

Zero Dollar Tourist: Analisis Kritis Diskursus Segmen Pasar Wisatawan Tiongkok dalam Pariwisata Bali

by Gede Ginaya

Submission date: 22-Jan-2023 06:30PM (UTC+0700)

Submission ID: 1996885230

File name: ZERO-DOLLAR_TOURIST.pdf (589.1K)

Word count: 6218

Character count: 39377

JURNAL KAJIAN BALI

Journal of Bali Studies

p-ISSN 2088-4443 # e-ISSN 2580-0698
Volume 09, Nomor 01, April 2019
<http://ojs.unud.ac.id/index.php/kajianbali>

Terakreditasi Peringkat B Berdasarkan SK ⁷Menristek Dikti
No. 12/M/KP/II/2015 tanggal 11 Februari 2015



Pusat Kajian Bali dan Pusat Unggulan Pariwisata
Universitas Udayana

Zero Dollar Tourist: Analisis Kritis Diskursus Segmen Pasar Wisatawan Tiongkok dalam Pariwisata Bali

Gede Ginaya, Made Ruki, Ni Wayan Wahyu Astuti

Politeknik Negeri Bali

E-mail: ginaya@pnb.ac.id

Abstract

Zero Dollar Tourists: Critical Analysis on Discourse of Chinese Market Segment in Bali Tourism

As an icon of national tourism, Bali has become a world-top tourist destination. In 2018, Bali gained an award from Trip Advisor as the world's best tourist destination. It has helped Bali to boost the number of foreign tourist arrival including Chinese. However, the increase visitor of Chinese tourist has caused a dilemma between the quantity and quality tourists as it is shown by the current issue of zero-dollar tour. This article critically analyses discourse on Chinese tourist market segment and its challenges to realise tourism sustainable in Bali. Data were obtained by observation and in-depth interviews with stakeholders and from literature review. Discourse of power/knowledge, deconstruction, and communicative action theories were applied eclectically to undertake this study. The results revealed that a space of discussion to find solution for the problem faced on the discourse of Chinese tourist market segment are needed as this could contribute to realise sustainable tourism development in Bali.

Keywords: *discourse analysis, Chinese tourist, multiplier effect, sustainable tourism*

Abstrak

Sebagai ikon pariwisata nasional, Bali telah menjadi sebuah tujuan wisata top dunia. Pada tahun 2018, Bali mendapat penghargaan sebagai tujuan wisata terbaik dunia dari Trip-Advisor. Hal ini ikut membuat peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali termasuk wisatawan Tiongkok.

Namun, peningkatan kunjungan wisatawan Tiongkok tersebut telah menyebabkan dilema antara perspektif kuantitas dan kualitas seperti pada isu terkini tentang *zero-dollar tour*. Isu tersebut begitu fenomenal yang dapat berpengaruh terhadap pariwisata berkelanjutan di Bali. Artikel ini menganalisis secara kritis diskursus tentang segmen pasar wisatawan Tiongkok dalam pariwisata Bali dan tantangannya dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan di Bali. Data primer diperoleh dari observasi, wawancara mendalam dengan *stakeholder* pariwisata. Sementara itu, data sekunder diperoleh dengan studi pustaka. Teori diskursus kuasa/pengetahuan, dekonstruksi, dan tindakan komunikatif digunakan secara eklektik dalam membedah permasalahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan ruang diskusi diperlukan untuk memecahkan permasalahan pasar wisatawan Tiongkok karena ini akan berkontribusi dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan di Bali.

Kata kunci: *analisis wacana kritis, wisatawan Tiongkok, efek berganda, pariwisata berkelanjutan*

1. Pendahuluan

Dalam dekade terakhir, kunjungan wisatawan Tiongkok ke Bali sangat besar. Tahun 2018, misalnya, angka kunjungan wisatawan Tiongkok ke Bali mencapai 1.361.512 orang, menempati urutan teratas pasar wisatawan asing ke Bali, melampaui posisi yang lama ditempati wisatawan Australia (Statistik Dinas Pariwisata Bali). Jumlah ini meningkat tajam dibandingkan tahun 2015 yang hanya mencapai 688.469 orang. Akan tetapi, kunjungan wisatawan Tiongkok yang tinggi ke Bali menimbulkan persoalan, karena tidak banyak memberikan keuntungan bagi pulau ini. Menjelang akhir tahun 2018, muncul berita bahwa biro perjalanan wisata Tiongkok menjual Bali terlalu murah. Dengan praktik wisata yang menggiring wisatawan Tiongkok berbelanja di toko-toko yang juga dikelola oleh warga Tiongkok dan beberapa ilegal, merugikan Bali.

Masyarakat Bali terperanjat ketika Wakil Gubernur Bali, Tjokorda Oka Artha Ardana Sukawati melakukan inspeksi

mendadak pada hari Kamis 18 Oktober 2018 ke pasar oleh-oleh sebagai tempat berbelanja bagi wisatawan Tiongkok (*NusaBali.com*, 25 Oktober 2018). Ternyata pemilik pasar oleh-oleh tersebut adalah warga Tiongkok sendiri dan barang-barang yang dijual adalah *made in China* serta transaksi pembayarannya dilakukan di Tiongkok dengan menggunakan *WeChat*, sehingga tidak ada uang masuk ke Indonesia tetapi sebaliknya kembali ke Tiongkok. Hal ini tentu menimbulkan permasalahan sebagai suatu dilema, yaitu di satu sisi Bali membutuhkan kunjungan wisatawan Tiongkok yang banyak guna memenuhi target 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara untuk nasional sedangkan di sisi lain masyarakat hanya mendapatkan sampahnya saja dari jutaan kunjungan wisatawan Tiongkok.

Artikel ini membahas fenomena ‘*zero-dollar tourist*’ dengan menjadikan isu wisatawan Tiongkok ke Bali sebagai pokok pembahasan. Kajian dilakukan dengan analisis wacana kritis untuk melihat efek negatif dan positif dari trend wisatawan Tiongkok ke Bali. Fenomena ‘*zero-dollar tourists*’ tersebut telah memantik sebuah perdebatan di ruang publik setelah Gubernur Bali mengambil kebijakan tegas tentang praktik bisnis ilegal yang dilakukan oleh pihak “jaringan China” yang disebut melakukan praktik tidak sehat (Tribun-Bali.com, 2018). Tindakan tegas yang diambil oleh Gubernur Bali tersebut mendapat dukungan dari berbagai pihak karena jika dibiarkan bisnis ilegal tersebut akan merugikan pariwisata Bali sendiri. Namun di pihak lain, tindakan ini telah menimbulkan reaksi negatif dari *travel agent* Tiongkok tersebut yang mengancam balik untuk tidak membawa wisatawan Tiongkok ke Bali dan hal ini telah berdampak pada menurunnya secara drastis kunjungan wisatawan Tiongkok ke Bali (Tribun-Bali.com, 2018).

