



## PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

### POLICY BRIEF

No. 001/PKPI/I/2026

### ANALISIS KRITIS KEBIJAKAN PARIWISATA NASIONAL 2026:

#### Respons terhadap Hasil Rapat Koordinasi Kepariwisataan 12 Januari 2026

Jakarta, 13 Januari 2026

### RINGKASAN EKSEKUTIF

Pusat Kajian Pariwisata Indonesia (PKPI) menyambut baik inisiatif Pemerintah dalam menyelenggarakan Rapat Koordinasi Kepariwisataan pada 12 Januari 2026 yang dipimpin oleh Menteri Koordinator Bidang Perekonomian. Capaian sektor pariwisata tahun 2025 dengan **15 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman)** dan kontribusi **3,96% terhadap PDB** menunjukkan tren pemulihan yang positif pasca pandemi.

Namun demikian, analisis komparatif PKPI terhadap data regional ASEAN 2025 menunjukkan bahwa **Indonesia masih tertinggal signifikan** dari Malaysia (28,2 juta wisman) dan Vietnam (pertumbuhan 22%). Target 16-17,6 juta wisman untuk 2026 perlu dievaluasi ulang mengingat potensi yang belum tergarap, terutama terkait **kebijakan visa yang restriktif** dan **ketiadaan strategi konkret untuk pasar China**.

*Policy brief* ini menyajikan analisis berbasis data dan rekomendasi strategis untuk optimalisasi sektor pariwisata nasional tahun 2026 dan seterusnya.

### 1. PENDAHULUAN DAN LATAR BELAKANG

Pada 12 Januari 2026, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian mengeluarkan Siaran Pers No. HM.02.04/8/SET.M.EKON.3/01/2026 yang memuat hasil Rapat Koordinasi Kepariwisataan. Rapat tersebut dihadiri oleh Wakil Presiden RI, Menteri Pariwisata, Menteri Imigrasi dan Pemasyarakatan, serta pejabat terkait lainnya.

Siaran pers tersebut memaparkan capaian pariwisata 2025 dan menetapkan target 2026 sebagai berikut:

| Indikator               | Capaian 2025          | Target 2026         |
|-------------------------|-----------------------|---------------------|
| Kunjungan Wisman        | 15 juta (proyeksi)    | 16-17,6 juta        |
| Devisa Pariwisata       | USD 13,82 miliar (Q3) | USD 22-24,7 miliar* |
| Kontribusi PDB          | 3,96%                 | 4,5-4,7%            |
| Penyerapan Tenaga Kerja | 25,91 juta orang      | Tidak disebutkan    |

\*Catatan: Siaran pers menyebut "Rp22-24,7 miliar" yang diduga merupakan kesalahan penulisan. Berdasarkan konteks dan data pembanding, seharusnya dalam triliun rupiah atau ekuivalen USD.



## PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

## 2. ANALISIS POSISI INDONESIA DI ASEAN

### 2.1 Perbandingan Kinerja Pariwisata Regional

Data komparatif menunjukkan bahwa meskipun Indonesia mencatat pertumbuhan positif, posisi kompetitifnya di kawasan ASEAN mengalami **penurunan relatif**. Malaysia telah menggeser Thailand sebagai destinasi paling banyak dikunjungi di Asia Tenggara.

| Negara    | Wisman 2025                 | Pertumbuhan   | Peringkat |
|-----------|-----------------------------|---------------|-----------|
| Malaysia  | 28,2 juta (Jan-Agt)         | +14,5%        | 1         |
| Thailand  | ~30 juta (full year)        | -7%           | 2         |
| Vietnam   | ~17 juta (proyeksi)         | +22%          | 3         |
| Indonesia | <b>13,98 juta (Jan-Nov)</b> | <b>+10,4%</b> | <b>4</b>  |
| Singapura | 9,78 juta                   | Stabil        | 5         |

Sumber: BPS Indonesia, Tourism Malaysia, TAT Thailand, VNAT Vietnam, STB Singapore (2025)

### 2.2 Temuan Kunci

- Kesenjangan Signifikan dengan Malaysia:** Indonesia hanya mencapai separuh dari jumlah wisman Malaysia (13,98 vs 28,2 juta). Padahal, Indonesia memiliki keunggulan dalam hal kekayaan destinasi dan keragaman budaya.
- Vietnam Tumbuh Lebih Cepat:** Dengan pertumbuhan 22% (vs Indonesia 10,4%), Vietnam berpotensi menyalip Indonesia dalam 2-3 tahun ke depan jika tren ini berlanjut.
- Thailand Mengalami Penurunan:** Penurunan 7% wisman Thailand disebabkan oleh isu keamanan dan konflik perbatasan, namun negara ini tetap berada di posisi kedua dengan ~30 juta wisman.
- Belum Pulih ke Level Pra-Pandemi:** Capaian 15 juta wisman Indonesia masih 92% dari level 2019 (16,11 juta), menunjukkan pemulihan yang belum sepenuhnya tercapai.

