



Strategi Ekonomi Non Industri Prefektur Kochi, Jepang Dalam Mempertahankan Populasi

Yosefa Putri Tanjungsari¹, Herlina Sunarti², Rima Novita Sari³, Alpina Pamugari⁴
Program Studi Bahasa dan Kebudayaan Jepang, Universitas Darma Persada
Jl. Taman Malaka Selatan No.8, RT.8/RW.6, Pd. Klp., Kec. Duren Sawit, Kota Jakarta Timur,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13450
¹yosefatanjungsari@gmail.com
²herlinasunarti@gmail.com
³rimanov.unsada2020@gmail.com
⁴pamugari.alpina@gmail.com

Received: 23 June 2022; Revised: 12 July 2023; Accepted: 19 August 2023
DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.9.3.1577-1586.2023>

Abstract

Highlighting the implementation, obstacles and outcomes of the regional revitalization program using the tourism sector to attract workers and improve the local economy. This research is a qualitative research with data collection technique literature review method and interview. The results of this study indicate that the 11 cities in Kochi Prefecture are promoting an experiential-based tourism type that utilizes nature, increasing the number of foreign tourists by extending the reach of tourism information especially towards the Tokyo Olympic 2020 and developing new areas to add tourist destinations. The lack of manpower, facilities, infrastructure and bad weather is the obstacles in the implementation of regional revitalization. While the result of this program is an increase in the number of visitors in the last two years though not so significant.

Keywords— Tourism, Regional Revitalization, Local Economic Development, Kochi Prefecture, Public Policy

PENDAHULUAN

Revitalisasi regional menjadi topik yang krusial bagi Jepang sejak Perdana Menteri Shinzo Abe melancarkan strategi revitalisasi ekonomi yang dikenal dengan “*Abenomics*” di tahun 2014. Kemudian tahun 2015 dalam pertemuan G20 yang digelar di Turki dengan melihat kondisi lapangan kerja, pemasukan, dan pekerja kota kecil sedang mengalami penurunan ekonomi dan rendahnya produktivitas [1]. Dengan adanya fakta bahwa potensi yang ada di daerah terpencil belum dimanfaatkan dengan maksimal. Maka diperlukanlah langkah tegas untuk mulai memberdayakan kearifan lokal dengan sebaik mungkin. Saat menyebut kata revitalisasi regional di Jepang, umumnya akan merujuk pada prefektur-prefektur kecil yang sedang berhadapan dengan penurunan jumlah penduduk (*kasōka*), penurunan angka kelahiran (*shōshika*), dan perekonomian yang lesu. Kimiko Tsuzuki selaku ketua perwakilan *Tsudzuki Educational Institution Group* dalam seminar yang diadakan oleh *Japanese Civilization Institute* tahun 2015 menegaskan bahwa cara tercepat yang tidak diragukan untuk merevitalisasi dan menggali potensi terpendam mereka adalah melalui industri pariwisata [2].

Dengan mengandalkan sektor pariwisata Jepang dapat dengan sukses menarik banyak wisatawan mancanegara untuk tinggal menetap dan nantinya akan menjadi imigran sementara. Meski begitu secara tidak langsung akan berdampak pada naiknya jumlah *gross domestic product* (GDP). Tentu tingkat itu akan tercapai tergantung pada seberapa baik pelayanan dan marketing suatu destinasi wisata. Maka dari itu pemerintah Jepang memperlihatkan bentuk keseriusan mendorong sektor wisata lokal dengan mengerahkan separuh lebih anggaran sebanyak 63% [3].

Tahun 1950an menjadi puncak pertumbuhan populasi di Jepang dan terus menurun sampai saat ini menjadikan pemerintah untuk serius memikirkan kondisi hidup penduduk yang tinggal di desa



pegunungan. Baru-baru ini Kementerian Hubungan Dalam Negeri dan Komunikasi pada 2016 lalu telah mengeluarkan hasil sensus berkaitan dengan pertumbuhan populasi beberapa kabupaten yang masuk dalam dua puluh peringkat pemerintah daerah dengan pertumbuhan terendah. Ada dua penyebab mengapa daerah itu disebut yang paling rendah, pertama akibat bencana alam yang memakan banyak korban suatu daerah dapat kekurangan penduduk. Faktor yang kedua karena letak geografis wilayah yang terpencil seperti pelosok pegunungan. Banyak prefektur kecil yang berhadapan dengan tiga besar permasalahan utama seperti kesenjangan ekonomi, lonjakan jumlah masyarakat usia lanjut (*kōreika*), penurunan angka kelahiran (*shōshika*), urbanisasi dalam jumlah besar ke kota-kota industri dan perdagangan di prefektur lain (*ikkyokushūchū*). Salah satu daerah yang mengalami tiga masalah itu adalah Prefektur Kochi.

