

**STRATEGI *QUALITY TOURISM* INGGRIS RAYA DALAM
MENINGKATKAN WISATAWAN PERANCIS PADA
TAHUN 2024**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



Disusun Oleh:

**MARIA GRACIA VIRGINIA SUDARWI
07041381924162**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

**STRATEGI *QUALITY TOURISM* INGGRIS RAYA DALAM
MENINGKATKAN WISATAWAN PRANCIS PADA TAHUN 2024**

SKRIPSI

Disusun oleh:

MARIA GRACIA VIRGINIA SUDARWI

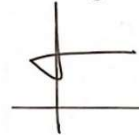
07041381924162

Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 02 Juli 2025

Pembimbing Utama

Nurul Aulia, S. IP., M.A.
NIP. 199312222022032013

Tanda Tangan



Disetujui Oleh,
Ketua Jurusan
Sofyan Effendi, S. IP., M. Si
NIP. 199703122003121003

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

**STRATEGI *QUALITY TOURISM* INGGRIS RAYA DALAM
MENINGKATKAN WISATAWAN PRANCIS PADA TAHUN 2024**

SKRIPSI

MARIA GRACIA VIRGINIA SUDARWI

07041381924162

**Telah dipertahankan di depan tim penguji
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
pada tanggal 24 Juni 2025**

TIM PENGUJI SKRIPSI

Nurul Aulia, S. IP., M.A.
NIP. 199312222022032013
Pembimbing Utama

Abdul Halim, S. IP., M.A.
NIP. 199310082020121020
Ketua Penguji

Indra Tamsyah, S. IP., M. Hub. Int.
NIP. 198805252023211033
Anggota Penguji



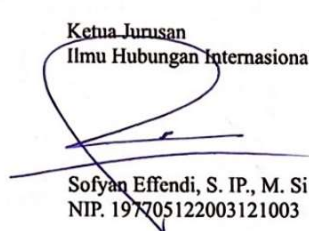
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Prof. Dr. Alfitri, M. Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan
Ilmu Hubungan Internasional



Sofyan Effendi, S. IP., M. Si
NIP. 197705122003121003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Gracia Virginia Sudarwi

NIM : 07041381924162

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Strategi *Quality Tourism* Inggris Raya dalam Meningkatkan Wisatawan Prancis pada tahun 2024” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa paksaan dari pihak manapun.

Palembang, 12 Juni 2025
Yang membuat pernyataan



Maria Gracia Virginia Sudarwi
NIM 07041381924162

ABSTRAK

Sebagai salah satu sektor penyumbang ekonomi di Inggris Raya, sektor pariwisata menjadi sektor yang didukung penuh dan menjadi salah satu prioritas oleh pemerintah. Prancis merupakan negara kontributor pertama di Eropa yang paling banyak berkunjung dan menghabiskan waktunya di Inggris Raya, hal ini dikarenakan dengan aksesibilitas yang mudah dicapai warga Prancis melalui EuroTunnel/Eurostar ataupun rute kereta GREAT. Kekayaan warisan budaya mereka, membuat Inggris Raya bersaing kuat dengan negara lain dalam mempromosikan negara mereka, yang sempat terdampak secara signifikan pada tahun 2020-2021, karena Brexit dan virus Covid-19. Keputusan Inggris Raya untuk keluar dari Uni Eropa, dan semua akses perbatasan yang ditutup negara membuat wisatawan tidak dapat berkunjung, dan mempengaruhi sektor pariwisata secara total. Permasalahan ini membuat Inggris Raya harus beralih ke strategi pariwisata yang baru. Teori Quality Tourism menekankan pentingnya suatu negara memberikan kualitas pada pariwisata yang akan meningkatkan lama tinggal para wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Quality Tourism Inggris Raya dalam meningkatkan wisatawan Prancis. Metode Penelitian yang digunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan sumber data utama studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahun 2024, kunjungan wisatawan Prancis menurun secara signifikan, dengan demikian strategi *Quality Tourism* Inggris Raya belum berhasil. Hal ini disebabkan karena Inggris Raya membuat beberapa kebijakan yang mempersulit wisatawan seperti adanya *Electronic Travel Authorization* (ETA) dan penghapusan belanja bebas pajak, yang mana menjadi Inggris Raya sebagai salah satu destinasi termahal di Eropa. Penelitian ini memberikan wawasan penting terkait bagaimana suatu negara beradaptasi dengan perubahan politik yang berdampak pada sektor pariwisata.

