



Fikri Ardiyansyah¹

STRATEGI PEMERINTAH JEPANG DALAM MEMULIHKAN SEKTOR EKONOMI MELALUI PARIWISATA PASCA COVID-19 PADA TAHUN 2022

Abstrak

Tujuan penelitian ini ingin menjelaskan mengenai latar belakang Pemerintah Jepang mengeluarkan kebijakan Go To Travel dalam meningkatkan perekonomiannya melalui sektor pariwisata pasca Covid-19 dan menjelaskan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh Pemerintah Jepang dalam memulihkan perekonomiannya melalui sektor pariwisata. Skripsi ini dibuat berdasarkan pada kerangka dasar pemikiran dengan menggunakan konsep kebijakan luar negeri dan konsep public sector management. Dalam mencari sumber data, metode yang digunakan oleh peneliti yakni metode kualitatif. Dari hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi yang dilakukan oleh pemerintah Jepang dalam meningkatkan sektor pariwisata melalui kebijakan Go To Travel merupakan langkah yang tepat dilakukan oleh pemerintah Jepang. Itu disebabkan karena pasca terjadinya Covid-19 banyak tempat wisata tutup sehingga sektor swasta memerlukan dukungan dari pemerintah. Salah satu caranya ialah memberikan subsidi kepada pihak swasta agak mampu menggerakkan sektor industri pariwisata. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada pihak Kementerian Luar Negeri yang menjelaskan bahwa langkah yang dilakukan oleh Pemerintah Jepang sangat telat karena perekonomian Jepang banyak di dukung oleh sektor pariwisata sehingga pemerintah Jepang perlu mengambil langkah yang kongkrit.

Kata Kunci: Jepang, Pariwisata, Go To Travel, Covid-19

Abstract

The purpose of this study is to explain the background of the Japanese Government issuing the Go To Travel policy in boosting its economy through the post-Covid-19 tourism sector and explaining the actions taken by the Japanese Government in recovering its economy through the tourism sector. This thesis is made based on the basic framework of thinking by using the concept of foreign policy and the concept of public sector management. In searching for data sources, the method used by researchers is a qualitative method. The results of this study explain that the strategy undertaken by the Japanese government in improving the tourism sector through the Go To Travel policy is the right step taken by the Japanese government. This is because after the occurrence of Covid-19 many tourist attractions were closed so that the private sector needed support from the government. One way is to provide subsidies to the private sector to be able to move the tourism industry sector. In addition, based on the results of interviews conducted by the author with the Ministry of Foreign Affairs which explained that the steps taken by the Japanese Government were very late because the Japanese economy was heavily supported by the tourism sector so that the Japanese government needed to take concrete steps.

Keywords: Japan, Tourism, Go To Travel, Covid-19

PENDAHULUAN

Jepang merupakan negara yang terletak di benua Asia di wilayah bagian timur. Seperti halnya dengan Indonesia, Jepang merupakan sebuah negara kepulauan dengan beberapa pulau besar antara lain, pulau Hokkaido, Honshu, Shikoku, Kyushuu dan sekitar empat ribu pulau kecil lainnya. Negara-negara yang bertetangga dengan Jepang antara lain, Rusia dibagian utara

¹Fakultas Hukum Humaniora dan Bisnis, Universitas Satyagama
 email: Fkiki9090@gmail.com

Jepang, Korea dan Cina dibagian selatan Jepang. Wilayah Jepang hampir sekitar 75% dipenuhi dengan dataran tinggi dan pegunungan dan ditengah pulau Honshu terdapat gunung Fuji. (Alvilasari, A.F, 2019).

Berdasarkan World Barometer, Jepang memiliki populasi sekitar lebih dari 126.476.461 jiwa, bisa dikatakan setengah dari populasi di Indonesia. Bentuk pemerintahan Jepang adalah sistem pemerintahan parlemen dan dipimpin oleh seorang Perdana Menteri. Meskipun memiliki kepala negara seorang kasira, kaisar tersebut tidak memiliki kuasa dan hanya digunakan sebagai simbolis tradisi dan persatuan di Jepang. (Faridar, A.R, 2017).

Coronavirus adalah suatu virus yang dapat menyebarkan penyakit pada binatang maupun manusia. Sebagian dari jenis corona virus diketahui berpotensi memicu infeksi saluran pernapasan pada manusia. Dengan gejala dari batuk pilek hingga yang bersifat akut yaitu, Middle East Respiratory Syndrome (MERS) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS). Coronavirus jenis baru ini, menyebabkan penyakit COVID-19. (Kompas.com, 2020). Berdasarkan data dari Professor Fukuoka Women's University, Tetsu Konishi, mengatakan bahwa pandemi virus corona atau Covid-19 telah memberikan pukulan tersendiri bagi perekonomian Jepang. menurutnya banyak sektor yang terimbas penyebaran virus corona tersebut. Ia menambahkan bahwa Jepang kehilangan ekonomi mencapai US 6 Miliar dollar sebagai dampak dari Covid-19. Dampak yang sangat besar bagi ekonomi Jepang". (Kbritokyo, 2020).

Professor Tetsu Konishi juga menyebutkan selain sektor manufaktur, yang mengalami dampak paling parah adalah sektor pariwisata. Hal itu dimulai semenjak pemerintah Jepang mengumumkan pembatasan wilayah setelah kasus positif covid-19 pertama ditemukan pada awal februari 2020. Berdasarkan data dari Fukuoka Women's University, hanya dalam waktu sebulan saja kunjungan pariwisata mancanegara hampir 5- persen, dari 8,6 juta dari 20 januari, menjadi 4,9 juta di 20 Februari 2020. (Bisnis.tempo.co, 2020) Bahkan pada tahun yang sama pemerintah Jepang melalui Menteri Ekonomi Yasutoshi Nishimura berencana melakukan program kampanye "Go To" untuk meningkatkan pariwisata domestik. Namun program kampanye yang dilakukan oleh pemerintah Jepang gagal karena terjadi peningkatan kasus Covid-19 di Kota Tokyo sebanyak 280 kasus perhari. Oleh sebab itu, pemerintah Jepang tidak menjalankan program kampanye "Go To" untuk wisatawan domestik.

