

# Analisis Komparatif Pengembangan *Inbound Tourism* di Tiongkok dan Indonesia

Chen Sijia

Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

\* Email untuk Korespondensi: [chensijia5499@gmail.com](mailto:chensijia5499@gmail.com)

---

## ABSTRAK

---

### Kata kunci:

pariwisata; inbound tourism; perdagangan jasa pariwisata;

### Keywords:

tourism; inbound tourism; tourism services trade;

Sejak reformasi dan keterbukaan Tiongkok dimulai pada bulan Desember 1978, industri *inbound tourism* Tiongkok telah mulai berkembang, tetapi sifat industri pariwisata belum didefinisikan sebagai industri ekonomi, dan industri *inbound tourism* masih mengandung nada politik tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi kesamaan dan perbedaan dalam pengembangan inbound tourism di Tiongkok dan Indonesia setelah tahun 1990-an. Penelitian ini mengadopsi beberapa metode untuk menganalisis industri pariwisata masuk (*inbound tourism*) di Tiongkok dan Indonesia, termasuk metode penelitian literatur, metode analisis komparatif, dan metode analisis data. Hasil menunjukkan menurut data yang di paparkan, pariwisata *inbound tourism* Indonesia menghasilkan pendapatan yang lebih besar daripada outbound tourism, sehingga akan menghasilkan surplus perdagangan pariwisata, dan dengan terus berkembangnya inbound tourism maka surplus perdagangan pariwisata akan terus membesar.

*Since China's reform and opening-up began in December 1978, China's inbound tourism industry has begun to develop, but the nature of the tourism industry has not been defined as an economic industry, and the inbound tourism industry still contains a certain political tone. The purpose of this study is to explore the similarities and differences in the development of inbound tourism in China and Indonesia after the 1990s. This study adopts several methods to analyze the inbound tourism industry in China and Indonesia, including literature research methods, comparative analysis methods, and data analysis methods. The results show that according to the data presented, Indonesia's inbound tourism generates a larger income than outbound tourism, so it will generate a tourism trade surplus, and with the continued development of inbound tourism, the tourism trade surplus will continue to grow.*

---

*Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).*

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*

---

## PENDAHULUAN

Bisnis *inbound tourism* merujuk pada usaha yang melibatkan kedatangan warga negara asing ke Indonesia dengan biaya sendiri, sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku di negara kita. Biro perjalanan ini mengelola operasi penerimaan wisatawan lintas negara (Arida & Sunarta, 2017; Ni Made, 2019). *Inbound tourism* adalah kegiatan pariwisata oleh penduduk negara lain yang berkunjung ke negara kita, atau oleh penduduk negara lain yang masuk ke wilayah negara mereka sendiri. Inbound tourism termasuk dalam kategori pariwisata internasional (Ahmad, 2022; Eddyono, 2021).

Industri pariwisata Indonesia dimulai terlambat, tetapi telah berkembang pesat sejak pertengahan 1970-an, dengan pendapatan wisatawan asing dan pariwisata meningkat dari tahun ke tahun (Rakhmat et al., 2020). Pesatnya perkembangan pariwisata tidak hanya membawa banyak pendapatan devisa bagi pembangunan ekonomi nasional, mempromosikan pengembangan industri terkait, terutama untuk produksi komoditas komersial, hotel dan pariwisata, tetapi juga menyelesaikan masalah ketenagakerjaan sejumlah besar masyarakat menganggur (Fatmah et al., 2024). Pariwisata telah menjadi industri pilar perekonomian nasional Indonesia. Sektor pariwisata secara langsung menyerap 3 persen dari total angkatan kerja negara itu, sementara angkatan kerja yang diserap secara tidak langsung mencapai 8 persen. Setelah memasuki tahun 90-an, industri *inbound tourism* Indonesia menunjukkan vitalitas dan memasuki tahap pengembangan berkecepatan tinggi.

Pada tahun 1991, Indonesia mengadakan "Tahun Pariwisata dan Pariwisata di Indonesia" untuk menerima 2,5 juta wisatawan asing, pendapatan devisa pariwisata sebesar 2,52 miliar untuk menjadi industri valuta asing terbesar keempat. Pariwisata telah lambat berkembang setelah menderita dampak buruk dari krisis keuangan Asia, gejolak bukti, pemboman teroris dan SARS pada tahun 1997. Pada Oktober 2004, Presiden Susilo Bambang Nouilo telah berkuasa dengan stabilitas politik, meningkatkan keamanan dan merangsang pemulihan pariwisata, yang telah menjadi industri pilar perekonomian nasional Indonesia.

Sejak Oktober 1978 sampai Juli 1979, Deng Xiaoping mengusulkan lima pidato yang menyerukan pengembangan pariwisata sesegera mungkin. Tiongkok bergabung dengan Organisasi Pariwisata Dunia pada tahun 1983. Pada tahun 1984, Dewan Negara membuka penduduk daratan untuk mengunjungi kerabat di Hong Kong, Macau dan Taiwan, dan pada tahun 1990 menyetujui kunjungan ke luar negeri untuk mengunjungi kerabat di tiga negara itu, *inbound tourism* dan keluar Tiongkok mulai berkembang, tetapi pada tahap ini Tiongkok belum secara jelas mendefinisikan sifat pariwisata sebagai industri ekonomi, penerimaan wisatawan masuk masih memiliki tingkat politik tertentu. Pada 1990-an, transformasi kebijakan negara terhadap pariwisata menjadi "perkembangan positif" juga telah menghasilkan jenis biro perjalanan ketiga yang berspesialisasi dalam pariwisata. Menyesuaikan arah pengembangan *inbound tourism* untuk "dengan penuh semangat mengembangkan *inbound tourism*, mengatur pengembangan pariwisata keluar, dan secara komprehensif meningkatkan pariwisata domestik" pengembangan *inbound tourism* Tiongkok mulai melangkah ke jalur yang benar. Sejak 1999 hingga 2019, kedatangan turis masuk Tiongkok terus bertambah, mencapai 31,88 juta pada 2019 dan pendapatan pariwisata mencapai US\$131,3 miliar, Pada paruh pertama 2020, karena dampak wabah mahkota baru, turis masuk Tiongkok menerima 14,54 juta pengunjung, turun 80,1% YoY, mengganggu tren pertumbuhan asli *inbound tourism* (Tiongkok *Inbound tourism Development Report*, 2020).

Semakin berkembangnya *inbound tourism* Tiongkok dengan baik, tetapi ada defisit perdagangan pariwisata tertentu untuk waktu yang lama, Tiongkok telah menjadi defisit perdagangan terbesar di dunia dalam layanan pariwisata. Pendapatan pariwisata internasional Tiongkok pada tahun 2019 adalah \$35,8 miliar, hanya menyumbang 2,42 persen dari pendapatan pariwisata internasional dunia, peringkat 11 di dunia. Pada tahun yang sama, pengeluaran pariwisata internasional Tiongkok adalah US\$254,6 miliar, menyumbang 17,18 persen dari pengeluaran pariwisata dunia, peringkat pertama di dunia. Perdagangan Tiongkok dalam layanan pariwisata telah berubah dari surplus menjadi defisit untuk pertama kalinya sejak 2009 dan berkembang. Surplus neraca perdagangan jasa pariwisata Indonesia meningkat sejak 2011. Perdagangan Tiongkok dalam layanan pariwisata jauh lebih tinggi daripada Indonesia, tetapi Indonesia lebih baik daripada Tiongkok dalam hal tingkat pertumbuhan. Sebagai bagian penting dari ekonomi dan pariwisata Tiongkok dan Indonesia, ada tingkat siklus pembangunan tertentu yang sama, tetapi karena implementasi spesifik dari latar belakang, kondisi, kebijakan dan sebagainya berbeda, sehingga dalam pengembangan *inbound tourism* ada tingkat perbedaan tertentu. Membandingkan perkembangan *inbound tourism* antara kedua pihak untuk menemukan kesamaan dan perbedaan, dapat memberikan referensi dan saran untuk pengembangan *inbound tourism* di kedua negara (Xia Jiechang., 2018).

