

STRATEGI PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN PROVINSI KALIMANTAN TIMUR DALAM MENGHADAPI ASEAN ECONOMIC COMMUNITY

Adhi Wijayansyah¹
Nim. 1202045073

Abstract

This research is to describe the steps that have been ran and that must be done by all tourism actors of East Kalimantan Province to confront in ASEAN Economic Community. The type of research is descriptive-analytic, technique of data analyze is primary data and secondary data to be analyze qualitatively. To explain the strategy to develop tourism of East Kalimantan to confront in ASEAN Economic Community, the author use the concept of public policy for tourism, the concept of cultural diplomacy and SWOT technique analyze by Albert Humphrey. The results of the research indicated that strategies that have been run from 2015 still not effective or successful. Furthermore, the tourism of East Kalimantan needs more attention from the government, private parties, and society of East Kalimantan itself to develop the tourism of East Kalimantan. Hopefully these things for East Kalimantan tourism can compete with other regions and neighbor's countries to confront regional economic integration which is ASEAN Economic Community.

Keyword : *Development's Strategy, Tourism Development, East Kalimantan Tourism, Tourism*

Pendahuluan

ASEAN Economic Community yang mulai berlaku pada Desember tahun 2015 lalu merupakan sebuah kesempatan besar bagi Indonesia dan daerah-daerah di dalamnya untuk meningkatkan pendapatan seperti PDB (Pendapatan Domestik Bruto), dan devisa negara, dan PAD (Pendapatan Asli Daerah). Salah satu jalan yang sangat menjanjikan saat ini adalah sektor pariwisata.

Berdasarkan data yang dimuat Forum Ekonomi Dunia tahun 2017, sektor pariwisata Indonesia berada pada peringkat ke-42 dunia. Dan peringkat ke-4 di ASEAN setelah Singapura, Malaysia, dan Thailand. Kemampuan bersaing pariwisata Indonesia tidak diragukan jika pemerintah terus meningkatkan daya saing pariwisata itu sendiri.

Dilihat dari data yang penulis peroleh dari Badan Pusat Statistik dan Pusdatin Kemenpar, perolehan devisa Indonesia dari sektor pariwisata pada tahun 2016 beranjak naik menjadi peringkat kedua mengalahkan komoditas minyak dan gas serta

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: adhi_94@ymail.com

batu bara dan berada di bawah komoditas minyak kelapa sawit. Padahal sebelumnya di tahun 2015 sektor pariwisata masih berada di peringkat ke-4.

Pesaing utama pariwisata Indonesia adalah Thailand, karena beberapa kemiripan seperti keindahan alam, budaya dan harga. Menurut Forum Ekonomi Dunia 2017, Indonesia sedikit lebih unggul di banding Thailand dalam beberapa hal seperti sumber daya alam, kebudayaan dan harga. Tetapi sedikit tidak lebih unggul dari Thailand dalam lingkungan bisnis, sumber daya, dan pelayanan pariwisatanya. Indonesia akan mudah menjadi tourism hub yang pada prinsipnya menciptakan people-to-people relationship dan diyakini trade dan investment akan ikut tumbuh dengan pesat. Setelah ditetapkan sebagai core business negara, maka alokasi sumber daya terutama anggaran harus diprioritaskan.

Beralih pengembangan kepariwisataan Kalimantan Timur yaitu pengembangan dalam sektor pariwisata yang provinsi ini miliki dan memerlukan perbaikan maupun pembangunan, promosi wisata dan perawatan jangka panjang untuk bersaing dalam *ASEAN Economic Community* yang sedang berjalan sekarang. Melihat kondisi pariwisata Kalimantan Timur saat ini merupakan salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia, memiliki potensi budaya dan pariwisata yang tidak kalah menariknya dengan tujuan wisata lain di Indonesia. Hampir 90% objek wisata yang ada disediakan oleh alam Kalimantan, dan 10% lainnya adalah obyek wisata buatan untuk mendukung kepariwisataan di daerah ini. Ketersediaan obyek wisata berupa alam dengan flora dan faunanya (hutan, sungai, danau, jeram dan pantai) yang dibaur dengan budaya dan sejarah, serta dikemas dalam paket wisata ekowisata, (<http://www.kaltimprov.go.id/potensi-pariwisata.html> diakses tanggal 17 Januari 2016).

Mengingat Provinsi Kalimantan Timur sangat bergantung pada sumber daya yang tidak dapat diperbaharui seperti batu bara, minyak bumi dan gas alam untuk memperoleh pendapatan daerahnya, sedangkan sumber-sumber seperti ini sudah semakin menipis jumlahnya di Kalimantan Timur sendiri. Pemerintah tidak bisa terus-menerus bergantung pada sumber-sumber daya alam yang tak dapat diperbaharui ini untuk memperoleh pendapatan daerah, sektor pariwisata adalah jalan yang tepat sebagai alternatif untuk meningkatkan dan memperoleh pendapatan daerah Kaltim.

Tulisan ini menjelaskan strategi pengembangan kepariwisataan Provinsi Kaltim dalam menghadapi *ASEAN Economic Community*.

Kerangka Dasar Teori dan Konsep

Konsep Kebijakan Publik Sektor Pariwisata

Konsep dasar pariwisata merupakan salah satu dasar kebutuhan manusia. Sebagai kebutuhan dasar manusia, pariwisata akan memenuhi kebutuhan manusia untuk berlibur dan berekreasi, kebutuhan pendidikan dan penelitian, kebutuhan keagamaan, kebutuhan kesehatan jasmani dan rohani, minat terhadap kebudayaan dan kesenian, kepentingan keamanan, kepentingan politik, dan hal-hal yang bersifat komersialisasi yang membantu kehidupan ekonomi masyarakat. Pariwisata dilakukan baik secara individual, keluarga, kelompok, dan paguyuban organisasi sosial. Pada umumnya

pariwisata secara konvensional akan mengunjungi perusahaan objek dan daya tarik wisata alam, budaya dan minat khusus, (www.budparporabengkayangnet.org, diakses tanggal 11 Maret 2016).

Menurut batasan yang diberikan oleh *World Association of Travel Agents (WATA)* adalah perlawatan keliling yang memakan waktu lebih dari 3 hari, yang diselenggarakan oleh suatu travel biro di sesuatu kota, dan yang acara-acaranya antara lain peninjauan ke beberapa tempat atau kota, baik di dalam negeri maupun ke luar negeri. Batasan yang diberikan oleh Undang-Undang no. 9 tahun 1990 (18 Oktober 1990) tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan perjalanan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata, (Damardjati R.S, 2001).