Kata Kunci: Inggris Raya, Strategi Pariwisata, Wisatawan Prancis, *Quality Tourism*

Palembang, 12 Juni 2025

Pembimbing

Nurul Aulia, S. IP., M.A.
NIP. 199312222022032013

Palembang, 12 Juni 2025
Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

ABSTRACT

As one of the key contributors to the economy of the United Kingdom, the tourism sector is fully supported and prioritized by the government. France stands as the top European country in terms of visitor numbers and duration of stays in the UK, largely due to the easy accessibility for French citizens via the EuroTunnel/Eurostar or the GREAT rail routes. The UK's rich cultural heritage has enabled it to compete strongly with other nations in promoting itself, though it was significantly affected between 2020 and 2021 due to Brexit and the COVID-19 pandemic. The UK's decision to exit the European Union, coupled with the closure of all borders, prevented tourists from visiting and severely impacted the tourism sector as a whole. This situation compelled the UK to adopt a new tourism strategy. The Quality Tourism theory emphasizes the importance of a country delivering high-quality tourism experiences to extend visitors' stays. This research aims to analyze the Quality Tourism strategies employed by the UK to enhance French tourism. The study utilizes a qualitative approach with a descriptive method, relying primarily on literature as the main data source. The findings indicate that in 2024, French tourist visits declined significantly, suggesting that the UK's Quality Tourism strategy has not been successful. This decline is attributed to new policies that complicate travel, such as the introduction of the Electronic Travel Authorization (ETA) and the abolition of tax-free shopping, making the UK one of the most expensive destinations in Europe. This research provides valuable insights into how a country adapts to political changes that impact its tourism sector.

Keywords: French Tourist, Tourism Strategy, United Kingdom, Quality Tourism

Palembang, 12th June 2025

Advisor



Nurul Aulia, S. IP., M.A.
NIP. 199312222022032013

Palembang, 12th June 2025
Head of International Relations Department
Faculty of Social and Political Science



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, melalui izin-Nya penulis diberikan kemampuan dan kesempatan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul Strategi *Quality Tourism* Inggris Raya dalam Meningkatkan Wisatawan Prancis pada tahun 2024. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Universitas Sriwijaya. Pada penulisan skripsi ini, penulis memperoleh berbagai dukungan baik secara materil, moril, dan spritual dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. *All praise and gratitude I give to Lord Jesus Christ and Mother Mary, whose infinite mercy, strength, and blessings have upheld me through prayer and faith, guiding me to the successful completion of this thesis.*
2. Orang tua dan kakak satu-satunya penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan masukan yang sangat berarti kepada saya.
3. Kepada Mbak Anty, selaku Admin Jurusan Hubungan Internasional yang telah banyak membantu penulis sejak semester awal hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Nurul Aulia, S. IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang selalu memotivasi, serta memberikan saran-saran dan masukan yang bermanfaat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Abdul Halim, S.IP., M.A selaku Dosen saya dari semester awal yang selalu membimbing, dan mempercayai saya sekaligus Dosen Penguji Skripsi saya yang selalu membimbing dan memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi.

6. Dosen Penguji saya Bapak Indra Tamsyah, S. IP., M. Hub. Int., yang telah memberikan saran-saran yang sangat bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini dan seluruh dosen Jurusan Ilmu Hubungan Internasional yang telah memberi ilmu bermanfaat kepada penulis sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

7. Keluarga besar yang selalu mendukung dan menyemangati penyelesaian skripsi ini.

8. *To Dearest Mark Twinn, whose steadfast support, gentle encouragement, and constant belief in me have been the greatest source of strength throughout this journey.*

9. *To Meilyn Tan, for your kindness, unwavering support, and all the help in Jakarta that have meant so much throughout this thesis journey*

