

PARIWISATA

Jepang Pun Terus Berkreasi

Tidak ada yang menyangsikan Jepang dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi. Bahkan, kehebatan itu pula yang membuat "Negeri Matahari Terbit" itu termasuk salah satu negara maju di dunia. Akan tetapi, dalam perkembangan pariwisata, Jepang mulai gelisah. Orang Jepang lebih suka berwisata ke negara lain dibanding orang asing mengunjungi "Negeri Sakura" tersebut.

OLEH JANNES EUDES WAWA

Kegelisahan itu tampak dari wajah Ryoichi Matsuyama, Presiden Japan National Tourism Organization (JNTO), saat menjadi pembicara kunci dalam acara *Kyushu-Asia Media Conference* di Fukuoka, November lalu. Dia memberi contoh Tiongkok. Pada tahun 2013, masyarakat Jepang yang mengunjungi Tiongkok sekitar 2,8 juta orang. Sebaliknya, orang Tiongkok yang berkunjung ke Jepang hanya sekitar 1,3 juta orang.

Begitu pula Thailand. Masyarakat Thailand yang mengunjungi Jepang hanya sekitar 400.000 orang, tetapi wisatawan asal Jepang yang berkunjung ke "Negeri Gajah Putih" itu mencapai 1,55 juta orang. Orang Jepang yang berwisata ke Indonesia mencapai 500.000 orang, sedangkan orang Indonesia yang mengunjungi Jepang hanya se-



KOMPAS/JANNES EUDES WAWA

Sejumlah wisatawan mengamati sumber air panas di wilayah Oita, Pulau Kyushu, Jepang. Air panas menjadi salah satu wisata andalan wilayah Oita dan banyak diminati wisatawan asing.

kitar 150.000 orang. Ketidakseimbangan itu terjadi merata di semua negara, terutama di Asia.

Dari sekitar 10 juta wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang pada tahun 2013, yang mendominasi adalah masyarakat Korea Selatan sebanyak sekitar 23,7 persen, disusul Taiwan 21,3 persen, Tiongkok 12,7 persen, Amerika Serikat 7,7 persen, Hongkong 7,2 persen, Thailand 4,4 persen, Australia 2,4 persen, Inggris 1,9 persen, Singapura 1,8 persen, Malaysia 1,7 persen, Perancis 1,5 persen, Kanada 1,5 persen, Jerman 1,2 persen, Italia 0,6 persen, Spanyol 0,4 persen, dan negara-negara lain totalnya 10 persen.

Wisatawan terbanyak masih dari Asia, yakni 78,3 persen, kemudian Eropa 8,7 persen, dan Amerika Serikat 7,7 persen. "Melihat potensi yang kita punyai, maka kita harus terus berupaya agar wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang meningkat setiap tahun. Kita harus meyakinkan masyarakat dunia untuk segera mengubah pandangan dari saya ingin pergi ke Jepang suatu saat nanti menjadi saya ingin mengunjungi Jepang sekarang," kata Matsuyama.

Asia terus tumbuh

Matsuyama memaparkan, pada tahun 2000, jumlah wisata-

wan di dunia masih sekitar 675 juta orang. Namun, tahun 2010 melonjak menjadi 940 juta orang, dan 2011 sebanyak 983 juta orang. Diperkirakan, pada tahun 2020 akan mencapai 1,360 miliar orang.

Yang menarik adalah jumlah wisatawan dari Asia cenderung meningkat. Misalnya, tahun 2000 hanya 16 persen, sedangkan Amerika 19 persen, Eropa 57 persen, dan lainnya 7 persen. Lalu, tahun 2010, wisatawan dari Asia naik menjadi 22 persen, Amerika turun jadi 16 persen, Eropa juga berkurang menjadi 51 persen, dan lainnya 12 persen.

Untuk tahun 2020, wisatawan

Asia menjadi 26 persen, Amerika hanya 15 persen, Eropa turun lagi menjadi 45 persen, dan lainnya 14 persen. Pertumbuhan wisatawan yang begitu besar di Asia tidak terlepas dari kehadiran perusahaan penerbangan yang bertarif murah. Hingga tahun 2012, ada 13 perusahaan penerbangan murah di Asia Tenggara dan tujuh perusahaan penerbangan sejenis di India.