Menurut Thomas Dye kebijakan publik sebagai segala sesuatu atau apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk dilakukan atau tidak dilakukan. Dye juga memaknai kebijakan publik sebagai suatu upaya untuk mengetahui apa sesungguhnya yang dilakukan oleh pemerintah, mengapa mereka melakukannya, dan apa yang menyebabkan mereka melakukannya secara berbeda-beda.

Selain itu menurut David Easton mendefinisikan kebijakan publik tidak hanya berupa apa yang dilakukan oleh pemerintah, akan tetapi juga apa yang tidak dikerjakan oleh pemerintah karena keduanya sama-sama membutuhkan alasan-alasan yang harus dipertanggungjawabkan, (www.idtesis.com, diakses tanggal 20 Oktober 2016).

Menurut Carl Friedrich kebijakan publik serangkaian tindakan /kegiatan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu terdapat hambatan-hambatan dan kemungkinan-kemungkinan kebijakan tersebut diusulkan agar berguna dalam mengatasinya untuk mencapai tujuan yang dimaksud, (Leo Agustino, 2006).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Konsep Kebijakan Publik Sektor Pariwisata dengan menggabungkan Teori Kebijakan Publik menurut beberapa ahli dan Konsep Pariwisata yaitu serangkaian tindakan yang dilakukan oleh seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam sektor pariwisata dalam suatu lingkungan dengan mencapai tujuan yang berkaitan dengan perjalanan rekreasi, menikmati daya tarik wisata dan minat khusus yang dapat dipertanggung jawabkan.

Konsep Diplomasi Budaya

Diplomasi budaya adalah sebuah kumpulan dari kebijakan nasional yang dibuat untuk mendukung ekspor sampel perwakilan dari kebudayaan suatu negara sebagai objek kebijakan luar negeri, (Jessica Gienow-Hect dan Mark C. Donfried, 2010). Definisi tersebut bisa diinterpretasikan juga sebagai suatu kebijakan yang dibuat untuk mendorong opini publik untuk mempengaruhi sebuah pemerintah asing dan perlakuannya terhadap pengirim dengan menekankan penggunaan budaya sebagai modal utamanya dan secara natural memberikan ruang untuk partisipasi yang lebih luas, (Manuelle Agullar, 1996).

Diplomasi budaya dapat dilakukan oleh pemerintah maupun non-pemerintah, individual, ataupun kolektif. Sehingga pola diplomasi kebudayaan antar bangsa bisa

terjadi antar siapa saja sebagai aktor atau pelakunya, karena sasaran diplomasi kebudayaan ini seluruh masyarakat suatu negara, bukan hanya pemerintahnya saja. Tujuan utama dari diplomasi budaya adalah untuk mempengaruhi pendapat umum masyarakat suatu negara dalam upaya mendukung suatu kebijaksanaan politik luar negeri tertentu, untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Pola umum yang biasanya terjadi dalam hubungan diplomasi budaya adalah antara masyarakat suatu negara tertentu dengan masyarakat negara lain. Namun demikian, pendapat umum yang dimaksud dalam hal ini adalah untuk mempengaruhi politik pemerintah dari masyarakat bersangkutan. Sasaran utama dari diplomasi kebudayaan adalah pendapat umum, baik dalam level nasional maupun internasional.

Teknik Analisis SWOT(Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Teknik analisis *SWOT* yang dibuat oleh Albert Humphrey ini adalah metode strategis untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Secara umum, analisis *SWOT* dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal tersebut meliputi *Strength* (Kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan), sedangkan faktor eksternal meliputi *Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman). *Strength* merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh positif pada saat ini atau pun di masa yang akan datang. *Weakness* merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh negatif pada saat ini atau pun di masa yang akan datang. *Opportunities* merupakan situasi atau kondisi yang merupakan peluang atau kesempatan di luar perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan peluang untuk berkembang di kemudian hari. *Threats* merupakan ancaman-ancaman apa saja yang mungkin akan dihadapi oleh perusahaan atau organisasi yang bisa menghambat laju perkembangan dari perusahaan atau organisasi tersebut (www.karinov.co.id , diakses tanggal 26 Agustus 2018).

Analisis ini dapat menghasilkan 4 strategi dengan menggabungkan *Strengths* dan *Opportunities* menjadi strategi S-O, yaitu bagaimana kelebihan dari sebuah perusahaan atau industri bisa digunakan untuk memaksimalkan peluang-peluang yang sudah diidentifikasi atau ditemukan. Kedua, dengan menggabungkan *Strengths* dan *Threats* menjadi strategi S-T, yaitu bagaimana sebuah perusahaan atau industri menggunakan kelebihannya untuk meminimalisir ancaman-ancaman yang sudah teridentifikasi atau ditemukan. Ketiga, dengan menggabungkan *Weaknesses* dan *Opportunities* menjadi strategi W-O, yaitu apa tindakan yang bisa dilakukan sebuah perusahaan atau industri untuk meminimalisir kelemahan dengan melihat atau menggunakan peluang yang ada. Keempat, dengan menggabungkan *Weaknesses* dan *Threats* menjadi strategi W-T, yaitu bagaimana meminimalisir kelemahan perusahaan atau industri untuk menghindari ancaman-ancaman yang telah diidentifikasi atau ditemukan.

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif-analitik. Data yang digunakan menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan secara komprehensif dalam penelitian ini menggunakan wawancara, studi

literatur, dan kepustakaan online. Teknik analisa data yang digunakan adalah kualitatif.

Hasil Penelitian

1. Kondisi Kepariwisata Kalimantan Timur

Kondisi kepariwisataan Kaltim dapat dianalisis dengan menggunakan analisis *SWOT* dengan memetakannya sebagai berikut :

a. *Kekuatan/Strengths* (faktor internal)

Kepariwisata Kaltim memiliki kekuatan dan kelebihan tersendiri yang pertama adalah Kaltim dianugerahi Tuhan dengan alam yang sangat berlimpah seperti hutan yang luas berada di pulau ini. Sebagian besar hutan di Kaltim sendiri masih sangat asri dan asli, bahkan masih ada kawasan-kawasan yang belum tersentuh tangan-tangan manusia. Selain hutan adapula pantai dan pulau yang indah beberapa diantaranya yang paling terkenal di Kaltim adalah kepulauan Derawan di Kabupaten Berau. Ditambah dengan keindahan bawah lautnya yang tidak bisa ditemukan di destinasi wisata daerah bahkan negara lain. Fauna dan flora di Kaltim juga banyak menarik perhatian wisatawan mancanegara, yang paling terkenal adalah anggrek hitam dan Orang Utan yang semakin langka.