Pemerintah Jepang pertama kali membuka pintu untuk grup wisata resmi pada bulan Juni. Namun, jumlah turis dibatasi, dan wisatawan harus memenuhi persyaratan visa khusus untuk masuk. Saat ini, wisatawan masih membutuhkan visa khusus untuk masuk ke Jepang, dan hanya memungkinkan mereka masuk melalui paket wisata atau tur, dengan batas harian ditetapkan 50 ribu wisatawan di tengah pandemi COVID-19. Semenjak 11 Oktober 2022, wisatawan independen diterima kembali di Jepang, dan persyaratan visa terkait pandemi akan dicabut. Pemerintah Jepang berharap kebijakan bebas visa ini akan mendorong sektor pariwisata menyusul terus melemahnya yen terhadap dolar AS selama 24 tahun. Sama seperti sektor pariwisata di banyak negara, pada saat pandemi, mengalami penurunan signifikan. Sebelum pandemi, Jepang mencatat rekor 31,8 juta pengunjung pada tahun 2019. (Kompas.com, 2022).

Namun kebijakan pembebasan visa yang dikeluarkan oleh Jepang, berbanding terbalik dengan angka Covid-19 yang ada di Jepang. Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan angka kematian mencatat kenaikan pada kasus kematian Covid-19. Bahkan angka kematian perhari semenjak Februari 2022 di Jepang berkisar 343 kematian terkait virus Covid-19. Angka kematian Covid-19 di Jepang terus mengalami peningkatan, hingga pada bulan Agustus menembus 5.000 untuk pertama kali. (Bisnisindonesia.com, 2022).

Hal ini terlihat dari meningkatnya angka kematian diberbagai prefektur di Jepang seperti prefektur Osaka mengalami peningkatan jumlah angka kematian, tercatat 42 kematian baru akibat infeksi virus corona per hari. Sementara ada 25 yang dikonfirmasi di Tokyo dan Kanagawa. Saitama dan Fukuoka, juga melaporkan masing- masing 19 kematian. Total kematian warga akibat pandemi sejak awal corona tercatat 37.277. Rekor kematian ini terjadi saat Jepang diserang gelombang ke-7 Covid-19. (Medcom.id, 2022).

Negara Jepang mengonfirmasi tambahan 208.551 kasus baru kemarin yang menjadikan total kasus dari awal pandemi menjadi 17.325.025. Bahkan rumah sakit diberbagai prefektur di Jepang juga mulai kewalahan. Ini membuat sejumlah gubernur prefektur negara mendesak

pemerintah pusat untuk membatasi persyaratan pelaporan harian untuk kasus baru, orang tua dan orang berisiko lainnya. Hal ini disampaikan oleh Gubernur Tottori Shinji Hirai yang menyatakan bahwa "Lebih penting untuk menyelamatkan nyawa orang-orang di sekitar kita daripada melacak statistik," Hirai juga menekankan bahwa angka tersebut tidak secara akurat mencerminkan situasi sebenarnya. Karena banyak infeksi tidak terdiagnosis. "Situasi infeksi saat ini semakin buruk dan tidak ada tanda-tanda perubahan haluan," katanya lagi seraya mendesak pusat mengatur ulang sistem sehingga pekerja medis dapat mencurahkan waktu mereka untuk merawat pasien daripada mengurus dokumen. (Rm.id,2022).

Melihat Fenomena kasus Covid-19 yang dialami Jepang yang terus meningkat serta kebijakan pariwisata yang dikeluarkan oleh pemerintah yang kurang tepat sasaran. Hal ini menjadikan Jepang sulit untuk mengembangkan ekonominya pasca Covid-19. Karena kita tahu, bahwa penyumbang devisa yang cukup besar bagi Jepang ialah sektor pariwisata sehingga pemerintah Jepang perlu membuat strategi atau kebijakan yang tepat.

Dalam tulisan ini penulis menggunakan beberapa teori seperti Teori Politik Luar Negeri, Teori Publik Sektor Manajemen. Politik luar negeri merupakan salah satu bidang kajian studi Hubungan Internasional. Politik Luar Negeri merupakan suatu studi yang kompleks karena tidak saja melibatkan aspek-aspek eksternal akan tetapi juga aspek-aspek internal suatu negara. Negara, sebagai aktor yang melakukan politik luar negeri, tetap menjadi unit politik utama dalam sistem hubungan internasional, meskipun aktor-aktor non-negara semakin memainkan peran pentingnya dalam hubungan internasional. (Jack C Plano, 1999).

Dalam mengelola industri pariwisata, instrumen utama yang digunakan oleh pemerintah adalah Public Sector Management atau manajemen sektor publik, dimana dalam mengelola industri pariwisata, pemerintah melibatkan semua jenis organisasi publik dari tingkat nasional hingga ke tingkat lokal atau daerah. Dalam hal ini pemerintah menjalankan fungsi sebagai koordinator yang bertugas untuk mengkoordinasikan organisasi-organisasi publik yang terlibat di dalam industri pariwisata. Oleh karena itu peran pemerintah dalam industri pariwisata sangat besar, karena industri pariwisata tidak dapat bertahan tanpa adanya peran dari pemerintah. Tidak hanya mengkoordinasikan organisasi-organisasi publik, pemerintah juga bekerjasama dengan sektor-sektor lainnya dalam mengembangkan industri pariwisata Jepang hingga dapat terus meningkatkan jumlah wisatawan Internasional yang datang. (Hilary Du Cros & Bob Mckercher, 1980).