## 3. ANALISIS GAP KEBIJAKAN VISA

Siaran pers Kemenko Perekonomian menyebutkan akan dilakukan "evaluasi kebijakan Visa Kunjungan wisman." Namun, pernyataan ini terlalu *vague* dan tidak menyentuh akar permasalahan yang sesungguhnya. Analisis PKPI menemukan bahwa **kebijakan visa Indonesia adalah yang paling restriktif di ASEAN**.



## PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

### 3.1 Perbandingan Kebijakan Visa ASEAN 2025

| Aspek             | Indonesia                          | Malaysia        | Thailand                     | Vietnam         |
|-------------------|------------------------------------|-----------------|------------------------------|-----------------|
| Negara Bebas Visa | 13-17                              | 163+            | 93                           | 25+             |
| Durasi Bebas Visa | 30 hari (tidak dapat diperpanjang) | 30-90 hari      | 60 hari (dapat diperpanjang) | 45 hari         |
| China Visa-Free   | TIDAK                              | YA (reciprocal) | YA (60 hari)                 | YA (reciprocal) |
| E-Visa System     | Parsial (e-VOA)                    | Komprehensif    | Full e-Visa (Jan 2025)       | E-Visa tersedia |

### 3.2 Dampak Kebijakan Visa terhadap Pasar China

Data 2025 menunjukkan pergeseran dramatis wisatawan China ke negara-negara yang menerapkan bebas visa:

- Malaysia:** Menerima 3,8 juta wisatawan China pada 2024, menjadi pasar terbesar non-ASEAN. Perjanjian bebas visa reciprocal efektif 17 Juli 2025 dengan durasi 30 hari dan kumulatif 90 hari dalam 180 hari.
- Vietnam:** Pada Q1 2025, Vietnam menerima 1,6 juta wisatawan China vs Thailand hanya 1,3 juta—padahal tahun sebelumnya Vietnam hanya setengah dari Thailand.
- Indonesia:** Hanya 8,8% total wisman berasal dari China, jauh di bawah potensi mengingat ukuran pasar outbound China yang mencapai 100+ juta per tahun.

**CATATAN PENTING:** Kebijakan pengurangan negara bebas visa dari 169 menjadi 13 negara berdasarkan Peraturan Presiden No. 95 Tahun 2024 telah memberikan dampak negatif terhadap daya saing pariwisata Indonesia.

## 4. EVALUASI EMPAT PILAR STRATEGIS

Siaran pers Kemenko Perekonomian menyebutkan empat pilar utama penguatan pariwisata. Berikut analisis PKPI terhadap masing-masing pilar:

### 4.1 Pilar Akselerasi Infrastruktur dan Konektivitas

**Poin Positif:** Rencana integrasi bandara baru dengan bandara eksisting dan kolaborasi Pusat-Daerah di destinasi prioritas merupakan langkah yang tepat.

**Kelemahan:** Tidak ada penyebutan konkret mengenai pembukaan rute langsung dari pasar potensial (China, India, Eropa Timur) maupun pengembangan hub regional di luar Bali.



## PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

**Data Pendukung:** Bali masih menyumbang ~43% total wisman dengan 6,3 juta kunjungan pada 2024. Destinasi Super Prioritas lainnya seperti Labuan Bajo masih menghadapi tantangan infrastruktur dasar (pasokan air dan pengelolaan sampah).

### 4.2 Pilar Transformasi Tata Kelola dan Digitalisasi

**Poin Positif:** Perizinan event terintegrasi dan penguatan standar keselamatan melalui asuransi pariwisata adalah langkah penting.

**Kelemahan:** Tidak menyentuh digitalisasi proses imigrasi. Sebagai perbandingan, Thailand telah mengimplementasikan full e-Visa sejak 1 Januari 2025 dan Thailand Digital Arrival Card (TDAC) sejak 1 Mei 2025.

### 4.3 Pilar Penguatan SDM (400.000/tahun)

**Poin Positif:** Program upskilling merupakan investasi jangka panjang yang esensial.

**Catatan Kontekstual:** Dengan total 25,91 juta tenaga kerja pariwisata, target 400.000 orang/tahun hanya mencakup 1,5% dari populasi pekerja sektor ini. Perlu evaluasi apakah skala ini memadai untuk transformasi kompetitif.

### 4.4 Pilar Indonesia Quality Tourism Fund (IQTG)

**Poin Positif:** Pembentukan dana khusus dan insentif PPh DTP bagi tenaga kerja pariwisata menunjukkan komitmen fiskal pemerintah.

**Kelemahan:** Tidak ada detail operasional mengenai besaran dana, mekanisme penyaluran, kriteria penerima, dan indikator keberhasilan.

