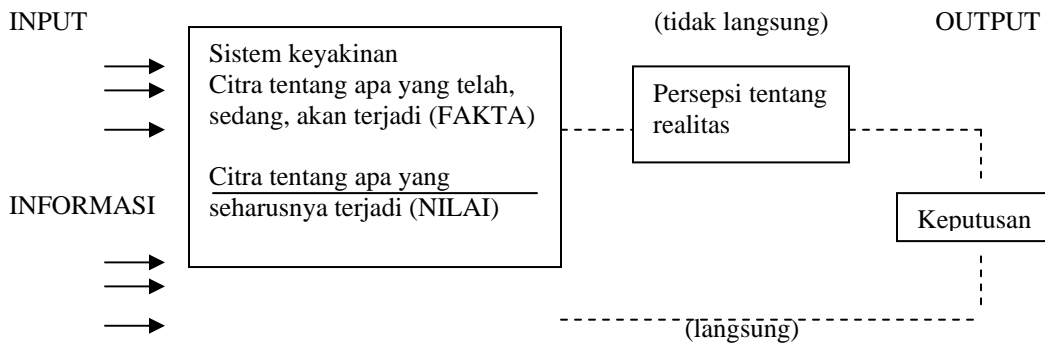
²⁰ Yoharman Syamsu, *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Vol 5, Hal. 73.

Ole R Holsti membuat diagram yang menggambarkan persepsi dan hubungannya dengan citra dan sistem keyakinan (belief system) sebagaimana dalam gambar 1-1.

Tanggapan seseorang terhadap situasi atau suatu stimulus, didasarkan pada persepsinya tentang situasi itu. Para pembuat keputusan seperti halnya manusia lainnya, dipengaruhi oleh berbagai proses psikologis yang mempengaruhi persepsi (misalnya kehendak untuk merasionalkan tindakan untuk mempertahankan pendapat sendiri, untuk mengurangi kecemasan dan sebagainya) dan proses psikologis lain yang membentuk kepribadiannya.²¹

Gambar 1.I.

Skema hubungan antara sistem keyakinan dengan pembuatan keputusan politik luar negeri



Sumber : Ole R Holsti, *The Belief System and National Images* : dikutip dalam Mochtar Mas' oed, *Studi Hubungan Internasional Tingkat Analisis dan Teorisasi*,PAU-UGM,hal 21.

Jadi menurut teori persepsi terdapat beberapa unsur yang merupakan elemen penting yang mempengaruhi seseorang dalam menyikapi situasi. Elemen tersebut adalah citra keyakinan dan perilaku internasional.

²¹ Mohtar Mas' oed, *Op.Cit*, Hal 20.

Mula-mula nilai dan keyakinan seseorang membantunya menetapkan arah perhatiannya, yaitu menentukan apa stimulusnya, apa yang dilihat dan apa yang diperhatikan, kemudian berdasarkan sikap dan citra yang telah dipegangnya selama ini, stimulus itu diinterpretasikan, dalam hal ini terdapat dua jenis citra, yaitu citra terbuka dan citra tertutup. Citra yang terbuka menerima semua informasi yang baru, walaupun mungkin bertentangan dengan citra yang telah dipegangnya, bahkan kalau perlu merubah citra yang sudah dianut itu agar cocok atau sesuai dengan kenyataan.

Citra yang tertutup, karena alasan-alasan psikologis, menolak perubahan dan karenanya mengabaikan saja informasi yang bertentangan dengannya dan memilih bagian-bagian tertentu dari informasi yang masuk, yang bisa dipakai untuk mendukung citra yang telah ada. Tetapi, baik citra terbuka ataupun tertutup, citra berfungsi sebagai saringan. Setiap orang hanya memperhatikan sebagian saja dari dunia sekitarnya, dan setiap orang memiliki serangkaian citra yang berbeda-beda untuk menginterpretasikan informasi yang masuk.

Persepsi yang berdasarkan pada citra yang sudah ada sebelumnya adalah proses selektif. Sistem keyakinan adalah sekumpulan keyakinan, citra atau “model” tentang dunia yang dianutnya oleh seseorang, karena membantunya berorientasi. Sebagai contoh persepsi wisatawan asing terhadap situasi keamanan atau kenyamanan yang mengganggu perjalanan selama berkunjung ke suatu negara maka secara otomatis akan menurunkan prosentase kunjungan wisatawan asing ke negara tersebut.