Selain sebagai koordinator, pemerintah juga memiliki fungsi regulator, hal ini dikarenakan pemerintah merupakan satu-satunya aktor yang memiliki power dan legalitas untuk menjaga stabilitas politik, serta kerangka kerja yang dibutuhkan dalam industri pariwisata. Pemerintahlah yang mengeluarkan regulasi dalam mengatur segala hal yang berkaitan dengan industri pariwisata. Kemudian, hanya pemerintah yang dapat bernegosiasi dan membuat perjanjian dengan pemerintah negara lain mengenai prosedur keimigrasian ataupun aturan mengenai penerbangan. Tidak hanya itu, pemerintah juga menyediakan infrastruktur dasar yang dibutuhkan industri pariwisata. (J. Elliot, Tourism, 1997).

METODE

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengambil data-data dari buku, jurnal, artikel, dan laporan organisasi yang berhubungan dengan penelitian. Hasil dari penelitian ini akan diperoleh dari hasil analisis yang mengaitkan data dan landasan konsep dan teori. Selanjutnya dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan studi kasus dengan melihat dari peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagai fenomena. Fenomenologi merupakan kajian observasi atau pemngamatan pada kejadian secara langsung. (Herdiansyah,2015).

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah teknik dokumentasi, dimana data-data diperoleh dari berbagai tulisan-tulisan dan sumber baik berupa buku, jurnal, artikel dan berbagai data relevan lainnya yang berhubungan dengan topik penelitian. Penelitian ini akan menggunakan teknik analisa data induktif dari hal khusus ke hal umum, penulis akan menggambarkan fakta-fakta ke hal khusus untuk menghasilkan suatu kesimpulan dan jawaban penelitian. Penelitian ini akan menjelaskan terkait strategi pemerintah Jepang dalam memulihkan sektor ekonomi melalui pariwisata pasca covid-19 pada tahun 2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan adanya covid-19 penurunan tingkat pariwisata mulai terjadi di Jepang. Melihat hal pemerintah Jepang meluncurkan kebijakan Go To Travel pada tahun 2020, dimana bertujuan untuk meningkatkan angka kunjungan pariwisata di Jepang. Hal itu terlihat meski baru sekitar satu bulan diluncurkan, lebih dari 2 juta masyarakat Jepang telah memanfaatkan subsidi kampanye Go To Travel. Kampanye itu merupakan upaya pemerintah Jepang untuk menghidupkan kembali industri pariwisata domestik yang terpuruk akibat pandemi Covid-19. “Ada 9 juta orang yang bekerja di industri pariwisata dan kami dapat mengatakan bahwa industri itu sedang sekarat,” ujar Kepala Sekretaris Kabinet Yoshihide Suga dilansir dari Japantimes, Senin (24/8/2020). Melalui kampanye Go To Travel, pemerintah setempat menanggung sebagian biaya perjalanan turis domestik.

Selain itu subsidi yang diberikan oleh mencakup setengah dari biaya perjalanan, hingga 20.000 yen atau sekitar Rp 2,75 juta per malam. Pemerintah Jepang sendiri menggelontorkan dana sekitar 1,35 triliun Yen untuk mensubsidi biaya perjalanan seseorang, termasuk biaya akomodasi dan transportasi. Subsidi yang diberikan awalnya adalah 35 persen dari total biaya. Sisa 15 persennya kemudian akan diberikan setelah September dengan kupon yang akan dikeluarkan untuk makanan, belanja, dan aktivitas di destinasi wisata.

Jalannya kampanye awalnya sempat berantakan, bahkan sebelum diluncurkan karena Tokyo dikeluarkan dari daftar destinasi asal atau tujuan karena adanya lonjakan kasus Covid-19. Kampanye Go To Travel juga dikhawatirkan menyebabkan peningkatan jumlah kasus. Meski demikian, Suga mengatakan bahwa pemerintah akan tetap melanjutkan program itu. “Sambil mempertimbangkan pandangan para ahli kesehatan jika diperlukan untuk mencegah penyebaran virus,” ujar dia. Adapun, saat ini hanya setengah dari operator penginapan yang telah mendaftar kampanye tersebut. Sebanyak 16.703 operator penginapan itu telah memenuhi syarat mengikuti kampanye. Oleh karena itu, Pemerintah Jepang memperpanjang waktu pendaftaran agar makin banyak operator penginapan yang ikut serta. Jepang akan melanjutkan program subsidi pariwisata domestik "Go To Travel" hingga Februari 2022 setelah ditangguhkan akhir tahun lalu di tengah merebaknya kasus virus corona. Sementara jumlah kasus Covid-19 baru dan serius di Negeri Sakura telah menurun tajam baru-baru ini seiring dengan kemajuan program vaksinasi. Pemerintah Jepang percaya masih perlu mengevaluasi apakah obat oral untuk mencegah kasus serius akan tersedia pada akhir tahun 2021.

Perdana Menteri Fumio Kishida mengatakan pada konferensi pers Rabu, 10 November 2021, bahwa obat-obatan oral akan menjadi "senjata yang ampuh" melawan virus corona. Dia juga mengatakan pemerintah akan mengkaji secara drastis kampanye pariwisata agar lebih aman. Pemerintah berencana untuk meminta orang yang memanfaatkan program "Go To Travel" untuk menunjukkan bukti vaksinasi atau hasil tes negatif Covid-19 ketika mereka check in ke akomodasi dan pada kesempatan lain.

