

BAB V

KESIMPULAN

Globalisasi yang semakin masif banyak memberikan tantangan dan juga peluang positif bagi perkembangan sebuah negara. Pergerakan masyarakat dunia tanpa batasan yang kaku semakin menyebarluaskan bentuk lain dari potensi setiap negara yang tidak hanya terfokus pada bidang politik dan sosial semata. Salah satu perkembangan globalisasi yang dapat diambil manfaatnya oleh negara adalah melalui bidang pariwisata. Setiap negara di dunia memiliki daerah yang berpotensi untuk dapat dikunjungi oleh masyarakat internasional. Hubungan yang positif antara pariwisata dan globalisasi jelas memberikan keuntungan materiil kepada negara baik melalui devisa maupun *image* positif.

Saat ini pariwisata dipandang sebagai suatu sektor kehidupan, yang seringkali mengambil peranan cukup penting dalam pembangunan ekonomi maupun politik di tiap negara. Perkembangan negara yang semakin maju dan sejahtera menjadikan pariwisata sebagai bagian penting dalam kebutuhan atau gaya hidup manusia dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam dan budaya ke kawasan dunia lainnya. Pergerakan jutaan manusia kemudian menggerakkan mata rantai perekonomian yang saling terkait sehingga menjadikan pariwisata sebagai industri jasa yang berkontribusi pada perekonomian negara-negara di dunia, baik ditingkat regional, nasional, domestik hingga masyarakat lokal

Pariwisata menjadi sektor pendukung ekonomi karena dapat meningkatkan devisa negara melalui berbagai kegiatan penunjang lainnya seperti perhotelan, restauran, dan usaha penyelenggara paket wisata. Banyak kegiatan ekonomi lainya yang berhubungan erat dengan pariwisata, seperti transportasi, telekomunikasi, dan bisnis lainnya. Disamping menjadi mesin penggerak perekonomian, pariwisata merupakan wahana yang menarik untuk mengurangi angka pengangguran, oleh sebab itu pembangunan wisata dapat dilakukan di daerah di mana dapat meningkatkan ketersediaan lapangan kerja. Modal untuk mengembangkan kepariwisataan dapat diperoleh dari pihak pemerintah atau swasta. Sumber daya yang dimiliki oleh pemerintah sangat terbatas, sehingga dibutuhkan dukungan dari pihak swasta seperti dalam bidang pembangunan prasarana di tempat tujuan wisata.

Memaksimalkan *tagline* ‘Wonderful Indonesia’ sebagai *Nation Branding* sangat penting untuk dilakukan. *Nation Branding* sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing pariwisata. Membangun merek yang kuat memerlukan *positioning* dan diferensiasi. Indonesia memiliki diferensiasi, namun selama ini antara *positioning* dan diferensiasi belum mampu bersinergi dan tidak memiliki *brand integrity* yang akhirnya Indonesia tidak memiliki *brand image* yang positif.

Untuk meningkatkan daya saing pariwisata dapat dilakukan dengan dengan memperbaiki berbagai infrastruktur pariwisata yang mendukung industri pariwisata Indonesia, kestabilan politik dan keamanan, perbaikan birokrasi dan transparansi dalam pemerintahan agar mampu memperbaiki karakter bangsa. Selain itu

mensinergikan pariwisata dengan industri kreatif merupakan strategi yang sangat efektif. Sebuah merek tanpa karakter akan sia-sia dan bangsa Indonesia harus memiliki daya saing di mata internasional.

Hal tersebut harus menjadi perhatian pemerintah Indonesia dan para pelaku industri pariwisata agar dapat memberikan kontribusi aktif dan nyata dalam menciptakan suasana yang kondusif dan harmonis sehingga akan berujung pada peningkatan kualitas industri pariwisata Indonesia yang memiliki daya saing, tidak hanya pada level kawasan tetapi juga harus mampu bersaing di level internasional.