Penelitian sebelumnya oleh Xia Jiechang, Xu Jinhai yang diterbitkan pada Juni 2018 "40 Tahun Reformasi dan Pembukaan Pariwisata Tiongkok: Review and Prospects" menggambarkan 40 tahun reformasi dan pembukaan industri pariwisata Tiongkok, yang telah membuat prestasi besar, tumbuh dari keluarga tanpa nama di pasar pariwisata dunia ke tujuan wisata penting dan negara sumber di dunia, dan menjadi industri bahagia yang memenuhi aspirasi rakyat untuk tujuan wisata dan negara sumber yang lebih baik di dunia, dan menjadi industri bahagia yang memenuhi Saat ini, sosialisme dengan karakteristik Tiongkok telah memasuki era baru, perkembangannya telah mencapai titik awal sejarah baru, dan ekonomi Tiongkok telah bergerak dari tahap pertumbuhan berkecepatan tinggi ke tahap pembangunan berkualitas tinggi (Xia Jiechang., 2018). Bagaimana memahami perjalanan baru, memberikan misi baru, membersihkan posisi baru, membangun pemikiran baru dan memahami arah baru untuk lebih mempromosikan reformasi dan pembukaan industri pariwisata Tiongkok dan menciptakan ranah baru pengembangan pariwisata Tiongkok di era baru sangat penting untuk membangun masyarakat yang baik dengan cara yang serba ada dan mewujudkan modernisasi sosialis. Dengan meninjau jalannya reformasi pariwisata Tiongkok dan membuka diri selama 40 tahun terakhir, penelitian ini merangkum dan merangkum pencapaian pengembangan dan pengalaman besar, dan mengedepankan prospek reformasi dan pembukaan pariwisata Tiongkok di era baru. Studi di atas menganalisis perkembangan *inbound tourism* Tiongkok, tetapi tidak memiliki pengembangan industri pariwisata di Indonesia, tidak memiliki pemisahan pada *inbound tourism*.

Penelitian ini adalah pertama kalinya industri *inbound tourism* dikemukakan secara terpisah dan kemudian dilakukan studi banding antara kedua negara, yang merupakan analisis komparatif setelah penyempurnaan industri. Penelitian ini akan lebih tepat sasaran dan lebih bermanfaat bagi kedua negara.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi kesamaan dan perbedaan dalam pengembangan inbound tourism di Tiongkok dan Indonesia setelah tahun 1990-an, untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan kedua negara dalam perkembangan mereka dan untuk belajar satu sama lain, dan untuk mengeksplorasi bagaimana inbound tourism di Tiongkok dan Indonesia harus terus berkembang dalam konteks epidemi. Ada dua variabel dalam penelitian ini, satu adalah waktu dan yang lainnya adalah latar belakang sosial.

## METODE

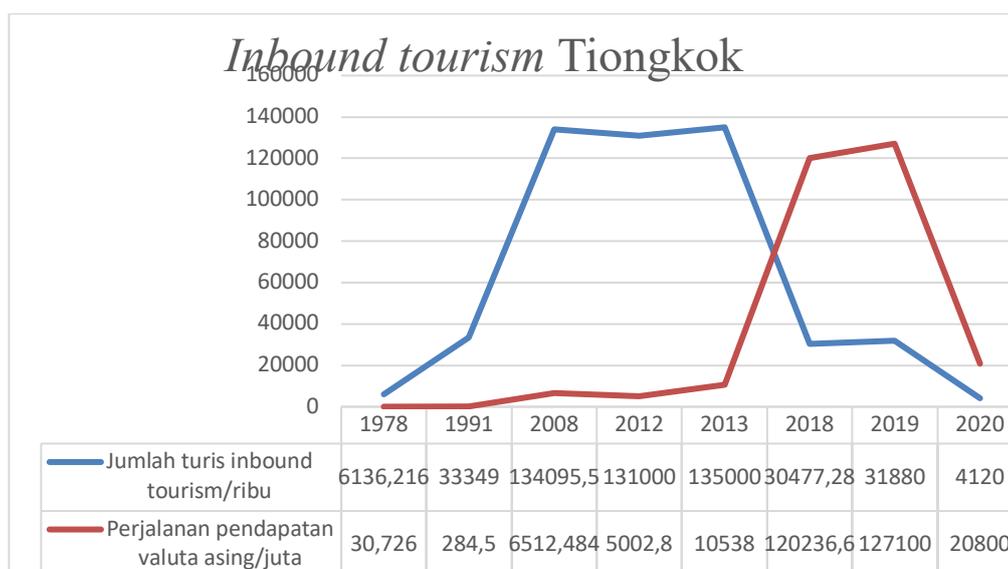
Penelitian ini mengadopsi beberapa metode untuk menganalisis industri pariwisata masuk (*inbound tourism*) di Tiongkok dan Indonesia, termasuk metode penelitian literatur, metode analisis komparatif, dan metode analisis data. Metode penelitian literatur digunakan dengan membaca dan meninjau sejumlah besar literatur, termasuk laporan tahunan pengembangan pariwisata dari kedua negara serta laporan pengembangan pariwisata dari UNWTO. Melalui kajian literatur ini, penelitian ini berupaya mengidentifikasi area yang memerlukan analisis lebih lanjut di sektor utama industri pariwisata masuk di Indonesia dan Tiongkok. Selanjutnya, melalui metode analisis komparatif, penelitian ini membandingkan persamaan dan perbedaan industri pariwisata masuk antara kedua negara. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan dari masing-masing negara dalam mengembangkan industri pariwisata masuk mereka, sehingga dapat memberikan referensi bagi pengembangan dan transformasi industri tersebut di kedua negara. Metode analisis data juga digunakan untuk mengevaluasi perkembangan industri pariwisata masuk, baik secara bersamaan maupun pada periode yang berbeda, terutama setelah menghadapi tantangan besar. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat mempromosikan pengembangan industri pariwisata masuk yang lebih baik dan lebih rasional di Tiongkok dan Indonesia.

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi indikator-indikator kunci dari perkembangan pariwisata masuk, seperti jumlah wisatawan, pendapatan dari sektor pariwisata, infrastruktur pariwisata, kebijakan pemerintah terkait pariwisata, serta faktor eksternal yang mempengaruhi industri pariwisata. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah laporan tahunan pengembangan pariwisata Tiongkok dan Indonesia, laporan UNWTO, serta literatur akademik dan publikasi terkait lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Dengan memadukan berbagai metode dan sumber data, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang komprehensif tentang kondisi dan potensi pengembangan industri pariwisata masuk di kedua negara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kebijakan dan Arah Pengembangan Inbound Tourism-Tiongkok

*Inbound tourism* Tiongkok erat kaitannya dengan proses reformasi dan pembukaan Tiongkok. Selama 40 tahun reformasi dan pembukaan, industri pariwisata Tiongkok telah menorehkan prestasi besar dan telah menjadi tujuan wisata penting dan negara sumber di dunia.



**Gambar 1** Perkembangan *inbound tourism* Tiongkok

### ***Periode Pembukaan ke Dunia Awal 1987-1991***

Sebelum tahun 1987, karena Tiongkok sedang membangun Tiongkok baru, sumber daya pariwisata yang tersedia sedikit, infrastrukturnya tidak sempurna, dan tidak ada kebijakan yang relevan untuk mendukung pengembangan pariwisata, sehingga proporsi *inbound tourism* di Tiongkok sangat kecil, terutama kegiatan diplomatik dan politik.

Pada bulan Desember 1987, Tiongkok mulai menerapkan kebijakan reformasi dan keterbukaan. Pada tahap awal reformasi dan keterbukaan, di bawah sistem ekonomi terencana yang sangat terpusat, faktor-faktor produksi sepenuhnya terkonsolidasi, dan ekonomi sosial bersifat monolitik. tugas reformasi dan keterbukaan sangat berat. Bagaimana memulai reformasi dan memperluas keterbukaan menghadapi masalah sulit memilih industri mana yang akan diambil sebagai titik terobosan untuk mengembangkan ekonomi terbuka. Dibandingkan dengan industri lain, industri pariwisata memiliki tingkat pemasaran yang lebih tinggi dan kurang bergantung pada pemerintah. Apalagi, industri pariwisata memiliki karakteristik ringan, kecil, fleksibel dan korelasi kuat serta kemampuan mengemudi komprehensif yang luar biasa. Oleh karena itu, industri pariwisata telah menjadi garis depan pembukaan ke dunia luar dan adalah mulai terobosan reformasi (Ambarwati & SE, 2020).