Selain itu Kaltim memiliki budaya yang sangat terkenal hingga mancanegara yaitu budaya yang berasal dari suku asli Kalimantan, suku Dayak. Keragaman budaya yang dimiliki suku ini terkenal dengan tarian, upacara adatnya, dan seni ukir yang khas. Kekuatan lainnya terdapat pada nilai-nilai sejarah, yang paling terkenal adalah adanya kerajaan Hindu tertua di Indonesia yaitu Kerajaan Kutai yang sekarang berubah menjadi Kesultanan Kutai Kartanegara di Tenggarong, Kutai Kartanegara. Kesultanan ini juga melaksanakan festival yang bertaraf internasional tahunan yaitu Festival Adat Budaya Internasional Erau.

b. *Kelemahan/Weaknesses* (faktor internal)

Kelemahan kepariwisataan Kaltim terletak pada infrastruktur yang belum memadai untuk menunjang aktivitas perjalanan wisata. Kaltim belum memiliki akses jalan yang baik untuk menuju daerah destinasi wisata yang ada terutama yang unggulan seperti Kepulauan Derawan. Padahal akses jalan adalah hal prioritas yang dibutuhkan dalam perjalanan. Belum lagi masih banyaknya kawasan wisata yang terisolir dan masih menggunakan jalan-jalan seadanya yang dibuat oleh masyarakat setempat dengan sangat sederhana.

Selain itu fasilitas yang masih minim dan seadanya di obyek wisata yang masih sangat dibutuhkan perhatian oleh pihak-pihak berwenang. Kelemahan lainnya yaitu, belum berkembangnya promosi wisata dan kemitraan di Kabupaten/Kota. Pengelolaan saja masih belum profesional, ditandai dengan kurang meratanya pembangunan sarana-prasaran wisata, kurangnya pembinaan pengawasan pariwisata dan belum berkembangnya pariwisata yang dapat bersinergi dengan lembaga terkait. Yang tidak kalah pentingnya adalah masih kurangnya promosi wisata yang dilakukan dari pemerintah yang belum didukung maksimal oleh masyarakat melalui media sosial.

c. *Peluang/Opportunities* (faktor eksternal)

Peluang yang dimiliki kepariwisataan Kaltim terhadap *ASEAN Economic Community* adalah tingginya mobilisasi yang terjadi sejak intergrasi regional ini dijalankan di negara-negara Asia Tenggara. Hal ini membuat Kaltim harus bersiap dengan pendatang-pendatang dari negara tetangga untuk menarik minat berwisata di Kaltim. Selain itu minimnya regulasi-regulasi yang rumit semenjak program integrasi ini dijalankan, sehingga mengikis dinding perbatasan negara di Asia Tenggara. Indonesia sendiri juga memiliki jarak yang dekat dengan negara kaya di Asia Tenggara seperti Singapura dan Malaysia.

Selain itu Kaltim memiliki peluang seperti ragam budaya yang sangat komplek yang menjadi ciri khas menarik bagi Kaltim. Selanjutnya, keindahan alam yang sangat berkarakteristik dan berlimpah yang masih dibutuhkan pengelolaan yang baik dari semua pihak terkait. Banyaknya wisata yang berorientasi pada kehidupan masyarakat seperti kehidupan masyarakat pesisir, pedalaman, dan perkotaan yang sangat beragam dan menarik untuk di eksplorasi lebih dalam.

Kaltim juga memiliki wisata bahari yang bermacam-macam yang sangat dibutuhkan pengelolaan profesional dari pihak-pihak yang benar-benar peduli terhadap pariwisata Kaltim. Ekosistem yang masih asli juga merupakan peluang terbaik yang Kaltim miliki. Yang terakhir adalah terbuka untuk umum atau siapa saja dapat menikmati keindahan wisata-wisata di Kaltim.

d. Ancaman/*Threats* (faktor eksternal)

Ancaman pertama datang dari negara anggota *ASEAN* itu sendiri seperti, banyaknya kompetitor obyek wisata di negara-negara tetangga yang harus dianggap serius dengan meningkatkan kualitas pariwisata unggulan yang ada di Kaltim. Selain itu di Thailand dan Malaysia juga memiliki obyek wisata yang cukup murah dan berkualitas baik. Budaya-budaya yang dimiliki negara Thailand juga cukup menarik minat wisatawan dunia. Ditambah dengan beberapa budaya yang Indonesia miliki khususnya Kaltim seperti suku Dayak yang juga dimiliki oleh negara Malaysia. Masyarakat Kaltim juga masih memiliki pendidikan yang masih rendah dalam kepariwisataan, berbanding terbalik dengan masyarakat yang berada di Singapura, Malaysia dan Thailand sebagai kompetitor utama Indonesia.

Kepariwisataan kaltim juga memiliki beberapa ancaman sebagai faktor eksternal seperti, keamanan di daerah destinasi wisata yang masih sangat minim. Mengakibatkan rasa resah dan takut bagi wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata dan menyebabkan tidak adanya kunjungan wisatawan yang berulang di destinasi wisata yang masih minim keamanannya. Ancaman keamanan adalah permasalahan awal yang harus segera dicari solusinya.

Ancaman berikutnya adalah niat buruk oknum-oknum tidak bertanggung jawab yang bergerak dalam bisnis kayu dan pertambangan. Kebanyakan dari oknum ini bebas bergerak menebang pohon-pohon dan menambang batubara tanpa

melihat dampak negatif yang akan ditimbulkan dengan perusakan alam yang tidak berhati-hati. Hal ini juga diperburuk dengan keadaan politik yang korup dengan aksi para pejabat berwenang yang bekerjasama dengan pelaku bisnis untuk kepentingan pribadi dan golongannya.