Penyakit SARS yang menyerang Singapura memberikan persepsi negatif terhadap industri pariwisata Singapura. Adanya pengumuman dari Badan Kesehatan Dunia (WHO) tentang Singapura sebagai salah satu pusat penyebaran SARS ke dunia

internasional melalui berbagai media membuat wisatawan asing mengurungkan niatnya untuk berkunjung ke Singapura karena takut terserang penyakit mematikan tersebut.

Semua unsur dalam Industri Pariwisata mempunyai fungsi yang sama pentingnya. Semua itu dikatakan oleh Psikolog Edward J. Mayo dan Lange Jarvis (1976) dalam Buku *“The Psychology Pleasure Travel”* bahwa motivasi berwisata itu ada 2 hal yang perlu diperhatikan, yaitu *the need of consistency* dan *the need of complexity*. Menurut ahli psikologi ini, setiap orang di dunia ini dalam mencapai kepuasan dan kebahagiaan hidup juga dalam dunia pariwisata, selalu ingin hidup dengan asas keseimbangan (*consistent*) apabila terjadi satu konflik (*complexity*) maka seluruh keseimbangan itu akan mengganggu kita.²²

Kondisi yang diinginkan oleh wisatawan mancanegara ketika berkunjung ke negara lain adalah menikmati obyek wisata atau alam yang dimiliki negara lain yang mempesona sehingga mendorong wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Menurut A.J. Howard dalam *“Behavior Evaluation Theory : Why People Travel ?”* , menekankan pada adanya factor drivers, yaitu dorongan dalam diri wisatawan itu. Yang kedua, apa yang disebut “cues” yaitu daya tarik yang memotivasi mereka tertarik datang termasuk dalam “cues” ini yaitu adanya rasa aman, pasti dan mudah.²³

Adalah Nachleson yang menjelaskan lebih rinci apa yang dimaksud dengan rasa aman, pasti dan mudah itu. Dalam *“The Decision Making Process, Why People Travel?”*, menjelaskan bahwa melalui sedemikian banyak sistem informasi yang diperoleh, seorang wisatawan akan memutuskan pergi ke negara mana yang dia kehendaki, dengan apa dia pergi, ke negara mana saja yang dia singgahi untuk

²² Media Indonesia, 2 Desember 1997.

²³ USAHAWAN, No. II Th XXVII November 1998, Hal 11.

dikunjungi. Di sini terlihat bahwa faktor-faktor seperti adanya rasa aman dan nyaman di negara yang dikunjungi itu sangat dominan. Rasa aman itu bukan hanya berupa bebas dari gangguan kriminal, tetapi juga keadaan dalam negeri negara yang dia kunjungi.

Dapat dilihat dari luasnya pemberitaan media massa di mancanegara tentang virus SARS yang menyerang negara Singapura, luasnya pemberitaan fakta itu dalam arti dilakukan oleh hampir semua media, dan seringnya diberitakan (hampir setiap hari), dilanjutkan dengan karangan opini, tajuk rencana yang bertubi-tubi pula maka satu perspektif negatif terhadap Singapura terbentuk di kalangan publik mancanegara. Dan disitu kandungan unsur pariwisata Singapura tidak terelakkan maka mengakibatkan perubahan pada citra tempat tujuan wisata sehingga mempengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung ke Singapura tersebut diurungkan atau dibatalkan.

Oleh karena itu citra destinasi harus selalu dijaga²⁴. Citra destinasi merupakan faktor yang menentukan (*decisive factor*) dalam mempengaruhi tempat berlibur.²⁵ Citra yang “dipegang” wisatawan merupakan suatu cara yang diorganisasikan dari stimuli yang berbeda-beda, diterima setiap hari, dan membantu wisatawan memahami dunia tempat kita hidup.