Bali yang merupakan ikon pariwisata Indonesia bahkan dijadikan barometer pengembangan pariwisata nasional telah banyak dikunjungi wisatawan nusantara dan mancanegara. Tahun 2018, Bali dinobatkan sebagai destinasi wisata terbaik dari 25 destinasi di dunia (*Tempo*, 2018). Adapun pariwisata yang dikembangkan di Pulau Dewata tersebut adalah pariwisata budaya (Astuti *et al.*, 2018: 479)

yang tertuang dalam Peraturan Daerah Provinsi Bali No 2 Tahun 2012 tentang 'Kepariwisata Budaya Bali' yang menyatakan bahwa kebudayaan Bali sebagai bagian dari kebudayaan Indonesia adalah landasan utama pembangunan kepariwisataan Bali, yang mampu menggerakkan potensi kepariwisataan dalam dinamika kehidupan lokal, nasional, dan global. Pengembangan pariwisata budaya ini membuat Bali memiliki keunikan di mata wisatawan. Kepopuleran Bali ini mampu mendongkrak kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Ada beberapa momentum di mana Bali mengalami jumlah kunjungan wisatawan yang meningkat secara signifikan dan yang di kalangan pelaku pariwisata dikenal dengan istilah *booming*, yaitu kunjungan presiden Amerika Serikat Ronald Reagan pada tahun 1989 di mana Kawasan wisata eksklusif Nusa Dua baru dibangun beberapa tahunnya (1983). Kemudian tahun 2009 ketika dipilihnya kawasan wisata Ubud sebagai salah satu tempat syuting film *Eat Pray Love* yang dibintangi oleh artis Hollywood Julia Robert. Film ini mempromosikan Bali ke seluruh dunia. Selain itu juga Bali kerap dijadikan even-even yang berskala internasional seperti Konferensi Internasional perubahan iklim dan yang barusan berlangsung adalah pertemuan IMF 2018. Kunjungan kenegaraan Raja Salman dari Arab Saudi dan rombongan yang berlibur di Bali juga ikut meningkatkan popularitas Bali.

2. Metode dan Kerangka Teori

Penelitian interdisipliner bidang pariwisata budaya (*cultural tourism*) ini menggabungkan kajian budaya (*cultural studies*) dengan disiplin-disiplin lain yang relevan seperti penjelasan umum mengenai segmen pasar wisatawan serta ilmu pemasaran (*marketing studies*). Kompleksitas permasalahan penelitian ini menyebabkan pendekatan yang dilakukan bersifat kualitatif agar kedalaman permasalahan dapat diperoleh dan kompleksitas tersebut dapat diuraikan secara proporsional. Data penelitian ini diperoleh melalui observasi di lapangan, wawancara mendalam dengan sejumlah *stakeholders* pelaku bisnis pariwisata Bali dan pejabat

Dinas pariwisata Daerah, ASITA, PHRI, Bali Tourism Board, HPI Bali. Di samping itu pemerolehan data juga dilakukan melalui studi pustaka dan dokumen.

Data dianalisis dengan pendekatan wacana kritis. Bentuk-bentuk pewacanaan/diskursus yang terdiri atas pikiran, perkataan, dan tindakan atau meminjam istilah Foucault (Yusuf, 2009: 15) yaitu gagasan, pernyataan, tulisan, aturan, praktik, kepentingan, kekuasaan, subjektivitas dan berbagai pertautan atas semuanya, di mana di balik diskursus tersebut semua ada kepentingannya. Menurut Piliang (2004: 225), banyak sekali contoh yang dapat digunakan untuk menjelaskan relasi wacana di dalam masyarakat kontemporer yang di dalamnya pengetahuan sudah menyatu dengan kekuasaan yang memproduksinya. Dalam pergulatan kepentingan antara pelaku wisata dari Tiongkok dan masyarakat lokal, terjadi kompetisi bisnis antara biro perjalanan wisata ilegal dan yang resmi yang terdaftar di ASITA, yang secara umum, seperti yang dinyatakan oleh Ginaya (2015), dapat diasumsikan bahwa biro perjalanan wisata ilegal sekedar mencari uang dalam menjalankan usahanya, sedangkan biro perjalanan wisata resmi yang beraliansi dengan pemerintah dan masyarakat selain mencari uang juga mempunyai misi untuk meningkatkan pendapatan di sektor pariwisata dan mempertahankan kebudayaan Bali sebagai modal pariwisata.

Keadaan yang cenderung membuat pariwisata Bali menjadi terpinggirkan sebagai akibat dari perusahaan ilegal yang lebih berpihak kepada kepentingan jangka pendek untuk mengeruk keuntungan melalui bisnis ilegalnya tersebut adalah bertentangan dengan prinsip utama pariwisata berkelanjutan (*key principles of sustainable tourism*) (Ardika, 2009) yang salah satunya tertulis secara tegas bahwa pariwisata hendaknya dilakukan dengan asas kesetaraan guna terdistribusinya secara adil keuntungan (*benefits*) dan biaya (*costs*) di antara investor, masyarakat lokal, dan kawasan wisata. Adanya kesenjangan akibat praktek bisnis ilegal oleh oknum pelaku bisnis dengan segmen pasar wisatawan Tiongkok ini perlu upaya pencerahan agar tidak terjadi pengabaian atas kerugian yang

pada akhirnya diterima oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan kritik yang dikemukakan oleh Agger (2003) bahwa praktek yang tidak wajar pada diskursus segmentasi pasar wisatawan Tiongkok perlu dikritisi dengan tujuan mengajak masyarakat menjadi kritis, sehingga tidak terjadi pemerolehan pendapatan di sektor pariwisata yang semu dari kunjungan wisatawan Tiongkok yang secara kuantitas mengalami peningkatan. Bagi Derrida (Beilharz, 2002: 79) kasus-kasus marginalisasi masyarakat lokal dimungkinkan untuk diungkap keganjilan-keganjilannya melalui penundaan makna (*deferrals*) dalam sebuah diskursus untuk selanjutnya dicari makna baru (*difference*). Habermas (Poespowardojo dan Seran, 2016: 161), di pihak lain, menyebutkan tentang diskursus rasional yaitu tersedianya ruang publik untuk melakukan komunikasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan guna mencapai kata mufakat sebagai solusi dari permasalahan yang terjadi. Permasalahan tentang diskursus praktek paket wisata murah untuk segmentasi pasar wisatawan Tiongkok ini perlu untuk diteliti sebagai sebuah kajian budaya (*cultural studies*) yang bersifat kritis dan multidisipliner serta berusaha membela kelompok-kelompok masyarakat yang terpinggirkan seperti yang disarankan oleh para pakar kajian budaya, di antaranya Barker (2005: 6), sehingga nantinya dapat memberikan gambaran tentang analisis wacana kritis terhadap segmentasi pasar wisatawan Tiongkok untuk kesinambungan pembangunan pariwisata Bali.