Ancaman yang berikutnya adalah ketidakpedulian masyarakat di lingkungan wisata beserta wisatawan itu sendiri yang berperilaku acuh terhadap kebersihan dan regulasi-regulasi yang telah dibuat untuk menjaga dan merawat fasilitas-fasilitas obyek wisata.

2. Strategi Pengembangan Kepariwisataaan Kaltim

a. Strategi Strengths-Opportunities (S-O)

Strategi ini mengandalkan pada kekuatan atau kelebihan yang dimiliki pariwisata Kaltim untuk memaksimalkan peluang yang sudah ada. Pengelolaan wisata alam yang berlimpah dan masih asli secara profesional baik bagi pemerintah, pihak swasta yang bergerak dibidang pariwisata, dan masyarakat. Obyek wisata kepualaan Derawan dapat lebih berkembang jika masyarakat setempat ikut terjun langsung menjadi pelaku promosi dan meningkatkan pelayanan jika ada wisatawan asing yang sedang berwisata. Disini diperlukan peran pemerintah dalam peningkatan kualitas sumber daya manusia seperti meningkatkan kualitas komunikasi dengan menggunakan bahasa Inggris, sebagai pelaku yang langsung bertemu dengan wisatawan.

Salah satu promosi pariwisata yang bertaraf internasional yaitu Festival Adat Erau atau *Erau International Folklore and Art Festival (EIFAF)*. Erau merupakan salah satu festival budaya tertua di nusantara. Tradisi tahunan ini telah berlangsung selama berabad-abad, seiring perjalanan sejarah Kesultanan Kutai Kartanegara Ing Martadipura. Istilah “erau” berasal dari kata “eroh” yang dalam bahasa Melayu Kutai Tenggara bermakna keramaian pesta ria atau secara umum dapat dimaknai sebagai pesta rakyat. Dahulu, Erau merupakan hajatan besar bagi Kesultanan Kutai dan masyarakat di seluruh wilayah kekuasaannya yang kini mencakup sebagian besar wilayah Kalimantan Timur. Pada awalnya, perhelatan ini berlangsung selama 40 hari 40 malam dan diikuti oleh segenap lapisan masyarakat.

Erau dilangsungkan bertepatan dengan hari jadi Kota Tenggara, yaitu setiap tanggal 29 September. Tetapi, sejak tahun 2010, pelaksanaan festival ini dimajukan menjadi Bulan Juli karena menyesuaikan dengan musim liburan sehingga lebih banyak wisatawan yang datang. Festival ini dimeriahkan oleh beraneka kesenian, upacara adat dari suku-suku asli Kaltim, dan lomba olahraga ketangkasan tradisional.

Tahun 2013 menjadi penanda era baru dari pelestarian budaya warisan Kutai Kartanegara. Untuk pertama kalinya, Erau disandingkan dengan perhelatan budaya tradisional dari berbagai negara. Dalam perhelatan bernama *Erau International Folklore and Art Festival (EIFAF)*, berbagai kesenian dan tradisi di lingkup Kesultanan Kutai bersanding dengan warisan budaya dunia dari berbagai bangsa di penjuru dunia. Ajang ini sekaligus memperkenalkan

peninggalan kearifan lokal masyarakat Kutai kepada dunia. Para delegasi dari berbagai negara diundang untuk ikut terlibat dalam berbagai ritual adat yang berlangsung selama pelaksanaan Erau, (<https://www.indonesiakarya.com/jelajah-indonesia/detail/festival-erau-dari-pesta-rakyat-ke-perhelatan-budaya-internasional/text/html>, diakses tanggal 20 Mei 2018).

Bupati Kutai Kartanegara, Rita Widyasari mengatakan dalam pidatonya pada saat perhelatan *EIFAF* yang ke-5 bahwa festival ini menyandang anugerah sebagai festival adat terpopuler, dan akan meneruskan tradisi dan budaya ini. Erau juga sudah ditetapkan sebagai warisan budaya oleh pemerintah pusat. Hingga pada tahun 2017 lalu Festival ini bekerjasama dengan 9 negara yang juga tergabung dalam *International Council of Organizations of Folklore Festivals and Folk Art (CIOFF)*. Negara-negara tersebut antara lain, Amerika Serikat, Lithuania, Estonia, Bulgaria, Kanada, Polandia, Rumania, Rusia, dan Taiwan, (www.pontianakpost.co.id, diakses tanggal 20 Mei 2018).

Kedepannya diharapkan Festival ini lebih didukung oleh pemerintah agar promosi pariwisata secara internasional terus berjalan dan berkembang untuk kepentingan sektor pariwisata Kaltim sendiri. Di festival ini aktivitas diplomasi budaya dijalankan oleh setiap acara dan kegiatan yang dilakukan masyarakat, baik penonton, peserta, dan pedagang. Peluang ini harus dimanfaatkan sebaik mungkin untuk mengenalkan ragam budaya yang Kaltim miliki ke peserta asing yang ikut memeriahkan festival Erau ini. Selama beberapa hari terjadi pertukaran budaya yang sangat baik. Kaltim juga dapat memperlihatkan ragam budaya kehidupan masyarakat asli Kutai Kartanegara kepada dunia.

Ada juga Festival Borneo yang pertama kali dilaksanakan 2015 lalu di Kalimantan Timur adalah festival tahunan yang diikuti oleh semua provinsi yang ada di pulau Kalimantan, yaitu Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, Kalimantan Selatan, Kalimantan Barat dan Kalimantan Tengah. Bekerjasama pula dengan negara tetangga di Asia Tenggara yaitu Malaysia dan Brunei Darussalam karena masih didalam satu pulau yang sama yaitu Borneo.

Dalam festival ini tujuan utamanya adalah mempererat hubungan antar provinsi di Kalimantan dan negara Malaysia serta Brunei melalui pertukaran budaya yang masih serumpun. Festival Borneo adalah suatu kegiatan yang dimaksudkan untuk mendukung kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia sebesar 20 juta orang sampai dengan tahun 2019 dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke wilayah Kalimantan dengan memanfaatkan serta membaca peluang dan pangsa pasar serta potensi sumber daya obyek yang dimiliki, (<https://diskominfo.kaltimprov.go.id>, diakses tanggal 20 Mei 2018). Kesempatan ini juga dapat dilakukan pemerintah dan masyarakat yang terlibat langsung untuk melakukan diplomasi budaya dengan cara pertukaran budaya Kaltim dengan Malaysia dan Brunei Darussalam.