Pada hari-hari awal reformasi dan keterbukaan, sebagian besar perusahaan masih merupakan perusahaan milik negara, tetapi untuk mempromosikan pengembangan ekonomi terbuka, Tiongkok mengumumkan "*Hukum Usaha Patungan Ekuitas Sino-Asing*" pada tahun 1979. Pada tahun 1980, tahun kedua setelah undang-undang itu diundangkan, negara menyetujui tiga usaha patungan. Perusahaan: Perusahaan katering dalam penerbangan menyajikan makanan untuk penumpang pesawat. Sebelumnya, tidak ada perusahaan di Tiongkok yang mengkhususkan diri dalam katering untuk pesawat; dua lainnya adalah *Jianguo Hotel* dan *Great Wall Hotel*. Pembentukan usaha patungan ini pertama dan terutama untuk meningkatkan infrastruktur untuk pengembangan pariwisata, yang juga merupakan pertama kali.

Pada tahap keterbukaan terhadap dunia luar dan reformasi pendahuluan, kebijakan pengembangan pariwisata adalah dengan mengutamakan pengembangan *inbound tourism*, dan mengadopsi kebijakan "*tidak menganjurkan, tidak mempublikasikan, tidak menentang*" pariwisata domestik, dan memperhatikan *inbound tourism*. pariwisata sebagai sarana utama untuk mendapatkan devisa. Tugas industri pariwisata adalah untuk mempromosikan pengembangan *inbound tourism*, meruntuhkan hambatan kelembagaan yang membatasi pengembangan *inbound tourism*, dan kemudian mempromosikan pembukaan ke dunia luar, sehingga dunia dapat memahami Tiongkok dan membiarkan Tiongkok pergi ke dunia luar. dunia. Pada saat yang sama, itu juga mengubah industri pariwisata dari karir diplomatik menjadi industri ekonomi, menciptakan lebih banyak pendapatan devisa bagi Tiongkok dan meningkatkan status internasionalnya.

Namun, hanya ada dua hotel patungan yang jauh dari memenuhi kebutuhan industri pariwisata. Oleh karena itu, pada tahun 1987, standar "*Klasifikasi dan Evaluasi Peringkat Bintang Hotel Asing Terkait Pariwisata*" dikeluarkan, yang juga awal dari standarisasi industri pariwisata Tiongkok. Ini secara efektif meningkatkan kualitas pasokan produk pariwisata Tiongkok, memecahkan dilema kapasitas penerimaan yang tidak mencukupi, dan mendorong perkembangan pesat *inbound tourism*. Selanjutnya, beberapa kebijakan berturut-turut diumumkan untuk mempromosikan pengembangan *inbound tourism*. Pada bulan Januari 1985, Dewan Negara menyetujui dan meneruskan "*Laporan tentang Beberapa Masalah Mengenai Reformasi Sistem Pariwisata Saat Ini*", yang mengusulkan bahwa sistem manajemen pariwisata harus "terpisah dari pemerintah dan perusahaan, bersatu dan bersatu". Pada 11 Mei 1985, Dewan Negara mengeluarkan peraturan administratif pertama Tiongkok, "*Peraturan Sementara tentang Administrasi Agen Perjalanan*".

Pada tahun 1991, jumlah *inbound tourism* di industri pariwisata Tiongkok mencapai 33,3498 juta orang-kali, dan devisa yang diperoleh oleh pariwisata adalah US\$ 2,845 miliar, meningkat 18,4 kali dan 10,8 kali dibandingkan dengan 1978 masing-masing (Buku Tahunan Statistik Pariwisata Tiongkok).

### ***Periode Pembukaan ke Dalam Awal 1992-2011***

Dalam tahap keterbukaan terhadap dunia luar dan percepatan reformasi, reformasi dan keterbukaan industri pariwisata menghadapi dua latar belakang zaman: Pertama, perubahan lingkungan makro mendorong kemajuan reformasi dan keterbukaan lebih lanjut, dan mengajukan persyaratan yang lebih tinggi untuk reformasi dan pembukaan industri pariwisata.

Setelah lebih dari sepuluh tahun reformasi dan keterbukaan, tingkat pendapatan masyarakat telah berkembang pesat, dan permintaan pariwisata yang relatif kuat juga telah dihasilkan. Didorong oleh dua latar belakang ini, inti dari reformasi dan pembukaan industri pariwisata pada tahap ini berkisar pada dua aspek: Pertama, melalui reformasi pemasaran pariwisata, untuk melepaskan vitalitas pasar pariwisata,

mempromosikan pengembangan utama tubuh pasar pariwisata, dan menyediakan *inbound tourism*. Pengembangan industri memberikan lebih banyak nutrisi dan keragaman untuk pembangunan.

Kedua, pada tahap ini, Tiongkok juga telah menyesuaikan arah pengembangan industri pariwisata dari pengembangan tunggal *inbound tourism* menjadi pengembangan simultan pariwisata domestik dan *outbound tourism* untuk memenuhi kebutuhan pariwisata domestik dan *outbound tourism*.

Pada bulan Desember 1993, Biro Pengawasan Teknis Negara mengklarifikasi standar industri fasilitas pariwisata dan layanan pariwisata yang komprehensif di bawah manajemen terpusat dari Administrasi Pariwisata Nasional dalam "*Balasan pada Ruang Lingkup Manajemen Terpusat Standar Industri Pariwisata*"; menetapkan kualitas sistem jaminan untuk agen perjalanan;

Sejak 1995, dengan persetujuan departemen standarisasi Dewan Negara, Administrasi Pariwisata Nasional membentuk organisasi profesional pertama untuk standarisasi pariwisata, "Komite Teknis Standarisasi Pariwisata Nasional (bertanggung jawab atas pekerjaan teknis standarisasi industri pariwisata)", saya negara telah merumuskan dan menyebarluaskan sejumlah besar industri pariwisata.Standarnya adalah untuk menjaga pembangunan berkelanjutan industri pariwisata, meningkatkan kualitas industri dan mempromosikan standarisasi dan industrialisasi industri pariwisata. Mengambil tiga tahun 1995-1997 sebagai contoh, Administrasi Pariwisata Nasional telah berturut-turut merumuskan "*Klasifikasi dan Evaluasi Peringkat Bintang untuk Kapal Wisata Sungai Pedalaman*", "*Kualitas Layanan Panduan*", "*Kata Dasar Layanan Pariwisata*", "*Hiburan Taman (Lapangan)*". "*Keamanan dan Kualitas Layanan*" dan "*Simbol Grafis Informasi Publik untuk Hotel Turis*", "*Kualitas Layanan Mobil Wisata*", "*Persyaratan Kualitas dan Perlengkapan untuk Perlengkapan Tamu di Hotel Berbintang*", dan "*Persyaratan Kualitas untuk Jasa Perjalanan Domestik dari Biro Perjalanan Wisata*". Rangkaian standar industri ini mengatur industri pariwisata dan juga menyediakan template yang dapat direplikasi, membantu industri pariwisata untuk meningkatkan dan menyempurnakan infrastrukturnya.

Pada bulan Oktober 1996, Dewan Negara mengumumkan "*Peraturan tentang Administrasi Agen Perjalanan*", menghapus kriteria untuk mengklasifikasikan agen perjalanan menurut kategori pertama dan kedua. Menurut praktik umum di pasar pariwisata internasional, hanya dua jenis agen perjalanan dibagi menjadi pariwisata internasional dan pariwisata domestik; Perusahaan langsung di bawah Administrasi Pariwisata Nasional seperti hotel internasional dan Administrasi Pariwisata Nasional telah menerapkan pemisahan pemerintah dan perusahaan.

Pada tahun 2011, Dewan Negara menetapkan 19 Mei setiap tahun sebagai "*Hari Pariwisata Tiongkok*", yang mempromosikan pembangunan industri pariwisata.

