Pengaruh Asian Games 2018 Terhadap Kunjungan Wisatawan Mancanegara Di Indonesia

Mohammad Nauval Ibnu Irfan[1]

Abstract: *This research paper is supervised by Andi Purnawarman S.Sos, M.Si. Departement of International Relations, Faculty of Social and Political Sciences, Mulawarman University. This research aim to knowing the impact of Asian Games 2018 to the visits of foreign tourist in Indonesia. The data analysis technique that will be used on this study is qualitative data by seeing data from the website and some sources that related to the writer's topic. The results of the studies that have been done is showed that Asian Games 2018 gave an impact to the development of foreign tourist in Indonesia, there's an improvement to the visits of foreign tourist Indonesia. In this case, Indonesia as a host of the Asian Games 2018 pretty much have done a good job utilizing the Asian Games to bring in foreign tourist to Indonesia during the held of Asian Games. The Asian Games event is giving an event impact that cause the improvement of foreign tourist visits to Indonesia with 78.864 visits. However, the number of foreign tourist that come to Indonesia doesn't have a significant effect to the total number of 2018 foreign tourists visits.*

Keywords: *Asian Games, Foreign Tourism, Tourism*

Pendahuluan

Objek pariwisata adalah salah satu objek unik yang dimiliki oleh suatu wilayah. Indonesia adalah salah satu yang memiliki banyak objek pariwisata, utamanya alam. Ada beberapa destinasi objek wisata pantai yang dimiliki Indonesia yang menjadi objek tujuan pariwisata utama wisatawan luar negeri seperti misalnya pantai yang berada di pulau Lombok dan beberapa pantai di Bali seperti Kuta, Jimbaran, Sanur, dan Pandawa yang sudah dikenal oleh wisatawan luar negeri. Kemudian Indonesia juga memiliki beberapa wisata alam yaitu pendakian gunung, dimana dalam wisata pendakian gunung ini Indonesia memiliki beberapa gunung yang sudah menjadi objek wisata pendakian yang ternama seperti Bromo, Rinjani, dan Semeru yang sudah mulai dikenal oleh wisatawan luar negeri.

Selanjutnya Indonesia juga memiliki pariwisata budaya, yang mana Indonesia sendiri memiliki banyak kebudayaan yang juga menjadi salah satu objek wisata seperti Candi Borobudur, Prambanan, Pura Ulun Danu yang juga sudah di banyak dikenal oleh wisatawan luar negeri. Kemudian objek wisata yang sudah dikenal oleh wisatawan luar negeri adalah wisata pulau Komodo yang menjadi salah satu situs warisan dunia yang diakui oleh UNESCO (KEMENDIKBUD, 2015. Melihat dari beberapa objek pariwisata yang ada, Indonesia adalah salah satu negara yang mayoritas pariwisata-nya terbentuk oleh alam.

[1] Mahasiswa Program S1 Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. E-mail : nauvalibnu02@gmail.com

Indonesia sendiri seperti yang dijelaskan sebelumnya memiliki kekayaan budaya dan alam yang bisa ditawarkan menjadi salah satu objek pariwisata yang dikenal oleh dunia. Namun banyaknya potensi pariwisata yang dimiliki oleh Indonesia masih kurang terekspose ke dunia atau negara internasional, dimana dalam hal ini pariwisata Indonesia kebanyakan hanya dikenal dengan beberapa objek pariwisata yang sudah lama menjadi destinasi wisatawan luar negeri seperti Bali dan Lombok. Ada beberapa wisata umum lainnya yang sering dikunjungi oleh wisatawan mancanegara, seperti misalnya wisata alam danau, hanya ada beberapa danau yang diketahui atau umum di kalangan wisatawan mancanegara seperti danau Toba, danau Kelimutu.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan kurang terlihat-nya pariwisata di Indonesia antara lain kurangnya anggaran promosi pariwisata oleh pemerintah pusat kepada daerah daerah yang memiliki potensi objek pariwisata (Merdeka, 2020).

Dalam hal ini pada tahun 2015, Indonesia sendiri menganggarkan dana sebesar Rp. 300 miliar untuk pariwisata, yang mana jumlah ini masih dibawah dari anggaran pariwisata Malaysia yaitu sebesar Rp. 36 Triliun (Studi Pariwisata, 2020). Kemudian kurangnya koordinasi antara masyarakat yang kurang sadar akan potensi objek wisata di daerahnya dengan pemerintah pusat. Dimana dalam hal ini sebenarnya sudah ada beberapa masyarakat atau kelompok kecil yang mengetahui tempat yang berpotensi untuk dijadikan objek pariwisata namun keterbatasan komunikasi menjadikan masalah koordinasi dengan pemerintah pusat.

Jika melihat kasus diatas maka Indonesia perlu mengembangkan dan mempromosikan pariwisata dikarenakan pada tahun periode 2008 - 2018 Indonesia masih berada dibawah Thailand dalam kedatangan wisatawan luar negeri yaitu dengan angka 28% dari seluruh wisatawan asing yang datang ke ASEAN, dengan angka 38,277,300 dari 136,200,000 kunjungan di ASEAN. Dimana dalam hal ini Indonesia berada diperingkat 4 dibawah Thailand, Singapura, dan Malaysia menurut ASEAN *Secretary*, 2019 (Databoks, 2019).