Kampanye peningkatan pariwisata, yang mencakup 50 persen dari biaya perjalanan hingga 20.000 yen atau Rp2,5 juta per orang per malam, dimulai pada Juli 2020 untuk mendukung industri. Langkah ini dilakukan di tengah penurunan yang disebabkan pandemi, dengan Tokyo yang dilanda virus ditambahkan ke program di Oktober tahun itu, tetapi ditangguhkan Desember 2020 lalu karena penyebaran infeksi yang cepat. Pemerintah sedang mempertimbangkan untuk menurunkan batas subsidi per malam menjadi 13.000 yen atau Rp1,6 juta. Karena diskon awal yang relatif besar dikritik karena menguntungkan hotel-hotel mewah.

Dimensi manajemen berita ini di laksanakan dengan melakukan komunikasi secara rutin yang dilakukan setiap hari dengan memanfaatkan media informasi dan komunikasi yang ada, yang dapat menjangkau setiap pihak terutama publik asing di luar negeri. Makna dari manajemen berita ini adalah memberikan informasi yang terkait dengan negaranya kepada masyarakat dalam dan luar negeri dimensi ini dilakukan dengan memanfaatkan media informasi dan komunikasi yang dapat menjangkau setiap pihak terutama publik asing di luar negeri. (Leonard, 2002).

Pemerintah Jepang serta pihak terkait lainnya yang terintegrasi di dalam Public-Private Collaboration atau platform kemitraan publik-swasta telah melaksanakan dimensi diplomasi publik manajemen berita dalam implementasi Go To Travel. Hal tersebut dibuktikan dengan

implementasi Cool Japan Strategy yang terkait dengan penyebaran informasi. Manajemen berita ini dilakukan melalui Japan Gov, situs resmi bahasa Inggris pemerintah, dan akun pemerintah resmi di Facebook, Twitter, dan media sosial lainnya. (Go To Travel Japan, 2022)

Situs resmi Japan Gov berusaha untuk membuat publik memiliki pandangan positif terhadap negara Jepang dengan cara mempublikasikan berbagai agenda pemerintah, kementerian dan organisasi pemerintah yang telah dilaksanakan. Di situs resmi ini, pemerintah mengunggah berbagai berita terkait dengan aktivitas Jepang dan hubungannya yang dalam dan banyak sisi. Komunikasi harian ini juga dilaksanakan melalui saluran televisi yang diekspor ke luar negeri. Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang terjadi saat ini membuat aktivitas media komunikasi dan informasi semakin mudah untuk di akses mulai dari televisi hingga internet yang mana hampir seluruh lapisan masyarakat di dunia ini memiliki akses terhadap kedua teknologi tersebut.

Seperti yang telah di jelaskan sebelumnya, bahwa implementasi Go To travel ini berupa melakukan ekspor saluran televisi ke luar negeri. Berbagai saluran televisi Jepang di ekspor ke berbagai negara di dunia seperti saluran televisi Waku-waku Japan, NHK World dan stasiun TV lainnya. Implementasi Cool Japan Strategy dalam mengekspor saluran televisi ini pemerintah Jepang yang secara tidak langsung juga telah melakukan manajemen berita karena di dalam saluran televisi yang di ekspor tersebut terdapat program berita yang akan memberikan informasi terhadap publik tentang bagaimana kebijakan Jepang berkembang maupun program acara lainnya yang dapat membuat publik memiliki pandangan positif terhadap Jepang.

Selanjutnya dimensi ini dapat dikatakan sebagai seperangkat pengembangan tema, dilakukan melalui kegiatan atau pembentukan acara yang dirancang untuk memperkuat pesan inti dan mempengaruhi pandangan penerima pesan, berfungsi untuk mendukung dan mengembangkan kebijakan tertentu. Dimensi ini juga menekankan bahwa pentingnya menyatukan seluruh pihak yang terkait dengan pelaksanaan diplomasi publik untuk bekerjasama dalam mempromosikan tema yang telah di tentukan oleh pemerintah. (Leonard, 2002).

Pemerintah Jepang berusaha mengembangkan seperangkat tema yang akan mendukung untuk tercapainya jumlah target kunjungan wisatawan asing di Jepang. Jepang menggunakan istilah Go To Japan sebagai tema yang akan mendukung kebijakannya terkait dengan keinginan Jepang untuk menjadi negara pariwisata. Tema yang diangkat oleh Jepang ini berupa memperkenalkan aset soft powernya yang bersumber pada kebudayaan, khususnya kebudayaan populer, kepada masyarakat di seluruh negara di dunia. Kebudayaannya tersebut seperti manga, anime, film, makanan, dan fashion, menjadi aset yang digunakan untuk mengetahui budaya Jepang dan menarik banyak orang di dunia untuk menjadi penggemar dan membangkitkan minat pada budaya Jepang.

Seperti yang dikatakan oleh Craig, bahwa manga dan anime dapat menjadi media untuk menyampaikan sisi positif Jepang kepada masyarakat di luar Jepang yang belum mengetahui Jepang karena Anime dan manga yang mengandung berbagai hal mengenai budaya, aktivitas, serta lokasi yang menggambarkan negara Jepang. Penggunaan tema yang di kembangkan oleh pemerintah disampaikan salah satunya melalui media massa saluran televisi. Seperti yang dapat dilihat yang terjadi di lapangan, beberapa saluran televisi Jepang di ekspor ke beberapa negara, seperti Fuji TV yang pertama kali diluncurkan di Indonesia dan kemudian bulan Desember 2020 saluran televisi ini juga di tayangkan di Myanmar. (Go To Travel, 2020), Fuji TV menyiarkan berbagai program Jepang yang mengagumkan, seperti anime, drama, olahraga, musik, film, perjalanan dan makanan, semua dalam bahasa Jepang namun sudah dipermudah dengan adanya terjemahan bahasa yang disesuaikan dengan dimana program tersebut ditayangkan.

