



JURNAL KAJIAN WILAYAH

p-ISSN: [2087-2119](#)

e-ISSN: [2502-566x](#)

LANJUT USIA (LANSIA) DALAM KEBIJAKAN PARIWISATA DI HONG KONG (TIONGKOK): TAHUN 1978-2016

ELDERLY IN THE HONG KONG (CHINA) TOURISM POLICY: 1978-2016

Erlita Tantri

Pusat Penelitian Sumber Daya Regional, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2SDR-LIPI)

email: erlita_tantri13@yahoo.com

Diterima: 7-9-2018

Direvisi: 13-11-2018

Disetujui: 4-12-2018

ABSTRACT

Hong Kong is one of the special administrative regions of China which is very well known as a tourist destination. The increasing number of elderly in some regions of China and the growth of elderly's interest in tourism have encouraged the development of tourism in Hong Kong as the popular tourist destinations for any ages including the elderly. Then, What was the tourism policy that had been taken by China, especially the Hong Kong administration in order to attract tourists from various ages, regions, ethnicities and cultures? What were tourism offers that supplied by Hong Kong administration to tourists including the elderly? Through literature studies and in-depth interviews, this study tries to look the tourism policies in China, especially Hong Kong for elderly tourists. China, especially Hong Kong were very concerned regarding to tourism policies since the beginning of China's reform or when Hong Kong was held by the British government. These were related to the role of tourism as one of the money machines for state or regional income. Hong Kong has offered a variety of interesting entertainment for tourists, both young and old. Various offers of tourist entertainment have spoiled visitors, including the elderly. In addition, there are many facilities, tourist infrastructures, and the convenience for getting any kinds of entertainment that intended for elderly tourists. These are that have led to the increasing number of elderly people to visit Hong Kong tourism.

Keywords: *elderly, tourism, policy, history*

ABSTRAK

Hong Kong merupakan salah satu wilayah administrasi khusus Tiongkok yang sangat terkenal sebagai tujuan wisata. Seiring dengan meningkatnya jumlah lansia di sejumlah wilayah di Tiongkok serta berkembangnya minat lansia dalam berwisata, telah mendorong perkembangan pariwisata di Hong Kong yang menjadi salah satu destinasi wisata favorit bukan hanya bagi kaum muda, anak-anak dan dewasa, namun juga bagi lansia. Lalu, Bagaimana kebijakan pariwisata yang diambil oleh pemerintah

<https://doi.org/10.14203/jkw.v9i2.797>

2087-2119 / 2502-566X ©2018 Jurnal Kajian Wilayah.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

Accreditation Number (RISTEKDIKTI): 34/E/KPT/2018

Hong Kong dalam rangka menarik wisatawan dari berbagai segmen usia, wilayah, etnis, dan budaya? Bagaimana dengan pariwisata yang ditawarkan Hong Kong kepada wisatawan termasuk lansia? Melalui studi literatur dan wawancara mendalam, studi ini berusaha melihat kebijakan pariwisata di Tiongkok khususnya Hong Kong bagi wisatawan lansia. Tiongkok, khususnya Hong Kong memperlihatkan bahwa pemerintah sangat peduli dengan kebijakan pariwisatanya sejak awal reformasi Tiongkok bahkan sejak di pegang oleh pemerintahan Inggris. Hal ini terkait dengan peran pariwisata sebagai salah satu mesin uang bagi pendapatan negara atau wilayah. Hong Kong sendiri menawarkan beragam hiburan menarik bagi wisatawan, baik muda maupun tua. Berbagai tawaran hiburan wisata telah memanjakan pengunjung termasuk lansia. Selain itu, telah banyak fasilitas, infrastruktur wisata, dan kemudahan untuk mendapatkan jenis hiburan yang ditujukan bagi wisatawan lansia. Hal ini yang mendorong bagi meningkatnya jumlah lansia mengunjungi pariwisata Hong Kong.

Kata kunci: lansia, pariwisata, kebijakan, sejarah

PENDAHULUAN

Saat ini, tren berwisata yang dilakukan oleh para orang tua atau lanjut usia (lansia) bukan hanya dilakukan oleh mereka dari negara maju saja, namun juga dari negara berkembang. Hasrat berwisata dari negara berkembang mulai meningkat, khususnya para lansia atau orang tua yang berasal dari negara Tiongkok dan India (Tretheway & Mak, 2006). Oleh karena itu, perkembangan penduduk dengan meningkatnya jumlah penduduk berusia tua di negara maju dan juga negara Tiongkok, akan membuka peluang industri pariwisata. Biasanya penduduk lansia akan mencari pengalaman wisata yang berbeda dengan mereka yang berusia produktif. Turis lansia umumnya menikmati pariwisata yang bersifat relaksasi, hiburan psikologis, wisata kesehatan, *cruise* atau pesiar dengan kapal dan pameran atau museum.

Sedangkan berbicara tentang Hong Kong, penulis menjalinnnya dengan negara Tiongkok, di mana Hong Kong kini menjadi bagian dari negara Tiongkok. Tiongkok adalah negara ekonomi baru di Asia dengan kondisi ekonomi yang cenderung stabil. Pada saat ini, penduduk Tiongkok banyak memiliki pendapatan yang lebih baik dan hidup lebih sejahtera. Pendapatan yang lebih baik dengan meningkatnya jumlah kelas menengah hingga ke atas menyebabkan semakin banyak orang yang ingin menikmati kesuksesannya dengan

menikmati waktu luang. Maka tidak heran, kini banyak turis dari Tiongkok yang mendatangi negara-negara di Asia dan Eropa. Organisasi pariwisata dunia (*World Tourism Organization*, UNWTO) memperkirakan bahwa pada tahun 2020, turis Tiongkok yang keluar untuk menikmati wisata di wilayah lain akan mencapai 100 juta pelancong (Tretheway & Mak, 2006). Kondisi ini tentunya akan memberi peluang bagi negara-negara tujuan wisata untuk memperbaiki kualitas pariwisatanya guna menarik minat wisatawan Tiongkok termasuk Indonesia.

Hong Kong adalah *Special Administration Region* (SAR atau Wilayah Administrasi Khusus) dari negara Republik Rakyat Tiongkok (RRT) sejak tahun 1997 yang sebelumnya Hong Kong berada di bawah administrasi Inggris sejak tahun 1841. Perpindahan ini tentunya akan membawa perubahan pada kebijakan-kebijakan (pariwisata) di Hong Kong yang sebelumnya berafiliasi dengan Inggris kemudian menjadi bagian dari Tiongkok. Kebijakan pariwisata menjadi penting karena Hong Kong memiliki potensi pariwisata yang cukup besar. Hong Kong menjadi salah satu pilihan tujuan wisata bagi penduduk internasional dengan tawaran wisata budaya, hiburan dan belanja yang menarik. Wisata ini juga mampu menarik wisatawan dari kalangan lansia. Wisata Hong Kong yang banyak digemari

oleh wisatawan lansia misalnya wisata belanja, kuliner, relaksasi (kesehatan), seni dan pertunjukan atau opera, wisata kapal pesiar, dan wisata taman kota. Karenanya, pariwisata menjadi salah satu pemasukan penting bagi pendapatan atau ekonomi Hong Kong (Hobson, 1995).

Pentingnya industri pariwisata bagi perekonomian Hong Kong inilah yang menyebabkan pemerintah memberikan perhatian khusus pada industri ini. Pada tahun 1993, pariwisata Hong Kong mampu menarik 8,9 juta wisatawan dari berbagai wilayah. Pada tahun 2015, jumlah wisatawan yang masuk ke Hong Kong mencapai 59,3 juta orang. Di tahun 2014, pariwisata menyumbang 5 persen GDP (*Gross Domestic Product*, Produk Domestik Bruto) Hong Kong dan mempekerjakan sekitar 271.800 orang (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2016).

Hal tersebut menyebabkan sektor industri pariwisata menjadi generator kedua terbesar dalam menarik mata uang asing ke wilayah Hong Kong (Hobson, 1995). Selain itu, industri pariwisata juga menjadi sumber dana yang penting untuk mengimbangi defisit perdagangan Hong Kong (Yau & Chan, 1990). Selama beberapa dekade Hong Kong mengalami defisit perdagangan yang kemudian ditutupi oleh pendapatan negara dari pariwisata, misalnya pada tahun 1987 industri pariwisata menyumbang 13,14 persen bagi keseimbangan perdagangan (Yau & Chan, 1990).

