

## TOURISM DEVELOPMENT THROUGH INDONESIA – FRANCE COOPERATION 2011-2016

### PEMBANGUNAN PARIWISATA MELALUI KERJASAMA INDONESIA – PERANCIS TAHUN 2011-2016

Bambang Segarmas<sup>1</sup>, Yuniarti<sup>2</sup>, Rendy Wirawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Mulawarman, Indonesia

Email Correspondence: yuniarti@fisip.unmul.ac.id

#### ABSTRACT:

As one of the most significant sectors in supporting the economy of a state, tourism sector is constantly advanced through cooperation with other states. The huge amount of economic distribution makes this sector essential in global economy. This must also affect Indonesia and France as two among many states which are quite popular as destination for overseas tourists. For Indonesia, French tourists among the top of European travelers, though for France itself, Indonesian tourists only on placed on the fifth rank among Asians. Therefore, this circumstance drives both states to cooperate in advancing quantity and quality of tourism from Indonesia to France, vice versa. Furthermore, this research will elaborate tourism development through the cooperation between Indonesia and France in 2011-2016. This cooperation covers 6 areas which later rendered through three Joint Working Groups until 2016. The results shows that the cooperation increase the number of French tourists visit to Indonesia, and vice versa Indonesia to France. Nevertheless, in practice, there were still several points of cooperation that had previously been on the agenda in the JWG could not be implemented optimally.

**Keywords:** *Cooperation, France, Indonesia, Tourism Development*

#### ABSTRAK:

Sebagai salah satu sektor yang sangat penting dalam mendukung perekonomian suatu negara, sektor pariwisata terus dikembangkan melalui kerjasama dengan negara lain. Besarnya distribusi ekonomi menjadikan sektor ini penting dalam perekonomian global. Hal ini tentunya juga berimbas pada Indonesia dan Perancis sebagai dua di antara banyak negara yang cukup populer sebagai tujuan wisatawan mancanegara. Bagi Indonesia, wisatawan Perancis termasuk dalam top traveler Eropa, sedangkan untuk Perancis sendiri, wisatawan Indonesia hanya menempati peringkat kelima di antara orang Asia. Oleh karena itu, keadaan ini mendorong kedua negara untuk bekerja sama dalam memajukan kuantitas dan kualitas pariwisata dari Indonesia ke Perancis, begitu pula sebaliknya. Selanjutnya, penelitian ini akan mengelaborasi pengembangan pariwisata melalui kerjasama antara Indonesia dan Perancis pada tahun 2011-2016. Kerja sama ini mencakup 6 bidang yang kemudian disalurkan melalui tiga *Joint Working Groups* hingga tahun 2016. Hasil studi memperlihatkan bahwa kerjasama ini meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Perancis ke Indonesia, dan sebaliknya Indonesia ke Perancis. Meskipun demikian, dalam praktiknya, sampai dengan tahun 2016 masih ada beberapa butir kerjasama yang sebelumnya sudah diagendakan dalam JWG namun belum bisa terlaksana dengan maksimal.

**Kata Kunci:** *Indonesia, Kerjas Sama, Pembangunan Pariwisata, Perancis*

#### Article Info

Received	:	November 2022
Accepted	:	January 2023
Published	:	January 2023
DOI	:	<a href="https://doi.org/10.30872/psd.v4i1.50">https://doi.org/10.30872/psd.v4i1.50</a>

#### Copyright and License

Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) that allows others to share the work with an acknowledgment of the work's authorship and initial publication in this journal.



## 1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian global. Pada tahun 2010, sektor ini menyumbang 9,3% total GDP dunia (www. statista.com, 4 Februari 2021). Pendapatan sektor pariwisata internasional tahun 2010 adalah US\$ 919 milyar. Eropa merupakan kawasan yang memperoleh pendapatan tertinggi yaitu 44,2% diikuti Asia Pasifik sebanyak 27,1%, Amerika sebanyak 19,8%, Timur Tengah sebanyak 5,5%, dan Afrika 3,4% (UNWTO, 2011).