Indonesia perlu mendorong pertumbuhan pariwisata yang ada dengan memanfaatkan acara atau *event* internasional yang ada di dalam maupun luar negeri. Salah satu *event* yang bisa dimanfaatkan oleh Indonesia dalam mempromosikan pariwisata yang ada adalah *Asian Games* 2018 yang diselenggarakan Indonesia. Dengan diadakannya *event* olahraga regional Asia yang melibatkan negara negara di seluruh Asia ini akan menjadikan Indonesia menjadi salah satu negara yang dilihat oleh negara negara utamanya Asia. Pada periode sebelum Indonesia menjadi tuan rumah, Korea Selatan adalah salah satu negara yang menjadi tuan rumah pada tahun 2014. Ketika Korea Selatan menjadi tuan rumah mereka mendapat beberapa keuntungan seperti memulihkan keadaan ekonomi yang kurang stabil, mempererat hubungan diplomatik dengan negara negara tetangga (Chang-Gyun Kim, 2015). Dengan terpilihnya Indonesia dalam menjadi tuan rumah Asian Games 2018 ini menjadikan peluang Indonesia untuk mempromosikan pariwisata-nya dengan maksimal. *Asian Games* 2018 sendiri tentunya bisa menarik wisatawan luar negeri untuk berdatangan ke Indonesia dalam rangka menyaksikan pertandingan olahraga yang diselenggarakan, dengan harapan bisa menaikkan angka wisatawan luar negeri ke Indonesia dengan lebih maksimal lagi. Dalam hal ini pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh Indonesia adalah dengan memanfaatkan salah satu event berskala Internasional yaitu *Asian Games* 2018. Dengan

memasarkan ciri khas negara Indonesia dengan seperti melakukan tarian tarian di upacara pembuka. Kemudian ciri khas Indonesia yang dipasarkan pada acara pembukaan adalah wisata alam dengan menampilkan pegunungan, lautan, dan perhutanan yang dijadikan sebagai latar belakang dari atraksi atraksi budaya yang ada di Indonesia. Upaya ini adalah salah satu usaha pemasaran pariwisata yang bertujuan untuk menarik dan meningkatkan wisatawan mancanegara datang berwisata ke Indonesia.

Upaya selanjutnya yang dilakukan oleh Indonesia adalah dengan melakukan diplomasi publik untuk meningkatkan kuantitas destinasi wisatawan mancanegara yang dapat dilihat dari tiga dimensi dalam diplomasi publik yaitu *news management, strategic communication,* dan *relationship building.* Penyampaian informasi yang tepat dan akurat tentang informasi potensi positif wisata di Indonesia menjadi fokus utama dalam *news management* untuk menggiring dan membentuk opini publik internasional tentang pariwisata Indonesia yang bisa dilakukan dengan wadah media sosial. Dalam *strategic communication,* Indonesia menyerukan tema *Wonderful Indonesia* dengan tujuan untuk mempromosikan wisata Indonesia yang kaya akan alam dan budaya yang dilakukan dengan cara menyematkan tema *Wonderful Indonesia* di berbagai rangkaian acara *Asian Games* 2018. Dalam upaya yang terakhir yaitu *relationship building,* Indonesia menawarkan pengalaman langsung kepada atlet negara lain untuk berkunjung ke destinasi wisata yang ada di Jakarta (Wulan Fitranna, 2019).

Penyelenggaraan *Asian Games* tentu memberikan dampak bagi kota penyelenggara. Dampak yang dapat dirasakan oleh suatu negara penyelenggara *Asian Games* dapat dirasakan di berbagai sektor seperti yang dirasakan oleh Korea Selatan pada tahun 2014 yaitu pada sektor ekonomi dan hubungan diplomatik. Namun dalam hal ini tidak hanya sektor ekonomi dan hubungan diplomatik saja yang terdampak, tetapi juga sektor lain seperti pariwisata. Melihat dari dampak positif yang diberikan oleh tuan rumah *Asian Games* pada sektor ekonomi dan hubungan diplomatik, karenanya penulis tertarik untuk meneliti pengaruh *Asian Games* 2018 terhadap pariwisata di Indonesia.

Kerangka Teori dan Konsep

Konsep *Sport Tourism*

Pariwisata merupakan sebuah proses pergerakan sementara seseorang atau kelompok menuju tempat lain yang bukan tempat tinggal tetapnya dengan tujuan untuk memenuhi kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan ataupun untuk studi (Gamal Suwantoro, 1997). Dalam pergerakannya orang orang yang melakukan pariwisata disebut wisatawan, dimana seseorang atau sebuah kelompok dapat dikatakan wisatawan jika lama tinggalnya sekurang kurangnya 24 jam didaerah atau di negara yang dikunjungi. Dalam hal ini wisatawan dibagi menjadi 2 golongan yaitu pesiar (*leisure*) yang berpergian dengan tujuan rekreasi, liburan, olahraga, studi, kesehatan, dan keagamaan.

Sedangkan golongan yang kedua adalah hubungan dagang yang berpergian dikarenakan tujuan mendatangi sanak saudara, handai taulan, misi, konferensi dan sebagainya (Gamal Suwantoro, 1997). Penggunaan konsep wisatawan pada penelitian

ini digunakan untuk melakukan pemilihan pelancong mancanegara yang datang ke Indonesia sebelum dan setelah terlaksananya event Asian Games 2018 di Indonesia.