10. Kepada Riandini Permata Haslindra, Meilisa Karo Sekali, Dita Ziske Nurul Aini, Agustinus Yonatan Simamora, Yosephyne Aprillia Jong, Joana Suandi, Stefanny, Elliza Rizki Lestari, Dau Panyampado, Renada Febianti, Monika Dela Rosa Unsai, dan Eva Rajagukguk selaku sahabat penulis yang telah memberikan banyak sekali bantuan dan semangat selama penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kerangka Konseptual	18
2.2.1 <i>Quality Tourism</i>	18
2.3 Argumentasi Utama	24
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Definisi Konsep	26
3.3 Fokus Penelitian	28
3.4 Unit Analisis	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	31
3.7 Teknik Keabsahan Data	31

3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.9. Sistematika Penulisan.....	31
BAB IV	33
GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Negara Inggris Raya	33
4.1.1 Aspek Politik Inggris Raya	35
4.1.2 Hubungan Bilateral Inggris dan Prancis.....	37
4.1.3 Aspek Ekonomi Inggris Raya	39
4.1.4 Aspek Sosial dan Budaya Inggris Raya	46
4.2 Gambaran Umum Negara Prancis.....	51
4.2.1 Aspek Politik Negara Prancis.....	53
4.2.2 Aspek Ekonomi Negara Prancis.....	57
4.2.3 Aspek Sosial dan Budaya Negara Prancis.....	59
BAB V	61
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
5.1 <i>Quality of Experiences</i>	61
5.2 <i>Quality of Profit</i>	70
5.3 <i>Quality of Life</i>	75
5.4 Analisis Implementasi Strategi <i>Quality Tourism</i> Inggris Raya.....	79
BAB VI.....	81
PENUTUP	81
6.1 Kesimpulan	81
6.2 Saran.....	84
6.2.1 Saran Teoritis	84
6.2.2 Saran Praktis.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2.2	Tabel Manfaat <i>Quality Tourism</i>	19
Tabel 2.3	Poin Penting yang perlu ditingkatkan pada aspek Quality Tourism	22
Tabel 2.4	Aspek Penerapan Quality Tourism.....	23
Tabel 3.1	Fokus Penelitian.....	27
Tabel 4.1	Sejarah Kerajaan Britania.....	35
Tabel 4.2	Perekonomian Inggris Raya.....	42
Tabel 5.1	Poin yang dibutuhkan wisatawan Prancis di Inggris Raya.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Kontribusi utama sektor perjalanan dan pariwisata terhadap PDB di Inggris Raya dari 2012-2028.....	3
Gambar 1.2	Diagram Referendum Inggris Raya untuk meninggalkan Uni Eropa	5
Gambar 1.3	Grafik Wisatawan Prancis yang berkunjung ke Inggris Raya Eropa	7
Gambar 1.4	Grafik Pengunjung/Wisatawan terbanyak ke Inggris Raya berdasarkan jumlah pengunjung (berdasarkan negara) pada tahun 2019-2023.....	9
Gambar 4.1	Grafik PDB Inggris Raya dari tahun 1948 hingga 2024.....	47
Gambar 4.2	Grafik Sensus 2021 Etnis yang tinggal di Inggris Raya.....	50
Gambar 5.1	Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Prancis ke Inggris Raya dari tahun 2019-2024.....	66
Gambar 5.2	Grafik jumlah uang yang dihabiskan Wisatawan Prancis ke Inggris Raya dari tahun 2019-2024.....	68
Gambar 5.1.3	Grafik Jumlah malam yang dihabiskan oleh Wisatawan Prancis yang berkunjung ke Inggris Raya pada tahun 2019-2024 (2020 hanya Q1).....	71
Gambar 5.2.1	Grafik Pendapatan Pariwisata Inggris Raya periode 2019-2024.....	73

DAFTAR SINGKATAN

CH	: Konfederasi Swiss, <i>Confoederatio Helvetica</i>
CHSE	: <i>Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability</i>
EEA	: <i>European Economic Area</i>
EU	: <i>European Union</i>
ONS	: <i>Official National Statistics</i>
PDB	: Pendapatan Domestik Bruto
UK	: <i>United Kingdom</i>
UNWTO	: <i>United Nations World Tourism Organization</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Situasi perkembangan teknologi yang sangat pesat di dunia, mempengaruhi berkembangnya ilmu pengetahuan yang disertai dengan industrialisasi. Semakin berkembangnya zaman, pertumbuhan sektor pariwisata semakin meningkat sebagaimana dampak dari industri transportasi udara maupun darat yang berkembang. Hal ini memudahkan wisatawan untuk mengakses pilihan transportasi yang ada untuk berkunjung ke kota ataupun negara lain. Pada tahun 2009, sebanyak 880 juta orang melakukan perjalanan ke negara atau kota lain, hal yang sangat signifikan ini, menjadikan pariwisata sebagai salah satu industri terbesar di dunia (Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, n.d.).