### ***Periode Memperdalam Reformasi dan Pembukaan 2012 sampai kini***

Pada tahun 2012, Kongres Nasional Partai Komunis Tiongkok ke-18 diadakan, dan Tiongkok memulai babak baru reformasi dan keterbukaan; terutama pada tahun 2013, Komite Sentral Partai Komunis Tiongkok membuat "Keputusan tentang Beberapa Isu Besar Mengenai Comprehensively Deepening the Reform", yang juga menandai reformasi dua arah dan keterbukaan industri pariwisata. Tahap baru keterbukaan dan pendalaman reformasi.

Pada tahun 2013, Kantor Umum Dewan Negara mengeluarkan "*Garis Besar Pariwisata dan Kenyamanan Nasional (2013-2020)*", yang selanjutnya merilis permintaan konsumsi pariwisata; *Guofa* [2014] No. 31 "*Beberapa Pendapat tentang Mempromosikan Reformasi Pariwisata dan Pembangunan*" mengusulkan reformasi pariwisata. Ini adalah persyaratan yang tak terelakkan untuk beradaptasi dengan peningkatan konsumsi masyarakat; *Guofa* [2015] No. 62 Dokumen "*Beberapa Pendapat tentang Lebih Lanjut Mempromosikan Investasi dan Konsumsi Pariwisata*" berfokus pada peningkatan lingkungan konsumsi pariwisata, membuka pasar konsumsi pariwisata baru, menumbuhkan hotspot konsumsi baru, menjelajahi ruang konsumsi pariwisata, merangsang permintaan konsumsi pariwisata dan aspek lainnya telah diterapkan secara menyeluruh; *Guofa* [2016] No. 85 Dokumen "*Opini tentang Pengembangan Lebih Lanjut Pariwisata, Budaya, Olahraga, Kesehatan, Pensiun, Pendidikan dan Pelatihan dan bidang lainnya*" menganggap industri pariwisata sebagai pemimpin industri kebahagiaan.

Selain kebijakan yang disebutkan di atas yang dapat mendorong pengembangan industri pariwisata, Tiongkok juga secara bertahap mendorong pengembangan industri pariwisata yang lebih halus. Pada tahun 2012, jumlah *inbound tourism* mencapai US\$1.31 miliar, dan pendapatan *inbound tourism* juga mencapai US\$50,028 miliar. Pada tahun 2013, jumlah *inbound tourism* pada dasarnya tidak berubah, dan pendapatan *inbound tourism* berlipat ganda menjadi 1053,8. Jumlah dan pendapatan *inbound tourism* secara bertahap meningkat sejak saat itu hingga periode pra-epidemi (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Tiongkok).

### Kebijakan dan Arah Pengembangan *Inbound Tourism* Indonesia

Industri pariwisata Indonesia mulai terlambat, tetapi telah berkembang pesat sejak pertengahan 1970-an, dengan turis asing dan pendapatan devisa pariwisata meningkat dari tahun ke tahun. Pesatnya perkembangan pariwisata tidak hanya membawa pemasukan devisa yang besar bagi pembangunan perekonomian nasional, tetapi juga mendorong berkembangnya industri terkait, terutama perdagangan, industri perhotelan dan produksi komoditas pariwisata, masalah ketenagakerjaan. Pariwisata telah menjadi industri penopang perekonomian nasional Indonesia. Sektor pariwisata secara langsung menyerap 3% dari total angkatan kerja negara, sementara secara tidak langsung menyerap 8% dari angkatan kerja.



**Gambar 2** Perkembangan *inbound tourism* Indonesia

#### *Periode Perkembangan awal 1983-1994*

Selama periode 1983-1989, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia meningkat rata-rata tahunan sebesar 15,6%, dan jumlah wisatawan asing yang diterima oleh Indonesia meningkat dari 644.000 pada tahun 1983 menjadi 1,06 juta pada tahun 1987 (jumlahnya melebihi satu juta untuk pertama kalinya mark), 1,301 juta pada tahun 1988 dan 1,62 juta pada tahun 1989. Devisa langsung yang diperoleh dari pariwisata juga meningkat dari US\$440 juta pada tahun 1983 menjadi US\$1,06 miliar pada tahun 1988 dan US\$1,28 miliar pada tahun 1989.

Setelah memasuki tahun 1990-an, industri pariwisata Indonesia terus menunjukkan semangatnya. Pada tahun 1990, Indonesia menerima 2,17 juta wisatawan asing, dan pendapatan devisa dari pariwisata adalah 1,89 miliar, meningkat masing-masing 33,9% dan 47,3% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 1991, pemerintah Indonesia mengadakan "Tahun Pariwisata Indonesia 1991" untuk menyambut wisatawan dari seluruh dunia ke Indonesia. Akibatnya, 2,5 juta wisatawan asing mengunjungi Indonesia tahun itu, dan pendapatan devisa adalah 2,52 miliar, melebihi industri karet untuk pertama kalinya dan menjadi industri penghasil devisa terbesar keempat setelah minyak dan gas, tekstil dan garmen dan kayu lapis. Pada tahun 1992 dan 1993, Indonesia menarik masing-masing 3,2 juta dan 3,4 juta wisatawan asing, dan pendapatan devisa terus meningkat menjadi US\$3,27 miliar dan US\$3,64 miliar. Pada tahun 1994, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia melebihi angka 4 juta, melebihi target awal pemerintah sebesar 3,9 juta, dengan perolehan devisa sebesar US\$4,6 miliar, meningkat 17,8% dibandingkan tahun 1993. Pada tanggal 31 Desember 1994, pemerintah Indonesia mencanangkan tahun 1995 sebagai "setengah abad kemerdekaan Republik Indonesia", bertujuan untuk lebih meningkatkan daya tarik pariwisata Indonesia dan membuat lebih banyak wisatawan asing berkunjung ke Indonesia. Indonesia menarik 4,5 juta turis asing pada tahun 1995. Pada tahun 1996, devisa Indonesia untuk pariwisata mencapai titik tertinggi, dengan total 6,2 miliar. Wisatawan asing ke Indonesia terutama berasal dari Singapura, Malaysia, Jepang dan Australia. Turis asing tinggal di Indonesia rata-rata 12 hari, lebih banyak dari kebanyakan negara Asia. Konsumsi setiap wisatawan asing di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 1990, konsumsi rata-rata setiap wisatawan asing di Indonesia adalah 966,81, dan rata-rata konsumsi harian adalah 81,79, pada tahun 1994 rata-rata konsumsi setiap wisatawan asing. turis meningkat menjadi 1.194,43, rata-rata 115,63 per hari.

### **Periode Perkembangan Stabil 1995-2012**

Setelah tahun 1997, akibat dampak buruk dari krisis keuangan, gejolak politik, bom teroris, dan SARS, industri pariwisata berkembang perlahan. Setelah Presiden Susilo berkuasa, stabilitas politik dalam negeri Indonesia dan peningkatan keamanan publik mendorong pemulihan pariwisata. Pada tahun 2006, jumlah wisman mencapai 5 juta, dan pemasukan devisa mencapai US\$4,5 miliar. Pada tahun 2007, jumlah wisatawan asing mencapai angka tertinggi dalam 10 tahun sebesar 5,5 juta, sehingga mendatangkan devisa bagi Indonesia sebesar US\$5,3 miliar. Pada tahun 2008, jumlah *inbound tourism* dari Indonesia mencapai 6,43 juta, meningkat 13,24% dibandingkan tahun 2007. Meskipun tidak mencapai target 7 juta orang yang dijadwalkan untuk "Tahun Pariwisata Indonesia 2008", itu mencapai pendapatan devisa 7,5 miliar, peningkatan tahun-ke-tahun sebesar 41,5%, peningkatan \$2,2 miliar, rekor tertinggi.