Kelonggaran dari pemerintah Hong Kong dalam ijin berwisata juga telah mengundang banyak wisatawan dari daratan Tiongkok. Peningkatan jumlah wisatawan Tiongkok terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 1984 wisatawan Tiongkok yang datang ke Hong Kong mencapai 195.982 orang dan pada tahun 1993 meningkat menjadi 1.569.799 orang (Hobson, 1995). Hong Kong juga mampu menarik wisatawan dari negara Asia lainnya seperti dari Jepang yang peningkatan cukup

signifikan, misalnya pada tahun 1993 wisatawan Jepang berjumlah 575.426 menjadi 1.269.205 pada tahun 1994 (Hobson, 1995). Artinya, dalam satu tahun jumlah wisatawan Jepang bisa meningkat hingga dua kali lipatnya untuk berwisata ke Hong Kong.

Artikel ini akan mencoba melihat bagaimana lansia dan pariwisata serta kebijakan pariwisata dari negara Tiongkok dan khususnya Hong Kong sebagai wilayah administrasi khusus Tiongkok. Bagaimana kebijakan pariwisata Tiongkok (setelah Reformasi Ekonomi 1978) kemudian Hong Kong setelah menjadi bagian dari Tiongkok (1997) dalam menarik wisatawan dari daratan Tiongkok termasuk fasilitas untuk lansia Tiongkok yang menyukai perjalanan ke Hong Kong? Dengan demikian, tulisan ini akan berusaha memberikan gambaran singkat mengenai pertanyaan di atas, di mana umumnya pariwisata Tiongkok khususnya Hong Kong lebih banyak melihat wisatawan usia produktif dibandingkan kelompok lansia.

LANSIA DAN PARIWISATA

Ada kecenderungan, semakin tua usia seseorang, keinginan untuk menikmati waktu senggang semakin tinggi. Kecenderungan ini berupa mencari ketenangan dan hiburan rohani. Meskipun umumnya yang banyak menikmati kondisi ini adalah mereka yang memiliki uang pada masa pensiunannya, namun harapan seseorang yang berusia lanjut pada hiburan batin akan ada. Usia seseorang yang semakin matang bahkan lanjut juga cenderung memiliki keinginan untuk melihat wilayah lain. Dengan demikian, tidak menutup kemungkinan jika industri pariwisata termasuk hiburan yang dinikmati kaum lansia pun semakin meningkat.

Keinginan menikmati waktu luang dengan melakukan perjalanan wisata termasuk dalam kegiatan lansia yang aktif. *Active aging* atau lansia aktif sendiri menurut

organisasi kesehatan dunia WHO (*World Health Organization*), adalah sebuah proses untuk mengoptimalkan kemampuan maupun kesempatan dari kondisi kesehatan lansia (*health*), partisipasi lansia (*participation*), dan keamanan lansia (*security*) yang nantinya dapat meningkatkan kualitas hidup dari lansia sendiri baik secara individual maupun kelompok (WHO, 2002). Dengan demikian, *active aging* dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kebahagiaan dan kualitas serta harapan hidup lansia untuk lebih baik (*ibidem*).

Tiongkok diketahui sebagai salah satu negara yang sedang mengalami *ageing society* atau masyarakat menua di dunia. Hal ini diindikasikan dengan semakin meningkatnya jumlah lansia yang berusia 65 tahun keatas. Di tahun 2013, jumlah lansia Tiongkok mencapai 9,7 persen dari total jumlah penduduk (Zhou & Feng, 2015). Hal ini berarti, ada kurang lebih 130 juta penduduk Tiongkok berusia 65 tahun ke atas. Sedangkan jumlah lansia Tiongkok yang dihitung dari yang berusia di atas 60 tahun, maka jumlahnya telah mencapai 212 juta pada tahun 2014. Jumlah ini diperkirakan akan mencapai 400 juta pada tahun 2033 (Weiyun, 2015).

Meningkatnya jumlah penduduk lansia di Tiongkok disebabkan oleh beberapa hal yaitu, pertama menurunnya tingkat kelahiran. Kebijakan satu anak yang diberlakukan pemerintah Tiongkok sejak tahun 1979 sebagai usaha memperlambat pertumbuhan penduduk telah mengakibatkan menurunnya jumlah kelahiran sehingga jumlah usia produktif di Tiongkok pun ikut menurun. Padahal, pada tahun 1950-1960an, Tiongkok pernah mengalami *baby boom* yang berakibat pada tersedianya jumlah lansia yang besar pada saat ini. Kemudian faktor kedua, menurunnya tingkat kematian penduduk Tiongkok. Hal ini disebabkan oleh semakin baiknya perekonomian Tiongkok yang memberikan dampak pada semakin baiknya fasilitas,

sarana dan pelayanan kesehatan. Pelayanan kesehatan dan teknologi kesehatan yang semakin mumpuni telah memberikan usia harapan hidup yang lebih panjang pada masyarakat. Kini tingkat kematian di Tiongkok menjadi 7 orang per 1000 orang pada tahun 2015 (The World Bank, 2016). Untuk faktor ketiga adalah urbanisasi dari desa ke kota (Zheng, 2013) khususnya dilakukan oleh kaum muda karena bekerja, menikah, atau sekolah. Hal tersebut menyebabkan distribusi penduduk usia muda dan tua tidak seimbang di wilayah pedesaan.

Khusus di Hong Kong, jumlah lansia juga cenderung meningkat. Berdasarkan informasi dari Departemen Sensus dan Statistik, Hong Kong akan mengalami peningkatan jumlah penduduk hingga 8,22 juta jiwa pada tahun 2043 dengan jumlah lansia sebesar 31 persen dari jumlah penduduk atau sekitar kurang lebih 2.550 ribu orang lansia (Tsang, 2017). Saat ini jumlah penduduk Hong Kong sebesar 7.421.453 (Mei 2018) dengan jumlah lansia sebesar 16,5 persen dari jumlah penduduk tersebut (Tsang, 2017).

Jumlah lansia yang besar ini tentunya akan memberikan dampak baik positif maupun negatif. Kekurangan lansia biasanya adalah sebagai beban bagi anggota keluarga yang produktif termasuk pemerintah terutama dalam perawatan dan layanan kesehatan. Meskipun lansia mempunyai kebutuhan yang harus dipenuhi oleh anggota keluarga maupun pemerintah, namun lansia juga memiliki potensi. Potensi lansia misalnya sebagai konsumen potensial bagi produk-produk lansia seperti makanan, minuman, vitamin, pakaian, pengobatan, perawatan, teknologi, bahkan hiburan dan menikmati waktu luang. Salah satu menikmati waktu luang yang kini digemari lansia khususnya di Tiongkok adalah berwisata. Banyak pensiunan berusia lanjut yang menikmati hari tua mereka dengan menikmati perjalanan berwisata.

Motivasi lansia berwisata umumnya adalah untuk memenuhi kepuasan psikologis dan aktualisasi diri sehingga mereka mendapatkan kualitas hidup yang lebih baik (Hsu, Cai, & Wong, 2007).

Berkembangnya tren berwisata di kalangan masyarakat Tiongkok termasuk lansia, terutama berwisata ke wilayah lain, adalah sebagai dampak dari perkembangan ekonomi Tiongkok dan meningkatnya serta semakin baiknya kesejahteraan penduduk. Kesempatan berwisata termasuk perjalanan ke luar negeri penduduk Tiongkok sejalan dengan semakin terbukanya ekonomi Tiongkok. Padahal, sebelum Kebijakan Pintu Terbuka atau Reformasi Ekonomi Tiongkok tahun 1978, perjalanan ke luar negeri apalagi berwisata sangat ketat diawasi Negara (Chan, 2016). Namun saat ini, perjalanan berwisata penduduk Tiongkok ke luar negeri menjadi yang terbesar di dunia yaitu sekitar 100 juta perjalanan wisata di tahun 2015 (Chan, 2016). Sebagian besar dari mereka melakukan perjalanan wisata ke negara-negara Asia seperti Singapura, Thailand, Vietnam, Kamboja, Korea Selatan, Jepang, Hong Kong, dan Makau. Gelombang perjalanan wisata lansia Tiongkok ini terus meningkat hingga dapat mencapai lebih dari 5 juta perjalanan setiap tahunnya (Weiyuan, 2015). Dari sekian jumlah lansia yang berwisata, terdapat lebih dari 47 persen lansia melakukan perjalanan jarak jauh (*ibidem*).

Kegiatan mengisi waktu luang di kalangan lansia dengan berwisata diharapkan dapat menciptakan kebahagiaan lansia di masa tua. Disamping itu, mengisi waktu luang dengan rekreasi dapat memberikan dampak lain baik fisik maupun jiwa. Menurut Wang & Wang (2011), kegiatan mengisi waktu luang lansia dapat menciptakan fungsi tubuh untuk tetap baik dan sebagai penghargaan terhadap diri lansia. Mengisi waktu luang dengan rekreasi juga dapat menenangkan suasana hati, memperbaiki kemampuan fisik, memperlambat proses

penuaan dan kepikunan, meningkatkan kualitas hidup, dan kesehatan. Oleh karena itu, mengisi waktu luang lansia dengan berwisata diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif meningkatkan kebahagiaan dan harapan hidup lansia.