3. Diskursus Kunjungan Wisatawan Tiongkok

Gelombang peningkatan arus kunjungan wisatawan Tiongkok ke seluruh wilayah di dunia merupakan sesuatu yang fenomenal dalam industri pariwisata. Berdasarkan data yang dirilis oleh Institut Riset Pariwisata *Outbound* Tiongkok atau COTRI (Telegraph.co.uk) memperkirakan bahwa arus kunjungan wisatawan Tiongkok ke luar negeri akan terus meningkat dari 145 juta pada tahun 2017 menjadi lebih dari 400 juta pada tahun 2030. Jumlah ini mengindikasikan bahwa di luar 600 juta wisatawan internasional yang diprediksi oleh UNWTO secara keseluruhan berjumlah 12 miliar pada tahun 2017

menjadi 1,8 miliar pada tahun 2030, hampir setengah dari jumlah tersebut adalah berasal dari Tiongkok (Telegraph.co.uk, 2018).

Para wisatawan Tiongkok tersebut membelanjakan uangnya untuk belanja, tur, kuliner, dan hiburan lainnya di suatu negara yang dikunjungi. Mereka memenuhi hotel, bus wisata, dan kapal pesiar. Mereka dalam jumlah yang luar biasa ditemukan di bandara, stasiun kereta api, stasiun bus dan mereka mengirim *petabyte* gambar ke rumah tempat tinggalnya di Tiongkok yang mendorong rekan mereka untuk bergabung dengan invasi global. Foto 1 menunjukkan para pramuwisata yang menjemput wisatawan di terminal kedatangan Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai Denpasar di antaranya adalah para pramuwisata dengan pangsa pasar Tiongkok. Ada beberapa penerbangan langsung dari berbagai kota di Tiongkok yang mengangkut rombongan wisatawan Tiongkok ke Bali, seperti Hongkong, Guangzhou, Shanghai, dan Beijing.



Foto 1. Kedatangan wisatawan Tiongkok di Bandara I Gusti Ngurah Rai Denpasar (Foto: Ginaya 2018).

Barisan mereka dijejali oleh jutaan orang lain dari seluruh Asia sebagai generasi yang lebih suka meningkatkan status

mereka dengan petualangan di luar negeri daripada membeli tas mewah karena mereka memiliki pandangan yang filosofis, yaitu *"People personal brands are being defined by the places they visit"*. Hal ini yang membuat setiap wisatawan Tiongkok diperkirakan akan menghabiskan 9.500 Yuan (sekitar 1.500 USD) selama perjalanan mereka ke luar negeri (Faizal, 2018). Tiongkok baru saja memulai hanya sekitar 5 persen dari mereka bahkan memiliki paspor, dan pemerintah menerbitkan sekitar 10 juta dokumen perjalanan baru setiap tahun. Seperti halnya Jepang pada 1980-an, warga negara yang menjadi kaya, pergi ke berbagai tempat. Negara-negara berkembang di Asia-Pasifik akan menambah lebih dari 50 juta pelancong ke luar baru dalam lima tahun yang berakhir pada 2021, menurut Mastercard Inc (Majendie, 2018).

Di antara para wisatawan Tiongkok tersebut merupakan generasi milenial di mana mereka datang dari generasi yang kecanduan *smartphone* dengan *lifestyle* generasi jaman *now*. Di tempat-tempat tujuan wisata dapat dilihat dari kunjungan wisatawan Tiongkok yang biasanya bergrup di berbagai destinasi wisata termasuk di Bali. Fenomena kunjungan wisatawan Tiongkok ini dibarengi dengan penggunaan aplikasi *online* untuk merencanakan rencana perjalanan, memesan penerbangan, menerjemahkan tanda, dan mencari petunjuk arah menggunakan aplikasi seperti *google map*. Pergeseran fenomena berwisata ini telah mengubah wilayah di daerah Asia Pasifik, mengeluarkan lebih dari \$ 100 miliar dalam pengeluaran infrastruktur untuk bandara yang dapat menampung armada jumbo jet dengan kapasitas penumpang yang lebih besar, kereta api baru, hotel dan taman hiburan.

Efek dari *boom* turis ini berdampak juga pada melonjaknya harga properti, tekanan pada lingkungan (*carrying capacity*) dan tumpukan aplikasi dan inovasi yang membuat seseorang untuk mendefinisikan kembali cara pandang terhadap dunia ini. Diperkirakan pada tahun 2021, wisatawan Tiongkok akan menghabiskan \$ 429 miliar di luar negeri, menurut laporan oleh CLSA (Majendie, 2018). Para wisatawan Tiongkok tersebut menyebar di mana-mana, seperti pada wisata akhir pekan ke toko-toko di Hong Kong atau kasino

di Makau ataupun mereka bergerombol ke beberapa tujuan wisata favorit baru. Menurut laporan CLSA tersebut selama tiga tahun ke depan, negara-negara, seperti Jepang, Thailand, AS, dan Australia berada di puncak daftar yang harus dikunjungi dan beberapa tujuan wisata lainnya di Asia Tenggara - terutama Singapura, Indonesia, Malaysia, dan Filipina –juga akan banyak mendapat kunjungan wisatawan Tiongkok.

Indonesia meluncurkan proyek “10 Bali Baru,” yaitu membangun 10 destinasi wisata sekelas atau melebihi Bali untuk menyambut kedatangan wisatawan yang terus meningkat. Dalam proyek ini termasuk di dalamnya Mandalika Lombok, Danau Toba, dan bekas medan Perang Dunia II Pulau Morotai. Hal ini merupakan sebuah strategi untuk merebut peluang segmentasi pasar wisatawan mancanegara seperti Tiongkok sebagai pangsa pasar yang sangat potensial. Strategi ini diambil tidak terlepas dari esensi dari perubahan yang mentransformasikan industri sebagai perhubungan internet, telepon pintar dan *big data*.