Pada Desember 2008, rata-rata tingkat hunian kamar hotel berbintang di 14 kota mencapai 49,69%. Pada tahun 2009, jumlah *inbound tourism* masih mencapai 6,4 juta, dan penerimaan devisa dari pariwisata sebesar 6,4 miliar. Industri pariwisata. Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia telah menaikkan target penerimaan wisatawan asing pada 2010, dari 6,5 juta pada 2009 menjadi 7 juta, dengan perolehan devisa US\$7 miliar. Menurut data Badan Pusat Statistik Indonesia, pada tahun 2010, jumlah wisman ke Indonesia mencapai 7,002 juta, meningkat 10,74% dibandingkan tahun 2009, dan penerimaan devisa dari pariwisata sebesar US\$ 7,6 miliar, meningkat 20,63% dibandingkan tahun 2009. Pada bulan Desember 2010, rata-rata tingkat hunian hotel berbintang di 17 provinsi di tanah air adalah 53,84%, meningkat 1,31 poin persentase dibandingkan dengan 52,53% pada tahun 2009, mencapai target rencana pemerintah 2010. Target pemerintah Indonesia pada 2011 adalah menerima 7,7 juta wisman, meningkat 10%, dan penerimaan devisa dari pariwisata sebesar 8,4 miliar. Meski ekonomi global sedang dilanda krisis, namun hal itu tidak mempengaruhi minat wisatawan asing untuk berkunjung ke Indonesia, dan justru meningkat (Panjinegara, 2023).

Pada tahun 2011, Indonesia berhasil menarik 7,65 juta wisman, dan pendapatan devisa dari pariwisata mencapai US\$ 8,5 miliar. Tingkat pertumbuhan pendapatan pariwisata mencapai 8,5%, menempati urutan kelima dalam pendapatan devisa negara. Industri pariwisata Indonesia akan terus berkembang pesat pada tahun 2012. Direncanakan untuk menerima 8 juta wisatawan internasional, yang akan membawa sekitar 9 miliar pendapatan devisa.

### **Periode Mempercepat Perkembangan 2012-kini**

Nilai pengeluaran *inbound tourism* di Indonesia dari 2012 hingga 2019 masih mengangkut terus-menerus, tahun 2012 nilai pengeluaran *inbound tourism* di Indonesia mencapai 9,46 miliar sampai tahun 2019 sudah mencapai 18,4 miliar (UNWTO), langsung menambah ganda *inbound tourism* di Indonesia pasti tumbuh cepat.

Tapi pada tahun 2020 nilai pengeluaran *inbound tourism* di Indonesia belum mencapai 4 miliar, karena dirobos oleh masa pandemi. Pada saat yang sama, *inbound tourism* sebagai salah satu bagian penting penunjang perekonomian Indonesia akan memberikan dampak yang sangat besar terhadap situasi perekonomian nasional di Indonesia, sehingga pemerintah Indonesia membuat rencana tersebut untuk menggairahkan *inbound tourism*.

1. Diskon untuk wisatawan domestik yang mengunjungi salah satu dari sepuluh destinasi wisata yang dipromosikan oleh pemerintah (Insentif 443 miliar rupiah indonesia).
2. Diskon bahan bakar jet oleh PT Pertamina (Insentif 265 miliar rupiah indonesia).
3. Pemasaran dan promosi pariwisata (Insentif 103 miliar rupiah indonesia).
4. Insentif untuk maskapai penerbangan dan agen perjalanan (Insentif 98.5 miliar rupiah indonesia).
5. Promosi tempat wisata melalui pengaruh media sosial (Insentif 72 miliar rupiah indonesia)(Statista Research Department).

Dilihat dari kebijakan di atas, pemerintah Indonesia masih memberikan bantuan kebijakan untuk pengembangan *inbound tourism* di era epidemi. Mempertahankan pendapatan devisa *inbound tourism* juga dapat menjaga stabilitas sebagian perekonomian.

### **Tantangan dan Peluang Inbound Tourism**

#### **Tantangan- Krisis Keuangan**

Krisis ekonomi yang paling berpengaruh dalam sejarah perkembangan pariwisata di Tiongkok dan Indonesia adalah 1997 hingga 1998: krisis keuangan Asia dan 2007 hingga 2011: krisis subprime mortgage dan krisis keuangan global. kedua negara juga menjadi tantangan bagi stabilitas ekonomi global. Bagaimana mempertahankan perkembangan pariwisata di bawah dampak krisis keuangan yang besar, baik Tiongkok maupun Indonesia telah memberikan jawaban yang baik.

Dalam krisis ekonomi ini, *inbound tourism* Tiongkok kemungkinan akan terus mengalami penurunan. Turis internasional adalah yang paling sensitif terhadap krisis, dan pasar pariwisata skala besar sangat

terpengaruh oleh krisis dan pada saat yang sama pulih secara perlahan. Permintaan eksternal telah melemah, dan sisi permintaan *inbound tourism* telah kehilangan momentum pertumbuhannya. Ciri-cirinya adalah sebagai berikut: Pertama, input sumber pelanggan telah memasuki keadaan menurun, dan kondisi pasar secara keseluruhan lesu. Menurut statistik Administrasi Pariwisata Nasional, tingkat pertumbuhan jumlah wisatawan masuk dan pendapatan di negara saya dari Januari hingga Oktober tahun 2008 masing-masing adalah -0,67% dan -3,82%, terutama sejak Juni hingga Oktober, jumlah kedatangan wisatawan dan pendapatan telah selama 5 bulan berturut-turut. A "double dip" terjadi. Kedua, penurunan di negara-negara sumber utama telah meluas, dengan Korea Selatan dan Jepang memimpin pasar dengan penurunan dua digit. Sebanyak 13 negara sumber wisata utama telah menurun ke tingkat yang berbeda-beda, dan penurunan tersebut telah meluas dan semakin dalam dari bulan ke bulan, dan beberapa di antaranya telah menjadi "daerah yang paling terpukul". Yang ketiga adalah bahwa sumber penumpang jarak jauh telah turun secara signifikan di seluruh papan, dan "mesin" jarak jauh yang telah berjalan dengan kecepatan tinggi selama bertahun-tahun telah terhenti. Pasar jarak jauh telah anjlok sepanjang jalan, dan sinyal dari posisi terbawah lemah, dan sumber daya yang muncul dari pasar luar negeri telah terputus. Keempat, Tiongkok Hong Kong dan Rusia telah menjadi dua "stabilisator" untuk menstabilkan pariwisata masuk dan pasar asing, masing-masing. Hong Kong, Tiongkok tumbuh sedikit melawan tren, dan Rusia tumbuh kuat sebesar 10%, memainkan peran "stabilisator".

Menghadapi krisis ekonomi global, sebagai negara dengan ekonomi pasar sosialis, Tiongkok telah menerapkan keputusan strategis Komite Sentral Partai dan Dewan Negara untuk menangani krisis ekonomi, secara aktif menanggapi krisis keuangan, dan mencapai pembangunan yang stabil dan cepat pariwisata (Hariyanto, 2020).

Pada tahun 2009, seluruh industri pariwisata akan secara sadar menerapkan kebijakan pemerintah pusat untuk meningkatkan kepercayaan, memastikan pertumbuhan ekonomi, dan memperluas permintaan domestik, dengan fokus pada pengembangan konsumsi jasa pariwisata, terus meningkatkan kapasitas konsumsi akhir, dan secara aktif mengembangkan hotspot pariwisata dan budaya yang kompatibel. dengan penyesuaian liburan, konsumsi, dan secara komprehensif meningkatkan struktur kualitas dan efisiensi industri pariwisata negara saya. Gunakan lingkungan ekonomi domestik yang stabil untuk mempromosikan pengembangan dan konsumsi pariwisata domestik, dan menggunakan pertumbuhan konsumsi pariwisata domestik untuk mengurangi dampak permintaan pariwisata masuk dan pengurangan pendapatan di Tiongkok. Selama Pekan Emas Festival Musim Semi 2009, negara ini menerima total 109 juta turis, meningkat 24,7% dibandingkan Pekan Emas Festival Musim Semi tahun sebelumnya; pendapatan pariwisata adalah 50,93 miliar yuan, meningkat 23,1% (Administrasi Pariwisata Nasional Tiongkok).