KEBIJAKAN PARIWISATA DI TIONGKOK: 1980 – 2000

Tiongkok merupakan salah satu negara yang sedang berkembang dengan tren jumlah lansia yang terus mengalami peningkatan. Berbeda dengan banyak negara maju, umumnya lansia Tiongkok masuk usia tua sebelum kaya (Hsu, Cai & Wong, 2007). Namun, jaminan sosial berupa asuransi kesehatan dan pensiunan cukup membantu para lansia Tiongkok untuk hidup lebih layak. Motivasi kaum lansia menikmati waktu luang atau berwisata biasanya untuk kebutuhan dan kepuasan psikologis serta aktualisasi diri mereka. Dengan demikian, kegiatan menikmati waktu luang dapat memberikan dampak pada peningkatan kualitas hidup yang lebih baik pada lansia (Hsu, Cai & Wong, 2007). Hal ini memungkinkan, menikmati waktu luang dengan berlibur akan menjadi gaya hidup para lansia di kemudian hari.

Sebelum Reformasi Ekonomi 1978 dengan Kebijakan Pintu Terbukanya, kegiatan berlibur bagi kebanyakan masyarakat Tiongkok khususnya orang tua hanya merupakan kegiatan bagi orang yang memiliki uang banyak dan berkuasa (Hsu, Cai & Wong, 2007). Namun, setelah Kebijakan Pintu Terbuka diikuti dengan perkembangan ekonomi Tiongkok dan meningkatnya kesejahteraan rakyat, kegiatan berlibur menjadi sebuah pilihan untuk menikmati waktu luang. Pariwisata domestik di Tiongkok mulai disahkan oleh pemerintah pada tahun 1984. Pada saat itu, kaum tua yang biasanya bersifat tradisional, kini pun menerima dan mendukung kebijakan dan kegiatan berwisata atau berlibur dalam mengisi waktu luang (Hsu,

Cai & Wong, 2007).

Di sekitar tahun 1983, pemerintah Tiongkok hanya memperbolehkan warganya pergi ke luar untuk melakukan kegiatan bisnis dan sekolah. Namun, di tahun 1990-an, pemerintah Tiongkok mulai memperbolehkan warganya untuk melakukan perjalanan wisata ke luar negara. Pada tahun 1990 dan 1996, perjalanan wisata penduduk Tiongkok meningkat sekitar 20 persen per tahun (Tretheway & Mak, 2006). Rata-rata penduduk Tiongkok senang melakukan perjalanan wisata ke wilayah ke Hong Kong termasuk ke Shenzhen dan Guangzhou.

Pada awalnya, penduduk Tiongkok dengan persetujuan Asosiasi Pariwisata Nasional Tiongkok (*The Chinese National Tourism Association*, CNTA) hanya mendapatkan izin visa perjalanan pariwisata pada beberapa negara tertentu saja (*Approved Destination Status*, ADS). Tanpa persetujuan CNTA, individu hanya boleh melakukan perjalanan bisnis (Tretheway & Mak, 2006). Seiring perjalanan waktu, kini Tiongkok telah memiliki 600 kantor perjalanan resmi yang dapat memberikan layanan perjalanan ke luar pada negara-negara ADS lainnya. Kantor-kantor yang telah mendapat pengesahan dari CNTA dapat mengurus visa bagi konsumennya untuk melakukan perjalanan atau pariwisata ke luar negara.

CNTA ini menjadi agen yang penting bagi pertumbuhan turis Tiongkok untuk menikmati wisata ke luar negara. CNTA juga menjadi biro yang menentukan negara mana yang bisa menarik turis Tiongkok melalui program ADS-nya. Saat ini, beberapa negara di Eropa menikmati banjirnya turis Tiongkok yang banyak membelanjakan uang mereka di sana. Secara umum, kebanyakan turis Tiongkok dianggap memiliki uang banyak ketika mereka berliburan ke Eropa. Pada tahun 2004, CNTA menandatangani kesepakatan dengan masyarakat Eropa, di mana dengan

kesepakatan tersebut, turis Tiongkok difasilitasi pariwisatanya 'ke' dan selama di Eropa (Tretheway & Mak, 2006). Dengan persetujuan CNTA ini pula, negara-negara yang disetujui dapat mempromosikan pariwisata negaranya kepada penduduk Tiongkok di daratan Tiongkok.

Dengan demikian, hal tersebut dapat menjadi keuntungan bagi negara-negara yang masuk ADS dalam menarik wisatawan Tiongkok ke negerinya, di mana wisatawan Tiongkok akan memberikan pemasukan atau pendapatan bagi negara tersebut di sektor pariwisata. Maka tidak heran, jika kebijakan pariwisata, seperti Hong Kong sebagai wilayah yang berdekatan, banyak ditujukan untuk menarik wisatawan dari daratan Tiongkok. Pada tahun 2015, wisatawan daratan Tiongkok menjadi sumber wisatawan terbesar bagi Hong Kong yang mencapai 77 persen dari keseluruhan wisatawan yang datang (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2016).

KEBIJAKAN PARIWISATA DI HONG KONG: 1998-1999

Geliat industri pariwisata di Hong Kong kurang lebih dimulai sejak tahun 1950-an dan dalam dua dekade industri pariwisata Hong Kong menjadi tantangan bagi destinasi pariwisata-pariwisata yang ada di Asia. Negara Asia seperti Singapura dan Thailand merupakan negara-negara yang aktif dalam mempromosikan pariwisatanya, namun Hong Kong menjadi pesaing bagi negara-negara ini. Semua ini tentunya tidak terlepas dari usaha Hong Kong mengimplementasikan berbagai kebijakan yang mendorong pariwisatanya. Apalagi pariwisata menjadi salah satu sumber pendapatan negara yang penting bagi Hong Kong yang menarik mata uang asing dan menjadi penyeimbang defisit perdagangan serta menarik banyak tenaga kerja. Karenanya, Hong Kong berusaha menggali potensi dan mengatasi kelemahan dalam industri pariwisatanya serta mendukung

produk pariwisata dengan distribusi yang baik, promosi dan aktivitas penjualan yang menarik ((Yau & Chan, 1990). Selain itu, Hong Kong juga melakukan strategi yang lebih baik lagi dalam peningkatan pelayanan dalam hal layanan perjalanan, penerbangan dengan badar udaranya, hotel dan sebagainya.

Sebagai mesin yang menarik mata uang asing dan menyerap tenaga kerja yang cukup signifikan, maka pemerintah Hong Kong merasa perlu terus memperbaiki kualitas industri pariwisata. Pemerintah berusaha untuk menyediakan institusi kerja dan dukungan dana yang diperlukan dalam mendorong kemajuan industri pariwisata. Di samping itu, pemerintah juga berusaha membangun infrastruktur yang dibutuhkan dan memfasilitasi para pengunjung yang datang ke Hong Kong. Untuk meningkatkan daya tarik Hong Kong, pemerintah berusaha untuk terus menggali atraksi-atraksi pariwisata yang menarik dan memperbaiki serta meningkatkan yang sudah ada. Pemerintah juga berusaha memfasilitasi dengan dukungan moril dan dana untuk Asosiasi pariwisata Hong Kong (HKTA, *Hong Kong Tourist Association*) sehingga dapat menjalankan tugasnya dengan baik (1999 Policy Adress, 1999).

Untuk mendukung perkembangan industri pariwisatanya, pemerintah Hong Kong menunjuk Komisioner Pariwisata untuk membentuk Komisi Pariwisata di bawah tanggung jawab komisioner ini. Tugas utama dari komisi ini adalah membuat strategi ke depan untuk pembangunan industri pariwisata. Pemerintah Hong Kong juga aktif membuat konsultasi dan forum publik mengenai pariwisata. Disamping itu pemerintah juga membangun Kelompok Strategi Pariwisata sebagai sarana forum diskusi mengenai isu-isu penting seputar perkembangan pariwisata di Hong Kong (1999 Policy Adress, 1999).

Kebijakan pariwisata Hong Kong di tahun 1999 merupakan langkah yang

dikatakan sukses. Setelah lemahnya industri pariwisata, tahun 1999 industri pariwisata mulai didorong kembali dengan lebih serius. Beberapa kebijakan pariwisata yang dilakukan pemerintah Hong Kong sudah mampu memenuhi target yang diharapkan.