Untuk kawasan Eropa, Perancis berada pada posisi kedua tertinggi untuk pendapatan sektor pariwisata internasional dengan US\$ 46.319 milyar, dan ketiga tertinggi di dunia setelah Amerika Serikat dengan US\$ 103.5 milyar, dan Spanyol dengan US\$ 52.525 milyar (UNWTO, 2011). Di sisi lain, Indonesia yang termasuk dalam kawasan Asia Pasifik hanya berada di posisi ke sebelas di kawasan dengan nilai pendapatan US\$ 6.980 milyar. Posisi ini jauh di bawah negara-negara Asia Tenggara lainnya seperti Thailand (US\$ 19.760 milyar), Malaysia (US\$ 17.819 milyar) dan Singapura (US\$ 14.160) (UNWTO, 2011).

Keinginan untuk meningkatkan pendapatan dari sektor ini dalam pembangunan ekonominya membuat pemerintah Indonesia dalam Kesepakatan Kemitraan Strategis Tahun 2011 dengan Perancis, memperkuat kerjasama pariwisata antara kedua negara. Hal ini mengingat di Perancis setiap tahunnya terdapat sejumlah kegiatan kebudayaan dan promosi pariwisata sebagai hasil kerjasama Pemerintah Indonesia dan pemerintah setempat Perancis (Kementrian Luar Negeri RI, 2018). Selain itu, negara ini memiliki banyak pengalaman dalam mengelola potensi pariwisata yang fokus pada heritage building, *landscape* dan budaya.

Kerjasama bidang pariwisata ini dituangkan dalam Persetujuan tentang Kerjasama Pariwisata antara Pemerintah Republik Indonesia dan Pemerintah Republik Perancis yang ditandatangani oleh Menteri Pariwisata dan Kebudayaan RI Jero Wacik dan Menteri Transportasi Perancis Thierry Mariani pada tanggal 1 Juli 2011. Sesuai Pasal 1 Kesepakatan, tujuan kerjasama ini adalah (1) mempromosikan Perancis dan Indonesia sebagai destinasi berkualitas melalui industri pariwisata mereka; (2) meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan dari seluruh dunia di kedua negara; (3) mempromosikan pengembangan sumber daya manusia di bidang pariwisata dan industri perjalanan di kedua negara; (4) membantu menciptakan peluang pariwisata baru dengan mempromosikan alam dan warisan budaya dan pengembangan pariwisata berkelanjutan dan ekowisata untuk manfaat komunitas lokal (<https://id.ambafrance.org/Kesepakatan-bilateral>).

Untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut, ada enam lingkup yang disepakati dijalankan oleh lembaga yang bertanggung jawab dalam pelaksanaannya yaitu Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia dan Kementerian Ekonomi, Keuangan dan Industri Republik Perancis c.q. Direktorat Jenderal Daya Saing, Industri dan Jasa. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan pelaksanaan lingkup kerjasama bidang pariwisata yang disepakati kedua negara.

## 2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan jenis data sekunder berupa laporan institusi terkait, buku, jurnal, dan lain-lain baik yang berbentuk cetak maupun elektronik. Data ini diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*). Konsep yang digunakan untuk menganalisis permasalahan adalah konsep pembangunan pariwisata.

Pariwisata diakui secara luas Pariwisata seringkali dianggap sebagai kontributor efektif dan penggerak dalam pembangunan ekonomi di negara-negara berkembang (Telfer and Sharpley, 2008: 1; Khan, et.al. 2020: 1). menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi, pembangunan pertanian dan energi dan mengurangi kemiskinan. Pemerintah di negara berkembang mendukung dan mempromosikan sektor ini karena efek multipliernya dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan devisa, menstimulasi sektor-sektor pendukung pariwisata lainnya, yang kesemuanya akan mengurangi kemiskinan (Khan, et.al. 2020: 1). Selain itu, beberapa faktor yang mendukung pariwisata sebagai pilihan dalam pembangunan adalah: (1) pariwisata merupakan industri yang terus berkembang (melihat data UNWTO); (2) pariwisata mendistribukan ulang kesejahteraan; (3) keterkaitan dengan bidang-bidang lain yang menopang sektor pariwisata; (4) pariwisata memanfaatkan infrastruktur alami dan gratis; dan (5) tidak ada hambatan perdagangan pariwisata (Telfer and Sharpley, 2008: 17-20).