Krisis keuangan pertama kali melanda pasar saham Indonesia, dan kemudian menyusutnya hasil investasi juga mempengaruhi perkembangan ekonomi riilnya. Meskipun krisis barang di bawah standar di Amerika Serikat dimulai pada tahun 2007, tetapi benar-benar mulai menyebar ke Indonesia pada tahun 2008, terutama setelah runtuhnya Lehman Brothers. Dilihat dari pasar saham Indonesia, Indeks Harga Saham Gabungan pada 28 Desember 2007 mencapai 2.745,83 poin. Sejak itu, indeks saham terus menurun, dan turun menjadi 1.244,86 poin pada 27 Oktober 2008. 54,66% dalam 10 bulan Dan karena pasar saham anjlok 10,38% dalam satu hari pada tanggal 8 Oktober, bursa terpaksa menghentikan perdagangan, dan perdagangan pasar saham tidak dilanjutkan sampai tanggal 13. Hingga 10 Maret 2009, KLCI masih hanya 1.341,60 poin. Selain itu, data Bank Indonesia menunjukkan bahwa akibat dampak krisis keuangan di Amerika Serikat, nilai saldo surat berharga bank sentral mengalami outflow sebesar \$1,9 miliar pada kuartal ketiga 2008.

Krisis finansial yang terjadi berdampak besar terhadap perekonomian Indonesia, namun dampak terhadap pariwisata, khususnya *inbound tourism*, tidak begitu besar (Pambudi et al., 2020; Santti, 2018). Karena krisis ekonomi dimulai pada tahun 2007, tetapi baru secara resmi mempengaruhi Indonesia pada tahun 2008, jumlah wisatawan asing di Indonesia mencapai level tertinggi dalam 10 tahun pada tahun 2007, mencapai 5,5 juta, membawa pendapatan devisa Indonesia sebesar US\$5,3 miliar. Jumlah *inbound tourism* dari Indonesia pada tahun 2008 mencapai 6,43 juta, meningkat dari tahun 2007

Walaupun tidak mencapai target 7 juta orang yang dijadwalkan untuk "Tahun Pariwisata Indonesia 2008", itu mencapai pendapatan devisa 7,5 miliar, meningkat 41,5% dari tahun ke tahun, meningkat 2,2 miliar, rekor tertinggi.

Pada Desember 2008, rata-rata tingkat hunian kamar hotel berbintang di 14 kota mencapai 49,69%. Pada tahun 2009, jumlah *inbound tourism* masih mencapai 6,4 juta, dan penerimaan devisa dari pariwisata sebesar 6,4 miliar, membuktikan bahwa pelemahan ekonomi global yang menghambat pertumbuhan industri pariwisata Indonesia tidak mempengaruhi industri pariwisata Indonesia.

### **Tantangan Masa Pandemi**

Tahun 2019, pasar *inbound tourism* Tiongkok terus mempertahankan pertumbuhan pemulihan sejak 2015, dan struktur pasar terus dioptimalkan. Pada 2019, negara saya menerima 65,73 juta *inbound tourism* overnight dan 31,88 juta *inbound tourism* asing, masing-masing naik 4,5% dan 4,4% year-on-year. Proporsi pasar *inbound tourism* semalam dan proporsi pasar *inbound tourism* asing terus mempertahankan tren yang meningkat, dan institusi pasar sumber terus dioptimalkan. Pada tahun 2019, proporsi pasar semalam masuk negara saya dan pasar pariwisata masuk asing masing-masing adalah 45,2% dan 21,9%, meningkat 0,7 dan 0,3 poin persentase dibandingkan tahun sebelumnya.

Epidemi mahkota baru yang tiba-tiba mengganggu tren pertumbuhan asli *inbound tourism*. Menurut statistik terbaru dari Akademi Pariwisata Tiongkok (Pusat Data Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata), pada paruh pertama tahun 2020, negara saya menerima 14,54 juta *inbound tourism*, penurunan tahun-ke-tahun sebesar 80,1%. Diantaranya, *inbound tourism* overnight dan turis asing *inbound tourism* juga turun lebih dari 80% (Tiongkok *Inbound Tourism* Development Report, 2020).

Dalam periode epidemi seperti itu, di bawah pencegahan dan pengendalian ketat Tiongkok terhadap kasus-kasus impor di luar negeri, pengembangan industri pariwisata masuk sangat sulit. Tidak hanya industri *inbound tourism* saja yang terhambat, bahkan industri pariwisata dalam negeri yang terus berkembang juga ikut menderita, seluruh industri pariwisata sangat sulit.

Selama epidemi, industri *inbound tourism* Indonesia sangat terpukul, pertama-tama, jumlah *inbound tourism* turun secara signifikan. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat ramai akibat adanya pandemi COVID-19. Berdasarkan data BPS pada tahun 2021, terdapat penurunan jumlah wisatawan yang cukup signifikan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. juta kunjungan. bila dibandingkan dengan tahun 2019, jumlah wisatawan turun sebesar 75,03 persen. Berdasarkan kebangsaannya, terdapat 5 negara yang paling banyak berkunjung ke Indonesia pada tahun 2020 yaitu Timor Leste, Malaysia, Singapura, Australia, dan Tiongkok. Pada tahun 2020, jumlah wisatawan masuk turun tajam dari Januari, mencapai titik terendah pada April, dari 1.272.000 menjadi 158.700, penurunan kedatangan 87%.

Sementara itu, Deputy Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur Kemenparekraf di laman travel.detik.com memaparkan bahwa jumlah wisatawan lokal menurun sebesar 61 persen apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan jumlah wisatawan yang signifikan tersebut sangat berpengaruh pada kondisi perekonomian karena pariwisata berperan penting dalam meningkatkan pendapatan negara, devisa, dan lapangan pekerjaan. Pandemi mengancam 13 juta pekerja di sektor pariwisata dan 32,5 juta pekerja yang secara tidak langsung terkait sektor pariwisata.

Penerimaan devisa negara dari sektor pariwisata juga sangat menurun. Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Uno, proyeksi penerimaan devisa dari pariwisata pada tahun 2020 antara 4-7 miliar. Sebelum terjadi pandemi, penerimaan devisa pariwisata tahun 2020 ditargetkan sebesar US\$ 19-21 miliar. Apabila dibandingkan dengan tahun 2019, penurunan yang terjadi cukup signifikan karena penerimaan devisa pariwisata pada tahun sebelumnya hampir mencapai 20 miliar.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia secara kumulatif selama periode Januari-November 2020 hanya mencapai 3,89 juta kunjungan, lebih rendah dari periode yang sama di tahun sebelumnya yaitu sebesar 14,73 juta wisatawan mancanegara atau mengalami penurunan tajam sebesar 73,60 persen. Terdapat 10.946 usaha pariwisata yang terdampak dan 30.421 tenaga kerja wisata kehilangan pekerjaan.

Pemerintah Indonesia juga mengusulkan wisata virtual saat ini, *Virtual Tourism* alias Wisata Virtual menjadi salah satu alternatif yang muncul di tengah kejemuan pandemi COVID-19. Wisata Virtual hadir sebagai salah satu bentuk transformasi dan adaptasi melawan pandemi dengan memanfaatkan teknologi, sembari menunggu proses *recovery* dunia pariwisata yang belum signifikan. *The International Air Transport Association* (Iata) memperkirakan bahwa perjalanan belum akan kembali ke tingkat pra-pandemi hingga 2024 mendatang. Wisata Virtual dapat menjadi jawaban sementara untuk membuat calon wisatawan tetap tertarik untuk berwisata saat kondisi membaik (Dutha, 2022).

Gagasan Wisata *Virtual* saat ini telah mulai dan terus dikembangkan oleh berbagai pihak, seperti kemenparekraf, pmda, serta masyarakat. Konten dalam Wisata Virtual ini pun sangat beragam, mulai dari panorama alam, museum, pentas dan pagelaran seni, budaya adat, hingga suasana kehidupan metropolitan di Indonesia yang tersedia dalam bentuk gambar dan video (Purnomo et al., 2020; Sumaryadi & SE, 2021). Harapannya, keberadaan tur wisata virtual dapat membuat calon wisatawan merasa seperti berada di destinasi dimana mereka inginkan. Hal ini sama saja dengan menawarkan pengalaman “coba sebelum membeli” yang dapat mendorong rasa ingin bepergian.

### ***Peluang dan Tantangan “Akses ke WTO”***

Indonesia bergabung dengan WTO pada tahun 1995 dan Tiongkok bergabung dengan WTO pada tahun 2001, waktu ini sangat dekat. Jika tentang Pihak Tiongkok pasti ada Peluang dan Tantangan.