Selain itu Pemerintah Kaltim pernah mengikuti salah satu Parade Tahunan Mawar di Pasadena, California, Amerika Serikat pada tahun 2014 lalu. Parade

ini merupakan parade tertua di dunia yang pernah dilaksanakan. Parade Mawar Pasadena merupakan upaya promosi kota. Berawal dari musim dingin pada 1890, anggota Valley Hunt Club menggali cara mempromosikan Mediterania Barat. Mereka mengundang tetangga dari Pantai Timur untuk menikmati liburan pertengahan musim dingin.

Pada Parade Mawar Pasadena, banyak pendatang dari daerah lain berlomba menghiasi *float* bunga mawar mekar. Tahun 2014 lalu merupakan ketiga kalinya Indonesia mengikuti Parade Mawar. Saat tim Indonesia tiba di *Orange Street*, rombongan kendaraan parade Indonesia yang kali ini di wakili Kaltim berkumpul. Gelar *Director's Trophy* berhasil diraih Kaltim pada parade tersebut. Tim Indonesia mengusung tema *Wonderful Indonesia Paradise on Earth*.

Promosi wisata yang dilakukan pemerintah Provinsi Kaltim dalam Parade Mawar Pasadena 2014 lalu ini sangat membantu sektor pariwisata Kaltim. Kesempatan Kaltim untuk mengenalkan potensi pariwisata di mata dunia. Berkesempatan pula Duta Wisata Provinsi Kaltim 2013 dan Putri Pariwisata Provinsi Kaltim 2013 mengikuti parade ini dengan antusias dan menjalankan tugas utamanya yaitu promosi pariwisata daerah perwakilannya.

Slogan(*tagline*) *Visit Kaltim* merupakan salah satu slogan andalan Kaltim untuk mempromosikan Kaltim secara nasional maupun internasional.

Gambar pada slogan tersebut adalah gambar seekor Burung Enggang yang merupakan hewan langka dan endemik khas Kaltim. Hewan tersebut adalah salah satu hewan simbolis suku Dayak. Suku dayak sendiri merupakan suku asli yang 5 memiliki potensi budaya untuk bersaing. Sehingga slogan *Visit Kaltim* memiliki kekuatan promosi yang mendunia yang cukup bersaing di sektor pariwisata nasional dan internasional. Di mata dunia sendiri suku dayak merupakan suku yang paling terkenal dan unik. Hal yang membuat unik dan terkenal yaitu, *The Ghost Warrior*, *Humans With Full Tattoo*, *The Deadly Sword*, *Poisonous Chopsticks*, dan *Dangerous Magic*, (<http://www.yoechua.com/2014/12/5-hal-menakutkan-suku-dayak-di-mata.html?m=1>, diakses tanggal 12 Februari 2018), Selain itu, slogan ini menggunakan bahasa internasional yaitu Bahasa Inggris yang akan memudahkan pesan dari slogan ini tersampaikan secara internasional.

Dinas Pariwisata Kaltim memiliki agenda tahunan yang salah satunya adalah Pemilihan Duta dan Putri Pariwisata Provinsi Kaltim. Agenda ini bertujuan untuk memilih perwakilan terbaik generasi muda daerah untuk menjadi duta wisata. Terpilihnya duta dan putri pariwisata akan mengemban tugas untuk mempromosikan wisata dan budaya yang ada di Kaltim baik ke tingkat nasional maupun internasional.

Tugas yang dilakukan oleh duta dan putri pariwisata untuk mempromosikan cukup berdampak terhadap pariwisata Kaltim. Kelebihan dari langkah ini adalah generasi muda menggunakan media sosial yang cukup aktif untuk mempromosikan pariwisata dan budaya daerah Kaltim ke luar daerah. Apalagi

dengan adanya globalisasi yang mencapai seluruh dunia peran media sosial sangat membantu untuk mempromosikan pariwisata Kaltim. Ditambah aksi perindividu duta wisata dan putri pariwisata ini dengan sadar dan keinginan sendiri untuk mempromosikan wisata daerahnya. Dengan gelar yang mereka dapat mereka lebih semangat mempromosikannya.

Pentingnya promosi kepariwisataan Kaltim yang lebih profesional dan berskala internasional, lebih intensif yang dilakukan secara masif oleh semua pihak yang dapat mendukung kepariwisataan Kaltim seperti masyarakat, pemerintah, dan pihak swasta. Promosi ini lebih efektif jika menggunakan media sosial, karena media sosial tidak lagi mengenal batasan ruang dan waktu. Semua manusia didunia bisa kapan saja mengakses apapun dengan menggunakan media sosial, cepatnya penyebaran informasi kebelahan dunia yang lain hanya dalam hitungan menit bahkan detik seketika diunggah.

b. Strategi Weaknesses-Opportunities (W-O)

Strategi ini mengandalkan pada tindakan apa yang bisa dilakukan pelaku-pelaku industri kepariwisataan di Kaltim untuk meminimalisir kelemahan yang ada dengan menggunakan peluang yang dimiliki pariwisata Kaltim. Banyak langkah-langkah yang harus dilakukan bagi semua pelaku kepariwisataan seperti membangun akses jalan menuju destinasi wisata unggulan di Kaltim, pembangunan dan perawatan infrastruktur penunjang fasilitas wisata seperti terminal bus wisata, jalur transportasi, pelabuhan dan bandara internasional di setiap daerah yang memiliki potensi pariwisata unggulan, toilet umum, pusat perdagangan souvenir yang khas, dan pengelolaan lebih lanjut pada obyek wisata itu sendiri.

Konsep kebijakan publik sektor pariwisata yang diambil pemerintah Kalimantan Timur mengarah pada pembangunan Bandara Sepinggang di Balikpapan yang diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia yang ke-6 yaitu Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2014 lalu merupakan langkah besar yang dilakukan pemerintah. Langkah ini membuka jalur atau akses penerbangan baru dan lebih luas dalam skala internasional. Bandara tersebut merupakan pintu gerbang utama wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk datang berkunjung ke Provinsi Kaltim dengan lebih mudah.