Dalam pembangunan sektor pariwisata ini kerjasama antar negara seringkali terjadi. Paulo (2014) menjelaskan bahwa kerjasama (internasional) menjelaskan interaksi untuk mencapai tujuan bersama ketika preferensi aktor tidak identik (harmonis) atau tidak dapat disatukan (konflikual). Viotti & Kauppi (2007: 195-6) menjelaskan bahwa kerjasama memerlukan tindakan dari beragam aktor seperti individu, organisasi maupun negara yang disesuaikan melalui suatu proses koordinasi kebijakan yang jika berhasil akan mencapai kolaborasi luas.

Kerjasama dan kemitraan di sektor pariwisata semakin meningkat untuk mencapai tujuan komunitas dan bisnis. Kemitraan ini bahkan bisa terbentuk di sektor yang secara tradisional dipandang terfragmentasi. Yang lebih mengejutkan lagi adalah sektor pariwisata bertualang melampaui bidangnya sendiri untuk membentuk

kemitraan. Kemitraan dapat dibentuk untuk menciptakan produk atau jasa baru untuk mencapai efisiensi skala ekonomi yang lebih tinggi, untuk membuka akses pasar (KPMG Canada, 2003:1).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Sektor Pariwisata di Indonesia dan Perancis

Indonesia dan Perancis merupakan dua negara yang sama memiliki potensi yang besar di sektor pariwisata, baik yang berupa wisata alam, buatan maupun wisata berbasis budaya. Keduanya menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan penyumbang produk domestik bruto (PDB), devisa dan lapangan pekerjaan. Besarnya potensi di bidang ini dapat dilihat dari beberapa titik wisata di kedua negara bisa dilihat dalam tabel berikut:

Table 1. Titik Wisata di Indonesia dan Perancis

Negara	Jenis Pariwisata	Contoh
Indonesia	Alam	Kepulauan Raja Ampat, Pulau Komodo, Gunung Rinjani, Kepulauan Belitung, Gunung Bromo, Kawah Ijen, Taman Laut Bunaken, Danau Kelimutu, Pantai Dreamland, Danau Toba, dan lain-lain.
	Buatan	TMII, Dunia Fantasi, Jawa Timur Park 1 dan 2, Museum Angkut dan Pasar Apung, Lawang sewu, Klenteng Sam Poo Kong, Keraton Jogja, Candi Borobudur, Candi Prambanan, dan lain-lain.
	Budaya	Desa Adat Ratenggaro, NTT; Desa Dayak Pampang, Samarinda; Candi Prambanan, DIY; Desa Penglipuran, Bali; Tana Toraja, Sulawesi Selatan; Candi Borobudur, Jawa Tengah, dan lain-lain.
Perancis	Alam	Aiguille du Dru, Camargue Salt Flats, Aiguilles de Bavella, Dune du Pilat, Mer de Glace, Monet's Garden, Mont Blanc, Gorges du Verdon, Côte de Granit Rose, Étretat Cliffs, Scandola Nature Reserve, Pont d'Arc, dan Pic du Midi d'Ossau.
	Buatan	Eiffel Tower, Luovre Museum, Notre Dame de Paris, Palace of Versailles dan Arc de triomphe l'Étoile.
	Budaya	Louvre-Lens Museum, Centre Pompidou-Metz, MuCEM (Museum of European and Mediterranean Civilizations), Palais des Papes in Avignon, Mont St-Michel, Pont du Gard, Loire Valley Castles dan Roman and Romanesque Monuments in Arles.