Stimuli yang dapat mempengaruhi citra adalah: bahan tertulis untuk promosi pariwisata (brosur perjalanan, poster), media (Koran, majalah, televisi, film, buku, internet) serta pendapat orang lain (teman, keluarga, relasi bisnis, agen perjalanan). Selain itu kunjungan secara langsung ke tempat tujuan wisata juga berfungsi dalam

²⁴ Davidoff, Philip G, & Davidorr, Dori S. 1994. Sales and Marketing for Travel and Tourism, New Jersey: Prentice Hall Career & Technology, hal 76

²⁵ Iwtt, Stephen F. & Moutinho, Luiz (eds.) 1994. Tourism Marketing and Management Handbook, New York: Prentice Hall, Hal 338.

pembentukan citra yang lebih lanjut, yaitu merubah citra yang sebelumnya ada pada pengunjung tempat tujuan wisata.²⁶

Dengan memberikan informasi positif terhadap pariwisata dalam negeri melalui berbagai media massa diharapkan mampu mengubah persepsi negatif terhadap situasi dalam negeri Singapura, sehingga wisatawan asing tidak ragu untuk berkunjung ke Singapura. Setelah berhasil melakukan berbagai proses pecegahan dan penanganan SARS di negaranya, akhirnya pemerintah Singapura mendapatkan sertifikat pengakuan bebas SARS dari WHO. Sertifikat pengakuan bebas SARS dari WHO tersebut kemudian dijadikan alat promosi bahwa negara Singapura telah aman dari SARS, sehingga wisatawan asing tidak perlu lagi takut untuk berkunjung ke Singapura.

2. Konsep Pariwisata

Pariwisata menurut Konsep Pariwisata memiliki arti sebagai berikut :

*“Kepariwisata adalah sejumlah kegiatan terutama ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman, dan Bergeraknya orang-orang yang keluar masuk suatu kota, daerah, atau, negara”.*²⁷

Kemudian secara global dalam Bahan Baku Penyuluhan, Pariwisata diartikan sebagai keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan.²⁸

²⁶ Ross, Glenn F. 1998. *Psikologi Pariwisata, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.*, hal 56

²⁷ Oka A Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, PT Pradnya Paramita, 1997.hal 121.

²⁸ Kurt Morgenthau, *Kepariwisata*, 1994, hal 9.

Salah satu hal yang mempengaruhi sedikit banyaknya kunjungan wisatawan adalah aksesibilitas, seperti yang dikatakan oleh Dr. James J. Spillane bahwa fasilitas-fasilitas dan pelayanan-pelayanan angkutan meliputi kantor-kantor pekerjaan umum, pengusaha atau badan khusus yang menyelenggarakan pelayanan-pelayanan pengangkutan, perusahaan angkutan, swasta, agen-agen perjalanan, perusahaan penerbangan²⁹.

Di Singapura, sistem ini sudah tersedia dan dapat disediakan oleh hotel-hotel yang ada. Sebagai salah satu negara yang mempunyai perekonomian yang maju, Singapura memiliki fasilitas yang baik, mulai dari Bandara Internasional Changi, pusat perbelanjaan modern, sampai dengan banyaknya hotel mewah. Dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan asing pasca serangan wabah SARS, pelaku industri pariwisata Singapura berupaya memperbaiki dan menambah fasilitas mereka supaya terlihat lebih menarik. Seperti yang dilakukan bandar udara Changi, Bandar udara Changi merenovasi terminal 1 mereka. Renovasi ini diantaranya dengan menambah jumlah pusat belanja dan restoran, serta menambah pusat layanan umum seperti free internet dan ruangan khusus ibu dan anak – anak. Demikian juga dengan hotel – hotel di Singapura yang jg berlomba – lomba menambah fasilitas di hotel mereka., seperti penambahan ruang khusus ibu dan anak, kamar yang lebih mewah, dan lainnya.

²⁹ Spillane, James, *Ekonomi Pariwisata : sejarah dan Prospeknya*, Gramedia, 1996. hal 89

3. Konsep Pemasaran

Philip Kotler mengatakan dalam konsep pemasaran bahwa kunci keberhasilan untuk meraih tujuan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar, sasaran serta memberi kepuasan lebih efisien dan efektif daripada yang diberikan oleh para pesaing.³⁰