Banyak mengatakan bahwa generasi baru, yaitu orang-orang muda yang semakin banyak jumlahnya yang mengambil liburan menandakan aspek gaya hidup mereka. Mereka dapat menjangkau tempat-tempat wisata dari klinik spa The Farm di San Benito di Filipina hingga resor-resor eksklusif seperti Pulau Bali di Indonesia. Asia menawarkan ratusan kemungkinan bagi para wisatawan super mewah di mana pengembang sedang mengincar ratusan tempat lagi untuk dijadikan destinasi wisata baru. Promosi guna memperkenalkan destinasi wisata yang sedang dikembangkan perlu dilakukan oleh lembaga yang membidangi kepariwisataan, seperti yang dilakukan oleh Menteri Pariwisata Arief Yahya ketika menghadiri *China International Travel Market (CITM) 2016* di *Shanghai New International Expo Centre* yang berlangsung 11 – 13 November 2016 (Kompas.com, 2016). Pada kesempatan itu Indonesia ditetapkan sebagai *The Famous Next Travel*, dalam acara *10th Anniversary China Travel and Leisure Award* di Wanda Reign Shanghai (Kompas.com, 2016). Ditetapkannya Indonesia sebagai destinasi wisata yang terkenal di masa mendatang mengingat Indonesia memiliki potensi

alam yang eksotis dan keberagaman budaya Nusantara di samping adanya kebijakan bebas visa kunjungan bagi wisatawan Tiongkok.

Modal dalam jumlah yang besar tentu diperlukan untuk menarik arus kunjungan wisatawan bersama-sama ke satu lokasi, apakah itu resor kasino di Singapura, kuil kuno di Kamboja, taman hiburan raksasa di Tiongkok, atau kapal pesiar super terbaru seperti Royal Caribbean Cruises Ovation of the Seas Ltd., yang dapat melayani lebih dari 4.000 penumpang saat mengarungi lautan di sekitar Negeri Tirai Bambu tersebut setiap musim panas. Semuanya ini merupakan peluang bisnis di era digital melalui pemanfaatan jaringan luas internet (*vast connecton*) dengan *big data* yang sedang dikembangkan oleh Ctrip di Tiongkok (Majendie, 2018). Melalui aplikasi *smart phone* segala sesuatu dapat dilacak seperti mengetahui di mana seorang wisatawan, bagaimana mereka suka makan, apa yang mereka sukai untuk dibeli, hotel mana yang mereka sukai dan seterusnya, platform perjalanan dapat mulai bergerak melampaui memberikan layanan pasif dan mulai secara aktif memengaruhi liburan seseorang.

Hal lain yang dapat dilakukan melalui aplikasi telepon pintar sehubungan dengan industri perjalanan, seperti jika seorang penumpang mengalami penundaan penerbangan sementara dia belum membeli makanan sejak mereka meninggalkan rumah tiga jam yang lalu, dia akan mendapatkan pemberitahuan telepon yang menawarkan diskon 10 persen di restoran yang akan mereka lewati setelah melalui imigrasi. Sebuah maskapai penerbangan dapat menaikkan tarif pada rute tertentu setelah mengetahui bahwa foto-foto tujuan itu tiba-tiba menjadi tren di media sosial. Saat ini, para pengguna telepon pintar masih mencari sendiri informasi tetapi di masa mendatang informasi yang akurat, relevan akan langsung disuguhkan kepada mereka, sehingga mereka tidak perlu mencari sendiri (Qian dalam Majendie, 2018).

4. Dinamika Kunjungan Wisatawan Tiongkok di Bali

Indonesia tetap menjadi tujuan yang menarik bagi wisatawan Tiongkok kendatipun serangkaian bencana alam menimpa sejumlah

wilayah di tanah air dan kecelakaan pesawat yang fatal pada tahun 2018, namun tidak menghalangi wisatawan untuk tetap berlibur ke Pulau Dewata. Penurunan kunjungan sudah tentu terjadi dengan adanya kejadian-kejadian tersebut, seperti Kementerian Pariwisata yang menargetkan 2,6 juta kunjungan wisatawan Tiongkok selama periode Januari hingga Oktober, hanya mencapai 1,87 juta kunjungan (BPPS, 2018 dalam Putera, 2018). Namun demikian, wisatawan Tiongkok tercatat sebagai kelompok wisatawan asing terbesar yang mengunjungi Indonesia pada tahun 2017. Dari Januari hingga November tahun 2017, 1,97 juta orang berkunjung ke tanah air. “Jumlah itu tumbuh 42,22 persen dari tahun sebelumnya. Bahkan, ada surplus 98.405 dari jumlah yang ditargetkan,” kata wakil 1 divisi Pengembangan Pemasaran Kementerian Pariwisata I Gde Pitana (Putera, 2018). Tabel 1 berikut menunjukkan 10 besar jumlah kedatangan wisatawan mancanegara langsung ke Bali dari Januari sampai dengan Desember 2018.

Tabel 1. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara langsung ke Bali tahun 2018.

No	Negara Asal Wisatawan	Jumlah Kunjungan
1.	Tiongkok	1.361.512
2.	Australia	1.169.215
3.	India	353.894
4.	Inggris	270.789
5.	Jepang	261.666
6.	Amerika Serikat	236.578
7.	Perancis	195.734
8.	Malaysia	194.760
9.	Jerman	185.863
10.	Singapura	144.549

Sumber: Statistik Disparda Bali (2018).

Sebagian besar turis Tiongkok menyukai pantai dan mereka merayakan Tahun Baru China. Bali menjadi tujuan wisata favorit

bagi wisatawan Tiongkok karena keindahan pantai dan keunikan budayanya. Fasilitas wisata untuk mendukung peningkatan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok tersebut bermunculan seperti armada angkutan berupa bus-bus pariwisata, toko oleh-oleh, dan restoran-restoran untuk wisatawan Tiongkok. Di samping toko oleh-oleh yang letaknya strategis, yaitu di Jalan By Pass Ngurah Rai Nusa Dua Sanur, juga berdiri megah restoran Cina seperti pada foto 2.



Foto 2. Restoran Cina di Jl By Pass Ngurah Rai (Foto: Ginaya 2018)

Selama liburan Tahun Baru Imlek Februari 2018, Bali dibanjiri dengan kunjungan wisatawan Tiongkok. Hal ini terlihat dari hotel-hotel yang berlokasi di Sunset Road, seperti Hotel Harris penuh sesak dengan turis Tiongkok selama liburan Tahun Baru Imlek. Diharapkan ada sekitar 15.000 wisatawan Tiongkok berkunjung di Bali selama liburan. I Gede Pitana Deputy Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (*Kompas*, 2018) mengatakan Bali adalah tempat khusus untuk merayakan tahun Baru. Ini juga berarti bahwa peringatan perjalanan dari pemerintah Tiongkok tidak lagi relevan. Hal ini terjadi mengingat Bali adalah destinasi favorit bagi wisatawan

Tiongkok selama bertahun-tahun, karena Bali mempunyai daya tarik keunikan objek wisata dan juga budaya tersendiri.