Pariwisata olahraga (*Sport Tourism*) adalah objek pariwisata yang dapat dikunjungi dengan adanya event olahraga tahunan yang ada di suatu negara. Pariwisata olahraga sendiri dibagi menjadi dua yaitu *Big Sport Event* dan *Sport Tourism of the Practitioners. Big Sport Event* adalah event olahraga besar seperti penyelenggaraan kejuaraan dunia olahraga besar seperti Piala Dunia Sepakbola, *Olympic Games*, Kejuaraan Tinju Dunia, dan sebagainya. *Sport Tourism of the Practitioners* adalah event olahraga bagi orang orang yang ingin berlatih seperti berkuda, berburu, pendakian gunung, memancing, dan lain lain (A. Hari Karyono, 1997).

Penggunaan konsep pariwisata olahraga pada penelitian ini ditujukan untuk melihat minat perkembangan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia dikarenakan adanya penyelenggaraan event Asian Games 2018, yang mana event ini tentunya berfokus kepada perlombaan berbagai cabang olahraga. Asian Games 2018 sendiri termasuk kedalam kategori *Big Sport Event*, yang dilaksanakan di negara yang berbeda dengan jangka 4 tahun sekali.

Sport Tourism dapat didefinisikan sebagai sebuah kegiatan perjalanan santai keluar dari tempat tinggal yang melibatkan sebuah kelompok ataupun individu, untuk berpartisipasi dalam kegiatan *Active Sport Tourism, Event Sport Toursim,* atau *Nostalgia Sport Tourism* (Heather Gibson, 2005). Pada penelitian ini *Asian Games* 2018 di Indonesia sendiri masuk ke dalam kategori *Event Sport Tourism,* dikarenakan *Evnt Sport Tourism* didefiniskan sebagai wisata olahraga yang dikunjugi untuk menonton sebuah kegiatan olahraga. Adapun beberapa komponen penting dari terselenggaranya *sport tourism* itu sendiri diantaranya pemerintah dan masyarakat dari tuan rumah, yang dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi pariwisata dari penyelenggaraan wisata olahraga. Seperti yang diketahui juga bahwa penyelenggaraan *Asian Games* 2018 di Indonesia juga melibatkan pihak pemerintah dan masyarakat umum untuk mensukseskan pergelarannya.

Metode

Jenis penelitian yang ditulis oleh peneliti adalah jenis penelitian eksplanatif, dengan menggunkan jenis data sekunder yang didapatkan melalui jurnal dan artikel artikel terkait. Kemudian untuk teknik pengumpulan data sendiri adalah dengan menggunakan data sekunder yang sudah diolah oleh pihak kedua dengam melihat dokumen-dokumen terkait dengan topik peneilitan. Kemudian untuk teknik analisis data menggunakan teknik analisis kualitatif.

Hasil dan Pembahasan

Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Angka kunjungan pariwisata pada suatu negara tentu berbeda setiap tahunnya. Untuk mengetahui perbedaan angka wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke Indonesia, tentu dibutuhkan sebuah pendataan kedatangan wisatawan mancanegara yang datang. Dimana dalam hal ini Badan Pusat Statistik Indonesia menjadi salah satu lembaga yang mencatat kedatangan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia.

Setiap tahunnya Badan Pusat Statistik mencatat kedatangan wisatawan mancanegara. Untuk mengetahui perkembangan wisatawan mancanegara, perkembangan akan dilihat dari tahun 2015. Pada tahun 2015, Indonesia memiliki kunjungan sebesar 10.230.775 kunjungan (Badan Pusat Statistik, 2016). Dimana kunjungan wisatawan mancanegara itu sendiri masuk melalui lima pintu utama yaitu di bandara Ngurah Rai, Bandara Soekarno-Hatta, Batam, Pelabuhan Tanjung Uban, dan terakhir Bandara Kualanamu (Badan Pusat Statistik, 2016). Pada tahun 2015, puncak kedatangan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia adalah pada bulan Desember, dimana kunjungan mencapai angka 971,886 wisatawan atau 9,50 % dari total wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pada tahun 2015. Untuk kedatangan wisatawan terendah sendiri terjadi pada bulan Januari dengan total 771.066 kunjungan wisatawan mancanegara (Badan Pusat Statistik, 2016).

Kemudian untuk kunjungan wisatawan pada pada periode selama tahun 2016 kunjungan wisatawan mancanegara berjumlah 11,520,000 wisatawan, dimana dengan angka tersebut Indonesia mengalami kenaikan sejumlah 12,59 % dari tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2017). Pintu masuk wisatawan mancanegara pada tahun 2016 masih sama dengan tahun sebelumnya, namun untuk pintu masuk bandara Kualanamu angka wisatawan mancanegara mulai menurun dan digantikan dengan bandara Juanda yang terletak di Surabaya (Badan Pusat Statistik, 2017). Puncak kedatangan wisatawan mancanegara pada tahun 2016 sendiri terletak pada bulan Desember, dimana kunjungan wisatawan mancanegara mencapai angka 1,110,000 wisatawan atau 9,66 % dari total kunjungan selama tahun 2016 (Badan Pusat Statistik, 2017).