Sektor pariwisata memiliki kontribusi penting dalam pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi kemiskinan. Berdasarkan laporan *World Travel and Tourism Council* (WTTC) pada tahun 2010 sektor pariwisata menyerap 235 juta tenaga kerja di seluruh dunia (kemenparekraf.go.id, 8 Desember 2011).

Sektor ini pun memberi kontribusi yang penting bagi GDP kedua negara. Pada tahun 2010, industri pariwisata Perancis menyumbang 9,1% dengan nilai US\$ 239,4 milyar (knoema.com) untuk total GDP Perancis yang bernilai US\$ 2.643 trilyun (www.data.worldbank.org). Untuk Indonesia, pariwisata menyumbang 5,8% dengan nilai US\$ 44,1 milyar (knoema.com) untuk total GDP yang bernilai US\$ 755,1 milyar (data.worldbank.org).

Di Indonesia, pembangunan sektor pariwisata diatur dalam Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Undang-undang ini kemudian diturunkan ke dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025. Rencana yang dikenal dengan istilah RIPPARNAS ini disusun di tingkan nasional, provinsi, kabupaten, kota. RIPPARNAS mengatur tentang visi dan misi, tujuan dan sasaran, dan arah kebijakan strategi dan indikasi program pariwisata sampai dengan 2025 (kemenparekraf.go.id, 8 Desember 2011). Dalam Pasal 7 UURI Nomor 10 Tahun 2009 dan Pasal 2 Ayat 1 RIPPARNAS, disebutkan bahwa pembangunan kepariwisataan nasional meliputi: (a) destinasi pariwisata; (b) pemasaran pariwisata; (c) industri pariwisata; dan (d) kelembagaan pariwisata. Lingkup inilah yang menjadi fokus dalam pembangunan pariwisata Indonesia.

Bahkan pemerintah Indonesia menciptakan slogan / *national branding* sebagai strategi dalam rangka mempromosi destinasi pariwisata seperti *Wonderful Indonesia 2011* yang merupakan pengganti strategi *Visit Indonesia Year 1991* dan *Visit Indonesia Year 2008*. Strategi ini juga dianggap sebagai bentuk diplomasi publik Indonesia untuk meningkatkan kedatangan turis asing dan memperbaiki citra Indonesia pasca beberapa serangan teror bom di sepanjang tahun 2000an, seperti peristiwa Bom Bali tahun 2002 & 2005, Bom Hotel

J.W. Marriott tahun 2003, Bom Hotel Ritz Carlton tahun 2009, Bom di Kedubes Australia tahun 2004, dan lain-lain.

Di pihak lain, pariwisata Perancis merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomiannya. Pada tahun 2009 dan 2010, Perancis menjadi destinasi pariwisata tertinggi di dunia dengan jumlah kedatangan wisatawan internasional sebanyak 76,8 dan 77,1 milyar kedatangan (UNWTO, 2011: 6; UNWTO, 2012: 6).

Kebijakan pariwisata Perancis secara umum mencerminkan kebijakan pariwisata Uni Eropa karena Perancis merupakan anggota institusi ini. Meskipun demikian, Perancis tetap memiliki kewenangan untuk mengatur sektor pariwisatanya secara internal. Sejak tahun 2009, sektor pariwisata Perancis diatur oleh Atout France, lembaga swasta yang bekerja di bawah pengawasan *Ministry of Trade, Artisan Trades, Small and Medium sized Enterprises, Tourism and Services*.

Vlès, Marcelpoil & Frochot (2014: 10) menjelaskan bahwa kebijakan nasional pariwisata Perancis memfokuskan pada tiga prioritas, yaitu:

- (1) Promosi citra pariwisata Prancis dan keahliannya. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan status Prancis sebagai “tujuan wisata nomor satu dunia” di pasar yang semakin kompetitif dengan memastikan promosi "Prancis tujuan" di pasar luar negeri dan domestik dan "promosi keahlian Prancis" di luar negeri.
- (2) Ekonomi pariwisata. Prioritas ini dirancang untuk mengawasi kegiatan pariwisata dan menyusun pasokan dengan memantau evolusi ekonomi sektor ini, mengatur dan membentuk norma-norma yang mengaturnya, mendukung industri dan profesi tertentu, meningkatkan kualitas, mengembangkan teknik dan keahlian, dan mempromosikan daya tarik daerah setempat.
- (3) Akses ke hari libur. Prioritas ini bertujuan untuk mempromosikan adaptasi pasokan untuk memungkinkan akses ke liburan untuk semua (khususnya orang cacat, orang tua dan orang miskin) dengan menyatukan energi dari berbagai aktor dan asosiasi yang beroperasi di sektor ini.