Jepang juga sedang mempelajari rencana untuk menjalankan kampanye nasional sampai akhir liburan Golden Week pada Mei 2022. Setelah itu beralih ke kampanye pariwisata pemerintah prefektur sendiri yang mempromosikan perjalanan bagi penduduk di prefektur asal mereka. Kebijakan luar negeri yang dijalankan oleh pemerintah suatu negara memang bertujuan untuk mencapai kepentingan nasional masyarakat yang diperintahnya meskipun kepentingan nasional suatu bangsa pada waktu itu ditentukan oleh siapa yang berkuasa pada waktu itu. Untuk memenuhi kepentingan nasionalnya itu, negara-negara maupun aktor dari negara tersebut melakukan berbagai macam kerjasama diantaranya adalah kerjasama bilateral, trilateral, regional dan multilateral. Seperti dalam mengelola industri suatu pariwisata disitu perlukan

suatu instrument pemerintah untuk manajemen semua organisasi yang berkaitan maka dari itu manajemen publik sangat dibutuhkan. (James N. Rosenau, 1980).

Dengan adanya konsep kebijakan luar negeri, bisa kita lihat bahwa kebijakan Go To Travel yang dibuat oleh Jepang dibuat atas dasar kerjasama yang dilakukan oleh Jepang ke beberapa negara seperti Myanmar, Thailand dan Vietnam. Sehingga dengan adanya hal tersebut banyak wisatawan asing datang berkunjung ke Jepang.

Dalam mengelola industri pariwisata, instrumen utama yang digunakan oleh pemerintah adalah Public Sector Management atau manajemen sektor publik, dimana dalam mengelola industri pariwisata, pemerintah melibatkan semua jenis organisasi publik dari tingkat nasional hingga ke tingkat lokal atau daerah. Dalam hal ini pemerintah menjalankan fungsi sebagai koordinator yang bertugas untuk mengkoordinasikan organisasi-organisasi publik yang terlibat di dalam industri pariwisata. Oleh karena itu peran pemerintah dalam industri pariwisata sangat besar, karena industri pariwisata tidak dapat bertahan tanpa adanya peran dari pemerintah. Tidak hanya mengkoordinasikan organisasi-organisasi publik, pemerintah juga bekerjasama dengan sektor-sektor lainnya dalam mengembangkan industri pariwisata Jepang hingga dapat terus meningkatkan jumlah wisatawan Internasional yang datang. (Hilary Du Cros & Bob Mckercher, 1980).

Selain sebagai koordinator, pemerintah juga memiliki fungsi regulator, hal ini dikarenakan pemerintah merupakan satu-satunya aktor yang memiliki power dan legalitas untuk menjaga stabilitas politik, serta kerangka kerja yang dibutuhkan dalam industri pariwisata. Pemerintahlah yang mengeluarkan regulasi dalam mengatur segala hal yang berkaitan dengan industri pariwisata. Kemudian, hanya pemerintah yang dapat bernegosiasi dan membuat perjanjian dengan pemerintah negara lain mengenai prosedur keimigrasian ataupun aturan mengenai penerbangan. Tidak hanya itu, pemerintah juga menyediakan infrastruktur dasar yang dibutuhkan industri pariwisata. (J. Elliot, Tourism, 1997).

Selain itu penulis juga menggunakan konsep diatas, dikarenakan bisa kita lihat yang terjadi di Jepang. Bahwa pemerintahnya fokus untuk meningkatkan area publik serta memberikan kemudahan bagi para wisatawan agar mereka nyaman saat berkunjung di Jepang. Dengan adanya kebijakan Pemerintah Jepang yang melonggarkan aturan COVID-19 bagi pendatang. Ada juga skema subsidi bagi para traveler lokal. Industri pariwisata Jepang pun mulai bangkit kembali. Berdasarkan data dari JNTO, pemerintah Jepang sedang menerapkan "hidup dengan virus corona" dan berusaha membangkitkan ekonomi sembari mencegah penyebaran COVID-19. Sejumlah titik wisata di Jepang menunjukkan peningkatan pengunjung Jepang mencabut batas masuk 50 ribu orang per hari, serta larangannya traveler individual dan perjalanan yang tidak direncanakan. Turis asing pun semakin bebas di Jepang.

Wisatawan asing pun sudah banyak terlihat, seperti di Prefektur Mie. Bagi turis asing, ini adalah kunjungan pertama setelah pandemi dimulai. Seorang turis bernama Stephan Paletzki di distrik Okage Yokochi berkata dirinya biasanya berkunjung tiap tahun ke Jepang sebelum pandemi. Ini adalah pertama kalinya ia ke Jepang dalam tiga tahun terakhir. Ia mengaku di Swiss warga sudah tidak pakai masker, tetapi ia mengenakan masker di Jepang. Selain itu, Paletzki berkata sudah mendapat tiga vaksin COVID-19.

Pada akhir tahun 2021, banyak wisatawan yang berada di East Japan Railway Co. di Tokyo. Bahkan berdasarkan keterangan dari pegawai di Prefektur Chiba yang bernama Shinya Kato menyebut bahwa turis asing sudah mulai terlihat lagi seperti sebelumnya. "Saya melihat beberapa turis asing, dan rasanya seakan kehidupan pra-pandemi telah kembali.". Selain itu Kato mengakui bahwa kemungkinan ada gelombang COVID-19 lagi, sehingga ia ingin memakai kesempatan sebaik-baiknya saat angka virus masih rendah. "Mungkin ada gelombang lain nanti, jadi saya ingin menikmati diri saya sebisa mungkin sementara penyebaran virusnya masih rendah.". Sehingga ia masih berjalan-jalan dengan para sahabatnya ke wilayah Kansai di selatan Jepang.