Prefektur tersebut memiliki area yang 80% didominasi oleh perhutanan memiliki sumber penghasilan utama dari produk pertanian dan perhutanan. Jumlah industri yang sedikit menyebabkan banyak anak muda yang melanjutkan sekolah dan mereka yang mencari pekerjaan pindah keluar Prefektur Kochi. Mereka menuju kota yang lebih besar seperti Tokyo, Osaka, dan Nagoya. Oleh karena itu tingkat urbanisasi Jepang termasuk yang tinggi jika dibandingkan dengan negara-negara Asia lainnya. Kecenderungan tersebut menyebabkan perekonomian di dalam prefektur kecil menjadi defisit, diperparah dengan adanya ketidak seimbangan rasio antara lapangan kerja dan pencari kerja daerah Kochi di seluruh Jepang. Pemerintah daerah telah mencoba beberapa program terkait revitalisasi di Prefektur Kochi, dengan revitalisasi regional diharapkan kedepan kota kecil ini menjadi tempat datang dan menetap bagi anak-anak muda yang produktif untuk waktu yang lama.

Dilansir dari artikel *Japan Times* mengenai revitalisasi daerah bahwa industri pariwisata diperkirakan akan menciptakan 80.000 lapangan kerja, namun memang yang menjadi kelemahan sektor tersebut menyangkut faktor-faktor yang tidak stabil seperti bencana alam dan nilai tukar yen yang terlalu tinggi, serta jalur diplomatik yang membuat wisatawan asing enggan untuk berkunjung ke Jepang [4].

Institut Populasi dan Peneliti Sekuritas Sosial Nasional Jepang meramalkan bahwa penurunan populasi nasional akan terus berlanjut dalam beberapa dekade mendatang dan akan hanya mencapai 86.74 juta jiwa di 2060. Diperkirakan populasi akan menurun 1 juta jiwa tiap tahunnya mulai dari 2040 nanti. Menanggapi kondisi tersebut perdana menteri Abe Shinzo mengambil langkah guna menjaga populasi menjadi 100 juta jiwa di 2060. Depopulasi secara langsung mempengaruhi kondisi ekonomi wilayah karena struktur industri Prefektur Kochi yang sangat bergantung dengan pasar lokal dan disisi lain koneksi ke pasar luar prefektur yang masih lemah mengakibatkan meski kondisi perekonomian berangsur pulih secara nasional karena rasio antara lapangan kerja dan pencari kerja membaik, tetapi rasio ini tidak berlaku pada sebagian besar Prefektur Kochi dan masih dapat dikatakan rendah. Selama generasi muda terus bergerak ke luar prefektur dan aktivitas ekonomi daerah tidak berkembang, rantai yang sulit dipecah ini dapat mengakibatkan depopulasi dan populasi tua akan berlanjut tanpa terkendali. Hal itu menjadi kecenderungan masyarakat pedesaan, khususnya di daerah semi-pegunungan, dengan perekonomian daerah yang lemah, rendahnya tingkat kesuburan dan kelahiran sehingga menyebabkan populasi menurun lebih cepat.

Tetapi di satu sisi Prefektur Kochi memiliki kelebihan luas wilayah yang paling besar diantara prefektur lain yang ada di Shikoku selain itu letak geografis daerah ini menyerupai sabuk melengkung menghadap Samudra Pasifik yang kaya akan pantai, sungai, dan gunung sebagai batas pemisah antar prefektur. Kekayaan alam dari hasil produk hutan, pertanian serta kelautan ditambah banyaknya titik objek wisata alam yang menawarkan keramahan alam membuat sektor pariwisata Prefektur Kochi patut diperhitungkan sebagai usaha revitalisasi regional.

Sesuai dengan apa yang telah dijabarkan di atas mengenai kondisi terkini dari Prefektur Kochi maka hal tersebut menjadi landasan mengapa prefektur ini dipilih sebagai objek penelitian dan ingin menganalisis bagaimana pelaksanaan pemberdayaan pariwisata berdampak terhadap perekonomian daerah sampai pada hasil serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan program tersebut.



LANDASAN TEORI DAN METODE

Dalam bagian ini akan diuraikan gambaran umum tentang letak geografis, luas wilayah, jumlah penduduk, kekayaan alam, sejarah singkat prefektur dan keadaan ekonomi sebagai pengantar pembahasan pariwisata yang terdapat di Prefektur Kochi.

A. Letak Geografis dan Luas Wilayah Prefektur Kochi

Prefektur Kochi berada tepat di bagian barat daya pulau Shikoku, menghadap langsung ke Samudera Pasifik. Merupakan prefektur dengan area wilayah terbesar tapi dari segi demografi penduduk daerah ini merupakan yang paling tidak padat dari keempat prefektur di Shikoku. Sebagian besar provinsi di dominasi gunung dan sebagian dataran. Pada 1 April 2012, 7% dari total luas daratan prefektur ditetapkan sebagai kebun raya yang tersebar di beberapa titik yaitu; *Iriino Prefectural Natural Park*, *Yokogurayama Prefectural Natural Park*, *Nakatsukeikoku Prefectural Natural Park*, *Kajigamori Prefectural Natural Park*, *Teisumiyoshi Prefectural Natural Park*, dan *Yanase Prefectural Natural Park*. Prefektur yang dahulu disebut dengan nama Tosa ini terletak di Pulau Shikoku di bagian barat Jepang. Sebagian besar tanah prefektur terdiri dari pegunungan [5]. Dikelilingi pegunungan terjal di utara dan garis pantai selatan yang menyerupai busur menelusuri garis besar Teluk Tosa.