### 3.2. Kesepakatan Kerjasama dan Pelaksanaan Lingkup Kesepakatan

Melihat potensi sektor pariwisata yang besar untuk menjadi penggerak pembangunan ekonomi, dalam kerangka Kemitraan Strategis 2011, Pemerintah RI dan Pemerintah Perancis juga menandatangani kesepakatan kerjasama pariwisata. Berdasarkan Pasal 2 kesepakatan tersebut, disebutkan ada 6 bidang lingkup kerja sama yaitu: (1) administrasi dan manajemen pariwisata; (2) pengembangan SDM; (3) pengembangan produk; (4) pemasaran pariwisata; (5) kerjasama sektor swasta; dan (6) teknologi informasi pariwisata (<https://id.ambafrance.org/Kesepakatan-bilateral>).

Dalam rangka pelaksanaan lingkup kerjasama ini, kedua negara sepakat membentuk *The Joint Working Group (JWG) on Tourism*. Selama tahun 2013 – 2016, JWG sudah melaksanakan 3 kali pertemuan yaitu di Yogyakarta, Indonesia (2013), Saumur, Perancis (2015), dan Jakarta, Indonesia (2016).

Pertemuan JWG Pertama fokus pada empat hal yaitu: (1) kebijakan dan kerangka kerja untuk standar pariwisata; (2) klasifikasi akomodasi pariwisata, kualitas kontrol dan pelanggan pariwisata; (3) pelatihan dan pendidikan; dan (4) pariwisata berkelanjutan untuk Borobudur (Pariwisata Indonesia Vol.4 No.47, Nov 2013). Selanjutnya JWG Kedua, fokus pada tiga hal, yaitu: (1) warisan budaya dan manajemen pembangunan pariwisata berkelanjutan; (2) Potensi kerjasama bisnis pariwisata Indonesia-Prancis; dan (3) kemitraan pendidikan pariwisata Indonesia-Prancis ([kemenparekraf.go.id](http://kemenparekraf.go.id), 2015). Dalam pertemuan JWG Ketiga, tiga topik utama yang dibicarakan adalah: (1) kebijakan pariwisata dan kerjasama bisnis; (2) manajemen berkelanjutan di destinasi pariwisata; dan (3) kerjasama pengembangan SDM. Dari pertemuan ini muncul keinginan perusahaan Perancis berinvestasi di wisata bahari di Indonesia, kerjasama pengembangan destinasi wisata, pertukaran pengalaman pengelolaan destinasi pariwisata antar Kota Jakarta dan Bretagne, Perancis, dan rencana bantuan pengembangan program doktoral bidang pariwisata di STP Bandung dan Bali ([jakarta-tourism.go.id](http://jakarta-tourism.go.id), 2016).

Selain pertemuan JWG, kedua negara saling mendukung kegiatan promosi wisatanya. Perancis mendukung *Visit Indonesia Tourism Office (VITO)* Perancis sebagai perwakilan Kementerian Pariwisata Indonesia di Perancis melakukan promosi melalui beberapa kegiatan di tahun 2016, seperti *Sales Mission 2016* yang mempromosikan destinasi-destinasi pariwisata Indonesia ([beritasatu.com](http://beritasatu.com), 3 Oktober 2016), dan promosi program *Wonderful Indonesia* dalam ajang Piala Eropa 2016 yang diselenggarakan di Perancis ([www.disbudpar.ntbprov.go.id](http://www.disbudpar.ntbprov.go.id), Juli 2016). Program ini juga ditayangkan di dua jaringan televisi Perancis yaitu Channel M6 dan W9 dalam program *Horizons d'Asie* ([cnn.indonesia.com](http://cnn.indonesia.com), 18 September 2016). Bahkan Perancis memperkenalkan Program “Visa dalam 48 Jam” bagi warga Indonesia yang ingin mendapatkan Visa Schengen untuk berbisnis dan berwisata. Ini artinya untuk mendapatkan visa tersebut, warga Indonesia hanya memerlukan waktu 48 jam ([republika.co.id](http://republika.co.id), 2016).