Secara terperinci, berikut beberapa kebijakan yang diambil pemerintah Hong Kong dalam membangun sektor industri pariwisatanya yang cukup berhasil, yaitu (1999 Policy Adress, 1999):

Pertama, melakukan Pembangunan dan perbaikan infrastruktur, fasilitas dan produk pariwisata (1999 Policy Adress, 1999). Pembangunan dan perbaikan infrastruktur maupun fasilitas dan produk yang telah ada sangat diperlukan untuk terus mendukung perkembangan industri pariwisata dan harapan dari para wisatawan. Pemerintah Hong Kong dalam hal ini telah melakukan beberapa hal yang dalam tahun 1998 telah berhasil dilaksanakan. Beberapa inisiatif perbaikan yang telah dilakukan oleh pemerintah Hong Kong adalah: Pembentukan *Heritage Tourism Task Force* pada November 1998 yang bertugas mempromosikan wisata-wisata peninggalan sejarah yang ada di Hong Kong. Kemudian, pengemasan ulang daerah-daerah tertentu di *Shelly Street, Central* dan *Kowloon City* dengan tema "*Themes dining districts*". Selanjutnya, meluncurkan "*Bird-Fish Flower Leisure Experience*" di mana wisatawan dapat melakukan tur di pasar bunga dan burung di Kowloon. Wisata ini sangat cocok dilakukan oleh kaum lansia karena kemudahan dan kenyamanan yang diberikan. Lalu, meluncurkan tahap kedua (Desember 1998) dan tahap ketiga (September 1999) mengenai *Architectural Walking Tour* di Kowloon dan masing-masing *New Territories*. Berusaha membangun 100 layanan telepon pada lokasi-lokasi yang sering kali dikunjungi wisatawan. Kemudian, membangun database komputer yang mempermudah aliran informasi antara anggota HKTA,

service providers (penyedia layanan) dan pengunjung. Pemerintah juga memperbaiki dan meningkatkan fasilitas turis dan berbagai atraksi serta memperbaiki jalur atau jalanan dan pencahayaan di beberapa tempat di wilayah turis; termasuk memperbaiki tanda pengenalan turis (*visitor signate*) di wilayah wisatawan dan skema *tour group* untuk pengunjung dari daratan Tiongkok. Lalu, menyediakan *Green Guide to Hong Kong* yang meliputi semua warisan alam yang ada di Hong Kong. Pemerintah juga berusaha memudahkan rencana kunjungan masuk dari warga Taiwan dan meningkatkan wisata dengan multimedia *theme park*.

Kebijakan-kebijakan pemerintah Hong Kong yang mendukung sektor pariwisata umumnya berkisar pada kemudahan akses bagi wisatawan. Pemerintah berusaha memperbaiki dan menambah infrastruktur, fasilitas, dan layanan yang menunjang industri pariwisata. Slogan-slogan Hong Kong sebagai tujuan wisata yang multi destinasi bukan hanya menarik bagi wisatawan muda dan berduit, namun juga para lansia yang ingin menikmati kota dan hiburannya.

Hong Kong bisa dikatakan lebih pada wisata kota dengan berbagai fasilitas hiburan. Namun, ini tidak menutup untuk menarik wisatawan dari lansia untuk menikmati kemudahan, fasilitas dan layanan kenyamanan untuk semua usia. Atraksi-atraksi hiburan, festival, pemandangan, green tourism, atraksi budaya, pertunjukan tradisional, arsitektur sejarah, perjalanan wisata dengan kapal pesiar dan kereta, dan belanja juga tidak menutup untuk ditawarkan pada para lansia.

Pada tahun 2000 pemerintah melakukan perbaikan dan penyempurnaan pada destinasi wisata '*Peak*'. Pemerintah juga berusaha melakukan survei kepada pengunjung mengenai perilaku dan keputusannya untuk melakukan kunjungan wisata ke Hong Kong dan survei daya saing harga yang berkaitan dengan wisata di Hong

Kong. Selain itu pemerintah juga melakukan promosi dengan disebarluaskan mengenai Kalender Festival, sebaran khusus, dan promosi multi media yang mempromosikan mengenai *Heritage Tourism* dan sebagainya. Pemerintah juga memperbaiki sistem informasi perkembangan hotel terkini yang memberikan informasi yang diperlukan oleh pelanggan. Kemudian, menerapkan *a pilot visitor signate improvement project* di kawasan *Star Ferry*. Lalu membangun *International Wetland Park* di wilayah utara Tin Shui Wai (Departemen Pertanian dan Perikanan). Serta membuat sebuah piagam bagi industri pariwisata sebagai tanda tanggungjawab mereka dalam mendukung penerapan strategi pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan (*enviromentally sustainable development strategy*) ((1999 Policy Adress, 1999).

Kemudian, langkah **Kedua** kebijakan yang diambil oleh pemerintah Hong Kong adalah meningkatkan kualitas pelayanan industri pariwisata. Pemerintah Hong Kong berusaha memperbaiki kualitas pelayanan dari pintu pertama hingga akhir seperti dari bandara, hotel, restoran, toko, *tourist spot* hingga pengunjung kembali ke asalnya. Dengan baiknya pelayanan yang diberikan Hong Kong kepada wisatawan, maka pemerintah berharap pengalamam pengunjung ke Hong Kong akan disebarluaskan oleh mereka yang terpuaskan dengan pelayanan dan fasilitas wisata yang ada di Hong Kong (1999 Policy Adress, 1999).

Untuk mempromosikan pelayanan yang maksimal bagi wisatawan di Hong Kong, pemerintah melakukan kampanye pada 1998 yaitu "*Be A Good Host*" yang ditujukan kepada masyarakat dan pekerja di sektor pariwisata. Pemerintah juga mengeluarkan *Quality Tourism Services Scheme* sebagai standar pelayanan prima bagi wisatawan. Pemerintah berusaha memberikan penerangan kepada masyarakat mengenai pentingnya pariwisata bagi

kehidupan ekonomi sosial masyarakat dan negara serta pentingnya keramahtamahan terhadap wisatawan.

Secara detail, hal-hal yang dilakukan pemerintah Hong Kong dalam meningkatkan kualitas pariwisatanya adalah: (1) Memperkenalkan skema “*Quality Tourism Services*” pada tahun 1999 untuk usaha toko dan restoran; (2) Mempromosikan kampanye “*Be A Good Host*” melalui video dan televisi; dan (3) Memperkenalkan *guide taxi* yang mampu menggunakan bahasa Tiongkok, Inggris dan Jepang.

Untuk langkah **Ketiga**, pemerintah Hong Kong berusaha untuk mempromosikan Hong Kong sebagai tujuan wisata yang menarik (1999 Policy Adress, 1999). Hong Kong berusaha menjadi tujuan wisata internasional, karenanya perlu peningkatan kerangka institusi yang kuat untuk mendukung perkembangan pariwisata di Hong Kong. Komisi Pariwisata yang mengepalai Komisioner untuk pariwisata yang dibangun tahun 1999 berusaha memelopori pembangunan turism yang lebih baik lagi. HKTA juga berusaha memperbaiki strategi untuk meningkatkan pariwisata dan organisasinya dalam menghadapi tantangan ke depan. HKTA bertindak sebagai marketing yang mempromosikan pariwisata Hong Kong yang unik dan berbeda dari wilayah lain baik di dalam Hong Kong maupun di luar Hong Kong (seperti wilayah daratan Tiongkok).

Pemerintah juga berusaha meningkatkan mutu dari daya tarik Hong Kong serta menciptakan daya tarik yang baru. Untuk ini, pemerintah memberikan dana dalam mencari daya tarik lain dari Hong Kong yang dapat menarik wisatawan. Komisi untuk pariwisata juga bekerja sama dengan pemerintah dalam membuat kebijakan-kebijakan yang sesuai dan dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata serta dalam penerapan daya tarik wisata yang baru

(1999 Policy Adress, 1999).

Pemerintah Hong Kong terus berupaya memberikan yang terbaik bagi industri pariwisata. Studi-studi dilakukan untuk menemukan cara dan inovasi baru dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik wisata. Misalnya saja melalui *Tourism Development Fund* (dana pembangunan pariwisata), Hong Kong berupaya untuk mempelajari daya tarik yang diminati wisatawan di destinasi *aquatic center*, kemudian mempelajari perkembangan pasar di bidang perhotelan dan resort, studi mengenai internasional *wetland park* dan *visitor center*, aplikasi teknologi informasi untuk perkembangan ekologi, masyarakat dan ekonomi yang berkaitan dengan pariwisata, peningkatan promosi di luar Hong Kong, serta melakukan kerjasama dengan otoritas daratan Tiongkok misalnya mengenai 3 hari bebas visa bagi wisatawan yang datang dari Shenzhen dan membangun kantor perwakilan HKTA di Beijing dan Shanghai (1999 Policy Adress, 1999).