Gambar. 1 Peta Prefektur Kochi

Menurut daring *City Population* terkait populasi Prefektur Kochi yakni sebanyak 691,527 jiwa dan termasuk ranking 45 dari 47 prefektur pada tahun 2020 [6].

Nama Kota dalam Prefektur Kochi	Jumlah Populasi		
	2010	2015	2020
Aki	19,547	17,577	16,243
Muroto	25,062	22,767	21,374
Kami	28,766	27,513	26,513
Kochi	343,393	337,190	326,545
Konan	33,830	32,961	32,207
Nankoku	49,472	47,982	46,664
Shimanto	35,933	34,313	32,694
Sukumo	22,610	20,907	19,033
Susaki	24,698	22,606	20,590
Tosa	28,686	27,038	25,732

B. Kekayaan Alam Prefektur Kochi

Iklim Kochi sangat cocok untuk pertanian karena curah angin dan sinar matahari termasuk ringan, dengan curah hujan tinggi. Para petani umumnya menanam sayuran di area dataran, sedangkan



perkebunan buah dan peternakan terletak di wilayah perbukitan. Produk utama pertanian di Prefektur Kochi meliputi terong, mentimun dan bawang putih [7].

Salah satu karakteristik yang menarik dari pertanian di Prefektur Kochi adalah terdapat banyaknya rumah kaca plastik yang memungkinkan petani melakukan proses produksi yang berkelanjutan di sepanjang tahun. Produk utama selain terong, mentimun, dan bawang putih yaitu; jahe, paprika, melon, daun bawang, okra, dan untuk hasil buah diantaranya terdapat jeruk dan pir.

C. Sejarah Prefektur Kochi

Shikoku ialah pulau terkecil di Jepang yang terdiri atas empat pulau yaitu Ehime, Kagawa, Kochi dan Tokushima yang di dominasi gunung-gunung tinggi dan terjal mempunyai fungsi sebagai batas bertani, dataran sebagai tempat tinggal, dan merupakan wilayah dengan sedikit industri berskala besar. Namun, setelah selesainya pembangunan jembatan yang diberi nama Seto Ohashi perkembangan baru dari segi ekonomi mulai muncul karena telah terhubungnya Shikoku dengan Honshu. Iklim di sisi Pasifik Shikoku bersifat subtropis. Selat Naruto, yang menghubungkan Prefektur Tokushima dan Awajishima, di Prefektur Hyogo, terkenal dengan pusaran airnya yang besar juga menjadi potensi wisata yang menjanjikan [8].

Prefektur Kochi melahirkan Sakamoto Ryoma (1836 - 1867) salah satu tokoh paling berpengaruh di Jepang. Sakamoto merupakan tokoh terkemuka yang menggerakkan Jepang selama periode *bakumatsu* yang penuh gejolak yang menyebabkan reformasi politik besar-besaran yaitu Restorasi Meiji pada tahun 1868. Pada tahun 2003, Bandara Kochi berganti nama menjadi Bandara Ryoma Kochi dan dibangunnya Sakamoto Ryoma Memorial Museum sebagai bentuk penghormatan akan pribadi pejuang Sakamoto Ryoma yang juga menjadi fitur utama dalam pariwisata lokal.

D. Ekonomi Prefektur Kochi

Jenis kegiatan ekonomi utama Prefektur Kochi selain pertanian dan perhutanan adalah bidang manufaktur. Pada tahun 2011, nilai pengiriman industri manufaktur pada dasarnya terdiri dari makanan dan produk terkait sebesar 13,6%, komponen elektronik sekitar 12%, dan produk bubur kayu (*pulp*) dan kertas sebanyak 11%. Menjanjikan sektor untuk kerja sama industri yang sudah mapan: pertanian, perikanan, akuakultur, industri kehutanan, kertas, elektronika.

Luas wilayah sekitar 7,103.9 km² yang tergolong kecil membuat Prefektur Kochi menjadi prefektur dengan jumlah Produk Domestik Bruto (GDP) terendah di Jepang. *Japan Statistical Yearbook* dalam situs Konsulat Jenderal Republik Indonesia di Osaka menyatakan bahwa pada tahun 2015 perolehan PDB Prefektur Kochi sebesar 2.165 milyar yen, sedangkan 2.199 milyar yen untuk pendapatan perkapita [9]. Pada tahun 2017 sendiri terdapat kenaikan jumlah PDB di Prefektur Kochi menjadi 2.262 milyar yen menurut *Japan External Trade Organization* [10].