Pernyataan Pitana tersebut tentang peringatan perjalanan dari pemerintah Tiongkok adalah berhubungan dengan serangkaian bencana alam yang terjadi di tanah air di mana kejadian ini mengakibatkan penurunan jumlah wisatawan Tiongkok yang berkunjung di Bali. Wacana penurunan jumlah kunjungan tersebut didukung oleh fakta di mana setelah terus menunjukkan pertumbuhan, pada periode Januari-Agustus 2018, tingkat kunjungan turis asal Tiongkok menunjukkan penurunan sebesar 8,37% jika dibandingkan dengan periode sama tahun lalu. Kendati turun pertumbuhannya, kuantitas turis asal Tiongkok masih menjadi yang terbesar, yakni 961.802 orang atau mengalahkan jumlah turis asal Australia yang mencapai 763.477 orang (Kristianto, 2018).

Lebih lanjut Kristianto menyatakan bahwa jumlah kedatangan selama delapan bulan tersebut masih rendah dibandingkan dengan periode sama tahun lalu sebanyak 1.049.648 orang. Kepala BPS Bali Adi Nugroho (Kristiano, 2018) memprediksi penurunan terjadi akibat dampak bencana gempa bumi di Lombok, Nusa Tenggara Barat (NTB). Karena ada bencana di pulau tetangga Bali, membuat turis asal Tiongkok memilih tidak bepergian ke Bali yang menjadi pintu masuk ke Lombok. Penurunan kunjungan ini tentu juga dialami oleh pangsa pasar wisatawan lainnya.

5. Normalisasi Kunjungan sebagai Rasionalitas Komunikatif

Kantor Perwakilan Bank Indonesia (BI) Provinsi Bali mencatat, ada peningkatan signifikan jumlah turis Tiongkok ke Bali dalam beberapa tahun terakhir, persisnya selama periode 2010-2017. Rata-rata pertumbuhan kunjungan turis Tiongkok ke berbagai negara di seluruh dunia (global) mencapai 13,30 persen. Namun, rata-rata pertumbuhan kedatangan turis Tiongkok ke Indonesia (termasuk Bali) lebih tinggi dibanding rata-rata global itu, yakni 28,50 persen. Kepala Perwakilan BI Provinsi Bali, Causa Iman Karana (Dinata, 2018) mengatakan, meskipun

turis Tiongkok membanjiri Bali, terdapat permasalahan terkait penerimaan devisa yang didapat oleh negara dari kunjungan turis Tiongkok ini. Rata-rata pengeluaran wisatawan Tiongkok masih lebih rendah dibanding wisatawan negara-negara lain. “Di Bali, rata-rata pengeluaran wisatawan Tiongkok sebesar Rp 9,66 juta, lebih rendah dibanding rata-rata pengeluaran wisatawan Australia, Eropa, dan Jepang,” kata Causa beberapa waktu lalu. Hasil survei Kantor Perwakilan BI Bali pada 2018 menunjukkan, tingkat pengeluaran turis Tiongkok di Bali ternyata yang paling rendah dibandingkan turis dari Jepang, AS, dan Eropa.

Hal ini dapat terjadi karena adanya praktik pemasaran ‘*Zero Dollar Tour*’ yang ditawarkan oleh agen perjalanan wisata. Praktik yang tidak sehat ini berpengaruh sangat signifikan terhadap tidak optimalnya penerimaan devisa negara dari kedatangan turis Tiongkok, sebab melalui paket wisata tersebut agen wisata menawarkan harga paket wisata yang sangat murah, bahkan hanya senilai biaya tiket perjalanan. Sebagai konvensasinya, wisatawan yang mengambil paket wisata tersebut harus mengikuti jadwal tur dan bahkan kunjungan ke toko-toko souvenir tertentu milik warga negara Tiongkok.

Pengeluaran wisatawan Tiongkok di Indonesia rata-rata hanya sebesar 965 dolar AS (sekitar Rp 9,66 juta) per orang untuk sekali kunjungan. Itu lebih rendah dibanding pengeluaran wisatawan Tiongkok di Thailand yang sebesar 2.026 dolar AS per orang untuk sekali kunjungan pada 2017. Pengeluaran turis Tiongkok itu juga di bawah rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara (wisman) di Indonesia yang sebesar 1.170 dolar AS per orang. Tabel 2 berikut menunjukkan pengeluaran rata-rata beberapa wisatawan mancanegara di Bali sebagai acuan untuk mendeskripsikan pengeluaran wisatawan Tiongkok di Bali sepanjang tahun 2017.

Tabel 2. Rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara dari beberapa negara di Bali.

No.	Asal Wisatawan	Rata-rata Pengeluaran (Rp/org)
1.	Eropa	15,7 juta
2.	Australia	13,4 juta
3.	Jepang	11,19 juta
4.	Tionggok	9,66 juta

Sumber: BPS Provinsi Bali (2018)

Berdasarkan data pada Tabel 2 di atas dengan keberadaan peringkat pengeluaran wisatawan Tionggok di bawah wisatawan Eropa, Australia, dan Jepang tersebut menyebabkan adanya *lost opportunity* sekitar 205 dolar AS per wisman. Jika potensi tersebut dikalikan total wisatawan Tionggok yang datang ke Indonesia sepanjang periode 2014-2017, maka total *lost opportunity* akan mencapai 260 juta dolar AS.



Foto 3. Toko oleh-oleh Tionggok di Jalan Raya Kuta, Tuban-Bali (Foto: Ginaya 2019)

Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan, total kunjungan turis Tionggok ke Indonesia sebanyak 1,9 juta orang pada 2017. Dari jumlah tersebut, sebanyak 1,38 juta orang berkunjung ke Bali.

Sementara itu, wisman dari Australia tercatat sebanyak 1,09 juta orang pada periode Januari-Desember 2017. Jumlah wisman dari Jepang sebanyak 252.998 orang, sedangkan turis dari Negeri Paman Sam sekitar 191.106 orang. Adapun jumlah keseluruhan wisman dari tiga negara Eropa saja, yakni Inggris, Prancis, dan Jerman, mencapai 598.875 orang. Rendahnya peringkat pengeluaran wisatawan Tiongkok tersebut tidak dapat dipungkiri lagi sebagai akibat dari praktik paket wisata murah yang dilakukan oleh agen perjalanan Tiongkok.