Tujuan pemasaran :³¹

1. Realistis, maksudnya bahwa tujuan itu harus ambisius tetapi mampu dicapai dengan sumber tenaga manusia, bahan-bahan, sumber teknis dan keuangan yang tersedia dan mungkin tersedia.
2. Mencakup luas dalam arti bahwa tujuan itu harus meliputi semua keinginan organisasi atau perusahaan yang akan dicapai melalui pemasaran sebagai kebijakan manajemennya.
3. Fleksibel, dalam arti bila disadari bahwa tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan itu tidak mungkin tercapai karena hambatan yang tidak diperhitungkan sebelumnya, tujuan-tujuan itu dapat dengan mudah disesuaikan dan diusahakan serealistis mungkin namun tetap ambisius.
4. Harus sedapat mungkin dapat bersifat khas, cocok dengan waktu target pencapaian dan strategi.

Pemerintah Singapura melalui Singapore Tourism Boards berusaha keras membuat berbagai program untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing yang datang ke Singapura. Dengan sumber daya manusia yang ada dan didukung dengan fasilitas yang menunjang, Singapore Tourism Boards membuat strategi promosi yang Singapore Roars. Program “*Singapore Roars*” memberikan penawaran paket perjalanan

³⁰ Philip Kotler, *Marketing*, Erlangga, 1999. hal 56

³¹ Ibid.

wisata yang menarik dan terjangkau, seperti program pemotongan tarif penerbangan, potongan tarif hotel, program diskon hingga 70%, paket wisata kesehatan, paket wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*), paket tour yang disertai aneka permainan yang menjanjikan hadiah besar.