Dalam hal ini, pemerintah Hong Kong sangat antusias untuk melakukan promosi secara masif mengenai wisata-wisata yang bisa dinikmati di Hong Kong. Sekitar kurang lebih tahun 2014-2015. Hong Kong mengeluarkan sekitar \$747,9 juta untuk the *Hong Kong Tourism Board* (HKTB pengganti HKTA) untuk biaya operasional dan promosi (LCQ18: *Regulation of tourism industry*, 2015). Promosi ini dilakukan untuk menarik wisatawan dari Asia seperti Tiongkok, Jepang, Korea, Singapura, India, Malaysia atau Indonesia dan juga berusaha menarik wisatawan dari Amerika dan Eropa. Hong Kong rela membayar mahal untuk promosi ke stasiun-stasiun televisi asing untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang ke wilayahnya. Hal ini tidak terlepas dari Hong Kong menyadari, pentingnya industri pariwisata bagi ekonominya. Karenanya, semua link menuju perbaikan pariwisata terus digenjut oleh pemerintah.

KEBIJAKAN PARIWISATA DI HONG KONG: 2002-2016

Pada tahun 2002-an, pemerintah Hong Kong berusaha membangun daya tarik dari berbagai wilayah yang ada di Hong Kong dan menjadikannya sebagai destinasi wisata yang sangat menarik. Pemerintah juga membangun serta memperbaiki berbagai fasilitas yang ada di berbagai destinasi wisata seperti *The Central and Western District*, *Sai Kung waterfront* and *Lei Yue Mun*, *the Tsim Sha Tsui Promenade*, *Stanley waterfront and the Peak*. Selain itu *visitor signate* (tanda pengunjung) di berbagai wilayah didirikan dengan tujuan untuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung. Pemerintah juga berusaha meningkatkan kualitas destinasi seperti di Hong Kong Disneyland, *Tung Chung Cable Car* dan *Hong Kong Wetland Park*. Kemudian pemerintah juga terus memperbaiki wisata warisan (*heritage tourism*) misalnya saja pemerintah bersama pihak swasta memperbaiki *Marine Police Headquarters* (MPHQ) yang bertujuan agar masyarakat dan pengunjung dapat menghargai warisan budaya yang unik yang berada di Hong Kong (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2003).

Selain itu, pemerintah juga membangun simpul *the South-East Kowloon* yang terintegrasi dengan kawasan seni, budaya dan hiburan di *West Kowloon*. Kemudian pembaharuan dan perlindungan *the Central Police Station*, *Victoria Prison* dan *the former Central Magistracy compound* ke dalam *a heritage-themed development* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2003). Di *Ocean Park* sendiri akan dibangun simpul wisata *Aberdeen Harbour*. Kemudian membangun pencahayaan yang dikenal dengan *Harbour Lighting* untuk memberikan sebuah wisata lampu di *Victoria Harbour* dengan teknologi efisiensi energi.

Pemerintah Hong Kong berusaha untuk memberikan wisata yang menarik

dan tidak meninggalkan unsur tradisional dan peninggalan yang ada di Hong Kong. Karenanya pemerintah juga menggali dan membangun *heritage tourism* yang ada di Hong Kong seperti *Heritage and Architectural Walks* yang memperkenalkan corak sejarah dan warisan Hong Kong pada pengunjung. HKTB (*Hong Kong Tourism Board*) juga memperkenalkan pengalaman budaya dan gaya hidup yang dikenal dengan *Cultural Kaleidoscope* di mana wisatawan dapat mencoba *tai chi* dan *kung fu*, serta mengenal seni *Cantonese opera*, *Chinese tea preparation*, *Chinese antiques* dan *feng shui*.

Dengan digenjoitnya pariwisata di Hong Kong, pemerintah terus berupaya melakukan kebijakan yang berkaitan dengan sumber-sumber wisata yang dapat menarik wisatawan. Pemerintah berupaya melakukan *green tourism*, menggunakan kombinasi informasi, akses, *signate* dan program yang mendukung pariwisata. Selain itu, pemerintah Hong Kong mengeluarkan *The Travel Agents (Amendment) Ordinance 2002* pada 1 November 2001 yang menempatkan skema lisensi dalam mengatur agen-agen perjalanan *inbound* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2003). Pemerintah juga memberikan subsidi pelatihan dalam memberikan panduan bagi wisatawan sebagai usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Pihak yang lulus dalam latihan sebagai pemandu akan dipekerjakan sebagai pemandu wisatawan. Kemudian HKTB melakukan *Quality Tourism Services Scheme* yang bertujuan untuk meningkatkan standar pelayanan bagi *retail* dan restoran.

Pemerintah melalui HKTB berusaha menciptakan Hong Kong sebagai kota wisata yang ramah dan menarik dengan merangkul masyarakatnya untuk ikut berpartisipasi. Maka tidak heran, jika pariwisata Hong Kong terus mengalami peningkatan dalam jumlah wisatawan. Karenanya, pemerintah bekerjasama dengan HKTB akan berupaya mempopulerkan Hong Kong sebagai *Asia's*

World City (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2003).

Pada awal tahun 2003, Hong Kong mengalami wabah sindrom pernapasan akut atau *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Hal ini menyebabkan turunnya kunjungan pariwisata ke Hong Kong. Setelah serangan SARS ini, pemerintah Hong Kong kembali bekerja keras untuk menarik wisatawan lokal dan mancanegara untuk datang ke Hong Kong. *Tourism Commission* dan HKTB kembali bekerja untuk melakukan promosi berbagai event atau agenda dan destinasi wisata.

Pada tahun 2004, perbaikan pada beberapa fasilitas yang dilakukan di tahun 2003 kembali dilanjutkan dan disempurnakan. Pada tahun ini, pemerintah Hong Kong meluncurkan *A Symphony of Lights* yang merupakan pencahayaan multi media berkelas dunia (*world class multimedia light*) dan didukung oleh pertunjukan suara musik yang ceria. Pertunjukan ini dilakukan setiap malam sepanjang waterfront sebagai pertunjukan malam yang khas di *Victoria Harbour* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2004). *A Symphony of Lights* meliputi 18 gedung dan harapannya akan bertambah sebanyak 33 gedung di sepanjang pelabuhan hingga akhir 2005. Pertunjukan ini diharapkan menjadi pemandangan malam di Hong Kong. Selain itu, terdapat atraksi baru yang terkenal di kalangan wisatawan yaitu *The Avenue of Stars* yang mampu menyedot banyak penonton.

HKTB juga berusaha membangun “*Architecture Walk*” yang merupakan kolaborasi dengan Hong Kong *Institute of Architects* yang mempertunjukkan sejarah dan warisan arsitektur masa lampau. HKTB sangat berinisiatif untuk mengangkat sumber-sumber sejarah sebagai tujuan wisata melalui arsitektur dan budaya (seperti *tai chi and kung fu, arts of Cantonese, opera, Chinese tea preparation, Chinese antiques* dan *feng shui*).

Hal terpenting pariwisata Hong Kong adalah dibukanya taman hiburan Hong Kong *Disneyland* pada bulan September 2005. Pembangunan dan pembukaan Hong Kong *Disneyland* ini mampu menjadi tujuan pariwisata premium bagi wisatawan Asia dan diharapkan mampu membawa keuntungan ekonomi sebesar 148 miliar Hong Kong (Saat ini, kurang lebih 2,67 triliun rupiah) dalam 40 tahun (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2005). Pada tahun 2006, beberapa destinasi wisata seperti Ngong Ping 360 dengan Ngong Ping *Skyrail* dan Ngong Ping *Village* serta Hong Kong *Wetland Park* telah mengalami penyelesaian dan penyempurnaan. Pemerintah juga membangun fasilitas terminal *cruise/pesiar* yang baru untuk mengatasi lonjakan industri *cruise* seluruh dunia dan lokal serta membuat buku panduan wisata berupa *railway sight-seeing guidebook* yang mempromosikan semua pertunjukan dan wisata hiburan dan peninggalan di Hong Kong (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2005).

Pemerintah melalui Komisi *Tourism*-nya juga berusaha menarik peran serta masyarakat lokal untuk ikut dalam industri pariwisata. Masyarakat dapat ikut mempromosikan daya tarik wilayahnya dalam wisata *green tourism*. HKTB telah membuat publikasi *green tourism* dan keistimewaan *seven hiking tours* dan buku panduan wisata burung di Hong Kong yang bekerjasama dengan Hong Kong *Bird Watching Society*. Pembenahan *website green tourism* agar lebih komprehensif dan mudah diakses oleh pengguna terutama mereka dari kalangan lanjut usia.