Menurut penuturan pelaku pariwisata di Bali, praktik “Zero Dollar Tour” yang dipraktikkan pelaku usaha wisatawan Tiongkok di Bali, sebelumnya dilakukan mereka di Thailand dan Vietnam. Pemerintah Thailand kemudian melakukan berbagai upaya, di antaranya menetapkan tarif acuan Otoritas Pariwisata Thailand dengan membuat kesepakatan bersama Otoritas Pariwisata Tiongkok. Juga dilakukan penertiban agen wisata ilegal, di mana pemerintah Thailand bekerjasama dengan pemerintah Tiongkok. “Intervensi yang dilakukan pemerintah Thailand dalam membasmi praktek “Zero Dolar Tour” ini, bisa mencegah hilangnya potensi pendapatan devisa dari wisatawan Tiongkok, sehingga bisa mengoptimalkan pendapatan devisa mereka,” kata pelaku usaha pariwisata itu.

Hal tersebut tentu bukan merupakan perkara mudah dilakukan di Bali, karena diperlukan komitmen dari berbagai pihak untuk menghentikan praktik bisnis yang merugikan perekonomian Bali. Usaha tegas yang dilakukan Pemerintah Provinsi Bali untuk menutup toko oleh-oleh warga negara Tiongkok adalah *shock* terapi untuk mencegah masifnya praktik bisnis ilegal tersebut. Praktik bisnis pada pangsa pasar Tiongkok sudah biasa dilakukan di Bali adalah jual beli kepala, seperti yang dinyatakan oleh Wakil Gubernur Bali, Tjokorda Oka Artha Ardana Sukawati (Arifin, 2018) bahwa saat ini isu jual kepala menjadi isu yang sangat mengemuka di Bali sebagai trik-trik dalam dunia pariwisata.

Contoh yang dikemukakan oleh Wakil Gubernur Bali tersebut (Arifin, 2018) adalah menjual hostel yang harga per *bed*-nya Rp 50

ribu. Praktik ini merupakan usaha kreatif, yaitu dengan mengontrak rumah kemudian diperbaiki sedikit lalu disewakan harian kepada turis Tiongkok. Praktik seperti ini diyakini bahwa pengusaha Tiongkok tersebut melanggar aturan tinggal yang mengarah pada *low investment* yang tentunya merugikan usaha perhotelan. Contoh lainnya berdasarkan hasil pengamatan penulis di lapangan adalah para *tour guide* Tiongkok membeli bus pariwisata yang sudah tua dengan harga murah kemudian dipoles bodinya sedikit dan dapat dioperasikan sebagai angkutan wisata untuk wisatawan yang di-*handle* sendiri untuk menekan biaya pengeluaran transportasi. Sebagai akibatnya praktik ini telah membahayakan keselamatan wisatawan, *driver*, dan *guide*-nya sendiri seperti terjadinya kecelakaan fatal di daerah Uluwatu karena rem bus yang tidak berfungsi maksimal sehingga bus masuk jurang. Oleh karena itu, pemerintah dan asosiasi biro perjalanan wisata atau ASITA harus segera turun tangan mengatasi hal ini.



Foto 4. Bus Pariwisata untuk wisatawan Tiongkok (Foto: Ginaya 2018)

Sehubungan dengan praktik usaha yang tidak sehat tersebut, pihak pemerintah provinsi menyarankan agar satpol PP rajin turun ke lapangan, melakukan kerja sama hubungan baik dengan penguasa-penguasa wilayahnya di *kelian banjar* masing-masing

dengan mengajak sama-sama menyadarkan para pengusaha Tiongkok bahwa kalau praktik-praktik tersebut dibiarkan lama kelamaan akan menjatuhkan pariwisata Bali secara keseluruhan. Perhatian pemerintah tersebut berujung pada penutupan toko Lisa Gem Stone, salah satu toko oleh-oleh pengusaha Tiongkok di Jalan By Pass Ngurah Rai di Kelurahan Kedonganan, Kuta Selatan, Badung. Setelah toko tersebut disegel oleh tim gabungan Satpol PP, toko tersebut tidak beroperasi lagi dan gedungnya direnovasi serta berganti nama menjadi toko Dunlopillo yang menjual produk kasur dan bantal dari latex seperti terlihat pada gambar 5 berikut.



Foto 5. Toko Dunlopillo sebagai eks toko Lisa Gem Stone (Foto: Ginaya 2019)

Penutupan toko oleh-oleh Tiongkok yang berlokasi di wilayah Kabupaten Badung tersebut oleh Satpol PP tentu atas perintah dan persetujuan pejabat pimpinan daerah baik provinsi maupun kabupaten, dalam hal ini adalah Gubernur Bali dan Bupati Badung. Hal ini dilakukan karena toko oleh-oleh tersebut tidak memenuhi persyaratan perizinan yang ditentukan oleh pemerintah dan penutupan toko ini dilakukan setelah melalui proses inspeksi mendadak sebelumnya sehingga menjadi sebuah temuan. Pemilik toko tersebut tentu tidak tinggal diam melalui kemampuan daya tawarnya bersama-sama dengan *tour operator* Tiongkok untuk sepakat menghentikan membawa wisatawan Tiongkok berkunjung

ke Bali.

Menurut Nyoman Kenak salah seorang yang menangani pangsa pasar wisatawan Tiongkok di Lucky Tour Denpasar dalam sebuah wawancara pada tanggal 15 Desember 2018 menyatakan bahwa penutupan toko oleh-oleh tersebut dikarenakan permasalahan pajak, di mana para pelaku usaha toko oleh-oleh tersebut menghindar untuk membayar pajak dan barang-barang yang dijual tersebut adalah sampel saja, jika wisatawan Tiongkok membeli barang tersebut maka transaksi dilakukan di Tiongkok dan barang sudah langsung diterima di negaranya sendiri.

Penutupan toko oleh-oleh tersebut telah menimbulkan sebuah perang diskursus antara pemerintah dan *tour operator* Tiongkok sebagai suatu hal yang telah menunjukkan bekerjanya teori kuasa/pengetahuan Foucault. Pemerintah dengan otoritasnya melegitimasi kekuasaannya sebagai eksekutif berwenang untuk membongkar praktik usaha ilegal tersebut setelah melakukan berbagai pertimbangan. Dalam hal ini, pemerintah Provinsi Bali harus tegas dengan kekuasaannya sehingga praktik bisnis ilegal tersebut tidak terjadi lagi. Melalui negosiasi-negosiasi dengan pemilik toko akhirnya diambil keputusan untuk menutupnya. Di sisi lain, kebijakan yang diambil oleh pemerintah tersebut telah menimbulkan kemarahan di pihak *tour operator* yang ada di Tiongkok untuk menghentikan kunjungan wisatawan Tiongkok ke Bali. Pascakejadian ini telah mempengaruhi menurunnya kunjungan wisatawan Tiongkok ke Bali. Hal ini terlihat dengan banyaknya bus-bus pariwisata yang parkir di tempat parkir seperti di Suwung Batan Kendal, Sesetan Denpasar serta sepiunya restoran-restoran Tiongkok yang ada.