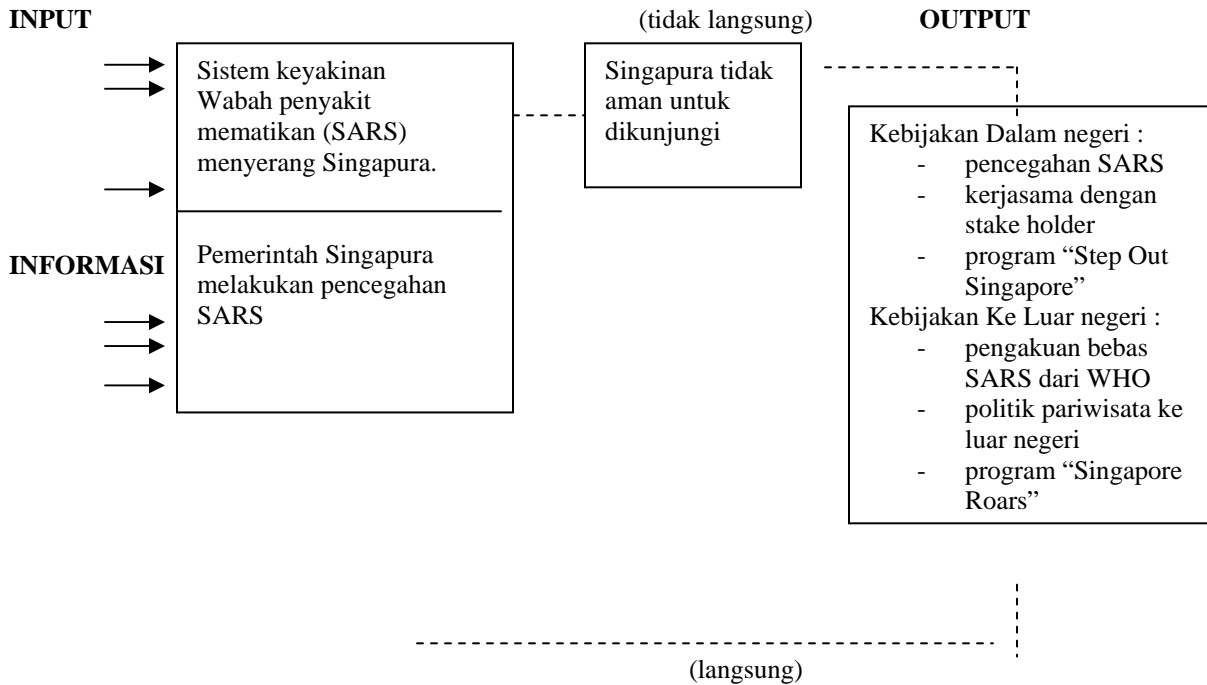
F. Hipotesa

Pasca serangan SARS di Singapura yang mengakibatkan industri pariwisata Singapura menjadi lesu, pemerintah Singapura berusaha meningkatkan kembali kunjungan wisatawan dan menggairahkan kembali industri pariwisata di negaranya. Kebijakan yang diambil pemerintah Singapura diantaranya dengan melakukan pencegahan SARS, berusaha mendapatkan pengakuan bebas SARS dari Badan Kesehatan Dunia (WHO), dan melakukan politik pariwisata ke luar negeri. Sesuai dengan teori persepsi, dengan adanya informasi positif bahwa Singapura sudah bebas dari serangan SARS maka wisatawan asing tidak perlu lagi takut berkunjung ke Singapura.

Gambar 2.I

skema hubungan antara system keyakinan dengan pembuatan keputusan

politik



Kebijakan yang lain adalah pemerintah Singapura bekerjasama dengan stake holder dalam menangani pariwisata Singapura, stake holder tersebut diantaranya Singapore tourism Board dan Singapore Airlines.

Selain itu pemerintah Singapura mengeluarkan program "Step Out Singapore" dan "Singapore Roars". Kebijakan ini sesuai dengan konsep pemasaran dalam rangka menarik kunjungan wisatawan asing.

G. Jangkauan Penulisan

Penulis mengambil jangka waktu penulisan antara tahun 2002-2004 yaitu dimulai tahun 2002, kemudian pada tahun 2003 saat Singapura sedang dilanda Severe Acute

Respiratory Syndrome (SARS) dan dimana kampanye program pemulihan industri pariwisata Singapura sedang gencar dipromosikan oleh Singapore Tourism Boards. Kemudian tahun 2004. Namun begitu hal-hal ataupun kejadian yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini yang terjadi di masa-masa sebelumnya turut menjadi perhatian penulis.

H. Metode Pengumpulan Data

Untuk menjawab permasalahan yang ada di dalam penulisan skripsi tersebut, maka penulis menggunakan metode Library Research atau studi kepustakaan dengan berbagai Literature, Koran, Majalah, Buku, serta penggunaan Media Release yaitu internet karena merupakan media yang paling relevan untuk menjadi literature dalam penulisan skripsi ini.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika dan penyusunan skripsi ini dibagi dalam 5 bab. Secara garis besar dibawah ini akan diuraikan secara singkat mengenai sistematika penyusunan dan penulisan skripsi ini.

BAB I

Dalam bab satu ini, yakni bab pendahuluan, memuat alasan pemilihan judul, tujuan penulisan, latar belakang permasalahan, pokok permasalahan, kerangka dasar teori, hipotesa, jangkauan penelitian, metode pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II

Selanjutnya di dalam bab dua ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum negara Singapura, tempat – tempat wisata di Singapura, dijelaskan pula mengenai sarana penunjang industri pariwisata Singapura, kemudian awal berjangkitnya wabah SARS. Perkembangan sektor kepariwisataan Singapura juga akan dijelaskan pada bab dua ini, serta dampak serangan SARS terhadap industri pariwisata Singapura.

BAB III

Di dalam bab tiga ini akan dibahas mengenai kebijakan dalam negeri yang dilakukan pemerintah Singapura dalam rangka membangkitkan industri pariwisata Singapura pasca serangan wabah SARS, yaitu dengan program pencegahan wabah SARS, program kampanye “*Step Out Singapore*”, dan mengembangkan industri pariwisata Singapura bersama dengan “*Stake Holder*”.

BAB IV

Dalam bab empat akan membicarakan tentang kebijakan ke luar negeri yang dilakukan pemerintah Singapura untuk meningkatkan unjungan wisatawan asing datang ke Singapura pasca serangan SARS, yaitu mendapat pengakuan bebas SARS dari WHO (World Health Organization), program politik pariwisata Singapura ke luar negeri, program “*Singapore Roars*”. Akan dijelaskan juga mengenai implikasi kebijakan pemerintah Singapura terhadap industri pariwisata Singapura.

BAB V

Bab terakhir adalah bab lima, berisi kesimpulan dari apa yang telah dibahas dalam bab-bab sebelumnya, selain itu terdapat pula daftar pustaka yang berisi buku-buku atau referensi yang digunakan dalam menyusun skripsi ini.