HKTB terus berupaya menggali semua sendi di Hong Kong yang dapat dijadikan spot pariwisata. HKTB mempromosikan Hong Kong sebagai tujuan bisnis dan wisata yang menyenangkan bagi pengunjungnya melalui slogannya *worldwide “Hong Kong – Live it, Love it!”* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2005). HKTB akan menjadikan tahun 2006

sebagai *Discover Hong Kong Year*. Promosi dan pemasaran wisata Hong Kong dilakukan ke seluruh dunia dengan *image-image* baru yang ada di Hong Kong. Tahun 2006 akan dipromosikan “*must-visit*” Hong Kong *destination*. Dengan demikian, pemerintah Hong Kong berusaha menciptakan Hong Kong sebagai destinasi yang penting dan perlu sebagai tempat yang kegiatan bisnis dan wisata bagi keluarga dan semua kalangan.

Pada tahun-tahun selanjutnya pemerintah Hong Kong terus memperbaiki fasilitas, pelayanan dan kualitas semua yang mendukung pariwisata. Semua destinasi wisata semakin disempurnakan dan dilengkapi. Pemerintah terus berusaha mempermudah pengunjung atau wisatawan yang hendak berlibur di Hong Kong. Sekitar 170 negara dapat mengunjungi Hong Kong dengan bebas visa untuk periode 7 hingga 180 hari (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2006).

Tahun 2007-2008, pemerintah Hong Kong semakin menggalakkan pariwisatanya. Pemerintah berusaha menciptakan Hong Kong sebagai destinasi wisata dan hiburan bagi kegiatan bisnis. Sebagai tujuan wisata bisnis, HKTB mempromosikan Hong Kong sebagai tujuan utama untuk melakukan *meetings, incentives, conventions and exhibitions* (MICE) dengan target menarik para *event organizers* atau penyelenggara acara, *international organizations* (organisasi internasional) dan *potential visitors* atau pengunjung potensial (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2008). Pemerintah Hong Kong juga berupaya untuk memanfaatkan momen perayaan 10 tahun berdirinya Hong Kong SAR di mana Olimpiade Beijing 2008 menunjuk Hong Kong sebagai perhelatan olah raga pacuan kuda (*equestrian events*). HKTB juga bekerjasama dengan berbagai atraksi untuk menawarkan series of “*edutainment*” *products and activities* atau serangkaian produk dan kegiatan hiburan

pendidikan (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2008). Dengan demikian, pemerintah Hong Kong tidak pernah putus dalam berupaya memanfaatkan semua sisi sebagai peluang pariwisata. Dengan harapan, Hong Kong akan menjadi dan tetap memiliki status sebagai *Asia's world city* (kota dunia di Asia), yaitu menjadi tujuan bagi banyak Negara untuk datang mengunjunginya.

Pada bulan November 2008, pemerintah Hong Kong membangun kantor *Meetings and Exhibitions Hong Kong* (MEHK), untuk mendukung Hong Kong's MICE (*meetings, incentive travels, conventions and exhibitions*) (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2009). Tempat MICE diantaranya adalah AsiaWorld-Expo dekat bandara, *the Hong Kong Convention and Exhibition Centre* (HKCEC) di tengah kota, dan *Hong Kong International Trade and Exhibition Centre* di Kowloon Bay.

Beberapa tempat wisata seperti *Disneyland, Wetland Park, Ngong Ping 360, cruise terminal, Ocean Park* dan beberapa tempat hiburan lainnya semakin ditingkatkan kualitas dan fasilitasnya. Semua jenis budaya dan wisata alam juga terus mengalami perbaikan, pembenahan dan inovasi untuk semakin baik dan menarik terus.

HKTB juga kembali memperbaiki kualitas layanan pariwisata dalam skema *Quality Tourism Services* (QTS) yang bertujuan untuk meningkatkan semua standar pelayanan yang berhubungan dengan pariwisata seperti *retailers, restaurants* dan *visitor accommodations* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2009). Pemerintah juga berusaha menarik minat wisatawan selama berkunjung di Hong Kong dengan mengupayakan menciptakan Hong Kong sebagai *the events capital of Asia* atau ibukota acara di Asia. Pada bulan Juli 2009, pemerintah mengeluarkan dana sebesar \$HK100 juta (kurang lebih sebesar 1.805.750.000 dengan kurs 1 HKD

= ±1.805 IDR) untuk *Mega Events Fund*. Dana ini untuk membantu organisasi lokal nirlaba dalam menghadirkan seni berskala besar, acara budaya dan olahraga di Hong Kong untuk tiga tahun ke depan.

Pemerintah Hong Kong juga kembali memberi kemudahan bagi wisatawan untuk berkunjung ke Hong Kong berupa pelayanan bebas visa bagi 170 negara dan membuat perjanjian dengan Rusia mengenai *mutual visa-abolition* (saling mengapus visa/bebas visa bagi kedua Negara) pada 1 Juli 2009. Pemerintah Hong Kong juga menghapus skema *Tour Group* bagi wisatawan daratan Tiongkok. Hasilnya, *The Individual Visit Scheme (IVS)* atau skema berkunjung secara individu telah menarik para individu dari daratan Tiongkok¹ untuk melakukan perjalanan wisata ke Hong Kong dengan mengatur perjalanannya sendiri. IVS merupakan skema di mana wisatawan dari Tiongkok dapat melakukan perjalanan wisata secara independen tanpa bergabung dengan kelompok tur.

Hong Kong juga menggunakan kulinerinya untuk menarik para wisatawan. HKTB membuat pemasaran mengenai “*Hong Kong Food and Wine Year*” yang juga menjadi ajang promosi begitu beragam dan istimewanya kuliner di Hong Kong. HKTB meluncurkan promosi ini pada April 2009 dan Maret 2010 yang momen publisitas program makanan, minuman dan anggur di Hong Kong (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2009).

Untuk mempromosikan pariwisata dan daya tarik Hong Kong kepada dunia internasional dengan lebih kencang lagi, HKTB menerapkan pendekatan terintegrasi dengan menggabungkan beberapa sumber daya berupa internet, *consumer promotions* dan *public relations activities* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2011). Selain

itu, Hong Kong juga meluncurkan *www.discoverhongkong.com* sebagai situs web konsumen yang menyediakan semua hal yang menarik di Hong Kong. Website ini tersedia dalam 14 bahasa dengan 20 versi penawaran pariwisata yang ada di Hong Kong. Website ini telah berhasil dikunjungi oleh sekitar 4,5 juta orang per bulan (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2011). Ditambah lagi, HKTB meluncurkan *Discover Hong Kong Mobile App Series* yang merupakan pemasaran pariwisata digital melalui telepon pintar dengan seri aplikasi perjalanan.

HKTB juga memperkuat jaringan kerjasama dengan para *travel trade* atau pelaku jasa perjalanan di dalam dan luar Hong Kong. Pada enam bulan pertama tahun 2011, HKTB mengatur 36 *familiarisation trips* ke Hong Kong, yang diikuti oleh 422 perwakilan pelaku jasa perjalanan. Selain itu, HKTB juga bekerja sama dengan *Pearl River Delta* dan berbagai tujuan regional lainnya dalam mempromosikan *multi-destination itineraries* yang terdapat di Hong Kong (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2011). HKTB juga melakukan kolaborasi dengan *the Macau Government Tourist Office, Tourism Administration of Guangzhou Municipality, Zhongshan Municipal Tourism Bureau* dan *Jiangmen Tourism Bureau* dalam mengadakan *roadshows* di wilayah Asia Tenggara, Eropa, dan Amerika Utara dalam mempromosikan *multi-destination travel packages* atau paket perjalanan multi tujuan yang menampilkan Hong Kong, Provinsi Guangdong dan Macau.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, tahun 2011, HKTB kembali menerapkan “*Asia’s World City*” sebagai tema pemasaran globalnya. Dengan tema ini, diluncurkan berbagai daya tarik Hong

¹Meliputi 49 *Mainland cities, including all the 21 cities in Guangdong province, Shanghai, Beijing, Chongqing, Tianjin, Chengdu, Dalian, Shenyang, Jinan, Nanchang, Changsha, Nanning, Haikou, Guiyang, Kunming, Shijiazhuang, Zhengzhou, Changchun, Hefei, Wuhan and a total of nine cities in Fujian (Fuzhou, Xiamen, Quanzhou), Jiangsu (Nanjing, Suzhou, Wuxi) and Zhejiang (Hangzhou, Ningbo, Taizhou).*

Kong sebagai “*Hong Kong’s international and cosmopolitan setting, its unique cultural fusion, vibrant lifestyle and a variety of attractions, as well as its trend-setting image*” (Pengaturan Hong Kong yang internasional dan kosmopolitan, dengan perpaduan budaya yang unik, gaya hidup dan berbagai atraksi yang semarak, serta pengaturan tren yang berkesan) (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2012). HKTB secara gigih berusaha menarik wisatawan dengan berbagai program seperti *year-round programme of mega events* untuk menarik dan memberikan pengalaman menarik dan terbaik bagi wisatawan selama di Hong Kong. Selain itu, HKTB berupaya menciptakan berbagai produk wisata baru, kegiatan, acara, dan berbagai hal yang memenuhi minat, kebutuhan dan keinginan wisatawan dari berbagai segmen usia, negara, budaya dan etnis. Ada 10 kampanye utama dalam mempromosi Hong Kong misalnya *Hong Kong Summer Spectacular* yang menampilkan *Hong Kong Dragon Boat Carnival* di bulan Juli, *Hong Kong Mid-Autumn Festival* di bulan September dan *Hong Kong Winter Fest* di bulan Desember. Kegiatan ini dilaksanakan bersamaan dengan perayaan festival dan budaya tradisional. Dengan berbagai kegiatan wisata tersebut diharapkan para wisatawan memiliki pengalaman berharga dan tak terlupakan sehingga dapat menciptakan kesan Hong Kong sebagai *the Events Capital of Asia* atau ibukota acara di Asia (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2012).