Selanjutnya pembangunan Bandara Internasional Samarinda Baru atau yang bernama APT. Pranoto yang sedang berjalan hingga saat ini adalah langkah pemerintah selanjutnya yang tepat karena bandara ini akan berkontribusi positif dan membantu untuk meningkatkan daya saing pariwisata. Caranya yaitu dengan menghubungkan transportasi udara bagi wisatawan-wisatawan yang ingin berkunjung/berwisata di dalam daerah. Hal ini sangat mendorong fungsi secara simetris terhadap Bandara Sepinggang dengan menghubungkan akses pariwisata yang lebih kecil di daerah Kaltim, karena terkadang untuk tujuan pedalaman di daerah harus melewati bandara tertentu.

Selain itu Samarinda merupakan Ibu Kota Provinsi Kaltim, memang seharusnya bandara ini dibangun untuk memudahkan urusan bisnis dan lainnya

yang berhubungan langsung dengan pariwisata. Menurut Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Kaltim M.Habibullah, rampungnya Bandara APT Pranoto ini disertai dengan kebijakan *direct flight* tentu bakal memberikan dampak positif bagi pariwisata Kaltim, (<http://m.kaltim.prokal.co/raed/news/299837-pariwisata-kaltim-butuh-akses-bandara.html>, diakses tanggal 12 Februari 2018).

Pembangunan selanjutnya yang akan berdampak langsung terhadap peningkatan daya saing pariwisata Kaltim adalah Jalan Tol Samarinda-Balikpapan. Akses merupakan prioritas dalam berwisata. Jalan Tol Samarinda-Balikpapan ini merupakan kunci selanjutnya untuk mempermudah akses perjalanan. Proyek pembangunan Jalan Tol dengan total panjang 99,35 Km diperkirakan akan rampung dan beroperasi pada akhir 2018 nanti.

Direktur Utama PT JBS Arie Irianto menjelaskan bahwa hingga November 2017 lalu progres pembangunan fisik mencapai 37,94%. Sedangkan untuk pembebasan lahan telah mencapai 83,40%. Kedepannya Jalan Tol ini dapat memangkas biaya logistik karena distribusi barang antar dua kota tersebut menjadi lebih cepat. Pengguna jalan dapat memangka total perjalanan 54Km, sehingga berbanding lurus dengan efisiensi waktu perjalanan Samarinda-Balikpapan. Semula menghabiskan kurang lebih 3 jam perjalanan, menjadi dapat ditempuh kurang lebih 1 jam saja. Diharapkan pula dengan adanya pembangunan Tol pertama di Kaltim ini dapat menjadi pemicu untuk pembangunan jalan lintas daerah lainnya, (<https://m.detik.com/finance/infrastruktur/373317/tol-balikpapan-samarinda-beroperasi-akhir-2018>, diakses tanggal 12 Februari 2018).

c. Strategi Strengths-Threats (S-T)

Strategi ini mengandalkan kepada bagaimana industri kepariwisataan Kaltim menggunakan kekuatan atau kelebihan yang dimiliki untuk meminimalisir ancaman-ancaman yang ditemukan atau teridentifikasi di Kaltim. Dengan luas dan kayanya alam yang dimiliki Kaltim terdapat banyak ancaman-ancaman yang menunggu seperti ancaman keamanan baik bagi wisatawan yang berkunjung dan bagi alam itu sendiri. Menangani hal ini dengan memanfaatkan jumlah penduduk yang banyak dan diarahkan atau dibina oleh pemerintah keamanan bagi wisatawan dapat terwujud. Mewujudkan keamanan tersebut dengan cara memfasilitasi daerah-daerah wisata dengan pos-pos keamanan yang dapat di jaga oleh penduduk sekitar untuk menjaga para wisatawan yang berkunjung dari tindakan kriminalitas. Selain itu penduduk juga harus dibekali pendidikan tentang penjagaan lingkungan dan kemampuan komunikasi yang baik. Hal ini untuk menjaga alam yang menjadi obyek wisata terhindar dari perusakan oleh oknum yang tak bertanggung jawab.

Tidak kalah pentingnya yaitu bagaimana cara semua pihak pendukung kepariwisataan Kaltim untuk menjaga kebersihan lingkungan destinasi wisata. Kebersihan yang terjaga akan berimbas kepada citra baik obyek wisata dan kepariwisataan kaltim itu sendiri dimata wisatawan yang berkunjung. Hal-hal yang dapat dilakukan seperti penyediaan tempat pembuangan sampah yang cukup, kegiatan rutin yang diadakan dengan mengajak penduduk sekitar untuk

menjaga kebersihan, pembinaan langsung dari Dinas Pariwisata Provinsi Kaltim mengenai aksi sadar wisata, dan masih banyak lagi.

Sekretaris Komisi IV DPRD Kaltim Rita Artaty Barito meminta kepada pemerintah daerah untuk mengoptimalkan keberadaan perusahaan dalam mendorong pemeliharaan dan pengembangan pariwisata di Kaltim. Karena, jika hanya mengandalkan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) Kaltim hingga saat ini masih dinilai tidak mampu membiayai sejumlah program yang berkaitan dengan pariwisata karena dibutuhkan anggaran yang cukup memadai.

Menurutnya, kondisi pariwisata Kaltim cukup memprihatinkan sebab banyak objek pariwisata yang cukup menjanjikan akan tetapi untuk sarana dan prasarannya sangat jauh dari ideal. Akibatnya, banyak di antaranya seakan tidak terurus. Seperti Pulau Derawan, sudah memang terkenal dalam dan luar negeri. Akan tetapi sayangnya jalur transportasi menuju pulau indah itu harus menempuh waktu panjang mulai dari pesawat, jalan darat, sampai jalur speed boat.