E. Pariwisata Prefektur Kochi

Banyak benteng besar Jepang hancur dalam Perang Dunia II, namun kastil-kastil di Prefektur Kochi selamat dari perang dan banyak bencana alam selama berabad-abad. Kastil Kochi pada mulanya dibangun pada tahun 1603 dan dibangun kembali pada 1753 akibat terjadi kebakaran. Pulau Shikoku juga merupakan salah satu rumah tempat ziarah besar dunia. Setiap tahun ribuan umat Buddha memulai peziarahan dari jalan Shingon berjalan kaki sejauh 1450 kilometer mengelilingi seluruh pulau di jalan-jalan setapak dan berhenti di masing-masing titik dari 88 kuil yang telah ditunjuk.

Festival paling terkenal di Prefektur Kochi yakni Yosakoi. Diadakan selama empat hari dari tanggal 9 Agustus sampai dengan 12, seluruh kota Kochi akan dilalui oleh kelompok tarian Yosakoi. Saat Yosakoi berlangsung seluruh jalan ditutup untuk lalu lintas pawai ini dan tim penari energik bersaing untuk memperebutkan hadiah utama pada pertengahan musim panas.

Selain itu sebuah fenomena angkasa yang tidak biasa dapat dilihat di Prefektur Kochi selama bulan-bulan saat musim dingin di sekitar bagian selatan prefektur dekat *Muroto Cape* dan *Ashizuri Cape*. Dilihat dari sudut pemandangan matahari senja yang terbenam ke arah Samudra Pasifik. Selama bulan Desember hingga Maret perbedaan suhu antara laut dan atmosfer terkadang membentuk



ilusi optik dimana matahari tampak 'berdarah' di cakrawala, membentuk bayangan atas dan bawah yaitu di langit dan permukaan laut. Gambaran tersebut bergabung tepat di atas cakrawala, membuatnya tampak seperti ada manusia salju yang sangat besar yang mengintip dari atas cakrawala atau terlihat seperti *daruma*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Usaha Pemerintah Daerah Prefektur Kochi Memajukan Pariwisata

Prefektur Kochi melakukan upaya meningkatkan perekonomian daerah melalui bidang pariwisata. Selain dengan pola wisatawan datang ke Kochi, dengan membelanjakan uang mereka untuk membeli beberapa oleh-oleh khas daerah dan warga mendapatkan uang dari luar prefektur, terdapat cara lain yang dapat menjadi contoh baik bagi negara tetangga yaitu memanfaatkan daya tarik Kochi yang bukan merupakan tipe taman dengan tema seperti Disneyland dan Disneysea tetapi lebih kepada tamasya yang memanfaatkan lingkungan alam yang telah dimiliki.

Jumlah sungai dengan air yang bersih jernih memang tidak sedikit jumlahnya di Prefektur Kochi, tetapi bila tidak dikemas semenarik mungkin sulit untuk bisa menarik wisatawan dalam jumlah besar. Berbagai atraksi seperti olahraga air, berlayar di sungai memakai sampan tradisional, dan fasilitas barbekyu di tepian sungai telah disiapkan dalam rangka menarik dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Pemerintah setempat pun menyiapkan *tourist attraction* alternatif untuk hari dan musim penghujan. Peran aktif ditunjukkan masyarakat lokal Prefektur Kochi dengan merencanakan produk wisata yang dapat dijual sebagai cinderamata, sedangkan pemerintah daerah mengundang para ahli atau konsultan pariwisata dari biro perjalanan di Tokyo untuk mendengar beragam masukan dan menyusun rencana bersama.

Setelah itu usaha yang dilakukan pemda yakni terkait pada melakukan *feedback* atas saran yang telah didengar dari konsultan guna mendirikan rancangan tur yang memikat minat pengunjung. Pertemuan seperti ini dilakukan rutin selama sembilan kali dalam setahun. Dengan cara ini lah seluruh warga dan instansi Prefektur Kochi bekerja keras guna menciptakan produk wisata yang dapat menarik minat masyarakat kota untuk berkunjung, berlibur dan melepas penat [11]. Gambar berikut adalah bentuk kampanye yang dilakukan di Prefektur Kochi untuk mempromosikan wisata dengan memakai Sakamoto Ryoma (1836-1867) sebagai ikonnya.



Gambar. 2 Kampanye Pariwisata *Ryoma Holiday*

B. Kegiatan Pariwisata di Sejumlah Kota Prefektur Kochi

Dalam kota Kochi sendiri telah tercatat sebanyak 30 kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata yang dilakukan dari tahun 2014 bulan Maret. Pada tahun 2017 sendiri 8 kegiatan kepariwisataan telah terekam [12]. Sedangkan di kota Muroto, mereka melakukan 7 kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata yang telah dilakukan dari tahun 2014 bulan Oktober. Di tahun 2017 sendiri ada 3 kegiatan kepariwisataan telah dilaksanakan [13]. Selanjutnya yaitu kota Shimanto yang melakukan 78 kegiatan pariwisata, dijalankan dari tahun 2014 bulan Januari. Di tahun 2017 sendiri ada 8 kegiatan kepariwisataan yang telah terlaksana [14]. Lalu, di kota Tosashimizu, mereka menjalankan 17 kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata yang dari tahun 2016 bulan Januari. Di tahun 2017 sendiri ada 6 kegiatan kepariwisataan yang dilaksanakan [15].