Berkaitan dengan pelayanan *guide* atau pemandu wisata, pemerintah Hong Kong melalui *The Travel Agents Ordinance* mengharapakan travel agen memiliki kualitas pelayanan yang prima. Hal itu terutama berkaitan dengan layanannya terhadap wisatawan yang dilakukan para pemandu wisata. Pemandu wisata atau *guide* ini diharuskan telah menjalani pelatihan dan lulus dalam ujian sebagai pemandu wisata.

Para *guide* ini harus mematuhi “*Code of Conduct for Tourist Guides*” (kode etik untuk pemandu wisata) yang dikeluarkan oleh *The Travel Industry Council of Hong Kong (TIC)* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2013). Untuk peningkatan kualitas para pekerja wisata, pemerintah Hong Kong juga memberikan subsidi kepada para anggota atau pemberi jasa di travel-travel agen dengan pengetahuan profesional, keahlian dan kemampuan pelayanan yang lebih baik lagi. Untuk para *guide*, pemerintah memberikan *Continuous Professional Development Programme (CPD Programme)*, program pengembangan profesional berkelanjutan) yang dilakukan untuk meningkatkan pelayanan para *guide* nanti dan juga sebagai media untuk memperbaharui *Tourist Guide Pass* (tandan kelulusan sebagai pemandu wisatawan) mereka. Pada pertengahan tahun 2013, Hong Kong memiliki 6.630 pemandu wisata terakreditasi. Pada Juli 2013, terdapat 5.300 anggota travel agen yang menjalani Kursus spesialisasi dalam meningkatkan kemampuan dan kualitas pelayanan mereka (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2013).

Untuk bisa mempromosikan kenyamanan dan pembangunan yang berkelanjutan pada industri pariwisata, di tahun 2011 pemerintah melakukan review terhadap kerja dari manajemen sektor pariwisata. Kemudian, pemerintah Hong Kong membentuk badan independen menurut undang-undang yaitu *Travel Industry Authority (TIA)*, yang bertanggung jawab terhadap semua peraturan travel agen, pemandu wisata dan pendamping tur perjalanan (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2013). Diharapkan, nantinya *draft* legislasi (TIA, pariwisata, perangkat, dan tugasnya) dapat diperkenalkan kepada Dewan Legislatif di tahun 2014 dan TIA dapat beroperasi pada tahun 2015.

Pada tahun 2012, pemerintah menambah sekitar \$HK150 juta untuk

kegiatan mega *event*. Dana tersebut digunakan, pertama sebagai finansial insentif untuk menarik atau membangun *high profile mega events* Hong Kong yang baru. Kedua untuk melanjutkan kembali sebagai tuan rumah berbagai kegiatan *mega arts, cultural, sports and entertainment events* di Hong Kong yang dilakukan oleh organisasi nirlaba lokal (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2014).

Disamping terus membangun fasilitas seperti hotel-hotel berkelas, Pemerintah Hong Kong juga terus membangun dan menambah wahana hiburan yang baru dan meningkatkan kualitas yang telah ada. Misalnya sebagai *Asia's culinary capital*, Hong Kong pada tahun 2016 akan mengadakan festival dengan skala besar di *New Central Harbourfront*. Sebuah festival kuliner dan *wine* serta *live entertainment* di *waterfront of the Victoria Harbour* (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2016).

Pada tahun 2015, HKTB telah mengorganisir 29 *familiarization trips* ke Hong Kong, dimana diikuti oleh 550 perwakilan pelaku atau usaha perjalanan (Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2016). Kerjasama dengan badan administrasi pariwisata lainnya yang ada di daratan Tiongkok atau Negara lain terus dikembangkan untuk mempromosikan multi destinasi pariwisata yang ada di Hong Kong. Hal ini dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media seperti *organising roadshows, travel missions, familiarization trips, joint participation in major international travel trade shows and advertisement*.

KEBIJAKAN PARIWISATA DAN LANSIA

Penerapan kebijakan pariwisata di Hong Kong yang lebih *liquid* (cair) dan *loose* (longgar) juga memberikan kenyamanan bagi wisatawan lansia. Wisatawan lansia yang berkunjung ke Hong Kong akan menikmati kebijakan wisata dengan

itinerary atau rencana perjalanan yang ringan serta yang berbasis lingkungan (*green tourism*), wisata sejarah, kuliner dan yang menarik adalah wisata pesiar/*cruise*.

Dari hasil survey yang dilakukan oleh Hsu, Cai, & Wong (2007) ada dua hal yang mendorong kelompok usia lanjut berkeinginan melakukan kegiatan hiburan atau pariwisata. Pertama yaitu *external conditions* (kondisi eksternal) dan *internal desires* (keinginan internal). *Internal desire* atau keinginan dari dalam. Dengan demikian, tentu ada banyak alasan atau motivasi sehingga seorang yang sudah berusia lanjut berkeinginan untuk melakukan perjalanan pariwisata atau tidak. *External conditions* terdiri dari beberapa hal yaitu *improved living standards* (Peningkatan standar hidup), *personal financial resources* (Sumber keuangan personal), *time resources* (Ketersediaan waktu), dan *health conditions* (Kondisi kesehatan).

Berkaitan dengan kondisi standar hidup, umumnya para lansia atau orang tua melakukan perjalanan wisata karena kegiatan tersebut dapat menjadi indikator kondisi ekonomi mereka yang mapan di lingkungan masyarakat saat mereka telah senior dalam usia. Lansia akan melakukan perjalanan pariwisata di saat mereka memiliki kelebihan uang, baik karena simpanan mereka maupun karena didukung finansial oleh anak. Banyak wisatawan lansia yang datang ke Hong Kong adalah berasal dari Asia dan Eropa. Sebagian besar mereka adalah untuk menikmati hiburan kota di Hong Kong. Begitu pula halnya dengan wisatawan dari Tiongkok. Umumnya mereka melihat pariwisata di Hong Kong berbeda dengan di daratan. Penuh gempita dan semarak. Hal ini terkait dengan jenis wisata yang ditawarkan pemerintah Hong Kong lebih modern dan sangatlah beragam atau multi destinasi.

Kebanyakan lansia melakukan perjalanan wisata ke Hong Kong, selain alasan karena mereka memiliki uang

setelah hari tuanya dan waktu luang yang lebih banyak, juga karena jarak yang dekat sehingga tidak melelahkan dalam perjalanan dan faktor budaya serta bahasa yang tidak terlalu berbeda jauh. Setelah pensiun, kebanyakan lansia yang memiliki uang dan waktu luang akan lebih memilih melakukan perjalanan santai yang penuh cita rasa atau wisata. Hong Kong memiliki banyak penawaran atraksi dan wisata budaya serta wisata peninggalan dan warisan sejarah. Begitu banyak atraksi budaya yang ditawarkan Hong Kong yang bukan hanya dapat dikonsumsi oleh usia produktif namun juga para lansia. Banyak budaya lampau yang diangkat lagi oleh pemerintah Hong Kong untuk menjadi konsumsi pariwisata dan diminati oleh lansia seperti *tai chi* dan *kung fu*, seni *Cantonese opera*, *Chinese tea preparation*, *Chinese antiques* dan *feng shui*.

Wisata hijau yang berkenaan dengan lingkungan dan alam atau *Green tourism*, pertunjukan-pertunjukan, wisata peninggalan bersejarah, wisata kuliner, wisata kapal pesiar, dan wisata kota merupakan bagian dari pariwisata Hong Kong yang dapat dinikmati terus oleh para lansia. Kebijakan pemerintah Hong Kong yang umumnya untuk menarik berbagai segmen wisatawan baik usia, asal, dan etnis telah mampu serta sesuai dengan para lansia. Perbaikan kualitas layanan *restaurant* dan akomodasi serta pemandu wisata juga mempermudah pelayanan bagi lansia.