Banyak destinasi wisata di Kaltim yang memprihatinkan disebabkan tidak adanya wisatawan. Oleh sebab itu dibutuhkan pembangunan infrastruktur sarana dan prasarana yang baik dalam mendukung pengembangan dunia pariwisata. Dalam mewujudkan itu semua, jika hanya pemerintah dan jajarannya saja tidak akan mampu karenanya dipastikan membutuhkan anggaran yang tidak sedikit. Sedangkan kondisi pendapatan daerah dalam beberapa tahun terakhir terus mengalami penurunan. Oleh sebab itu Pemerintah Provinsi Kaltim hendaknya melakukan program koordinasi terpadu kepada pemerintah daerah dengan meminta dukungan pihak perusahaan yang ada di daerahnya melalui sinkronisasi program corporate social responsibility (CSR), (Kaltim.antaranews.com, diakses tanggal 18 Mei 2018).

d. Strategi Weaknesses-Threats (W-T)

Strategi ini mengandalkan kepada bagaimana industri kepariwisataan Kaltim meminimalisir kelemahan-kelemahan yang ada untuk menghindari ancaman-ancaman yang telah teridentifikasi atau ditemukan. Strategi ini dapat dijalankan dengan langkah yang paling dini yaitu memberi pendidikan mengenai sapta pesona dengan tujuh buah unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah dan kenamanan. Sejalan dengan langkah ini dapat juga dengan menciptakan sekolah kepariwisataan yang berkualitas nasional bahkan internasional, mengingat pariwisata merupakan sektor yang akan selalu bergerak maju mengikuti era globalisasi. Sekolah-sekolah yang dimaksud dapat berupa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang memiliki jurusan pariwisata. SMKN 1 Samarinda merupakan salah satu sekolah yang memiliki jurusan bidang kepariwisataan, sayangnya masih belum berstandar internasional. Disinilah peran pemerintah dan pihak swasta yang signifikan untuk meningkatkan kualitas dan sekaligus membangun sekolah-sekolah kepariwisataan yang bertaraf internasional.

Selain sekolah, pihak-pihak yang bersangkutan diharapkan membangun perguruan tinggi khusus kepariwisataan bertaraf internasional. Pendidikan awal mengenai kepariwisataan merupakan langkah tepat yang harus diambil oleh pemerintah dan pihak swasta untuk mengembangkan kepariwisataan Kaltim. Langkah ini bertujuan untuk menciptakan dan mendidik pemuda-pemudi bakal calon pemimpin yang sangat memahami kondisi kepariwisataan Kaltim dan bagaimana cara untuk mengembangkannya.

Pemerintah juga sudah merencanakan untuk pembangunan dan perbaikan sarana dan prasarana pariwisata di Kaltim. Kepala Dinas Pariwisata Kaltim sebelumnya HM. Aswin mengatakan secara bertahap akan dibangun beberapa fasilitas dan sarana penunjang obyek wisata, berupa pembangunan pelabuhan, baik untuk sungai dan pelabuhan laut, kemudian pembangunan *jogging track* di Labuan Batu (Berau), dan sekarang sudah direalisasikan secara fisik, (Travel.Tempo.co, diakses tanggal 18 Mei 2018). Pemprov Kaltim juga membangun sarana dan prasarana obyek wisata, pembangunan pelabuhan udara, pelabuhan laut guna mempermudah akses transportasi menuju obyek wisata, (Kalimantan.bisnis.com, diakses tanggal 18 Mei 2018).

Akomodasi perhotelan di Kaltim juga sedang dalam proses peningkatan kualitas, karena hanya beberapa hotel saja yang baru berstandar Internasional. Pemerintah masih bekerja keras untuk melakukan peningkatan kualitas perhotelan ini bersama pihak hotel-hotel yang bersangkutan, dengan mengadakan seminar-seminar untuk meningkatkan kualitas perhotelan dalam persaingan *ASEAN Economic Community*.

Untuk transportasi di Kaltim hingga saat ini belum ada upaya yang signifikan dari pemerintah sendiri selain menjalankan program yang sudah ada. Maka dari itu belum ada pembangunan terminal yang langsung bertujuan ke daerah destinasi wisata di Kaltim, upaya pemerintah dalam hal ini masih minim.

Kesimpulan

Kepariwisataan merupakan sebuah alternatif terbaik sebagai penyumbang devisa negara Indonesia miliki dan sumber pendapatan daerah Provinsi Kalimantan Timur. Sektor ini merupakan penyumbang devisa negara yang sangat potensial. Berjalannya *ASEAN Economic Community* menambah terbuka kesempatan bagi sektor pariwisata sebagai sumber devisa negara dan sumber pendapatan daerah Kaltim. Pariwisata merupakan jalur alternatif dari komoditas yang tidak dapat diperbaharui seperti minyak, gas bumi, dan batu bara. Kaltim sendiri tidak dapat terus-menerus bergantung terhadap sumber yang tidak dapat diperbaharui yang terus tergerus habis ini untuk dijadikan sebagai sumber pendapatan utama daerah.

Untuk mengembangkan kepariwisataan Kaltim dibutuhkan strategi-strategi yang baik dari semua pihak yang berhubungan langsung dengan kepariwisataan seperti, pemerintah daerah, pihak swasta, dan masyarakat. Hubungan yang paling berjalan dalam kepariwisataan Kaltim dalam menghadapi *ASEAN Economic Community* yaitu hubungan *people to people* (manusia dengan manusia). Maka dari itu peneliti menggunakan teknik analisis *SWOT* untuk menganalisis strategi yang sudah dan yang

harus dilakukan yang menghasilkan empat strategi. Strategi *Strenghts-Opportunities* (memfasilitasi kepulauan Derawawan sebagai obyek wisata unggulan menjadi prioritas utama menarik wisatawan asing), strategi *Weaknesses-Opportunities* (memanfaatkan mobilitas regional yang meningkat dengan menarik investor asing untuk meningkatkan kualitas wisata), strategi *Strenghts-Threats* (peningkatan keamanan oleh penduduk, penjagaan kebersihan, dan meningkatkan kualitas komunikasi penduduk sekitar), dan strategi *Weaknesses-Threats* (memfasilitasi peningkatan keamanan, membangun sekolah dan perguruan tinggi Kepariwisata internasional, dan membuat regulasi untuk melindungi daerah-daerah wisata dari pengrusakan alam).

Penelitian ini menjawab bahwa strategi yang sudah dilakukan dari tahun 2015 masih kurang efektif atau berhasil. Sehingga, kepariwisataan provinsi Kaltim memerlukan perhatian lebih dari pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat Kaltim sendiri untuk mengembangkan kepariwisataan Kaltim. Strategi-strategi yang dipaparkan peneliti di bab empat merupakan hasil analisa kondisi kepariwisataan Kaltim dengan konsep kebijakan publik pariwisata dan konsep diplomasi budaya dielaborasi dengan teknik *SWOT* yang sudah dan yang harus dilakukan oleh aktor-aktor kepariwisataan Kaltim. Hal ini diharapkan untuk kepariwisataan Kaltim dapat bersaing dengan daerah dan negara tetangga lainnya untuk menghadapi integrasi ekonomi regional *ASEAN* yaitu *ASEAN Economic Community*. Karena kepariwisataan merupakan jalur alternatif terbaik untuk menjadi sumber pendapatan utama daerah Kaltim, merupakan sumber daya yang dapat diperbaharui yang tidak akan habis tetapi akan terus berkembang.