C. Pemberdayaan Sektor Pariwisata di Kesepuluh Kota di Prefektur Kochi

Strategi yang terkandung dalam *Abenomics* mencakup kegiatan mempromosikan beberapa proyek besar di bawah nama “*Reform 2020*”. Dengan tujuan agar dapat memperlihatkan dan berbagi



keberhasilan strategi di beberapa bidang seperti; otomotif, sektor energi ramah lingkungan, robot, pariwisata, sektor medis, dan kebijakan FDI (*Foreign Direct Investment*) [16]. Dalam penelitian kali ini analisis difokuskan pada pemberdayaan sektor pariwisata yang diikuti dengan langkah konkrit yang telah dilakukan pemerintah daerah di kota-kota pada prefektur Kochi, agar dapat mencapai peningkatan jumlah wisatawannya dan pada akhirnya dapat mempertahankan keberadaan prefektur tetap bertahan karena perekonomian daerah tetap berjalan.

1. Kota Aki

Bertajuk 「とまってもらう観光づくり」 atau *making sightseeing to be stopped* yakni ide dimana kota ini akan membuat wisatawan tidak hanya berkunjung tetapi juga menetap selama semalam atau lebih karena keindahan kota Aki tidak habis untuk dinikmati dalam satu hari saja. Tidak heran bila Aki memiliki sembilan pilihan penginapan yang terdiri dari empat penginapan tradisional Jepang (*ryokan*), sembilan objek wisata yang dapat dieksplor dan enam festival yang sayang untuk dilewatkan. Ada dua kegiatan yang harus dilakukan, yang pertama menerapkan tipe wisata dengan kunjungan yang lama 「滞在型観光の拡充」 maksud dari program ini adalah pemerintah daerah ingin agar pengunjung mendapat pengalaman bersentuhan langsung dengan semua sumber daya daerah seperti laut, gunung dan sungai yang dikemas sebagai sebuah produk perjalanan yang didukung dengan penyebaran informasi wisata eksperiensial yang menarik.

2. Kota Muroto

「室戸びと進む」 atau *Muroto Bito Susumu* adalah nama gerakan untuk merevitalisasi kota dengan cara mempromosikan dan menjual aneka kreasi produk khas daerah. Sesuai dengan namanya kegiatan ini bertujuan untuk menggerakkan warga setempat yang mempunyai potensi memproduksi kerajinan seni maupun makanan yang menjadi ciri khas kota dapat menampilkan dan menjualnya ke masyarakat luas selain sebagai penambah pemasukan daerah juga menjadi ajang penyebarluasan daya tarik potensi yang dimiliki daerah ini. Tidak jarang juga pemerintah daerah bersama masyarakat lokal mengadakan pameran pertukaran sumber daya alam seperti memamerkan hasil panen lokal mereka ke kota besar seperti Tokyo, Osaka dan Kyoto dan diadakan juga bazar yang menjual berbagai produk olahan kota di acara *Muroto Fair*.

3. Kota Kami

Dalam hal pariwisata pun tidak kalah menarik, wisatawan yang berkunjung akan disuguhkan keelokan pemandangan kota yang berada di ketinggian menghadap Laut Pasifik. Dalam industri pariwisata Kota Kami menawarkan hasil seni kerajinan tradisional seperti pisau Tosa yang terkenal berkat bentuk dan ketajaman produknya atau jenis wisata menikmati pemandangan alam musim gugur di Lembah Beppu dapat menjadi pilihan bagi para wisatawan. Selain itu masih ada Museum Anpaman yang hendak melihat langsung karya ikonik Yanase Takashi tersebut [17].

Sektor pariwisata Kota Kami mempunyai program bernama 「光振興策の実施」 atau pelaksanaan langkah-langkah promosi pariwisata yaitu dengan maksud pemberdayaan fasilitas pendukung pariwisata yang telah ada, menyempurnakan kembali program wisata berbasis eksperiensial menggunakan aspek alam, budaya dan sejarah secara lebih efektif serta ditambah pada kegiatan penyebaran informasi dalam rangka promosi sumber daya wisata lokal. Berikut adalah tiga langkah konkrit yang menjadi tindak lanjut program yakni; mempromosikan penerbitan katalog berkala yang berisikan produk khas daerah dan peta objek wisata serta pengadaan kantor asosiasi pariwisata Kota Kami, promosi wisata berbasis eksperiensial dan yang terakhir promosi ide-ide berkaitan dengan kegiatan pariwisata di lingkup yang lebih luas atau skala internasional.