Pada periode kunjungan selama tahun 2017 wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia sendiri berjumlah sebesar 14,040,000 wisatawan, dimana angka ini mengalami kenaikan dari pada tahun sebelumnya sebesar 21,88% (Badan Pusat Statistik, 2018). Sebagian besar pintu masuk wisatawan mancanegara pada tahun 2017 sendiri terdiri dari Bandara Ngurah Rai, Bandara Soekarno Hatta, Batam, Pelabuhan Tanjung Uban, dan Bandara Juanda. Sedangkan untuk pintu masuk wisatawan mancanegara terendah pada tahun 2017 sendiri terletak di Bandara Sepinggan, Balikpapan (Badan Pusat Statistik, 2018). Puncak kunjungan wisatawan mancanegara terletak pada pertengahan tahun pada bulan agustus, sebesar 1,393,000 wisatawan atau sebesar 9,92% dari total kunjungan selama tahun 2017. Sedangkan untuk kunjungan terendah sendiri terjadi pada bulan Februari dengan angka 1,020,000 wisatawan (Badan Pusat Statistik, 2018).

Pada tahun 2018 sendiri, kunjungan wisatawan mancanegara mencapai angka 15,810.000 kunjungan dimana angka ini naik sebesar 12,61% dibanding kunjungan wisatawan mancanegara tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2019). Angka kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2018 merupakan angka tertinggi dalam periode 5 tahun sebelumnya. Mayoritas pintu masuk wisatawan mancanegara pada tahun 2018 sendiri masih sama seperti tahun 2017 dimana Bandara Ngurah Rai menjadi pintu masuk yang paling banyak dilalui wisatawan mancanegara untuk masuk ke Indonesia. Puncak kedatangan wisatawan mancanegara pada tahun 2018 sendiri terletak pada bulan Juli dengan angka 1,547,000 wisatawan, atau sebesar 9,79% dari total keseluruhan kunjungan wisatawan mancanegara yang datang sepanjang tahun 2018 (Badan Pusat Statistik, 2019). Kemudian disusul dengan bulan Agustus dengan kunjungan sebesar 1,511,000 kunjungan dan bulan Desember sebesar 1,406,000

kunjungan wisatawan mancanegara. Seperti yang diketahui bulan Juli tahun 2018 adalah satu bulan sebelum pelaksanaan *Asian Games* yang dilaksanakan pada bulan Agustus. Sedangkan untuk kunjungan terendah sendiri terjadi pada bulan Januari dengan 1,098,000 kunjungan (Badan Pusat Statistik, 2019).

Pada tahun 2019 kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia merupakan total kunjungan tertinggi selama periode 5 tahun terakhir dengan angka 16,110,000 kunjungan. Dimana angka tersebut naik 1,88% dari tahun sebelumnya yang mencatatkan angka sebesar 15,810,000 kunjungan wisatawan mancanegara (Badan Pusat Statistik, 2020). Kemudian untuk pintu masuk kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2019 sendiri masih didominasi oleh Bandara Ngurah rai, Bandara Soekarno -Hatta, Batam, Pelabuhan Tanjung Uban, dan Bandara Kualanamu (Badan Pusat Statistik, 2020). Untuk pola kunjungan pada tahun 2019 sendiri, puncak kunjungan wisatawan mancanegara terjadi pada bulan Agustus dengan angka tercatat sebesar 1,530,000 wisatawan. Dimana angka ini merupakan 9,50% angka wisatawan mancanegara yang ke Indonesia di Tahun 2019. Diikuti dengan bulan Juli dan Juni dengan masing masing angka 1,470,000 dan 1,430,000 kunjungan wisatawan mancanegara (Badan Pusat Statistik, 2020).

Jika melihat dari data diatas, dampak event yang dapat dirasakan dari dilakasanakannya *Asian Games* pada tahun 2018 adalah kenaikan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Seperti data yang sudah disajikan diatas, angka tertinggi wisatawan mancanegara terletak pada bulan Juli tahun 2018. Jika dibandingkan dengan tahun tahun sebelumnya ataupun tahun sesudah pelaksaan *Asian Games* angka pada bulan Juli tahun 2018 merupakan angka tertinggi. Dapat dilihat juga bahwa 1 tahun setelah pelaksanaan *Asian Games* 2018 angka kunjungan wisatawan mancanegara terus meningkat. Dapat dilihat perbandingan kenaikan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung berjumlah 1,88 %.

The Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) merupakan sebuah penilaian indeks daya saing pariwisata yang diadakan oleh *World Economic Forum*. Penilaian indeks daya saing pariwisata ini sendiri dilakukan oleh *World Economic Forum* dengan jangka waktu dua tahun sekali dan dilakukan kepada 140 negara yang terdaftar (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2019). Dimulai pada tahun 2015 TTCI sudah dilakukan sebanyak tiga kali, dimana pada masing masing pelaksanaannya Indonesia sendiri selalu berpartisipasi didalamnya.