Selain itu dengan kebijakan Go To Travel yang dibuat oleh Pemerintah Jepang ditambah lagi memberlakukan pembukaan perbatasannya bagi turis asing secepatnya pada tahun 2021 membuat perekonomian Jepang mulai bangkit. Dalam tahapan awal pembukaan, Jepang hanya akan mengizinkan kelompok kecil turis asing yang telah divaksinasi 3 kali sebelum tiba. Selain itu, berdasarkan laporan dari kementerian pariwisata Jepang para wisatawan diwajibkan untuk

mengikuti paket tour dengan jadwal dan tujuan yang tetap. "Dimulainya kembali pariwisata inbound secara terbatas akan diperlakukan sebagai percobaan dan, jika infeksi tidak menyebar, program tersebut akan diperluas,".

Selain itu berdasarkan JNTO beberapa saham terkait pariwisata menguat. Saham Japan Airlines naik sebanyak 4,5%, Japan Airport Terminal naik 6,8%, dan agen perjalanan HIS naik sebanyak 2,7%. Laporan itu muncul sehari setelah Perdana Menteri (PM) Fumio Kishida mengatakan dalam pidatonya di London bahwa ia berencana untuk melonggarkan pembatasan perbatasan terkait pandemi. Kishida merencanakan kebijakan ini mulai berlaku pada Juni.

Meski begitu, ia masih memantau situasi pandemi terbaru. Pasalnya, Jepang baru saja melewati serangkaian hari libur umum pada akhir April dan awal Mei yang dikenal sebagai Golden Week. "Secepat Juni, berdasarkan pendapat para ahli, kami akan meninjau peraturan virus corona, termasuk kebijakan perbatasan, secara bertahap," kata Kishida. "Kita masih dalam masa transisi kembali ke kehidupan normal." Sebelumnya pembatasan ketat ke Jepang telah memaksa pelaku industri pariwisata di negara itu untuk menuntut pembukaan keran turis internasional kembali. Pasalnya, industri pariwisata Jepang memiliki tren yang sangat positif sebelum pandemi.

Bahkan, dalam laporan terbaru, pariwisata Jepang telah mengalami peningkatan pengunjung asing hingga 5 kali lipat dari 2021 hingga 2023. Pemerintah Jepang akan melonggarkan larangan masuk bagi turis asing, setelah diberlakukan lebih dari dua tahun akibat pandemi Covid-19. Langkah itu diambil untuk menyeimbangkan pemulihan sektor pariwisata dengan kekhawatiran bahwa turis bisa memicu wabah Covid-19, menurut sejumlah sumber. Pelonggaran itu memungkinkan wisatawan asing dalam jumlah terbatas mengunjungi Jepang mulai 10 Juni 2022. Semenjak itu para agen perjalanan di luar negeri memulai sejumlah wisata ke negara Jepang.

Kebijakan luar negeri merupakan strategi atau rencana tindakan yang dibuat oleh para pembuat keputusan negara dalam menghadapi negara lain atau unit politik internasional lainnya, dan dikendalikan untuk mencapai tujuan nasional spesifik yang dituangkan dalam terminologi kepentingan nasional. Kebijakan luar negeri yang dijalankan oleh pemerintah suatu negara memang bertujuan untuk mencapai kepentingan nasional masyarakat yang diperintahnya meskipun kepentingan nasional suatu bangsa pada waktu itu ditentukan oleh siapa yang berkuasa pada waktu itu. Untuk memenuhi kepentingan nasionalnya itu, negara-negara maupun aktor dari negara tersebut melakukan berbagai macam kerjasama diantaranya adalah kerjasama bilateral, trilateral, regional dan multilateral. Seperti dalam mengelola industri suatu pariwisata disitu perlukan suatu instrument pemerintah untuk manajemen semua organisasi yang berkaitan maka dari itu manajemen publik sangat dibutuhkan. (James N. Rosenau, 1980).

Dengan adanya serangkaian kebijakan luar negeri yang dibuat oleh pemerintah Jepang mulai dari kemudahan berkunjung ke negara Jepang serta potongan diskon yang di jual ke beberapa negara yang dituju serta melakukan kerjasama dengan negara lain agar para wisatawan berkunjung ke Jepang. tindakan tersebut merupakan salah satu langkah yang dilakukan oleh pemerintah Jepang agar perekonomian Jepang lebih meningkat. Hal ini disebabkan Covid-19 yang melanda Jepang beberapa tahun lalu membuat perekonomian Jepang mengalami penurunan yang cukup signifikan, karena sebagian income yang di dapatkan oleh Jepang berasal dari sektor pariwisata. Diharapkan dengan adanya kebijakan luar negeri yang dibuat oleh pemerintah Jepang dengan melakukan kerjasama dengan beberapa negara dapat meningkatkan perekonomian Jepang.

Dalam mengelola industri pariwisata, instrumen utama yang digunakan oleh pemerintah adalah Public Sector Management atau manajemen sektor publik, dimana dalam mengelola industri pariwisata, pemerintah melibatkan semua jenis organisasi publik dari tingkat nasional hingga ke tingkat lokal atau daerah. Dalam hal ini pemerintah menjalankan fungsi sebagai koordinator yang bertugas untuk mengkoordinasikan organisasi-organisasi publik yang terlibat di dalam industri pariwisata. Oleh karena itu peran pemerintah dalam industri pariwisata sangat besar, karena industri pariwisata tidak dapat bertahan tanpa adanya peran dari pemerintah. Tidak hanya mengkoordinasikan organisasi-organisasi publik, pemerintah juga bekerjasama dengan sektor-sektor lainnya dalam mengembangkan industri pariwisata Jepang hingga dapat terus

meningkatkan jumlah wisatawan Internasional yang datang. (Hilary Du Cros & Bob Mckercher, 1980).