4. Kota Kochi

Kota Kochi sendiri memiliki enam ide promosi yang dilakukan yaitu 「高知らしさを生かした観光振興」 atau *Tourism Promotion making full use of Kochi-likeness*, yang kedua 「本家よさこいのブランド力確立とよさこい文化の継承・発展」 atau *Establishment of Yosakoi's brand power and succession and development of Yosakoi culture*, yang ketiga 「観光資源の磨き上げと創出」 atau *Polish up and create tourism resources*, yang keempat 「近隣地域等との連携による滞在型



・ 体験型観光の推進」 atau *Promotion of stay type · experienced tourism by cooperation with neighboring areas*, yang kelima 「スポーツツーリズムの推進」 atau *Promotion of sports tourism*, dan yang keenam 「インバウンド観光の推進」 atau *Promotion of inbound tourism*. Program ini diikuti dengan langkah konkrit seperti; memberikan subsidi untuk melakukan promosi penarik wisatawan, proyek wisata keramahan dan kehangatan Tosa, proyek perayaan ulang tahun Sakamoto Ryoma ke 180, proyek promosi kapal wisata berukuran besar. Empat kegiatan tersebut sudah dilakukan beberapa tahun terakhir dan subsidi untuk festival Tosa merupakan ide baru untuk menyukseskan pariwisata Kota Kochi.

5. Kota Konan

Seito Shinji ialah salah seorang walikota yang beruntung karena memiliki wilayah pemerintahan yang kaya akan ragam festival yang diselenggarakan setiap musimnya dan dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung yang menyambangi kota bernama Konan ini. Sebut saja 「どろめ祭り」 *Dorome Matsuri* di musim semi, pertunjukkan tarian memakai tongkat 「棒踊り」 *Bou Odori* dan 「獅子舞」 tarian singa *Shishimai* menjadi penyemarak di musim gugur, saat memasuki musim dingin saatnya festival bernama 「冬の夏祭り」 *Fuyu no Natsu Matsuri* diselenggarakan, dan musim panas menjadi waktu yang tepat untuk festival 「みなこい港まつり」 *Minakoi Minato Matsuri* yang menampilkan juga tarian Bon Odori. Kota dengan populasi sebanyak 33.617 jiwa ini [18].

6. Kota Nankoku

Sebenarnya Nankoku memiliki potensi wisata yang beragam dan unik seperti; Museum Seni Kontemporer Internasional Shiratoriya, air terjun Bishamon, sungai Kuwawa, *Yanase Takashi Road*, stasiun Arigatou, hutan *plum* Shirakitani. Tetapi kepopulerannya masih belum diakui secara luas hal inilah yang menjadi penyebab masih rendahnya motivasi turis untuk berkunjung ke kota ini.

Berangkat dari permasalahan tersebut dilakukanlah perbaikan sarana untuk penyebarluasan informasi dan basis pariwisata dengan memperbaiki *branding* nama Nankoku beserta penambahan fasilitas wisata, pembagian video promosi yang memanfaatkan nama tempat unik seperti stasiun Gomen dan stasiun Arigatou, menyelenggarakan acara dengan memberdayakan reruntuhan kastil Okayoshi yang merupakan salah satu situs bersejarah di Nankoku, pengoperasian Asosiasi Pariwisata Nankoku yang dapat membuka lowongan bagi tenaga kerja dan meningkatkan arus wisatawan yang datang dengan memperkenalkan produk wisata daerah.

7. Kota Shimanto

Pemerintah daerah mengerahkan semua sumber daya lokal dari alam, perikanan, pertanian, kehutanan, makanan, sejarah hingga budaya menjadi sebuah produk pariwisata yang jarang ditemukan di daerah perkotaan Jepang masa kini. Langkah konkrit dari ide di atas mencakup tiga aksi yakni; mengolah produk pariwisata yang dapat dinikmati dalam satu tahun penuh yang berbasis pemberdayaan sumber daya alam lokal, memperkaya jenis pariwisata dengan mengadakan wisata eksperiensial dan wisata hijau. Aksi kedua mengedepankan produk wisata yang memanfaatkan kuliner Shimanto dari membentuk kelompok studi pangan, pengadaan survey makanan, sampai proyek promosi garam Nakamura. Aksi yang terakhir yaitu mengakomodasi pariwisata berbasis mobilitas dengan membuka proyek pariwisata sepeda yang memungkinkan wisatawan berkeliling kota dengan hanya menyewa sepeda dengan harga terjangkau.

8. Kota Sukumo

Kondisi pertanian yang didominasi hasil sayur dan buah serta industri perhutanan di lereng bukit bagian selatan yang langsung menghadap Samudra Pasifik, ditambah nilai sejarah serta budaya seperti adanya gundukan kerang atau *kaizuka* peninggalan zaman purba dan reruntuhan kastil serta kuil masa Meiji memperkaya nilai tambah Sukumo sebagai kota pariwisata. Ditunjang dengan ketersediaan akan pelabuhan yang menyediakan kapal feri dengan rute sampai ke Kyushu dan jalur kereta api Tosa Kuroshio memudahkan pengunjung yang hendak menyambangi tempat ini [19].