Setelah Tiongkok masuk ke WTO, kondusif untuk mengoptimalkan lingkungan untuk pengembangan pariwisata. Ini akan mempercepat laju pembukaan industri yang terkait dengan pariwisata, dan beberapa daerah yang telah dibuka secara jelas memiliki manfaat langsung bagi pengembangan pariwisata lebih lanjut. Perluasan dan pembukaan industri keuangan akan memfasilitasi pembayaran pariwisata, sangat mempromosikan industri *inbound tourism*, dan memfasilitasi pembayaran dan penukaran mata uang asing.

Pengurangan tarif mobil impor akan memecahkan masalah kendaraan wisata yang telah mengganggu perkembangan industri pariwisata selama bertahun-tahun, pengurangan tarif lainnya juga bermanfaat untuk pengurangan biaya operasional untuk hotel kelas atas.

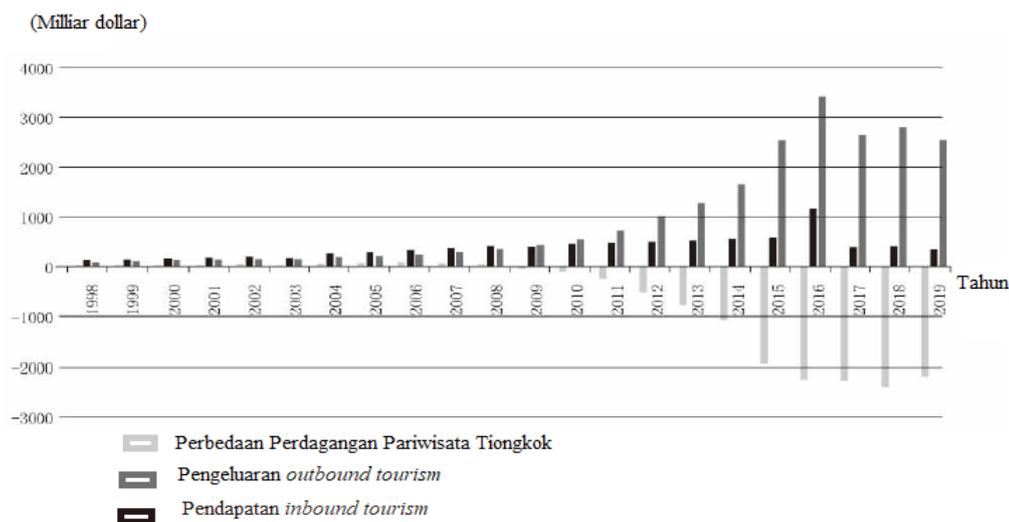
Setelah bergabung dengan WTO, akan membantu meningkatkan sumber wisatawan internasional. Masuknya biro perjalanan asing secara bertahap ke pasar Tiongkok melalui usaha patungan atau kepemilikan tunggal akan secara langsung mengarah pada peningkatan *inbound tourism*, lebih banyak peluang bagi investor asing untuk masuk ke Tiongkok, dan pasar yang luas untuk pengembangan bisnis pariwisata.

Tantangan dan peluang dasar bagi Indonesia untuk bergabung dengan WTO sangat mirip dengan Tiongkok, dan waktu untuk bergabung dengan WTO juga sangat dekat. Namun perbedaan antara Indonesia dan Tiongkok adalah bahwa Indonesia telah lama berada dalam masa penjajahan, dan terdapat banyak personil asing, dan banyak infrastruktur sosial telah diperbaiki pada masa penjajahan Belanda, dan lingkungan negara yang relatif lebih baik. Terbuka Tiongkok secara bertahap membuka diri dari negara yang relatif tertutup, dan aksesibilitasnya ke WTO akan memiliki dampak yang lebih besar daripada Indonesia.

### **Status quo Perkembangan Inbound Tourism**

#### ***Proporsi Inbound Tourism, Pendapatan Forex, Situasi Surplus dan Defisit Perdagangan dalam Pariwisata***

Untuk proporsi *inbound tourism* dalam pariwisata di Tiongkok, sebenarnya *inbound tourism* proporsi tidak sangat tinggi jika dibandingkan dengan Indonesia. Pada 2019, negara saya menerima 65,73 juta *inbound tourism* semalam dan 31,88 juta turis asing, dan itu telah tumbuh dengan mantap untuk waktu yang lama. Pada 2018, pendapatan *inbound tourism* Tiongkok mencapai 127,1 miliar, dan pada 2019, pendapatan *inbound tourism* juga akan terus tumbuh, melampaui 130 miliar (Laporan Pengembangan *Inbound tourism* Tiongkok 2020). Pada tahun 2019, *outbound tourism* Tiongkok mempertahankan perkembangan yang stabil. Hal ini tercermin dalam kecepatan pembangunan, tetapi juga dalam struktur tujuan dan sumber wisatawan. Pada tahun 2019, pasar *outbound tourism* negara saya masih mempertahankan tren pertumbuhan, mencapai 155 juta orang-kali, meningkat 3,3% dari tahun ke tahun dibandingkan tahun 2018. Pada 2019, tingkat pertumbuhan pasar *outbound tourism* Tiongkok melambat. Pada tahun 2019, konsumsi wisatawan *outbound tourism* Tiongkok dari luar negeri melebihi 133,8 miliar, dengan tingkat pertumbuhan lebih dari 2%. Dari data di atas terlihat bahwa jumlah *outbound tourism* Tiongkok lebih besar dari pada *inbound tourism*, dan pengeluaran yang dihasilkan jauh lebih besar dari pemasukan devisa yang dihasilkan oleh *inbound tourism* (Laporan Pengembangan *Outbound tourism* Tiongkok, 2020).



**Gambar 3 1998-2019 Perbedaan Perdagangan Layanan Tiongkok (Otoritas valuta asing)**

Dipengaruhi oleh epidemi, pasar *inbound tourism* negara saya telah mengalami penurunan seperti tebing sejak Festival Musim Semi pada tahun 2020. Menurut statistik yang dirilis oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, pada tahun 2020, negara saya menerima total 27,47 juta turis asing, turun 81% dari tahun ke tahun. Di antara mereka, ada 7,97 juta wisman semalam, 4,12 juta wisman, dan 1,84 juta wisman semalam, turun masing-masing 88%, 87%, dan 93%. *Inbound tourism* telah mengalami resesi yang tidak terlihat dalam empat dekade terakhir. Menurut perkiraan Akademi Pariwisata Tiongkok (Pusat Data Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata), sepanjang tahun 2021, negara saya akan menerima 31,98 juta turis masuk dan mencapai pendapatan pariwisata internasional sebesar 20,8 miliar, meningkat masing-masing sebesar 18% dan 23% tahun-ke-tahun, pulih menjadi 22% dan 16% pada tahun 2019.

Dalam hal jumlah total perjalanan keluar oleh penduduk Tiongkok, jumlah perjalanan keluar ke Hong Kong, Makau dan Taiwan. Jumlah wisatawan asing terus bertambah. Namun jika dilihat dari proporsi keduanya dalam *outbound tourism*, proporsi pariwisata Hong Kong, Makau dan Taiwan semakin menurun, sedangkan proporsi pariwisata luar negeri meningkat, dan pilihan destinasi wisata mulai beralih ke luar negeri. Kapasitas konsumsi penduduk secara langsung berkaitan dengan peningkatan pengalaman pariwisata secara bertahap dan peningkatan layanan terkait *outbound tourism*. Pada tahun 2019, jumlah wisatawan outbound menyumbang 39,6% dari total jumlah wisatawan outbound, meningkat 13 poin persentase dibandingkan dengan proporsi tahun 2015 (26,6%); proporsi pariwisata Hong Kong, Makau dan Taiwan meningkat dari tahun 2015 73,4% turun menjadi 60,4% di 2019. Pariwisata masuk Tiongkok mempertahankan sedikit tren pertumbuhan, tetapi perkembangannya relatif