Sejalan dengan apa yang dilakukan oleh Pemerintah Perancis, pemerintah Indonesia memberikan fasilitas *visa on arrival* bagi turis asal Perancis yang akan berkunjung ke Indonesia. VITO menjadi lembaga

yang memberikan informasi tentang pariwisata bagi wisatawan asal Perancis yang ingin berkunjung ke Indonesia.

Bagi Perancis kerjasama ini memberi peluang untuk berinvestasi di di sektor pariwisata bahari, pariwisata kuliner, dan sektor yang terkait dengan pariwisata seperti sektor pendidikan pariwisata. Namun sampai dengan berakhirnya kesepakatan pada tahun 2016, hal ini belum terlaksana.

Sejak JWG dibentuk tahun 2013 hingga berakhirnya kerjasama ini pada Juli 2016, kunjungan wisatawan Perancis ke Indonesia mengalami peningkatan seperti yang terlihat dari tabel berikut:

Table 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Perancis ke Indonesia

Tahun	Jumlah Kunjungan
2013	190.853
2014	200.097
2015	205.488
2016	249.621

Pada dasarnya, jumlah kunjungan wisatawan Indonesia ke Perancis tidak cukup besar dibanding dengan negara-negara anggota Uni Eropa, Amerika Serikat, China atau Jepang yang berada di posisi sepuluh besar. Meskipun demikian, Jean – Charles Bathonnet Duta Besar Perancis untuk Indonesia menjelaskan bahwa di tahun 2016, terdapat 150.000 wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Perancis. Posisi Indonesia sendiri berada di peringkat kelima Asia sebagai negara penyumbang wisatawan terbesar untuk Prancis. Di posisi pertama adalah China dengan jumlah kunjungan 2,1 juta, disusul Jepang 800 ribu wisatawan, India 500 ribu wisatawan, dan Korea 300 ribu wisatawan (Riyani, 2017).

Tahun 2016, Kedubes Perancis melayani pembuatan visa lebih banyak 70% dibanding tahun sebelumnya. Hal ini tidak terlepas dari kebijakan yang diberlakukan Pemerintah Perancis terhadap wisatawan Indonesia dalam program penerbitan visa dalam 48 jam (travel.tempo.co, 6 September 2017).

Sampai dengan tahun 2016, beberapa lingkup kerjasama belum terlaksana. Meskipun demikian dari diskusi selama pertemuan JWG dan kegiatan promosi dan kemudahan pembuatan visa, jumlah kunjungan wisatawan mengalami peningkatan. Bahkan untuk mengembangkan kerjasama dan melaksanakan lingkup kerjasama yang belum terlaksana seperti pengembangan sumber daya bidang pariwisata dan teknologi informasi pariwisata, kedua negara tetap melanjutkan kerjasamanya. Bahkan pada tahun 2019 dibentuk *Forum for International Tourism and the Environment (FITE)* untuk mengembangkan potensi pariwisata bahari (Puspita, 4 Mei 2019).