9. Kota Susaki

Kota Susaki melakukan ekspansi pariwisata dan mendorong arus pertukaran populasi dari prefektur lain agar tertarik masuk dan tinggal menetap di kota ini. Menanggapi hal itu pemerintah daerah melakukan pembentukan tempat berkegiatan bagi masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya manusia terkait budaya dan olahraga, mengakomodasi sektor pariwisata khususnya wisata eksperiensial kelautan. Ada lima bagian yang akan diasah untuk mencapai target peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, yang pertama dengan mengeluarkan menu pariwisata dimana pengunjung dapat melakukan kegiatan sesuai dengan profesi pemilik rumah yang mereka tempati di rumah para nelayan maupun petani seperti layaknya program *homestay*, program ini menargetkan anak usia sekolah yang menjalani studi tur dan menekankan pada pendidikan yang didapat selama berwisata.

10. Kota Tosa

Di sektor pariwisata suguhan *whale watching* atau menonton paus juga lomba-lomba jenis *Bryde* menjadi penarik turis yang cukup populer dalam skala nasional. Selain bentuk wisata visual laut, pemberdayaan peninggalan bersejarah yang sarat akan nilai spiritual juga dieksplor untuk menarik kedatangan wisatawan dalam maupun luar negeri. Seperti delapan perhentian *Shikoku Pilgrimage* yang tersebar di Tosa dan properti budaya 「朝青龍」 yang ada di Kuil Aozuma, dua contoh dari sekian banyak daya tarik wisata Kota Tosa ini akan terus di perkenalkan kepada dunia dengan memperbaharui dan memperkaya informasi yang ada di situs resmi pariwisata mereka [20].

D. Kendala yang Dihadapi serta Hasil Pencapaian Sektor Pariwisata di Prefektur Kochi

Menurut *White Paper on Tourism in Japan* dari tahun 2013 sampai 2015 salah satu penyebab penurunan pengunjung yang terjadi dikarenakan masalah cuaca seperti tingginya temperature saat musim panas, angin topan, hujan lebat memasuki musim gugur. Berbicara pencapaian sektor pariwisata, Prefektur Kochi mengalami peningkatan jumlah kedatangan wisatawan Prefektur Kochi sesuai dengan hasil survey yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata berjudul *Consumption Trend Survey of Foreigners Visiting Japan* di tahun 2014, 2015, dan 2016 pada kolom *Visit Rate per Prefecture by Nationality*. Tercatat jumlah turis yang memasuki Prefektur Kochi pada tahun 2014 sebanyak 23 orang, pada 2015 meningkat menjadi 30 orang, dan di tahun 2016 mencapai 41 orang dengan didominasi pengunjung bernegara asal Taiwan.

Bila dirangkum dalam sebuah tabel dari seluruh ragam pelaksanaan program pariwisata kesepuluh kota, serta kendala yang dihadapi sampai hasil yang diraih, maka dapat digambarkan sebagai berikut.

Ragam Kegiatan Pariwisata	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Promosi wisata berbasis eksperiensial	•	•	•			•	•	•	•	•
Promosi wisata berbasis olahraga	•	•				•				
Meningkatkan <i>inbound tourism</i>	•									•
Perluasan jangkauan area WiFi	•								•	
Penambahan fasilitas wisata multilingual	•	•						•		
Pembukaan area wisata baru	•				•				•	



Perbaikan infrastruktur jalan raya	•									
Penjualan produk khas daerah	•	•						•		
Penambahan sarana transportasi umum		•						•		
Penyebarluasan informasi wisata: iklan, pamflet, pusat informasi		•	•	•			•	•	•	•
Pengoptimalan sistem pelayanan dan penerimaan wisatawan	•									
Pemeliharaan guna memperkuat pondasi pariwisata	•			•	•					
Penetapan Asosiasi Pariwisata	•			•			•			
Promosi pariwisata memakai <i>public relation</i> (PR)				•				•		
Pelaksanaan wisata berkelanjutan					•					
Memperluas promosi wisata sampai skala internasional						•				•
Promosi pariwisata menggunakan area yang luas (<i>wide area tourism</i>)						•		•		

Nomor 1 sampai dengan 10 mewakili kota yang berada di Prefektur Kochi dengan urutan sebagai berikut.

1. Kota Kochi
2. Kota Muroto
3. Kota Aki
4. Kota Nankoku
5. Kota Tosa
6. Kota Susaki
7. Kota Sukumo
8. Kota Shimanto
9. Kota Konan
10. Kota Kami



SIMPULAN

Bagi daerah kecil seperti Kochi yang mempunyai permasalahan *shōshika*, *kōreika*, dan *kasōka* yang bila terus dibiarkan dan tidak ditindaklanjuti maka lama kelamaan kota ini akan mati karena menjadi tempat yang tidak lagi mempunyai penduduk. Oleh karena itu pemerintah daerah bersama penduduk setempat bekerjasama untuk memperbaiki kondisi dengan menggali potensi daerah untuk membangkitkan kembali perekonomian lokal.