Menurut Hertiana, pariwisata merupakan bagian tak terpisahkan dari pembangunan nasional yang dibangun berdasarkan keunikan dan kekhasan budaya alam serta hubungan antar masyarakat (Ikasari, 2021). Sedangkan, menurut Prayogo & Febrianita (2018: 1) didalam (Ulya et al., 2023) pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dari satu lokasi ke lokasi lain dalam periode waktu tertentu, dengan tujuan untuk berwisata dan menikmati hiburan.

(Krustiyati et al., 2022) di dalam (Prabowo & Sinaga, 2020) berpendapat bahwa pariwisata internasional sendiri memberikan kesempatan bagi warga suatu negara untuk bepergian ke negara lain dan berinteraksi dengan orang asing. Dengan demikian, pariwisata internasional dapat memperkuat hubungan internasional satu negara dengan negara lainnya melalui pengamatan terhadap karakteristik geografis, pemahaman tentang situasi ekonomi dan hukum, wawasan budaya, serta pemahaman

personal.

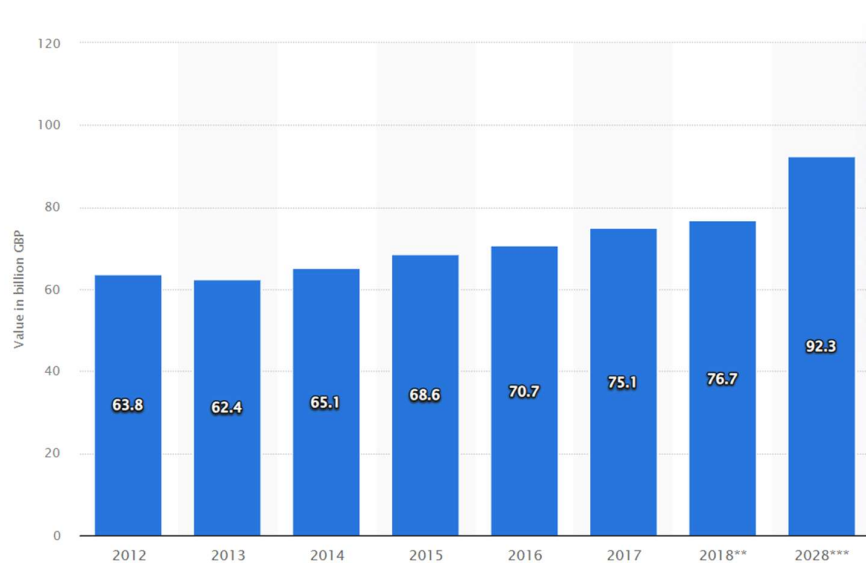
Sektor pariwisata telah menjadi salah satu penyumbang devisa utama dan menjadi komoditas yang diandalkan pemerintah sebagai pilar utama pembangunan ekonomi nasional. Pengembangan pariwisata dilakukan secara berkelanjutan sebagai bagian integral dari pembangunan nasional (Ikasari, 2021). Selain itu, Prayogo & Febrianita (2018: 1) didalam (Ulya et al., 2023) berpendapat bahwa pariwisata merupakan industri yang perkembangannya terbesar dan tercepat di dunia. Dalam kurun waktu 50 tahun terakhir, sektor pariwisata telah berkembang pesat sebagai aktivitas yang sangat diminati masyarakat, hal ini menjadikan pariwisata sebagai industri terpenting di dunia dalam hal pendapatan ekspor (Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, n.d.).

Menurut Wally Ollins, sektor pariwisata merupakan industri terbesar keempat di dunia dan tumbuh sekitar 9 persen per tahun. Beberapa negara sangat bergantung pada pariwisata sebagai pendapatan mereka dan bahkan mereka mengembangkan infrastruktur pariwisata yang canggih (Melissen, 2005). Maka dari itu, negara perlu memberikan perhatian khusus dalam meningkatkan pariwisata karena sebagaimana yang dikatakan (Uslu et al., 2019) di dalam (Prabowo & Sinaga, 2020) bahwa pariwisata internasional merupakan cara yang efektif untuk menampilkan citra yang lebih baik tentang negara dan budayanya kepada orang asing.