Mulai dilaksanakan pada tahun 2015, penilaian *The Travel and Tourism Competitiveness Index* terhadap beberapa faktor seperti kelayakan lingkungan hidup, kebijakan dan kondisi pariwisata, infrastuktur, serta keunikan alam dan budaya yang ada pada suatu negara (*World Economic Forum*, 2015). Didalam faktor tersebut tentu ada beberapa indikator yang diperlukan untuk mendapatkan penilaian menyeluruh. Dalam penilaian terhadap lingkungan hidup yang aman indikiator penilaian seperti ; lingkungan bisnis, keamanan dan keselamatan, kebersihan dan kesehatan, sumber daya manusia dan tenaga kerja, *ICT Readiness* atau kesiapan sebuah wilayah dalam menggunakan teknologi untuk mempromosikan pariwisata (*World Economic Forum*, 2015). Kemudian pada faktor kebijakan dan kondisi pariwisata adapun beberapa indikator tersebut diantaranya ; prioritas terhadap kepariwsataan, keterbukaan internasional, persaingan harga, dan kebijakan yang berkelanjutan terhadap pariwisata.

Pada faktor infrastruktur penilaian dilakukan dengan melihat ; Infrastruktur transportasi udara, infrastruktur darat dan laut, dan infrastruktur pelayanan wisatawan. Kemudian pada faktor terakhir yaitu keunikan alam dan budaya pada suatu negara dinilai dengan melihat ; sumber daya alam dan aspek budaya dan bisnis (*World Economic Forum*, 2015). Dengan adanya *The Travel and Tourism Competitiveness Index* yang dilakukan dengan melihat beberapa faktor dan penilaian yang dilakukan oleh *World Economic Forum*, maka perkembangan suatu pariwisata bisa dapat terlihat.

Dengan dilaksanakannya event internasional *Asian Games* yang dilaksanakan pada tahun 2018 di Indonesia maka, ini kurang lebihnya dapat memberikan dampak terhadap perkembangan pariwisata yang ada di Indonesia utamanya. Untuk dapat melihat perkembangan pariwisata yang ada di Indonesia, maka perbandingan perkembangan mulai dilihat dari tahun 2015, dimana *World Economic Forum* melakukan *The Travel and Tourism Competitiveness Index* untuk pertama kalinya. Pada persaingan *The Travel and Tourism Competitiveness Index* di tahun 2015 pariwisata Indonesia menempati urutan ke 50 dengan nilai keseluruhan 4.04 dari 141 negara yang berpartisipasi. Pada persaingan pada tahun 2015 Indonesia sendiri merupakan negara urutan ke 4 diantara negara negara Asia Tenggara atau ASEAN. Ketiga negara tersebut merupakan Singapura (11) dengan poin 4.86, Malaysia (25) dengan poin 4.41, dan Thailand (35) dengan poin 4.26 (*World Economic Forum*, 2015).

Penilaian *World Economic Forum* pada *The Travel and Tourism Competitiveness Index* pada tahun 2015 terhadap pariwisata Indonesia :

a) Kelayakan Lingkungan Hidup : 4.46
b) Kebijakan dan Kondisi Pariwisata : 4.59
c) Infrastuktur : 3.38
d) Keunikan Alam dan Budaya : 3.74

Selama 2 tahun setelah 2015, pada *The Travel and Tourism Competitiveness Index* berikutnya, yang mana dilaksanakan pada tahun 2017, Indonesia sendiri menempati urutan ke 42 dari 136 negara yang dinilai oleh *World Economic Forum* dengan nilai keseluruhan 4.16. Dimana peringkat Indonesia di tahun 2017 ini mengalami kenaikan dibandingkan dengan persaingan yang dilaksanakan sebelumnya yaitu peringkat 50 (*World Economic Forum*, 2017). Adapun penilaian *World Economic Forum* terhadap pariwisata Indonesia pada perhelatan *The Travel and Tourism Competitiveness Index* tahun 2017 sebagai berikut :

a) Kelayakan Lingkungan Hidup : 4.50
b) Kebijakan dan Kondisi Pariwisata : 4.80
c) Infrastuktur : 3.36
d) Keunikan Alam dan Budaya : 4.00

Kemudian pada tahun 2019 *World Economic Forum* kembali melaksanakan *The Travel and Tourism Competitiveness*, yang mana Indonesia sendiri menempati peringkat ke 40 dari 140 negara yang berpartisipasi. Dimana Indonesia sendiri mendapatkan nilai sebesar 4.3. Dengan poin yang diperoleh pada tahun 2019, Indonesia sendiri masih berada dibawah 4 negara ASEAN lainnya yaitu Singapura, Malaysia, dan Thailand, yang masing masing memperoleh nilai 4.8, 4.5, 4.5 (*World Economic Forum*, 2019).

Adapun penilaian *World Economic Forum* terhadap pariwisata Indonesia pada perhelatan *The Travel and Tourism Competitiveness Index* tahun 2019 sebagai berikut :

a) Kelayakan Lingkungan Hidup : 4,8
b) Kebijakan dan Kondisi Pariwisata : 4,9
c) Infrastuktur : 3,4
d) Keunikan Alam dan Budaya : 3,8