Sejak tahun 2015, *inbound tourism* Tiongkok telah mempertahankan sedikit tren pertumbuhan. Menurut statistik dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, Tiongkok menerima 145 juta *inbound tourism* pada 2019, meningkat 2,9% dari tahun ke tahun. Di antara mereka, jumlah wisatawan asing masuk adalah 31,88 juta, meningkat 4,4% dari tahun ke tahun. Jumlah kunjungan wisman asing dan tiga besar negara tujuan wisata dunia adalah Prancis (89,4 juta wisman tahun 2018), Spanyol (82,6 juta wisman tahun 2018), dan Amerika Serikat (76,9 juta wisman tahun 2017) Sangat berbeda. Skala pasar semalam masuk Tiongkok terus berkembang. Pada 2019, Tiongkok menerima 65,73 juta *inbound tourism* semalam, meningkat 4,5% dari tahun ke tahun, jauh lebih tinggi dari tingkat pertumbuhan total *inbound tourism*. Dengan pengayaan produk pariwisata domestik yang berkelanjutan dan peningkatan kualitas pasokan yang berkelanjutan, pendapatan *inbound tourism* telah mempertahankan pertumbuhan yang stabil. Menurut data yang dirilis oleh Biro Statistik Nasional, pendapatan pariwisata masuk Tiongkok pada 2019 adalah US\$131,3 miliar, meningkat 3,3% dari tahun ke tahun. Di antara mereka, orang asing menghabiskan 77,1 miliar di Tiongkok, meningkat 5,4% dari tahun ke tahun.

Karakteristik pengembangan *inbound tourism* dan *outbound tourism* Tiongkok yang tidak seimbang menyebabkan berkembangnya jasa pariwisata. Defisit perdagangan terus melebar. Seperti yang ditunjukkan, perdagangan jasa pariwisata negara saya mengalami surplus sebelum tahun 2009, berubah menjadi defisit pada tahun 2009 dan menunjukkan tren yang berkembang, yang telah menjadi sumber penting dari defisit perdagangan jasa.

Pendapatan pariwisata Indonesia mencapai US\$4.722,71 juta pada Juni 2019, dan mulai menurun pada 2020, turun menjadi US\$2.911,28 juta pada Januari 2020, dan menjadi US\$88,42 juta pada Juni 2020, turun 97,68% *Trading Economicz* Pada 2020, *outbound tourism* dari Indonesia sebesar US\$ 1653 juta. Meskipun *outbound tourism* Indonesia - perjalanan telah berfluktuasi secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, antara tahun 2001 dan 2020, jumlah ini cenderung meningkat, dengan pengeluaran yang dihasilkan oleh *outbound tourism* mencapai US\$113,21 miliar pada 2019 dan US\$1,653 miliar pada akhir 2020. Pada tahun 2019 jumlah penumpang *outbound tourism* mencapai 11,69 juta, turun menjadi 2,92 juta pada 2020. (UNWTO) Nilai pengeluaran *inbound tourism* di Indonesiasampai tahun 2019 sudah mencapai 18,4 miliar, langsung menambah ganda *inbound tourism* di Indonesia pasti tumbuh cepat. Tapi pada tahun 2020 nilai pengeluaran *inbound tourism* di Indonesia belum mencapai 4 miliar, karena dirobos oleh masa pandemi.

Dari data tersebut, pariwisata *inbound tourism* Indonesia menghasilkan pendapatan yang lebih besar daripada *outbound tourism*, sehingga akan menghasilkan surplus perdagangan pariwisata, dan dengan terus berkembangnya *inbound tourism* maka surplus perdagangan pariwisata akan terus membesarkan.

## KESIMPULAN

Sebagai bagian penting dari perkembangan ekonomi Tiongkok dan Indonesia, *inbound tourism* memiliki proporsi yang berbeda dalam pembangunan ekonomi nasional dan pengembangan industri pariwisata secara keseluruhan, sehingga menghasilkan arah dan hasil pembangunan yang berbeda dari kedua negara. Tiongkok akan lebih fokus pada pengembangan pariwisata domestik di tiga bagian pariwisata: pariwisata domestik, *outbound tourism* dan *inbound tourism*, dan proporsi manfaat ekonomi yang dihasilkan juga akan lebih tinggi. tingkat pendapatan ekonomi nasional, jumlah orang yang pergi ke luar negeri dan jumlah konsumsi yang sangat tinggi di dunia, seperti Indonesia. Namun, karena kurangnya perhatian pada pengembangan *inbound tourism*, terjadi defisit perdagangan di bidang pariwisata. Di sisi lain, Indonesia sebaliknya, *inbound tourism* dan *outbound tourism* telah membentuk surplus perdagangan yang besar. Untuk Indonesia pandemi covid-19 yang terjadi memberikan dampak penurunan pada sektor pariwisata. Adanya kebijakan Pembatasan Sosial Besar-Besaran (PSBB) memberikan dampak ekonomi yang cukup besar terhadap sektor pariwisata. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenkarekraf) telah melakukan beberapa langkah kebijakan untuk memperbaiki sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Peningkatan ekspor dan digitalisasi pemasaran produk ekonomi kreatif (Ekraf) menjadi salah satu langkah pemerintah, sehingga diharapkan dapat memulihkan *inbound tourism* Indonesia.

## REFERENSI

- Ahmad, U. S. (2022). Implementasi Pariwisata terhadap Perekonomian Indonesia. *Al-DYAS*, 1(1), 81–96.
- Ambarwati, R., & SE, M. (2020). Buku Ajar Manajemen Operasional Dan Implementasi Dalam Industri. *Umsida Press*, 1–947.
- Arida, I. N. S., & Sunarta, N. (2017). Pariwisata berkelanjutan. *Pariwisata Berkelanjutan*.
- Dutha, I. (2022). *E-Book Pariwisata Bali dalam Perspektif Pragmatisme*. CAKRA MEDIA UTAMA.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan destinasi pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Fatmah, F., Razak, M., Kartika, T., Suharto, B., Pracintya, I. A. E., Nurhayati, A., Hidayat, T., Ohyver, D. A., Dewi, I. A. U., & Setiawan, Z. (2024). *Bisnis Periwisata di Indonesia: Peluang Bisnis Destinasi Pariwisata di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hariyanto, E. (2020). *Mewaspada Terulangnya Krisis Ekonomi 1998 & Upaya Pencegahannya*. @jualinbukumu.
- Ni Made, R. (2019). *Pengetahuan Pariwisata Bali*. Aseni.
- Pambudi, A. S., Masteriarsa, M. F., Wibowo, A. D. C., Amaliyah, I., & Ardana, A. K. (2020). Strategi pemulihan ekonomi sektor pariwisata pasca Covid-19. *Majalah Media Perencana*, 1(1), 1–21.
- Panjinegara, A. E. S. (2023). Analisis Penerapan Asas-Asas Umum Pemerintahan Yang Baik Pada Program Hibah Pariwisata Sebagai Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) 2020 Akibat Pandemi Covid 19. *Media Bina Ilmiah*, 18(2), 275–288.
- Purnomo, E. P., Khairunnisa, T., Adrian, M. M., Suling, C. F., Sadayi, D. P., Miftahurrohman, D., Pandansari, D. A., Aditya, F., Kamaludin, N. K., & Novalia, S. (2020). *SUSTAINABLE TOURISM ON POST COVID-19 "Menciptakan Strategi dan Tata Kelo la Baru Pariwisata Yang Berkelanjutan Paska Pandemi Covid-19"*. TOHAR MEDIA.
- Rakhmat, M. Z., Tarahita, D., Permadi, D. R., Pashya, M. H., Purnama, Y., & Juan, M. F. T. V. (2020). *Ekonomi Politik Hubungan Indonesia-Tiongkok 2020*. INDEF.

- Santi<sup>1</sup>, F. (2018). *Analisis Aliran Perdagangan Pariwisata Internasional Dan Dampaknya Terhadap Pariwisata Indonesia*.
- Sumaryadi, A. P., & SE, M. M. (2021). *INOVASI PEMASARAN DI ERA PANDEMI COVID-19 DUFAN (TIJA)*.
- Xia Jiechang. (2018). Tinjauan 40 Tahun dan Prospek Reformasi dan Pembukaan Pariwisata Tiongkok. *Research on Economics and Management*.