#### 4. KESIMPULAN

Sejalan dengan tumbuhnya angka pariwisata global dan mengingat pentingnya sektor ini sebagai salah satu penopang ekonomi negara, maka dibutuhkan terobosan kebijakan sebagai upaya mendorong peran pariwisata dalam perekonomian negara. Sebagai negara yang memiliki potensi pariwisata sangat baik, Indonesia dan Perancis memutuskan untuk membentuk sebuah kesepakatan berbentuk kerjasama bilateral dalam sektor pariwisata pada tahun 2011. Kesepakatan ini diharapkan mampu mendorong angka wisatawan dari masing-masing negara serta memperbaiki kualitas pariwisata melalui beberapa program yang disepakati. Adapun kesepakatan ini meliputi enam lingkup kerjadi antaranya: administrasi dan manajemen pariwisata, pengembangan SDM, pengembangan produk pariwisata, pemasaran pariwisata, kerjasama sektor swasta, dan teknologi informasi pariwisata. Kesemua lingkup kerja tersebut kemudian diejawantahkan dalam tiga *Joint Working Group on Tourism*. Selain melalui forum JWG, kerjasama ini juga bersifat praktis terutama dalam mendorong wisatawan dari Indonesia ke Perancis dan sebaliknya, melalui program seperti promosi melalui *Visit Indonesia Tourism Officer*, promosi *Wonderful Indonesia* pada stasiun tv Perancis, hingga *Visa on Arrival* bagipelancong Perancis di Indonesia.

Melalui skema kerjasama ini, jumlah kunjungan wisatawan Perancis ke Indonesia-pun melonjak dari tahun ke tahun, begitu juga sebaliknya, wisatawan Indonesia yang bepergian ke Perancis-pun mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Hal ini tentu merupakan hasil dari kerjasama yang cukup intens antara pemerintah Indonesia dengan Perancis. Meskipun demikian, dalam praktiknya, masih ada beberapa butir kerjasama yang sebelumnya sudah diagendakan dalam JWG namun belum bisa terlaksana dengan maksimal.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- CNN Indonesia*. "Televisi Perancis Promosi Pariwisata Indonesia". (2016, September 18). Terdapat di <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160917135211-269-158992/televisi-perancis-promosi-pariwisata-indonesia>.
- Dari ASEAN, Jumlah Turis Indonesia Paling Banyak Datangi Prancis*. (2017, September 7). Terdapat di <https://travel.tempo.co/read/906677/dari-asean-jumlah-turis-indonesia-paling-banyak-datangi-prancis/full&view=ok>.
- Dokumen Persetujuan tentang Kerjasama Pariwisata antara Pemerintah RI dan Pemerintah Republik Perancis. (2011). Terdapat di <https://id.ambafrance.org/Kesepakatan-bilateral>.
- Euis Rita Hartati. *Kementerian Pariwisata Jemput Bola ke Prancis*. (2016, Oktober 3). Terdapat di <https://www.beritasatu.com/archive/390268/kementerian-pariwisata-jemput-bola-ke-prancis>.
- France - Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP*. Terdapat di <https://knoema.com/atlas/France/topics/Tourism/Travel-and-Tourism-Total-Contribution-to-GDP/Contribution-of-travel-and-tourism-to-GDP-percent-of-GDP>.
- France. GDP* (Current US\$). Terdapat di <https://data.worldbank.org/country/france?view=chart>
- Indonesia - Contribution of travel and tourism to GDP as a share of GDP*. Terdapat di <https://knoema.com/atlas/Indonesia/topics/Tourism/Travel-and-Tourism-Total-Contribution-to-GDP/Contribution-of-travel-and-tourism-to-GDP-percent-of-GDP>.
- Indonesia. GDP* (Current US\$). Terdapat di <https://data.worldbank.org/country/indonesia?view=chart>
- Indonesia-Perancis Tingkatkan Kerja Sama Pariwisata*. (2016, April 7). Terdapat di <https://www.republika.co.id/berita/o591vp284/indonesiaperancis-tingkatkan-kerja-sama-pariwisata>
- Kementerian Luar Negeri RI. (2018). *Hubungan Bilateral Indonesia – Perancis*. Terdapat di [https://kemlu.go.id/paris/id/pages/prancis-indonesia\\_/624/etc-menu](https://kemlu.go.id/paris/id/pages/prancis-indonesia_/624/etc-menu).
- Kementerian Pariwisata RI. *Press Release. The 3<sup>rd</sup> Joint Working Group Meeting on Tourism Between the Republic of Indonesia and the Republic of France. Jakarta, 27-28 Oktober 2016*. Terdapat di <http://jakarta-tourism.go.id/visit/blog/2016/10/press-release-the-3rd-joint-working-group-meeting-on-tourism-between-the-republic-of-indonesia-and-the-republic-of-france>.
- Kemenparekraf. Kunci Pengembangan Pariwisata Ada di Pemerintah Daerah. (2011, Desember 8). Terdapat di <https://kemenparekraf.go.id/post/kunci-pengembangan-pariwisata-ada-di-pemerintah-daerah>.
- Kemenparekraf. *Press Release The 2<sup>nd</sup> Joint Working Group Meeting on Tourism Between the Republic of Indonesia and the French Republic*. (2015, Oktober 30). Terdapat di <https://kemenparekraf.go.id/post/press-release-the-2ndjoint-working-group-meeting-on-tourism-between-the-republic-of-indonesia-and-th>.
- Kemenparekraf. *Press Release The 3<sup>rd</sup> Joint Working Group Meeting on Tourism Between the Republic of Indonesia and the French Republic*. (2016, Oktober). Terdapat di <http://jakarta-tourism.go.id/visit/blog/2016/10/press-release-the-3rd-joint-working-group-meeting-on-tourism-between-the-republic-of-indonesia-and-the-republic-of-france>.
- Khan, Asif, Sughra Bibi, Ardito Lorenzo, Jiaying Lyu, and Zaheer Udden Babar. Tourism and Development in Developing Economies: A Policy Implication Perspective. *Sustainability*. 2020, 12, 1618; doi:10.3390/su12041618. Basel, Switzerland: MDPI.
- KPMG Canada. (2003). *Co-operation and Partnerships in Tourism: A Global Perspective*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
-

