

PARIWISATA DAN ISU TERORISME

Oleh : Angelina Sondakh, SE, MSi

(Anggota Komisi X Fraksi Partai Demokrat, Wakil Sekjen DPP-PD)

5 Juli 2009, 08.00 am biasanya tv menyiarkan berita mengenai dunia pendidikan yang memang akhir - akhir ini sedang mendapat sorotan dari berbagai pihak, seiring dengan dimulainya ajaran baru. Dari demonstrasi masalah "tukar guling" bangunan sekolah yang dipandang tidak pro dunia pendidikan di Sumut, sampai isu masih adanya pungutan- pungutan di beberapa sekolah, telah menimbulkan keprihatinan yang cukup mendalam bagi kita semua.

Berita Seputar dunia pendidikan di TV tiba-tiba tergeser manakala sebuah bom diberitakan meledak hampir bersamaan, di dua hotel ternama yang selama ini sering dipandang sebagai simbol Amerika, J.W Marriot dan Ritz Carlton pada 17 Juli 2009 lalu. Sudah dapat di duga, apapun alasan dan motivasi para pelakunya, kejadian yang menimbulkan korban jiwa dan luka-luka yang tidak sedikit ini, menimbulkan keprihatinan dan kecaman dari berbagai pihak, baik dari masyarakat kita sendiri maupun dunia internasional.

Malapetaka yang terjadi Jum'at pagi hari ini, seolah-olah mengoyak ingatan kita kembali akan peristiwa 6 tahun lalu, dimana di tempat yang sama - Ritz Carlton- juga pernah mengalami kejadian yang serupa.

Rentetan peristiwa yang dilakukan para teroris ini, diakui atau tidak telah memberi *image* yang kurang baik terhadap Indonesia dan sudah barang tentu sangat mempengaruhi perekonomian Negara kita. Bahkan dapat dikatakan pasca peledakan bom yang terjadi di beberapa daerah tersebut, telah mengakibatkan perekonomian nasional mengalami stagnasi hampir selama 5 tahun. Dunia pariwisata sebagai salah satu andalan untuk mendapatkan devisa Negara, sempat terpukul mengingat bisnis ini sangat rentan terhadap isu keamanan.

Akibat kejadian tersebut, kurang lebih 5 tahun lamanya kita bergelut dengan 'recovery' ekonomi untuk memulihkan kembali kepercayaan lokal maupun asing, dalam menunjang perekonomian nasional. Berbagai program pemulihan dilakukan oleh

pemerintah secara holistik, konsisten dan berkesinambungan. Sebuah langkah yang tidak mudah, ditengah-tengah berbagai persoalan yang masih menghantui negeri ini.

Kerja keras pemerintah rupanya tidak sia-sia. Sedikit demi sedikit perbaikan dan perubahan yang positif mulai terasa. Pertumbuhan ekonomi berada dikisaran 3-4%, Bahkan disaat beberapa negara Amerika dan Eropa mengalami krisis ekonomi global, yang dipicu oleh ambruknya sektor keuangan Amerika, Indonesia masih bisa bertahan dan menjadi salah satu negara di Asia yang berhasil menjaga pertumbuhannya secara positif. Untuk hal ini, sekali lagi duniapun memberi apresiasi terhadap prestasi yang telah diraih pemerintah kita.

Pariwisata dan Devisa Negara

Sampai saat ini, dunia pariwisata masih tetap menjadi salah satu andalan utama negara dalam memperoleh devisa negara. Keanekaragaman budaya, keelokan pemandangan alamnya serta ke ramah tamahan masyarakatnya, masih menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan manca negara. Sektor Pariwisata diakui pula sebagai salah satu sektor yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi riil, mengingat sifatnya yang "multi efek" terhadap sektor lain. Apabila pariwisata berkembang dengan baik maka sudah dapat dipastikan sektor-sektor lain yang melingkupinya akan ikut naik. Tingkat hunian hotel akan meningkat, sektor transportasi akan tumbuh, bisnis makanan maupun kerajinan tangan yang pada umumnya melibatkan industri skala kecil dan rumah tangga juga akan berkembang.