Tom Jenkins selaku Ketua Aliansi Pariwisata mengatakan bahwa sektor Pariwisata merupakan salah satu komponen terpenting bagi perekonomian Inggris Raya. Hal ini dikarenakan, adanya 3,4 juta orang yang bekerja di lebih dari 300.000 sektor bisnis, dan bisnis-bisnis ini tersebar di setiap daerah di Inggris Raya. Sektor

Pariwisata di Inggris Raya sendiri menghasilkan lebih dari £150 miliar setiap tahun bagi masyarakat lokal (Tourism Alliance, n.d.).

Menurut pemerintah Inggris Raya, sektor pariwisata mereka menyumbang £106 miliar bagi PDB (Pendapatan Domestik Bruto) Inggris Raya, selain itu sektor pariwisata juga mendukung 2.6 juta lapangan pekerjaan (Visit Britain, n.d.). Namun, hal ini hanya dapat terjadi jika pertumbuhan pariwisata terus meningkat dan Inggris Raya kerap melakukan upaya-upaya untuk mempromosikan negara mereka di mata masyarakat lokal dan wisatawan mancanegara.



Gambar 1.1 Grafik kontribusi utama sektor perjalanan dan pariwisata terhadap PDB di Inggris Raya dari 2012-2028 (**Estimasi, ***Ramalan)

Sumber: (Statista Research Department, 2024)

Inggris Raya kaya akan warisan budaya, yang mana bisa kita lihat dari pemandangan alam yang luar biasa. Pariwisata Inggris Raya menawarkan pemandangan dan pengalaman yang berbeda, dimulai dari sejarah menara London

yang berusia seribu tahun hingga pengalaman unik di puncak tebing *Giant's Causeway* di Irlandia Utara (HM Government, n.d.).

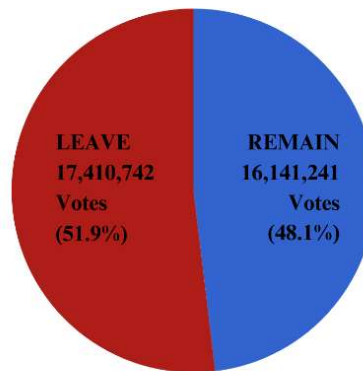
Menurut riset yang didapatkan oleh Aliansi Pariwisata, banyak industri yang mengklaim bahwa mereka bisa menghasilkan pertumbuhan ekonomi Inggris Raya dengan kebijakan pemerintah yang tepat. Nyatanya, sektor pariwisata Inggris memiliki karakteristik khusus dan keunggulan yang unik dibandingkan sektor ekonomi lainnya, yang mana sektor pariwisata di Inggris bisa memberikan pertumbuhan yang lebih cepat bagi negara. Klaim ini disebabkan karena pariwisata di Inggris memiliki beberapa keunggulan seperti; Pengembalian Investasi yang Cepat, Setiap Komunitas Regional dan Lokal Terdampak, Kekayaan terdistribusi, Adanya Pertumbuhan Berkelanjutan, serta Pariwisata sebagai Komponen Penting dari *Soft Power* Inggris. Faktor-faktor ini yang menjadikan Inggris negara dengan daya saing no 6 di dunia (Tourism Alliance, n.d.).

Sektor Pariwisata di Inggris Raya berjalan dengan baik sebelum krisis global seperti Brexit dan Covid-19. Banyak pengunjung yang mengunjungi Inggris Raya dengan cara menciptakan lapangan kerja ataupun mendukung bisnis yang sudah ada. Selain itu, pengunjung juga mengunjungi tempat-tempat populer di Inggris Raya karena sejarah dan budayanya. Ketika Brexit terjadi, masyarakat dari Uni Eropa sulit untuk berkunjung dan bekerja di Inggris Raya tanpa waktu yang terbatas (European Union, 2024).