- Meningkatkan kualitas dengan Perancis. *Pariwisata Indonesia*. Vol.4 No.47, 2013. [www. newsletter-pariwisataindonesia.com](http://www.newsletter-pariwisataindonesia.com).
- Paulo, Sebastian. (2014). *International Cooperation and Development. A Conceptual Overview*. Discussion Paper 13/2014. ISSN 1860-0441. Deutsches Institut für Entwicklungspolitik gGmbH.
- Sherly Puspita. *Indonesia-Perancis Jalin Kerja Sama Kembangkan Wisata Bahari*. (2019, Mei 4). Terdapat di <https://travel.kompas.com/read/2019/05/04/193500027/indonesia-perancis-jalin-kerja-sama-kembangkan-wisata-bahari>.
- Statiska Research Department. *Share of GDP generated by the travel and tourism industry worldwide from 2000 to 2019*. (2021, Februari 4). Terdapat di <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/>.
- Telfer, David J, and Richard Sharpley. (2008). *Tourism and Development in the Developing World*. London & New York: Routledge.
- UNWTO. *UNWTO Tourism Highlights 2011 Editions*. Terdapat di <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413935>. H. 2 & 4.
- Utami Evi Riyani. (2017, September 5). *Jadi Negara ASEAN Penyumbang Turis Terbanyak, Ini yang Ditawarkan Prancis pada Indonesia*. Terdapat di <https://travel.okezone.com/read/2017/09/05/406/1769731/jadi-negara-asean-penyumbang-turis-terbanyak-ini-yang-ditawarkan-prancis-pada-indonesia>.
- Viotti, Paul R. and Mark V. Kauppi. (2007). *International Relations and World Politics. Security, Economy, Identity*. 3<sup>rd</sup> edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Vlès, Vincent, Emmanuelle Marcelpoil dan Isabelle Frochot. Strengths and Paradoxes of French tourism planning. *European Tourism Planning and Organisation Systems*: Vol. II, December 2014. DOI: 10.21832/9781845414344-030.
- Wonderful Indonesia Kini Hadir di Ajang Euro 2016* Paris. (2016, Juli 10) Terdapat di <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/wonderful-indonesia-kini-hadir-di-ajang-euro-2016-paris/>.