Keberhasilan dunia pariwisata kita, salah satunya dapat kita lihat dari jumlah kunjungan wisatawan manca negara, dimana dari tahun ke tahun memperlihatkan angka yang signifikan. Pada tahun 2008 yang lalu saja, tercatat tidak kurang 5 juta wisatawan asing yang telah berkunjung ke Indonesia. Sebuah angka yang belum pernah kita raih di masa-masa sebelumnya. Tahun 2009 ini, dari 7 juta target kunjungan wisatawan dunia, sampai bulan Juli 2009 lalu, telah tercapai 6,5 juta. Tidak kurang 7 juta US dollar devisa yang telah kita peroleh dari bisnis jasa ini. Di tengah krisis global, industri pariwisata masih memperlihatkan kontribusi yang positif, disamping dari sektor gas, listrik dan transportasi. Keberhasilan ini sudah barang tentu, tidak dapat dilepaskan dari kondisi keamanan dalam negeri yang dapat dijaga dengan baik sehingga menimbulkan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan manca negara.

Tabel 1.
Data Statistik Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara	Rata-rata Pengeluaran per orang (US\$)		Rata-rata lama tinggal (hari)	Jml Penerimaan Devisa (US \$)
		Per Kunjungan	Per Hari		
2000	5.064.217	1.135,18	95,59	12,26	5.748,80
2001	5.153.620	1.053,36	100,42	10,49	5.396,26
2002	5.033.400	893,26	91,29	9,79	4.305,56
2003	4.467.021	903,74	93,27	9,69	4.037,02
2004	5.321.165	901,66	95,17	9,47	4.797,88
2005	5.002.101	904,00	99,86	9,05	4.521,89
2006	4.871.351	913,09	100,48	9,09	4.447,98
2007	5.505.759	970,98	107,70	9,02	5.345,98

Sumber : *Statistical Report on Visitor Arrival to Indonesia*

Apa Yang terjadi Pasca Bom Marriot Kedua ?

Dalam terminologi dunia pariwisata dimanapun juga, faktor keamanan adalah prasyarat dasar yang harus di penuhi. Pariwisata tidak dapat berkembang dengan baik, apabila tidak ada jaminan terhadap para wisatawan yang datang. Kita masih ingat, pasca Bom Bali 1 & ke 2, dunia pariwisata kita sempat terpuruk pada titik yang paling nadir sehingga memaksa pemerintah untuk mengalokasikan dana secara khusus bagi program pemulihan untuk meningkatkan kembali kepercayaan para wisatawan mancanegara. Kepercayaan tersebut pada akhirnya dapat kita peroleh melalui berbagai kebijakan khusus, seiring dengan semakin meningkatnya keamanan di dalam negeri sehingga pariwisata kita dapat bangkit kembali secara perlahan-lahan namun pasti.

Sayangnya, upaya dan kerjakeras kita selama ini, kembali di rusak oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab dengan terjadi peristiwa bom Marriot 2, pada pertengahan bulan Juli lalu. Harus kita akui, ini merupakan pukulan yang sangat berat bagi dunia pariwisata kita yang pada akhirnya akan berpengaruh pula pada pertumbuhan ekonomi nasional. Tidak kurang dari 24 jam pasca peledakan, *organizer* MU langsung membatalkan rencana pertandingannya dengan tim kesebelasan nasional kita di Jakarta. Padahal seperti yang kita ketahui bahwa setan merah (julukan untuk MU) pada tanggal 20 telah diagendakan untuk bertarung melawan Indonesia *all star*. Pihak penyelenggara mengaku mengalami kerugian sampai 30 Milyar, akibat pembatalan tersebut. Bahkan

bukan itu saja, selang 1 hari setelah kejadian, Amerika mengeluarkan *travel warning* untuk mengingatkan warga negaranya supaya tidak datang ke Indonesia terlebih dahulu, sampai kondisi keamanan dipandang benar-benar telah pulih. Tidak lama, hal yang sama di lakukan juga oleh pemerintah Australia.