Selain sebagai koordinator, pemerintah juga memiliki fungsi regulator, hal ini dikarenakan pemerintah merupakan satu-satunya aktor yang memiliki power dan legalitas untuk menjaga stabilitas politik, serta kerangka kerja yang dibutuhkan dalam industri pariwisata. Pemerintahlah yang mengeluarkan regulasi dalam mengatur segala hal yang berkaitan dengan industri pariwisata. Kemudian, hanya pemerintah yang dapat bernegosiasi dan membuat perjanjian dengan pemerintah negara lain mengenai prosedur keimigrasian ataupun aturan mengenai penerbangan. Tidak hanya itu, pemerintah juga menyediakan infrastruktur dasar yang dibutuhkan industri pariwisata. (J. Elliot, Tourism, 1997).

Selain pemerintah Jepang mengembangkan sektor-sektor pariwisata dengan memperbaiki fasilitas yang rusak agar bisa dipakai oleh publik. Selain itu pemerintah melakukan kerjasama yang bergerak dibidang pariwisata agar pengembangan pariwisata bisa terus berlanjut. Hal ini bisa kita lihat dengan adanya beberapa perbaikan yang dilakukan oleh pemerintah Jepang serta adanya kerjasama dengan pihak swasta membuat masyarakat dunia ingin mengunjungi Jepang. oleh sebab itu pendekatan dengan sektor publik seperti swasta sangatlah membuat selain mereka bisa mendapatkan income bagi perusahaannya, pihak swasta juga dapat mempromosikan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Jika perlu berterima kasih kepada pihak tertentu, misalnya sponsor penelitian, nyatakan dengan jelas dan singkat, hindari pernyataan terima kasih yang berbunga-bunga.

SIMPULAN

Penulis menyimpulkan dalam hasil penelitian ini bahwa dengan adanya covid-19 yang terjadi di Jepang membuat segala aktifitas perkenomian di wilayah tersebut terkena dampaknya. Salah satunya sektor pariwisata, negara Jepang dikenal dengan wisatanya yang indah bukan hanya wisata alamnya saja melainkan wisata anime, banyak dari wisatawan asing memilih berlibur dikarenakan alam dan anime. Akan tetapi semenjak adanya covid-19 yang terjadi di Jepang menyebabkan banyak sektor industri pariwisata mulai tutup mulai dari objek wisata alam maupun buatan.

Hal ini menyebabkan pendapatan pemerintah Jepang mengalami penurunan karena sektor pariwisata merupakan industri yang sangat penting bagi pemerintah Jepang. Oleh sebab itu pemerintah Jepang membuat langkah strategis agar pariwisata di Jepang bisa naik kembali. Salah satu cara yang dilakukan oleh pemerintah Jepang ialah memberlakukan pelonggaran bagi turis asing yang ingin berkunjung ke Jepang. selain itu pemerintah Jepang memberikan berbagai macam subsidi kepada sektor pariwisata agar memberikan promo kepada wisatawan yang akan berkunjung ke Jepang. Selain itu pemerintah Jepang membuat beberapa stasiun televisi baru yang akan digunakan untuk melakukan promosi wisatawan Jepang ke seluruh dunia.

Tindakan yang dilakukan oleh pemerintah Jepang ini bukan pertama kalinya pada tahun 2011, pemerintah Jepang sudah membuat stasiun televisi yang disebar di beberapa negara dengan menjual produk pariwisata Jepang dan anime Jepang. Hal itu berdampak langsung pada perekonomian Jepang yang meningkat cukup signifikan. Selain itu pemerintah Jepang melakukan revitalisasi ruang publik yang akan digunakan oleh para wisatawan agar para pengunjung yang datang ke Jepang bisa merasa nyaman berada di Jepang.

Selain itu pemerintah Jepang juga menjalin kerjasama dengan beberapa negara yang ada di Asean untuk berkunjung ke Jepang. Agar para wisatawan yang berada di negara Asean mau berkunjung ke Jepang. oleh sebab itu kerjasama yang dilakukan oleh pemerintah Jepang sangat perlu dilakukan selain meningkatkan hubungan antar negara juga bisa meningkatkan perekonomian negaranya.

DAFTAR PUSTAKA

Alexander Ayertey Odonkor, H. M. (2020). How COVID-19 Is Impacting Asia's Film Industries From Southeast Asia to India, China, and Japan, cinemas are bleeding while online steaming booms.