Pemerintah dalam hal ini akan sangat hati-hati melakukan tindakan penertiban terhadap para pelaku segmentasi pasar Tiongkok, mengingat pangsa pasar wisatawan Tiongkok tersebut yang sangat potensial sehingga dilakukan berbagai pertimbangan yang matang sebelum melakukan tindakan. Hal ini menunjukkan bekerjanya teori dekonstruksi dari Derrida, bahwa telah terjadi penundaan makna untuk mencari makna yang baru. Pihak

pemerintah dan para pelaku pangsa pasar wisatawan Tiongkok akan menggunakan rasionalitas berpikirnya untuk menciptakan ruang diskusi yang menurut Habermas langkah ini diambil sebagai tindakan komunikatif untuk mencari suatu solusi dari permasalahan tersebut, yaitu tindakan komunikasi harus dilakukan untuk melakukan negosiasi antara pihak pemerintah dan pengusaha biro perjalanan wisata Tiongkok.

Pemerintah tentu membuka ruang yang lebar untuk memberi kesempatan kepada pemilik toko untuk memenuhi segala perizinan yang diperlukan dan jika semuanya telah terpenuhi maka toko akan bisa beroperasi seperti biasanya kembali. Masyarakat lokal akan selalu menunggu kearifan dari para pelaku pangsa pasar wisatawan Tiongkok tersebut untuk membawa kembali para wisatawan Tiongkok untuk berkunjung ke Bali seperti apa yang dilakukan oleh perusahaan Bali Adventure yang pemiliknya warga negara Australia di era tahun 90-an yang sempat menutup usahanya hampir selama tiga bulan dan pada akhirnya beroperasi kembali seperti biasa sampai saat ini.

6. Simpulan

Fenomena kunjungan wisatawan Tiongkok merupakan peluang pangsa pasar yang sangat potensial bagi pengembangan pariwisata setiap negara di dunia, khususnya Indonesia yang menargetkan peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara menjadi 20 juta pada tahun 2018 dan 2019. Hal ini memerlukan usaha keras bagi para *stakeholder* guna menarik wisatawan Tiongkok tersebut berkunjung ke Indonesia termasuk Bali yang menjadi salah satu destinasi favorit bagi wisatawan Tiongkok. Akan tetapi jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok yang meningkat ke Bali tidak menjamin memberi kontribusi yang signifikan terhadap penerimaan devisa dari kunjungan wisatawan Tiongkok tersebut. Hal ini terjadi karena masifnya praktik bisnis ilegal yang dilakukan oleh para pelaku wisata Tiongkok seperti praktik jual beli kepala yang dapat menimbulkan kualitas pelayanan mejadi merosot tajam.

Diskursus tentang praktik “Zero Dolar Tour” telah membuat terperanjat semua kalangan dan pemerintah turun langsung mengadakan inspeksi mendadak dan akhirnya menemukan toko oleh-oleh yang menjalankan usahanya di Bali tanpa dilengkapi perizinan sesuai dengan ketentuan yang berlaku sehingga berujung pada ditutupnya toko tersebut oleh aparat pemerintah.

Tindakan yang diambil pemerintah tersebut tentu menimbulkan sebuah konsekuensi adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan Tiongkok ke Bali. Hal ini terjadi sejalan dengan pemikiran Foucault bahwa kekuasaan akan ada di mana-mana dan siapa yang punya pengetahuan atau menyatakan dirinya benar maka di sana kuasa (*power*) akan ditunjukkan. Derrida, pada sisi lain, memberikan pemikiran tentang penundaan makna untuk mencari makna baru dan menurut Habermas akan ada rasionalitas bagi pihak-pihak yang mempunyai kepentingan untuk menciptakan ruang diskusi guna mencari kata mufakat sebagai suatu solusi dari permasalahan yang terjadi dalam diskursus tentang pangsa pasar wisatawan Tiongkok tersebut. Pemerintah dan masyarakat tentunya tidak berharap hanya mendapatkan ampasnya saja dari kunjungan wisatawan Tiongkok yang menduduki peringkat pertama di antara kunjungan wisatawan mancanegara lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agger, B., 2003. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Implikasinya*. Kreasi Wacana.
- Ardika, I Wayan. 2009. “Aspek Sosial Budaya dalam Pariwisata Berkelanjutan”. (Makalah disampaikan pada Kuliah Globalisasi dan Pariwisata Budaya Program Studi Magister (S2) Kajian Budaya Universitas Udayana).
- Arifin, Zaenal Nur. 2018. “Jual Kepala’ Terkait Kunjungan Wisatawan China Viral, Cok Ace Sebut Bukan Kapasitasnya Lakukan ini”. Online *tribun-bali.com*. <http://bali.tribunnews.com/2018/10/23/jual-kepala-terkait-kunjungan-wisatawan-china-viral-cok-ace-sebut-bukan-kapasitasnya-lakukan-ini?>

Di akses 5 Desember 2018.

- Astuti, N.N.S., Ginaya, G., Sadguna, I.G.A.J., 2018. "A Hotel Front Desk Receptionist and Catur Paramita Values: A Study of Implementing Local Wisdom in Hospitality Industry". Proceeding 1st International Conference on Social Science (ICSS 2018) Atlantis Press Publisher.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2015. "Luas Wilayah per Kabupaten di Provinsi Bali Tahun 2015". <https://bali.bps.go.id/statictable/2015/09/07/196/luas-wilayah-per-kabupaten-di-provinsi-bali-tahun-2015.html>, diakses 28 Maret 2018.
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies, Teori dan Praktik* (terjemahan). Yogyakarta: Bentang (PT Bentang Pustaka).
- Beilharz, P. and Jatmiko, S., 2002. *Teori-teori sosial: observasi kritis terhadap para filosof terkemuka*. Pustaka Pelajar.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2015 "Banyaknya Wisatawan Asing dan Dalam Negeri yang Berkunjung di Daya Tarik (Objek) Wisata Utama Kabupaten Bangli Tahun 2010-2014".
- Dinata, Wema Satya. 2018. "Fenomena Turis China di Bali Terbanyak Jumlahnya, Tapi Paling Sedikit Belanjanya". Online tribun-bali.com. <http://bali.tribunnews.com/2018/10/23/> diakses 5 Desember 2018.
- Faizal, Mohammad. 2018. "Turis Cina Diprediksi Habiskan Miliaran Dolar Seminggu ke Depan". Online SindoNews.com. <https://ekbis.sindonews.com/read/1282648/34/> diakses 5 Desember 2018.
- Ginaya, G., 2017. Pergulatan Kepentingan Antara Representatif Asing dan Pramuwisata Dalam Penanganan Wisatawan Rusia Pada Pt. Tiga Putrindo Lestari, Nusa Dua. *Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya*, p.13.
- Habermas, Jurgen 2007. *Rasio dan Rasionalisasi Masyarakat* (terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Hardiman, F. Budi. 1993. *Menuju Masyarakat Komunikatif*. Yogyakarta: Kanisius.