Asita menerima 70% pembatalan dari rencana kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Para pengelola hotel melaporkan ada penurunan dan pembatalan sewa kamar, walaupun tidak sedasyat pada saat bom Bali 1 dan kedua. Mall - mall tidak seramai sebelum ada insiden bom Marriot yang kedua. Dengan kata lain dapat kita simpulkan bahwa peristiwa peledakan bom J.W Marriot dan Ritz Carlton, telah memberi dampak yang kurang baik terhadap industri pariwisata dan perekonomian nasional kita.

Apa yang harus kita lakukan?

Bagaimanapun juga peristiwa ini sangat memilukan dan memprihatinkan kita semua. Di tengah berbagai upaya pemerintah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, masih ada saja segelintir anak bangsa yang berpikir dan berperilaku naif serta sempit. Namun demikian, hendaknya kita juga tidak boleh berpangku tangan dan berputus asa. Berbagai upaya nyata untuk memperbaiki keadaan harus segera di lakukan, sehingga citra negara kita sebagai negara yang aman dan tentram dapat pulih kembali.

Hampir dapat dipastikan bahwa bekerja bersama-sama yang melibatkan partisipasi aktif seluruh masyarakat, akan memberikan hasil yang jauh lebih efektif. Bagi kita, mengingat bencana ini bukanlah yang pertama maka seyogyanya kita sudah memiliki pengalaman-pengalaman sebelumnya dalam upaya pemulihan kepercayaan dan keamanan. Kita berharap dan harus memiliki sebuah tekad bahwa ini adalah peristiwa yang terakhir dan tidak dapat kita tolerir untuk terjadi kembali. Oleh sebab itu pasca bom Marriot - Ritz Carlton ke 2 ini, maka ada beberapa langkah strategis yang harus kita lakukan.

Pertama, mengupayakan secepat mungkin keamanan dan ketertiban di masyarakat dengan menangkap dan mengadili para pelaku aksi teror sesuai dengan hukum yang berlaku, agar kepercayaan masyarakat pulih kembali. Kerjasama lintas sektoral sangat diperlukan dengan melihat aksi teror sebagai "musuh bersama" yang harus dkita perangi. Semangat nasionalisme harus di tumbuhkan, mengingat akibat yang di timbulkan oleh peristiwa semacam ini, tidak hanya mengakibatkan jatuhnya korban jiwa atau kerugian

materi semata, tetapi lebih dari itu sangat merusak citra bangsa dan negara yang pada akhirnya, memberi implikasi negatif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Kedua, selain citra yang harus dibangun bahwa Indonesia itu adalah sebuah negara yang aman dan damai, maka yang harus dilakukan pada fase sekarang ini adalah lebih menghidupkan pariwisata nusantara kita. Pariwisata nasional harus menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Kunjungan wisatawan lokal harus lebih digalakkan dan dijadikan sebagai sebuah potensi besar untuk digali dan dikembangkan. Disamping untuk menggalakan dan lebih menghidupkan dunia pariwisata nasional, strategi ini juga dapat kita pakai sebagai sarana menumbuhkan rasa nasionalisme dan cinta tanah air. Adalah tidak salah apabila departemen pariwisata kita, menerapkan jargon, "kenali negerimu-cintai negaramu" sebagai sebuah *ikon* dalam upaya memberbesar porsi kunjungan wisatawan domestik. Dalam konteks ini, pengembangan dan peningkatan SDM kita yang terlibat secara langsung maupun tidak, merupakan sebuah langkah yang harus dilakukan dalam upaya memperbaiki dan meningkatkan para pelaku industri pariwisata kita.