- Alimuddin, Asrul Ashar. (2020). Dampak Virus Covid-19 terhadap sektor Pariwisata Jepang, diakses dari <https://sultraline.id/dampakvirus-covid-19-terhadap-sektorpariwisata-indonesia/>, diakses tanggal 6 Oktober 2020
- Agustina, I. F., & Octaviani, R. (2022). Analisis Dampak Sosial dan Ekonomi Kebijakan Pengembangan Kawasan Mix Use di Kecamatan Jabon. JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik).
- Arianti, D. (2014). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian dan Keruangan Kota Bukittinggi (Pendekatan Analisis Input Output). Jurnal Wilayah Dan Lingkungan.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Begley, S. (2022). Flu-conomics: The next pandemic could trigger Global recession. Retrieved.
- Burhanuddin, C. I., & Abdi, M. N. (2020). Ancaman Krisis Ekonomi Global Dari Dampak Penyebaran Virus Corona (Covid-19).
- Budiyanti, E. (2020). Dampak Virus Corona Terhadap Sektor Perdagangan dan Pariwisata Jepang. Kajian Bidang Ekonomi Dan Kebijakan Publik.
- Cheng, L. (2020). South China Morning Post. Retrieved from SCMP.com: <https://www.scmp.com/news/hong-kong/health-environment/article/3049727/coronavirus-impact-hong-kong-economy-could-be>
- DW News. (2019, 11 1). Deutsche Welle. Retrieved from <https://www.dw.com/id/dihantam-berkepanjangan-hong-kong-masuki-masa-resepsi/a-51080251>
- EIAS. (2020, Juni 19). European Institute for Asian Studies. Retrieved from <https://www.eias.org/news/tourism-and-covid-19-the-case-of-macau/>
- Government of Hong Kong. (2019, September). GovHk. Retrieved from GovHK Website: <https://www.gov.hk/en/about/abouthk/fact-sheets/docs/tourism.pdf>
- Hasan, M. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid19 Terhadap Perekonomian Jepang. *Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2 (1).
- Ivanov, S., & Webster, C. (2022). Measuring the impact of tourism on economic growth. *Tourism Economics*.
- Jhaveri, R. (2020). Echoes of 2009 H1N1 Influenza Pandemic in the COVID Pandemic. *Clinical Therapeutics*, 42(5), 736-740.
- Joo, H., Maskery, B. A., Berro, A. D., Rotz, L. D., Lee, Y. K., & Brown, C. M. (2022). Economic impact of the 2015 MERS outbreak on the Republic of Korea's tourism-related industries. 100–108. Retrieved from https://stacks.cdc.gov/view/cdc/79246/cdc_79246_DS1.pdf
- Kiky, A. (2020). *Jurnal Bina Manajemen Vol 8. Manajemen Resiko Terhadap Black Swan Event. Maret 2020 di Indonesia. Studi Kasus Efek Covid-19 Terhadap Pasar Modal Jepang*, 90-105. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/301296-manajemen-risiko-terhadap-black-swan-eve-7186310b.pdf>
- KBBI Daring. (2016). dalam <https://kbbikemdikbud.go.id/entri/dampak> Kemendikbud. 2021. Leung,
- K. (2020, April 15). South China Morning Post. Retrieved from SCMP.com: <https://www.scmp.com/news/hong-kong/hong-kong-economy/article/3080020/coronavirus-hong-kong-tourism-hits-record-low>
- MacDonald, J. (2020). *Korea's Film Industry Requests Government Support And Emergency Measures For COVID-19 Losses*. Los Angeles, Amerika Serikat.
- Matt Donnelly, E. L. (2020). *Hollywood, Tech Brace for Billions in Losses Due to Coronavirus*.
- Mahendra, G. K., & Faidati, N. (2021). Institutional Analysis of Independent During Pandemic Era in Japan, Special Region of Yogyakarta. *JIP (Jurnal Ilmu Pemerintahan) : Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 6(1), 44–55.
- Matthew Tingchi Liu, T. T. (2022). Macau gambling industry: current challenges and opportunities next decade. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* Vol. 27 No. 3, 2015, 500.

- Maxxelli. (2019, Juni 24). CHINA'S BOOMING ENTERTAINMENT INDUSTRY.
- Nam, S. (2013). The Cultural Political Economy of the Korean Wave in East Asia: Implications for Cultural Globalization Theories. *Asian Perspective*, Volume 37, Number 2, 209-231. Retrieved from <http://booksdl.org/scimag/get.php?doi=10.1353/apr.2013.0008&key=7S0BVAG65MHGIPYI>.
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. D.I.Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.
- Putri, R. D. (2020, Februari 11). Mengapa Parasite Layak Memborong Oscar di Academy Awards ke-92? Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.
- Ritis, A. D. (2017). Media and entertainment industry. *Global Media and China*, 273.
- Roubini, N. (2020, Maret 24). *Financial News*. Retrieved from <https://www.fnlondon.com/articles/nouriel-roubini-could-covid-19-spark-the-greatest-depression-20200324>.
- Siregar, B. P. (2019, Januari 9). *Warta Ekonomi*. Retrieved from <https://www.wartaekonomi.co.id/read265673/duh-pertumbuhan-asia-timur-dan-pasifik-terus-menurun-hingga-2022>.
- Strother, J. (2020, Juni 15). *VOA*. Retrieved from <https://www.voanews.com/covid-19-pandemic/south-korean-box-office-sales-slump-during-coronavirus-pandemic>.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Taleb, N. N. (2007). *The Black Swan "The Impact of Highly Improbable"*. New York: Random House Trade Paperbacks.
- UNWTO. (2019). *International Tourism Highlights 2019 Edition*. Madrid: United Nation World Tourism Organization.
- UNWTO. (15 Januari 2022). *International Tourism 2019 and Outlook for 2020*. Retrieved from UNWTO: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/Barometro-Jan-2020-EN-pre.pdf>.
- UNWTO. (20 Januari 2022). *International Tourism Growth Continues To Outpace The Global Economy*. Retrieved from UNWTO: <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy#:~:text=1.5%20billion%20international%20tourist%20arrivals%20were%0recorded%20in%202019%2C%20globally.&text=Looking%20ahead%2C%20growth%20of%203,the%20same%20level%20of%2>
- UNWTO. (7 Mei 2022). *International Tourist Numbers Could Fall 60-80% In 2020*, Unwto Reports. Retrieved from UNWTO: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2022>.
- Vincent C. C. Cheng, S. K. (2007). Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus as an Agent of Emerging and Reemerging Infection. *Clin Microbiol Rev*. 2007 Oct.
- WHO. (2003). *The World Health Report 2003*. Geneva, Switzerland: World Health Organization.
- WHO. (21 April 2022). *World Health Organization Coronavirus disease (COVID-19) Pandemic*. Retrieved from World Health Organization Web Site: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>
- World Bank. (2020). *Global Economic Prospect, Juni 2020*. Washington DC: World Bank Group.
- World Tourism Cities Federation. (2020). *Report on World Tourism Economy Trends*. Beijing, China: World Tourism Cities Federation.
- Xuejiao, C. (2020, May 14). Battered by COVID- 19, Chinese Cinemas Prepare to Reboot Business. Yantai, Shandong, China.