Telah terbukti dengan adanya revitalisasi regional dengan memberdayakan sektor pariwisata seperti yang telah dilakukan Prefektur Kochi berhasil mendatangkan wisatawan dengan jumlah yang terus meningkat meski tidak signifikan dapat mengangkat GDP prefektur secara keseluruhan. Upaya untuk mempertahankan keberadaan suatu daerah beragam tergantung daerah yang menjalankan. Dalam kasus Prefektur Kochi yang memiliki sumber daya gunung, sungai dan laut yang melimpah maka dimanfaatkan lah aspek tersebut untuk mengembalikan ekonomi ke kondisi yang lebih baik.

Dalam pelaksanaan program revitalisasi regional yang dilakukan oleh Prefektur Kochi bila dilakukan pengurutan kota-kota yang paling banyak mempunyai jenis kegiatan kepariwisataan yakni sebagai berikut. Kota Kochi dengan 11 kegiatan, Kota Shimanto dengan 7 kegiatan, Kota Muroto melaksanakan 6 kegiatan, Kota Nankoku, Susaki, Konan, dan Kami sebanyak 4 kegiatan, Kota Tosa dan Sukumo 3 kegiatan, dan Kota Aki yang melaksanakan 2 kegiatan.

Sedangkan untuk jenis kegiatan yang paling banyak dikerjakan oleh kesebelas kota untuk merevitalisasi perekonomian daerah yaitu mempromosikan pariwisata berbasis eksperiensial dengan memanfaatkan kekayaan alam prefektur seperti gunung untuk wisata olahraga juga spiritual, laut dan sungai untuk wisata berbasis perikanan. Selain memberdayakan alam *experience based tourism* ini menggandeng industri perhutanan, perikanan, dan pertanian untuk membuat wisata eksperiensial yang mempunyai nilai edukatif bagi pengunjung.

REFERENSI

- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2015. *Japan's Adjusted Growth Strategy*. Turkey: Ministry of Foreign Affairs of Japan.
- Japanese Civilization Institute. 2016. *Regional Revitalization and Japan's Future*. Tokyo: Japanese Civilization Institute.
- Japanese Civilization Institute. 2016. *Regional Revitalization and Japan's Future*. Tokyo: Japanese Civilization Institute.
- Japantimes.co.jp. 2015. *Revitalizing Rural Part of Japan*. http://www.japantimes.co.jp/opinion/2015/01/04/editorials/revitalizing-rural-parts-of-japan/#V_X4W_ITLDC
- City-Cost.com. *Area Information of Kochi, Japan*. <https://www.city-cost.com/city/kochi>
- City Population. *Kōchi (Japan)*. <https://www.citypopulation.de/Japan-Kochi.html>
- EU Business in Japan. *Kochi Prefecture*. <http://www.eubusinessinjapan.eu/why-japan/regions-prefectures/kochi-prefecture>
- Web-Japan.org. *Regions of Japan*. http://web-japan.org/factsheet/en/pdf/e02_regions.pdf
- Konsulat Jenderal Republik Indonesia Osaka Jepang. 2016. *Profil Negara Jepang*. Osaka: KJRI Osaka Jepang.
- The Japan External Trade Organization. *Kochi: General Business Information*. <https://www.jetro.go.jp/en/invest/region/kochi.html>
- Japan for Sustainability. 2014. *Newsletter Kochi's Challenge – A Prefecture Tackling Depopulation (Part 1)*. http://www.japanfs.org/en/news/archives/news_id035031.html
- Kochi City Official Website. 2008. *New Information on Sightseeing Information*. <http://www.city.kochi.kochi.jp/soshiki/39/>
- Muroto City's Official Site. 2017. *Backnumber Muroto City's Information*. <http://www.city.muroto.kochi.jp/hopweb/joho/html/backnumber.html>
- Shimanto City. 2013. *Shimanto-shi kara no Oshirase*. <http://www.city.shimanto.lg.jp/ctyoffice/info/cboard.cgi?cmd=tre;page=29;id=>
- Tosashimizu City Sightseeing Information. *Shincaku Jōhō*. <https://www.city.tosashimizu.kochi.jp/kanko/>
- Ministry of Foreign Affairs of Japan. 2015. *Adjusted Growth Strategy: Japan*. Ministry of Foreign Affairs of Japan.
- Kami City Web site. 2014. *Shichō no Bushitsu*. <http://www.city.kami.kochi.jp/soshiki/3/sityou.html>
- Konan City Web site. 2012. *Shichō no Bushitsu*. <http://www.city.kochi-konan.lg.jp/info/mayor.php>
- Sukumo City. 2009. *Sukumo-shi no Shōkai*. <http://www.city.sukumo.kochi.jp/sukumo/index.html>