## 5. ELEMEN YANG TIDAK DIBAHAS (MISSING ELEMENTS)

Analisis PKPI menemukan beberapa elemen kritis yang tidak dibahas dalam Rapat Koordinasi Kepariwisataan:

| No | Elemen                         | Urgensi dan Dampak   |
|----|--------------------------------|--|
| 1  | <b>Strategi Pasar China</b>    | Tidak ada rencana konkret untuk bebas visa. Potensi kehilangan 2-3 juta wisman/tahun yang beralih ke Malaysia dan Vietnam. |
| 2  | <b>Diversifikasi Destinasi</b> | Program "10 New Balis" tidak disebutkan. Ketergantungan pada Bali (43% wisman) menciptakan risiko konsentrasi.             |
| 3  | <b>Sustainable Tourism</b>     | Tidak ada pembahasan carrying capacity, dampak lingkungan, atau standar keberlanjutan destinasi.                           |
| 4  | <b>Strategi Kompetitif</b>     | Tidak ada respons terhadap kampanye agresif "Visit Malaysia 2026" atau pertumbuhan cepat Vietnam.                          |
| 5  | <b>Digital Marketing</b>       | Tidak ada strategi promosi digital terintegrasi setara dengan negara kompetitor.   |



## 6. REKOMENDASI STRATEGIS PKPI

Berdasarkan analisis di atas, PKPI menyampaikan rekomendasi berikut yang dikelompokkan berdasarkan urgensi implementasi:

### 6.1 Rekomendasi Prioritas Tinggi (Implementasi Segera)

- A. **Reformasi Kebijakan Visa untuk China:** Menerapkan bebas visa reciprocal dengan China selama 30 hari dengan kumulatif 90 hari dalam 180 hari, mengikuti model Malaysia. Potensi dampak: penambahan 2-3 juta wisman/tahun.
- B. **Perluasan Negara Bebas Visa:** Mengembalikan kebijakan bebas visa minimal ke 50 negara dengan fokus pada negara high-spending (Eropa Barat, Australia, Jepang, Korea Selatan). Proyeksi peningkatan devisa: 15-20%.
- C. **Implementasi E-Visa Komprehensif:** Mengembangkan sistem e-visa terintegrasi dan Indonesia Digital Arrival Card setara dengan Thailand untuk mempercepat proses imigrasi.

### 6.2 Rekomendasi Jangka Menengah (6-12 Bulan)

- D. **Penguatan Konektivitas Udara:** Membuka rute langsung dari kota-kota tier-2 China (Chengdu, Xi'an, Hangzhou) dan India (Hyderabad, Pune, Ahmedabad) ke Bali dan Jakarta.
- E. **Akselerasi Destinasi Super Prioritas:** Mempercepat penyelesaian infrastruktur dasar di Labuan Bajo, Mandalika, dan Likupang dengan fokus pada pasokan air, pengelolaan limbah, dan konektivitas.
- F. **Kampanye Visit Indonesia 2026:** Meluncurkan kampanye promosi terintegrasi untuk menandingi "Visit Malaysia 2026" dengan fokus pada keunikan Indonesia: megabiodiversitas, keragaman budaya, dan wisata halal.

### 6.3 Rekomendasi Jangka Panjang (1-3 Tahun)

- G. **Tourism Satellite Account Komprehensif:** Mengembangkan sistem pengukuran kontribusi pariwisata yang lebih akurat untuk mendukung perencanaan berbasis bukti.
- H. **Framework Pariwisata Berkelanjutan:** Menyusun regulasi carrying capacity untuk destinasi utama dan standar keberlanjutan nasional.
- I. **Penguatan Ekosistem Halal Tourism:** Mengoptimalkan potensi Indonesia sebagai destinasi wisata halal terbesar di dunia dengan sertifikasi terintegrasi dan promosi bertarget.



## PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

### 7. PENUTUP

Rapat Koordinasi Kepariwisataan 12 Januari 2026 menunjukkan komitmen pemerintah untuk memajukan sektor pariwisata. Namun, optimisme yang ditampilkan perlu diimbangi dengan kesadaran bahwa **Indonesia sedang kehilangan daya saing relatif di kawasan ASEAN.**

Target 16-17,6 juta wisman untuk 2026 sesungguhnya **konservatif** mengingat potensi yang dimiliki Indonesia. Dengan reformasi kebijakan visa yang berani dan strategi kompetitif yang tepat, Indonesia berpotensi mencapai 20+ juta wisman dalam 3 tahun ke depan.

Pusat Kajian Pariwisata Indonesia siap berkolaborasi dengan pemerintah dan seluruh pemangku kepentingan untuk mewujudkan visi Indonesia sebagai destinasi pariwisata kelas dunia.

Jakarta, 13 Januari 2026

**Pusat Kajian Pariwisata Indonesia**  
*Indonesian Tourism Research Center*



**Muhammad Rahmad**  
Direktur Eksekutif

Kontak : 081282050404



#### Catatan:

*Policy brief ini disusun berdasarkan data publik dari BPS Indonesia, Kementerian Pariwisata, serta lembaga statistik pariwisata internasional. Seluruh interpretasi dan rekomendasi merupakan pandangan independen Pusat Kajian Pariwisata Indonesia.*