Asian Games 2018 di Indonesia sendiri tidak memberikan dampak yang signifikan untuk Indonesia dalam persaingan *The Travel and Tourism Competitiveness Index* yang dilaksanakan oleh *World Economic Forum.* Tetapi penilaian yang diberikan oleh *World Economic Forum* pada setiap periode Indonesia mengalami peningkatan nilai. Utamanya pada bagian Infrastruktur. Dengan adanya promosi pariwisata yang dilakukan pemerintah Indonesia pada ajang *Asian Games* 2018 di Jakarta dan Palembang, maka ini diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan mancanegara untuk datang berkunjung ke Indonesia. Jika melihat data kunjungan wisatawan mancanegara dalam kurun waktu 3 tahun sebelum *Asian Games,* maka tahun 2018 merupakan tahun dengan angka wisatawan mancanegara tertinggi. Dimana angka bulanan tertinggi sendiri terletak pada bulan Juli 2018 tepat 1 bulan sebelum *Asian Games* 2018 dilaksanakan. Dimana angka pada bulan Juli tersebut berjumlah sebesar 1,547,000 kunjungan wisatawan mancanegara. Jika melihat kunjungan bulan Agustus 2018 ketika *Asian Games* 2018 dilaksanakan dengan bulan Agustus 2017, maka pada bulan Agustus 2018 kunjungan wisatawan mancanegara mengalami kenaikan sejumlah 8,44% dari bulan Agustus pada tahun sebelumnya.

Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bapennas) pada tahun 2018 ada sekitar 78.854 wisatawan mancanegara yang datang dikarenakan *Asian Games* (Republik, 2018). Dimana datangnya wisatawan mancanegara sebanyak 78,554 wisatawan menyumbang sekitar Rp. 1,9 Trilliun untuk berbelanja pada saat berada di Indonesia selama *Asian Games* berlangsung. Dimana dari jumlah 1,9 trilliun pengeluaran tersebut, Rp. 665,4 Milliar digunakan wisatawan asing untuk berbelanja suvenir atau pernak pernik yang berhubungan dengan *Asian Games* 2018 di Indonesia. Sedangkan untuk wisatawan lokal sendiri menyumbang sebesar Rp, 1,8 Trilliun dan sekitar 913,5 Milliar dari angka tersebut digunakan untuk membeli suvenir *Asian Games* 2018 (Bisnis Tempo, 2018).

Dari total sekitar 78.864 wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia, adapun 5 peringkat teratas kunjungan selama *Asian Games* berasal dari warga negara (Bisnis Tempo, 2018) :

a) Cina : 10,375
b) Jepang : 10.038
c) Korea : 7.443
d) Malaysia : 5.244
e) India : 5.001

Rata rata tinggal dari wisatatawan mancanegara yang berkunjung karena *Asian Games* sendiri berujumlah sekitar 17 hari untuk warga negara India dan disusul dengan warga negara Cina dengan rata rata 16 hari tinggal di Indonesia selama pelakansanaan *Asian Games* berlangsung.

Dalam penyelenggaraans event *Asian Games* ini, wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia memiliki beberapa tempat wisata favorit selama event *Asian Games* berlangsung. Selama *Asian Games* 2018 berlangsung wisatawan banyak melakukan wisata sejarah atau budaya yang berada di Jakarta yaitu wisata Kota Tua dan Monas. Seperti yang diketahui bahwa Pemrintah Indonesia sendiri telah menyediakan beberapa paket wisata yang beberapa diantaranya wisata budaya, wisata sejarah, wsiata belanja, wisata budaya. Untuk wisata belanja sendiri atlit dan wisatawan mancanegara banyak diarahkan dan berkunjung ke Grand Indonesia dan Smesco (Liputan 6, 2018).

Dengan adanya kunjungan dari wisatawan mancanegara yang datang selama event *Asian Games*, ini juga bepengaruh terhadap kunjungan wisatawan mancanegara ke kota lain selain tuan rumah Jakarta dan Palembang. Beberapa kota diantaranya seperti Bali, Batam, dan Banyuasin. Beberapa tempat wisata yang ada di daerah Banyuasin yang dapat dikunjungi oleh wisatawan mancanegara selama *Asian Games* seperti Taman Nasional Sembilang dan Hutan Lindung Habitat Gajah. Kemudian selain ketiga kota diatas adapun beberpa kota yang juga ramai dikunjungi oleh wisatawan mancanegara selama *Asian games* berlangsung yaitu Karawang, Bandung, Lampung, Makssar, Serang, Padang, dan Medan (IDN Times, 2018).

Jika melihat data-data diatas, maka event *Asian Games* di Indonesia ini memberikan dampak berupa adanya kunjungan wisatawan mancenagara yang datang ke Indonesia. Beberapa alasan wisatawan mancanegara datang berkunjung ke Indonesia pada saat *Asian Games* pada tahun 2018 adalah sebagai berikut :

1, Adanya tawaran dan paket-paket wisata yang menarik bagi wisatawan yang datang selama *Asian Games* berlangsung. Dimana dalam hal ini wisatawan mancanegara ataupun atlit yang bertanding ditawarkan wisata wisata yang menjadi khas di kota tuan rumah *Asian Games.*

2. Kemudian adapun wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia selama perhelatan *Asian Games* pada tahun 2018 adalah untuk mendukung tim nasional mereka masing masing. Seperti yang diketahui bahwa perhelatan *Asian Games* menggelar banyak perlombaan olahraga, salah satunya sepak bola. Seperti yang diketahui sepak bola adalah olahraga yang sangat digemari oleh masyarakat luas. Salah satu negara yang memiliki bintang sepak bola adalah Korea Selatan, yaitu Son Heung Min. Bintang sepak bola seperti ini juga menarik wisatawan mancanegara untuk datang ke Indonesia menyaksikan pertandingan.