Daftar Pustaka

Buku

- Agullar, Manuelle. 1996. *Cultural Diplomacy and Foreign Policy: German-American Relationship 1055-1968*. New York : Peter Lang.
- Agustino, Leo. 2006, *Dasar-dasar Kebijakan Publik*, Bandung: Alfabeta.
- Damardjati, R.S. 2001, *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramitha.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kalimantan Timur. 2013, *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Kalimantan Timur 2013-2023*. Samarinda: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kalimantan Timur.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kalimantan Timur. 2016, *Rencana Strategis Satuan Kerja Perangkat Daerah (Renstra SKPD) Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur tahun 2013 – 2018*. Samarinda : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kaltim.
- Dinas Pariwisata Kaltim. 2016, *Perencanaan dan Perjanjian Kinerja dalam Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah*, Samarinda: Dinas Pariwisata Kaltim.
- Gienow-Hect, Jessica dan C. Donfried, Mark. 2010. *The Model of Cultural Diplomacy: Power Distance and The Promise of Civil society, Searching for Cultural Diplomacy*. New York : Berghann Books.

Mas'ood, Mochtar. 1994. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: PT. Pustaka LP3ES.

Sitepu, P.Anthonius. 2011. *Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Jurnal

A. Columbus, Theodore, and James H. Walfe. 1981. *Introduction to International Relations : Power and Justice*. New Delhi : Prentice-Hall of India.

ASEAN Travel and Competitiveness Report 2012.

S.Goldstein, Joshua and Jon C. Pavehouse. 2010. *International Relations*. Longman : New York.

Wawancara

Suprayitno. 2018. *Wawancara Tentang Kondisi Kepariwisata Provinsi Kalimantan Timur*, Kantor Dinas Pariwisata Provinsi Kaltim Jl. Jendral Sudirman.

Media Elektronik

5 Hal Yang Ditakuti Dunia Tentang Suku Dayak, terdapat di <http://www.yoecha.com/2014/12/5-hal-yang-ditakuti-dunia-tentang-suku-dayak-di-mata.html?m=1> di akses pada hari Senin, 12 Februari 2018.

Beberapa Rangkaian Festival Erau, terdapat di www.Indonesia-Heritage.net di akses pada hari Selasa, 13 Februari 2018.

Contoh Analisis SWOT Perusahaan dan Cara Pembuatannya, terdapat di www.karinov.co.id diakses pada hari Minggu, 26 Agustus 2018.

Dinas Wisata Kalimantan Timur Buat Master Plan Wisata, terdapat di www.Travel-Tempo.co diakses pada hari Jum'at, 18 Mei 2018.

Festival Borneo 2015 langkah strategis memajukan sektor pariwisata, terdapat di <https://diskominfo.kaltimprov.go.id> diakses pada hari Sabtu, 20 Mei 2018.

Festival Erau Dari Pesta Rakyat Ke Perhelatan Budaya Internasional, terdapat di <https://www.indonesiakarya.com/jelajah-indonesia/detail/festival-erau-dari-pesta-rakyat-ke-perhelatan-budaya-internasional/text/html> diakses pada hari Selasa, 13 Februari 2018.

Konsep Dasar Pariwisata, terdapat di www.budparporabengkayangnet.org diakses pada hari Jum'at, 11 Maret 2016.

Malaysia dan 3 Negara yang Jadi Saingan Pariwisata Indonesia, terdapat di www.Travel.detik.com diakses pada hari Sabtu, 25 Agustus 2018.

Menpar : Thailand, Peasing Utama Pariwisata Indonesia - Portal Berita Bisnis Wisata, terdapat di www.bisniswisata.co.id diakses pada hari Sabtu, 25 Agustus 2018.

Menteri Arief : MEA Peluang Memajukan Sektor Pariwisata, terdapat di <http://poskotanews.com/2014/12/06/menteri-arief-mea-peluang-memajukan-sektor-pariwisata/text/html> diakses pada hari Selasa, 3 November 2015.

Pariwisata Indonesia Siapkan Strategi Hadapi MEA 2015, terdapat di <http://travel.kompas.com/read/2014/08/15/090340327/Pariwisata.Indonesia.Siapkan.Strategi.Hadapi.MEA.2015/text/html> diakses pada hari Selasa, 3 November 2015.

Pariwisata Kaltim Butuh Akses Bandara, terdapat di <http://m.kaltim.prokal.co/read/news/299837-pariwisata-kaltim-butuh-akses-bandara.html> diakses pada hari Senin, 12 Februari 2018.

Pertemuan Menteri Ekonomi ASEAN, terdapat di <http://ditjenkpi.depdag.go.id> diakses pada hari Selasa, 3 November 2015.

Pesona Daerah: Pemprov Kaltim Perkuat Sektor Pariwisata, terdapat di www.Kalimantan.bisnis.com diakses pada hari Jum'at, 18 Mei 2018.

Peta Wisata Kaltim, terdapat di www.kaltimprov.go.id di akses pada hari Minggu, 30 oktober 2016.

Potensi Pariwisata Kaltim, terdapat di <http://www.kaltimprov.go.id/potensi-pariwisata.html> di akses pada hari Minggu, 17 Januari 2016.

Promosi dan Pengembangan Potensi Pariwisata Kaltim, terdapat di www.Kaltim.antaranews.com diakses pada hari Jum'at, 18 Mei 2018.

Ranking Devisa Pariwisata Terhadap 11 Ekspor Barang Terbesar 2010-2014, terdapat di www.BPS.go.id di akses pada hari Minggu, 17 Januari 2016.

Tantangan dan Peluang Pariwisata dalam MEA 2016, terdapat di <http://www.griyawisata.com/investigasi/kebijakanpublik/artikel/tantangan-dan-peluang-pariwisata-dalam-mea-2016> di akses pada hari Selasa, 3 November 2015.

Teori Kebijakan Publik Menurut Para Ahli, terdapat di www.idtesis.com di akses pada hari Kamis, 20 Oktober 2016.