- _____. 2009. *Kritik Ideologi: Menyingkap Pertautan Pengetahuan dan Kepentingan Bersama Jurgen Habermas*. Yogyakarta: Kanisius.
- Haryatmoko, "Kekuasaan Melahirkan Anti-Kekuasaan, Mene-lanjangi Mekanisme dan Teknik Kekuasaan Bersama Michel Foucault" dalam *Basis* edisi Konfrontasi Foucault dan Marx, No. 01-02, Tahun ke-51, Januari-Februari 2003.
- Kristianto, Feri. 2018. "Turis China ke Bali Turun 8,37% Periode Januari-Agustus". Online bisnis-bali.com. <https://bali.bisnis.com/read/20181001/538/844172/turis-china-ke-bali-turun-837-periode-januari-agustus> diakses 8 Desember 2018.
- Majendie, Adam. 2018. "Chinese tourists are taking over the Earth, one selfie at a time". Online jakartapost.com. <https://www.thejakartapost.com/travel/2018/02/12/chinese-tourists-are-taking-over-the-earth-one-selfie-at-a-time.html> diakses 15 Desember 2018.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Dunia Yang Dilipat*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Poespowardojo, S. and Seran, A., 2016. *Diskursus Teori-Teori Kritis: Kritik Atas Kapitalisme Klasik, Modern, dan Kontemporer*. Jakarta: Kompas.
- Putera, Andri Donnal. 2018. "Kondisi Bali Pulih, Wisatawan Mancanegara Meningkat. Online Kompas.com. <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/02/150400126/kondisi-bali-pulih-wisatawan-mancanegara-meningkat> diakses 15 Desember 2018.
- Tempo. 2018. "TripAdvisor Sebut Bali Destinasi Wisata Terbaik Dunia". OnlineTempo.co, Reporter: Bisnis.com, Editor: Martha Warta. <https://bisnis.tempo.co/read/1067393/tripadvisor-sebut-bali-destinasi-wisata-terbaik-dunia/full&view=ok> Diakses 18 Maret 2019.
- Yusuf, Akhyar. 2009. *Politik Pengetahuan, Episteme, dan Kematian Manusia: Refleksi Pemikiran Posmodernisme Michel Foucault*. Materi Kuliah Pascasarjana Fakultas Ilmu Pengetahuan

Budaya Universitas Indonesia: tidak diterbitkan.

- _____.2012. "Peraturan Daerah Provinsi Bali No 2 Tahun 2012 tentang Kepariwisataan Budaya Bali". Online. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/22260> diakses 5 Oktober 2018.
- _____.2018. "Rombongan Wisatawan Cina di Bandara Ngurah Rai". Online google,com <https://www.google.com/search?q=kedatangan+rombonganwisatawan+tiongkok+di+bandara+ngurah+rai+bali> diakses 31 Desember 2018.
- _____. 2018. "Giliran Toko Tiongkok di Kedonganan disegel". OnlineNusaBali.com <https://www.nusabali.com/index.php/berita/42105/> diakses 31 Desember 2018.
- _____. 2018. "Tim Datang Toko Langsung Tutup". OnlineNusaBali.com <https://www.nusabali.com/berita/40324/> diakses 31 Desember 2018.
- _____. 2018. "The unstoppable rise of the Chinese traveller- where are they going and what does it mean for overtourism? The telegraph. <https://www.telegraph.co.uk/travel/comment/rise-of-the-chinese-tourist> diakses 26 Maret 2019.
- _____. 2018. "Direct foreign tourist arrival to Bali by market country in January 2018". Dinas Pariwisata Daerah Provinsi Bali. <http://www.disparda.baliprov.go.id/id/Statistik4> diakses 26 Maret 2019.
- _____. 2018. "Rata-rata lama menginap wisatawan Tiongkok di Bali Desember 2018". Badan Statistik Provinsi Bali. pst5100@bps.go.id diakses 26 Maret 2019.

Zero Dollar Tourist: Analisis Kritis Diskursus Segmen Pasar Wisatawan Tiongkok dalam Pariwisata Bali

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Nina Eka Putriani, Sri Marwati, I Wayan Mudra. "Interpreting the Tri Mandala Concept on the Motif of Gringsing Wayang Kebo Woven Cloth", Lekesan: Interdisciplinary Journal of Asia Pacific Arts, 2018 Publication	2%
2	I Nyoman Darma Putra, Bart Verheijen, I Wayan Ardika, Putu Sucita Yanthy. "Affinity tourism and exotic tourism in Bali. The Chinese and Indian tourist gaze in the Garuda Wisnu Kencana Park", Journal of Tourism and Cultural Change, 2020 Publication	2%
3	I Gusti Ketut Purnaya, Francisca Titing Koerniawaty. "IDEOLOGI YANG MEMENGARUHI PENGELOLAAN RESOR WISATA NUSA DUA, BALI", Jurnal Ilmiah Hospitality Management, 2018 Publication	<1%
4	I Gede Deddy Rahmat. "Menguji Strategi Desa Wisata dalam Membangun Keunggulan Bersaing di Era Revolusi Industri 4.0", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2021 Publication	<1%
5	Anak Agung Gde Bagus Udayana. "Marginalisasi Ideologi Tri Hita Karana Pada Media Promosi Pariwisata Budaya Di Bali", Mudra Jurnal Seni Budaya, 2017	<1%

6	Lisa Marini, Novi Tri Putri. "PELUANG TERJADINYA PENGANGGURAN DI PROVINSI BENGKULU : SEBERAPA BESAR?", Convergence: The Journal of Economic Development, 2020 Publication	<1 %
7	Ni Nyoman Karmini. "Fungsi Dan Makna Sastra Bali Tradisional Sebagai Pembentuk Karakter Diri", Mudra Jurnal Seni Budaya, 2017 Publication	<1 %
8	L Sudiajeng, I G L Parwita, I W Wiraga, M Mudhina. "Community Based Educational Model on Water Conservation Program", Journal of Physics: Conference Series, 2018 Publication	<1 %

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1 words