Kehadiran perusahaan penerbangan bertarif murah tersebut ikut memicu masyarakat kelas menengah untuk melakukan perjalanan wisata ke negara-negara lain. Terbukti, selama 2005-2011, masyarakat di Asia Tenggara

yang melakukan perjalanan wisata keluar dari negara masing-masing meningkat mencapai 8 persen per tahun, Asia Selatan 7,2 persen per tahun. Padahal, pertumbuhan tingkat dunia hanya rata-rata 3,5 persen per tahun.

Khusus Asia Tenggara, jumlah wisatawan dari kawasan itu yang pada tahun 2010 sebanyak 70 juta orang akan terus meroket. Tahun 2020 diprediksi mencapai 123 juta orang dan tahun 2030 sekitar 187 juta orang. "Peluang ini yang harus kita ambil dengan mengupayakan sebanyak mungkin wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang. Apalagi, tahun 2020 akan digelar Olimpiade di Tokyo," ujar Matsuyama yang menargetkan pada 2020, wisatawan yang berkunjung ke Jepang minimal 20 juta orang per tahun.

Rencana Jepang

Untuk mewujudkan target tersebut, pemerintah dan para pelaku usaha di Jepang pun terus melakukan berbagai rencana. Dalam acara pertemuan wartawan se-Asia pada 2-4 Desember 2014 di Fukuoka, misalnya, mereka secara khusus meminta masukan tentang upaya menggiatkan wisata kota.

Selain itu, diundang pula Ong Keng Sen, seorang direktur teater paling produktif di dunia asal Singapura untuk berbagi pengalaman seputar penyelenggaraan festival seni bertaraf internasional.

Keng Sen menyarankan agar festival seni internasional yang ingin digelar di Kyushu atau Jepang pada umumnya harus berkesinambungan setiap tahun sehingga bisa bergema dan menjadi daya tarik bagi masyarakat dunia. Untuk itu, diperlukan persiapan matang, baik organisasi maupun masyarakat dan pihak lainnya.

Peluang lain yang ingin segera digarap adalah menjadikan Jepang sebagai salah satu negara utama untuk pertemuan, insentif, konferensi, dan pameran (*meetings, incentives, conferences,*

and exhibitions/MICE) tingkat dunia. Industri MICE sebetulnya sudah berkembang pada sejumlah kota di Jepang. Pada 2013, misalnya, Tokyo menggelar 79 kali pertemuan internasional atau berada pada urutan ketujuh dari semua kota besar di Asia Pasifik.

Urutan pertama Singapura sebanyak 175 kali, disusul Seoul (Korea) 125 kali, Beijing (105 kali), Bangkok 93 kali, Sydney (93 kali), Hongkong (89 kali). Adapun Bali menempati urutan ke-11 dengan 55 kali atau lebih banyak dibandingkan dengan Kyoto (Jepang) 43 kali, Jakarta 26 kali.

Untuk kategori negara, maka selama tahun 2013, Jepang termasuk paling banyak menggelar pertemuan internasional, yakni 342 kali. Disusul Tiongkok 340 kali, Korea 260, dan Australia 231 kali. Indonesia hanya berada pada urutan ke-10 dengan 106 kali.

"Jadi, Jepang memiliki potensi besar untuk menggelar kegiatan-kegiatan MICE bertaraf internasional. Potensi itu ingin ditingkatkan lagi, termasuk di wilayah Kyushu. Semakin banyak digelar, semakin banyak pula wisatawan asing yang berkunjung ke Jepang, termasuk Kyushu," ujar Ketua Federasi Ekonomi Kyushu Yutako Aso.

Selain itu, segala potensi wisata yang masih tersembunyi akan digali dan dikembangkan agar bisa menarik minat masyarakat dunia untuk ke Jepang. Termasuk menjadikan kota-kota yang saat ini berhasil menjadi sehat dengan menekan emisi hingga 0 persen sebagai daya tarik bagi masyarakat internasional untuk datang melihat dan mempelajarinya di Jepang.

Lebih penting lagi, Pemerintah Jepang juga akan menyederhanakan prosedur masuk ke negara tersebut bagi warga dari negara lain, termasuk persyaratan dalam penerbitan visa.

"Kami takkan berhenti berkreasi guna menarik wisatawan asing sebanyak mungkin berkunjung ke Jepang," tegas Yutako Aso.