3. Kemudian adapun faktor lain yang mendorong wisatawan mancanegara datang ke Indonesia pada perhelatan *Asian Games* adalah event ini merupakan event besar yang hanya dilaksanakan dalam jangka waktu empat tahun satu kali. Dimana tentunya setiap negara yang menjadi tuan rumah memiliki ciri khas dan budaya budaya masing masing. Dengan budaya dan ciri khas yang berbeda di setiap pelaksanaanya ini memberikan kesempatan pada pebisnis untuk dapat menjual cinderamata yang khas dari negara penyelenggara. Seperti yang diketahui Indonesia memiliki ciri khas budaya dan salah satunya cinderamata dari maskot *Asian Games* 2018 yaitu Bhin Bhin atau burung Cendrawasih, Atung atau rusa Bawean, dan Kaka atau badak bercula satu. Ketiga maskot tersebut dijadikan cinderamata seperti boneka boneka, wallpaper, dan gambar gambar di pakaian.

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan data perkembangan pariwisata di Indonesia yang disajikan pada bab sebelumnya, dapat dilihat bahwa kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia cenderung meningkat dalam periode 2015 hingga 2019. Angka tertinggi datangnya wisatawan mancanegara tereletak pada tahun setelah Asian Games dilaksanakan yaitu tahun 2019 dengan angka 16,110,000. Kemudian untuk angka kunjungan bulanan tertinggi sendiri terletak pada bulan Juli tahun 2018, dimana bulan tersebut adalah satu bulan sebelum *Asian Games* dilaksanakan. Jika melihat dari data yang ada dengan dilaksanakannya *Asian Games 2018* di Indonesia ini dapat meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pada tahun dilaksanakannya.

Namun untuk penilaian yang dilakukan oleh *World Economic Forum* pada tahun 2019 Indonesia masih menempati posisi ke 4 di ASEAN. Dimana seperti pada tahun tahun sebelumnya Indonesia juga selalu dibawah 3 negara ASEAN lainnya yaitu Singapura, Thailand, dan Malaysia. Dapat dilihat bahwa dampak event yang terjadi pada dilaksanakannya *Asian Games 2018,* Indonesia mengalami kunjungan wisatawan mancanegara tertinggi pada 1 bulan sebelum pelaksanaan *Asian Games* dan angka kunjungan tertinggi di Indonesia terjadi pada tahun 2019 yang mana ini didapat pada tahun berikutnya setelah pelaksanaan *Asian Games.* Adanya event *Asian Games* ini berdampak pada angka wisatawan yang datang ke Indonesia, namun event ini tidak dapat meningkatkan kualitas persaingan pada penilaian pariwisata yang dilakukan oleh *World Economic Forum.*

Jika mengacu pada konsep *Sport Tourism, Asian Games* 2018 di Indonesia sendiri masuk pada kategori *Big Sports event.* Jika melihat pariwisata olahraga yang dilakukan oleh Indonesia pada *even*t *Asian Games,* ini memberikan pengaruh bagi kunjungan wisatawan mancanegara untuk datang, menyaksikan, dan mendukung negaranya masing masing pada *event* olahraga *Asian Games.* Namun jika melihat angka wisatawan mancanegara yang dipaparkan pada data diatas, *Asian Games* 2018 di Indonesia tidak memberikan pengaruh yang siginifikan terhadap pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara di Indonesia pada tahun 2018. Kemudian pada persaingan *The Travel and Tourism Competitiveness Index, Asian Games* sendiri tidak memberikan terlalu banyak pengaruh yang siginifikan terhadap peringkat Indonesia. Namun untuk nilai yang diterima oleh Indonesia mengalami kenaikan pada setiap tahunnya. Kemudian pengaruh *Asian Games* lainnya yang didapatkan oleh Indonesia adalah lebih dikenalnya wisata diluar kota penyelenggara yaitu Jakarta dan Palembang. Penyelenggaran *Sport Tourism* yang dilakukan oleh Indonesia melalui *Asian Games* sendiri sudah berjalan cukup baik namun masih ada beberapa kekurangan yang masih bisa diperbaiki.

Daftar Pustaka

Alvaro Costa, *University of Porto*, Armindo Frias, *Portuguese Naval Academy,* Joao Cabral, *University of the Azores,* 2015, "*Logistic Optimization in Tourism Networks".* (*Online*)

Anggia Tiffany, Fuad Azmi, 2020. Universitas Padjajaran, "Diplomasi Publik Indonesia melalui Penyelenggaraan *Asian Games* 2018 (*Online*)

Badan Pusat Statistik, 2016, "Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara/*International Visitor Arrival Statistics*, 2015*"* (*Online*)

Badan Pusat Statistik, 2017, "Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara/*International Visitor Arrival Statistics*, 2016*"* (*Online*)

Badan Pusat Statistik, 2018, "Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara/*International Visitor Arrival Statistics*, 2017*"* (*Online*)

Badan Pusat Statistik, 2019, "Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara/*International Visitor Arrival Statistics*, 2018*"* (*Online)*

Badan Pusat Statistik, 2020, "Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara/*International Visitor Arrival Statistics*, 2019*"* (*Online*)

Badan Pusat Statistik, 2022 "Istilah Wisatawan Mancanegara" Tersedia : https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_page=68&Istilah_sort=keyword_ind (*Online*)

Chang-Gyun Kim, 2015, "*Globalization, Regionalism, and Reconciliation in South Korea's Asian Games".* Tersedia : https://www.researchgate.net/publication/276169845_Globalization_Regionalism_and_Reconciliation_in_South_Korea's_Asian_Games/link/55878f2608ae71f6ba9156cb/download (*Online*)

Citra Henida, Universitas Airlangga, 2009, "Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri". (*Online*)

Databoks, 2019 "Kunjungan Wisatawan di ASEAN". Tersedia : https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/08/19/di-asean-kunjungan-wisatawan-mancanegara-indonesia-urutan-ke-4 (*Online*).