Indonesia sendiri mempunyai peluang sebagai destinasi wisata para lansia dari Asia dan Eropa. Sebagai salah satu destinasi wisata, pemerintah Indonesia berusaha memberikan kemudahan bagi wisatawan lansia misalnya dalam memperoleh visa dan izin tinggal terbatas. Meskipun secara infrastruktur pariwisata, Indonesia masih belum ramah lansia, misalnya alat transportasi yang mudah lansia naik dan turun, tempat hijau dengan fasilitas lansia, akomodasi untuk lansia,

dan ketersediaan produk-produk untuk lansia. Selain itu, pengembangan destinasi wisata untuk lansia juga masih terbatas. Umumnya destinasi wisata Indonesia masih bersifat umum atau untuk semua kalangan usia. Hal ini bukan hanya terbatasnya jumlah wisatawan lansia, namun juga di Indonesia belum umum dengan lansia yang berwisata independen. Hal ini dikarenakan, kebanyakan lansia masih memilih berlibur bersama keluarga di wilayah yang tenang seperti pegunungan atau wisata religi mengunjungi tempat-tempat suci atau sakral.

PENUTUP

Banyak hal yang dilakukan pemerintah Hong Kong dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Hong Kong. Hong Kong memang kini terkenal sebagai salah satu destinasi wisata yang menarik dan hal ini tidak terlepas dari usaha pemerintah Hong Kong menerapkan kebijakan yang mampu meningkatkan industri wisatanya khususnya bagi wisatawan lansia. Beberapa hal yang secara umum dilakukan pemerintah Hong Kong dalam industri pariwisata dan memberikan manfaat bagi wisatawan lansia misalnya adalah: Memperbaiki infrastruktur dan fasilitas yang menunjang pariwisata seperti bandara, jalan, *rail/trem* dan alat transportasi lainnya. Kemudian memperbaiki berbagai arsitektur dan budaya peninggalan bersejarah sebagai *spot* destinasi wisata warisan pemerintah juga memperbaiki pelayanan baik di hotel, restoran, tempat pembelanjaan maupun pelayanan *guide*; membangun tempat-tempat wisata baru di seluruh kota Hong Kong, misalnya memanfaatkan *green tourism* dengan partisipasi masyarakat serta membangun taman bermain seperti Hong Kong Disneyland. Pemerintah Hong Kong juga melakukan promosi-promosi secara masif baik melalui televisi, brosur, *people to people*, maupun iklan yang disebar ke berbagai negara melalui *tv channel*

dan media lainnya. Tidak ketinggalan pemerintah memperbaiki semua fasilitas di tempat hiburan atau destinasi wisata dan melengkapinya dengan berbagai fasilitas baru dan memadai. Tidak kalah penting adalah memudahkan kedatangan wisatawan untuk masuk dan tinggal/menginap di Hong Kong sebagai turis misalnya dengan kemudahan *visitor signate* dan bebas visa dari 7 hari hingga 180 hari. Fasilitas pendukung juga ditingkatkan dengan memperbaiki kualitas *guide* dan pekerja travel dengan keterampilan dan kemampuan bahasa dan pelayanan prima. Selain itu peran masyarakat juga memegang peranan penting yaitu dengan memperdayakan seluruh masyarakat dan elemen untuk menciptakan Hong Kong yang ramah dan menarik.

Umumnya, kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah Hong Kong sudah ada yang dilakukan oleh Indonesia. misalnya saja, Indonesia mempromosikan "*Visit Indonesia*". kemudian, slogan ini diikuti oleh berbagai wilayah Nusantara dengan destinasi menariknya dibawah slogan yang hampir sama misalnya "*Visit Lombok and Sumbawa*". Kini Indonesia mempromosikan slogan "*Wonderful Indonesia*" dan diikuti oleh wilayah destinasi wisata dengan slogan seperti "*Visit Lombok Sumbawa 2016*" dan seterusnya. Semua ini tidak terlepas untuk menggali semua potensi daerah sehingga menjadi destinasi wisata yang menarik dan unik bagi semua wisatawan baik lokal maupun mancanegara.

Kebijakan pemerintah untuk mengeksplor sumber daya wisata yang berbasis alam dan kesehatan seperti *eco-tourism* juga menjadi salah satu destinasi wisata yang menarik bagi lansia. di Lombok dan Bali termasuk Yogyakarta merupakan wilayah pariwisata yang sangat dinikmati oleh para lansia. Hal ini bukan hanya panoramanya yang indah dan menawan hati namun juga layanan seperti spa, kuliner, meditasi dan hiburan budaya pula menjadi daya tarik wisata bagi kaum lansia.

Meskipun demikian, sebagian besar sumber daya wisata ini banyak belum digali dengan serius untuk menjadi aset bagi wisata lansia. Selain itu, infrastruktur yang mendukung kegiatan berwisata lansia juga belum banyak seperti dalam transportasi dan kemudahan akses menuju tempat wisata bagi lansia. Karena itu, perlu adanya kebijakan pariwisata yang bisa menggaet banyak lansia, khususnya lansia mancanegara yang cukup menjanjikan, seperti lansia dari Eropa, yang banyak mencari hiburan ke Asia pada musim dingin di Eropa.

PUSTAKA ACUAN

- Chan, Y. W. (2016). What drives Chinese outbound tourism?, East Asia Forum, Economics, Politics and Public Policy in East Asia and the Pacific, <http://www.eastasiaforum.org>
- Hobson, J S Perry, "Hong Kong: the transition to 1997", *Tourism Management*, Vol. 16, No. 1, pp. 15-20, 1995, Copyright 1995 Elsevier Science Ltd, Printed in Great Britain. All rights reserved.
- Hsu, Cathy H.C., Liping A. Cai, Kevin K.F. Wong, 2007. "A model of senior tourism motivations—Anecdotes from Beijing and Shanghai", Research paper, *Tourism Management* 28 (2007) 1262–1273, www.elsevier.com/locate/tourman
- LCQ18: Regulation of tourism industry, November 4, 2015, Issued at HKT 12:30, question by the Hon Paul Tse and a written reply by the Secretary for Commerce and Economic Development, Mr Gregory So, in the Legislative Council today (November 4), <http://www.info.gov.hk/gia/general/201511/04/P201511040259.htm>, diakses 27 April 2016
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2003. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2004. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2005. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.

- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2006. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2007. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2008. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2009. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2011. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2012. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2013. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2014. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- Hong Kong Tourism the Facts: Tourism, 2016. Tourism Commission, Commerce and Economic Development Bureau, the Government of Hong Kong SAR.
- The World Bank. (2016). Death rate, crude (per 1,000 people). <http://data.worldbank.org/indicator/SP.DYN.CDRT.IN>. Diakses pada 1 Januari 2016.
- Tsang, Honey, 2017. "Rapidly Aging Population Present Challenges, China Daily, September 09, 2017, <https://www.chinadailyhk.com/articles/112/148/152/1504921542706.html>, diakses 12 Mei 2018
- Tretheway, Michael & Doris Mak, 2006. "Emerging tourism markets: Ageing and developing economies", *Journal of Air Transport Management* 12 (2006) 21–27, www.elsevier.com/locate/jairtraman.
- Wang K.H., & Wang K.M., (ed). (2011). An Exploratory Study on Leisure activities Demand of Elderly in Taiwan, <http://www.aabri.com/LV11Manuscripts/LV11065.pdf>, diakses pada 11 Mei 2018.
- Weiyun, T. (2015). "China's elderly on the move", *Senin*, 30 November 2015, <http://www.shanghai-daily.com/feature/Chinas-elderly-on-the-move/shdaily.shtml>, diakses pada 18 October 2017.
- World Health Organization (WHO). (2002). Active Ageing and Policy Framework, World Health Organization, Noncommunicable Diseases and Mental Health Cluster, Noncommunicable Disease Prevention and Health Promotion Department, Ageing and Life Course.
- Yau, Oliver H.M. & C.F. Chan, 1990. "Hong Kong as a travel destination in South-east Asia: a multi-dimensional approach," *TOURISM MANAGEMENT* June 1990, Butterworth-Heinemann Ltd, page 123-132. 0261-5177/90/020123-10
- Zhou & Feng (eds). (2015). Bluebook of elderly care as an industry in Beijing: annual report on the development of elderly care as an industry in Beijing. Social Sciences Academic Press.
- 1999 Policy Adress, 1999. "A Key Tourist Destination", Policy Objective for Economic Bureau, Hong Kong.