Setelah Inggris Raya menjalin 47 tahun hubungan politik dengan Uni Eropa, Inggris Raya memberikan suara keluar pada 23 Juni 2016, dan memutuskan untuk keluar dari Uni Eropa pada tanggal 31 Januari 2020. 52% (16,141,241) masyarakat Inggris memilih agar Inggris meninggalkan Uni Eropa, sedangkan 48% (17,410,742)

masyarakat memilih agar Inggris tetap bergabung dengan Uni Eropa (The Electoral Commission, 2016).

The result of the June 2016 referendum on the UK's membership of the European Union



Gambar 1.2 Diagram Referendum Inggris Raya untuk meninggalkan Uni Eropa

Sumber: (The Electoral Commission, 2016)

Banyaknya masyarakat Inggris Raya yang memilih dan memberikan suara mereka agar Inggris Raya meninggalkan Uni Eropa, hal ini dikarenakan mereka merasa bahwa Inggris Raya harus membuat keputusan atau peraturan mereka sendiri tanpa campur tangan Uni Eropa. Beberapa juga mengkhawatirkan bahwa akan banyaknya orang yang pindah ke Inggris Raya dari negara eropa lain (Ashcroft, 2016).

Ada beberapa dampak yang diterima Inggris Raya setelah mereka keluar dari Uni Eropa (*Brexit-British Exit*), salah satunya BBC Verify meneliti beberapa hal penting yang muncul karena beberapa aturan yang berubah dengan terjadinya Brexit. Beberapa hal ini termasuk pada perdagangan, hal ini dikarenakan para ekonom dan analis menilai bahwa dampak keluarnya Inggris Raya dari Uni Eropa merupakan hal

negatif di bidang sektor perdagangan barang, yang mana hal ini berdampak pada bentuk hambatan non-tarif, yang mana hal ini berarti pemilik bisnis akan memakan waktu lebih lama dalam mengurus dokumen baru yang terkadang rumit dalam mengimpor dan mengeksport sesuatu ke Uni Eropa (Chu & Kovacevic, 2025).

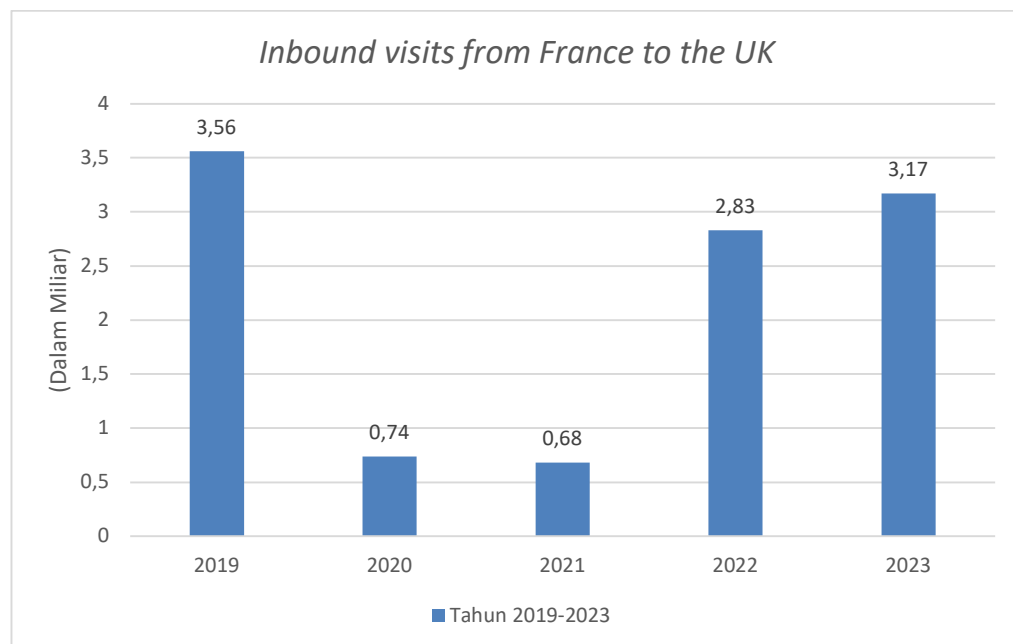
Selain perubahan terjadi di sektor perdagangan, Brexit juga mempengaruhi sektor perjalanan. Menurut BBC Verify, pemegang paspor Inggris Raya tidak dapat lagi menggunakan jalur “*EU(European Union)/EEA(European Economic Area)/CH(Switzerland)*” di titik penyeberangan perbatasan Uni Eropa. Pengunjung masih dapat mengunjungi Uni Eropa sebagai turis selama 90 hari dalam periode 180 hari tanpa memerlukan visa, selagi mereka memiliki setidaknya tiga bulan tersisa di paspor mereka pada saat mereka kembali. Selain itu, warga negara Uni Eropa dapat tinggal di Inggris Raya hingga enam bulan tanpa memerlukan visa (Chu & Kovacevic, 2025).