Ketiga, Para diplomat ataupun kojen-konjen kita yang sedang bertugas di luar negeri, harus dimobilisasi secara aktif agar dapat berperan sebagai "corong" dan marketing yang handal, dalam upaya "menjual" potensi-potensi pariwisata nasional. Mereka harus menjadi agen informasi yang baik dengan memberikan berbagai kemudahan bagi para calon wisatawan asing, sehingga mereka dapat merasakan keramah tamahan dan keterbukaan orang Indonesia. Meyakinkan kepada warga asing agar melihat dan memberlakukan Indonesia sebagai "rumah ke dua mereka" merupakan sebuah langkah besar yang patut dilakukan, dalam upaya mendatangkan jumlah wisatawan asing sebanyak mungkin. Gerakan semacam ini sudah barang tentu berlaku pula bagi warga negara Indonesia yang sedang berada di luar negeri dimanapun mereka berada, baik karena sedang menuntut ilmu, bekerja, maupun sekedar melancong ke luar negeri. Sekecil apapun peran mereka, akan sangat berarti dalam upaya pembentukan opini yang dapat merangsang ke datangan mereka ke Indonesia

Keempat, departemen budaya dan pariwisata harus melakukan promosi ke luar negeri yang lebih aktif lagi namun dengan tingkat efektifitas yang bisa dipertanggung jawabkan. Efisiensi biaya harus menjadi pertimbangan pokok mengingat APBN untuk 2010 yang akan datang, mengingat APBN kita masih akan mengalami defisit berkisar antara 4,5% s/d 5%. Hal ini sudah barang tentu akan mempengaruhi pula alokasi anggaran belanja untuk departemen budaya pariwisata, termasuk untuk kegiatan promosi di luar negeri. Tetapi keterbatasan anggaran ini jangan sampai membuat kegiatan promosi luar negeri menjadi

terhenti, namun justru keterbatasan anggaran ini harus menjadikan depbudpar semakin kreatif dan inovatif dalam menciptakan strategi promosi yang lebih tepat. Bila dibandingkan dengan negara tetangga kita, baik Malaysia maupun Singapura, anggaran promosi pariwisata kita ke luar negeri memang masih jauh dari angka ideal jika dibandingkan dengan kedua negara tersebut.

Kelima, Untuk menyiasati keterbatasan anggaran promosi ke luar negeri ini, masih bisa dilakukan dengan berbagai cara yang pada prinsipnya, tidak mengganggu anggaran belanja depbudpar. Misalnya, dengan melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat untuk mendorong agar supaya KOMODO menjadi salah satu dari *world heritage*, kita sudah akan mendapat ruang promosi gratis untuk memasarkan *tourism* Indonesia. Begitu pula dengan isu Batik sebagai salah satu kekayaan budaya kita yang mudah - mudahan tidak lama lagi diakui oleh UNESCO sebagai *world heritage*. Belum lagi isu kain tenun yang beranekaragam baik dari sisi motif maupun asal daerah, keanekaragaman topeng khas Indonesia, ataupun bentuk tarian - tarian tradisional dan musik tradisional yang tidak terhitung jumlahnya. Sebagian besar dari kekayaan dan keanekaragaman budaya tersebut, masih belum dikenal luas oleh masyarakat internasional. Oleh sebab itu, menjadi kewajiban kita bersama untuk mempromosikan kekayaan budaya bangsa kita ke dunia internasional agar dapat memberi nilai lebih bagi pertumbuhan perekonomian kita.

Kita sangat mengharapkan bahwa target kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 7 juta wisman akan tercapai diakhir tahun ini, dan target 2010 untuk meningkatkan wisatawan manca negara sampai pada angka 8 juta bukan hanya sebuah mimpi. Untuk itu diperlukan kerjakeras dengan semangat pantang menyerah dan mengedapankan kreatifitas serta inovasi yang tiada henti, agar dunia pariwisata kita benar-benar dapat semakin memberikan kontribusi yang positif bagi pertumbuhan perekonomian nasional kita. ****