Databoks, 2019. "Daya Saing Pariwisata Indonesia Peringkat Empat di Asia Tenggara". Tersedia : https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/10/18/daya-saing-pariwisata-indonesia-peringkat-empat-di-asia-tenggara#:~:text=Indeks%20Daya%20Saing%20Pariwisata%202019&text=Dalam%20laporan%20World%20Economic%20Forum,Singapura%2C%20Malaysia%2C%20dan%20Thailand. (*Online*).

Drs. H. Oka. A. Yoeti, MBA., 2001, "Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Pariwisata", Jakarta : Pradnya Paramita

Drs. Happy Marpaung , SH. 2000. "Pengetahuan Kepariwisataan", Jakarta : Alfabetas

Embassy of the Republic of Indonesia, 2018 "*RI ready for Asia's Biggest Sporting event",* Tersedia : https://www.embassyofindonesia.org/ri-ready-for-asias-biggest-sporting-event/ (*Online*)

Eunho Koh, 2005, " *South Korea and the Asian Games : The First Step to the World"* Tersedia : https://www.researchgate.net/publication/232871065_South_Korea_and_the_Asian_Games_The_First_Step_to_the_World. (*Online*)

Gamal Suwantoro, 1997, "Dasar Dasar Pariwisata" Yogyakarta : Andi

Hari Karyono, 1997, "Kepariwisataan" Jakarta : Grasindo

KEMENDIKBUD, 2015. "Inskripsi Indonesia di UNESCO" Tersedia : https://kwriu.kemdikbud.go.id/rekam-jejak/umum/inskripsi-indonesia-di-unesco/ (*Online*).

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Republik Indonesia, 2019, "*Travel and Tourism Competitive Index*" Tersedia : https://ttci.kemenparekraf.go.id/ (*Online*)

Merdeka, 2020. Tersedia : https://www.merdeka.com/uang/punya-alam-indah-tapi-pariwisata-indonesia-kalah-dibanding-thailand-dan-malaysia.html. (*Online*).

Miftahul Khausar, 2020. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, "Strategi *Nation Branding* Indonesia Melalui Penyelenggaraan *Asian Games* 2018". (*Online*).

Opoyi, "*What are the four objective of Asian Games"* Tersedia : https://opoyi.com/what-are-the-four-objectives-of-asian-games (*Online*)

Puri Yuanita, 2017, Dream "151 Paket Disiapkan Untuk Sambut Asian Games 2018" Tersedia : https://www.dream.co.id/travel/151-paket-wisata-disiapkan-untuk-sambut-asian-games-2018-170823z.html. (*Online*)

Reuters Staff, 2019. "*Thailand Welcomes a Record 38.27 million Tourist in 2018"* Tersedia : https://www.reuters.com/article/us-thailand-tourism-idUSKCN1PM091 (*Online*)

Rorra Gayana, 2019. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, "Pembukaan *Asian Games* 2018 Dalam Perspektif *Soft Diplomacy*". (*Online*)

Singapore Government Agency, 2019. *"Third Consecutive Year of Growth for Singapore Tourism Sector in 2018"* Tersedia : https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/media-centre/media-releases/third-consecutive-year-of-growth-for-singapore-tourism-sector-in-2018.html (*Online*)

Studi Pariwisata, 2020. "Pariwisata Indonesia Tertinggal", Tersedia : https://studipariwisata.com/analisis/pariwisata-indonesia-tertinggal-ini-salah-satupenyebabnya/#:~:text=Kurangnya%20promosi%20pariwisata%20Indonesia%20ini,yaitu%20mencapai%20Rp%20300%20Miliar. (*Online*).

Tourism Malaysia, 2019. *"Tourism Contributes RM84.1 Billion to Malaysia Economy with 25,8 Million Tourist in 2018"* Tersedia : https://www.tourism.gov.my/media/view/tourism-contributes-rm84-1-billion-to-malaysia-economy-with-25-8-million-tourists-in-2018#:~:text=In%202018%2C%20Malaysia%20registered%2025.8,tourism%20destinations%20of%20the%20world (*Online*)

World Economic Forum, 2015, "*The Travel and Tourism Competitiveness Report"*

World Economic Forum, 2017, "*The Travel and Tourism Competitiveness Report"*

World Economic Forum, 2019, "*The Travel and Tourism Competitiveness Report"*

Wulan Fitriana, 2019. Universitas Brawijaya, " Upaya Diplomasi Publik Indonesia Melalui Asian Games 2018 dalam Meningkatkan Kuantitas Destinasi Wisata Mancanegara". (*Online*)