Setelah itu, Covid-19 terjadi, yang mana hal ini mempengaruhi seluruh akses masuk dan keluar perjalanan (Government of United Kingdom, 2021). Karenanya, semua akses perbatasan Inggris Raya maupun dari negara lain ditutup untuk menghentikan penyebaran virus, sehingga turis yang mengunjungi Inggris Raya juga berkurang. Selain itu, seluruh toko-toko di Inggris Raya juga tutup karena pemberitahuan sementara dari pemerintah (Government of United Kingdom, 2021).

Selama Covid-19 terjadi, jumlah pengunjung ke Inggris turun hingga 73% pada tahun 2020 dibandingkan dengan tahun 2019 (Visit Britain, n.d.). Banyak bisnis yang bergantung pada wisatawan lokal, namun karena adanya pembatasan perjalanan, lalu kekhawatiran karena menyebarnya virus, dan perekonomian yang menurun membuat sektor pariwisata mengalami banyak penurunan (World Travel &

Tourism Council, 2022).

Walaupun sektor pariwisata di Inggris Raya sempat terdampak oleh Covid-19, namun Visit Britain memaparkan bahwa pada tahun 2019, wisatawan Prancis mengeluarkan £1.4 triliun terhadap kunjungan mereka ke Inggris Raya yang menjadikan Prancis pasar terbesar ke-4 sebagai sumber pengunjung wisatawan paling bernilai bagi Inggris Raya. Pada tahun 2019, Inggris menjadi tujuan terpopuler ketiga untuk perjalanan wisata, setelah Spanyol dan Italia. (Visit Britain, 2021).



Gambar 1.3 Grafik data Wisatawan Prancis yang berkunjung ke Inggris Raya

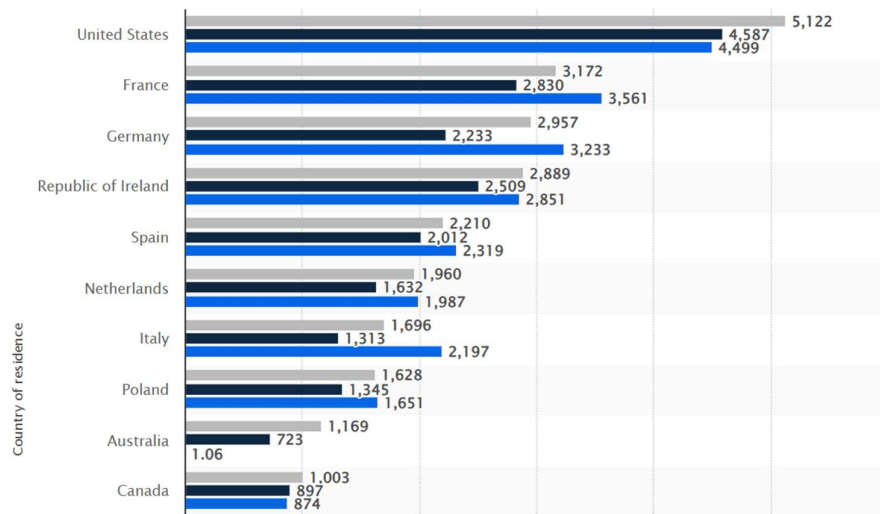
Sumber: (Statista Research Department, 2025)

Sumber grafik diatas berasal dari *VisitBritain*, Office for National Statistics (ONS) UK di dalam (Statista Research Department, 2025). Pada tahun 2019, terdapat 3,56 juta kunjungan wisatawan Prancis ke Inggris Raya, lalu pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan yang signifikan dikarenakan pembatasan perjalanan

akibat pandemi Covid-19. Pada tahun 2022, terjadi 2,83 juta kunjungan wisatawan Prancis ke Inggris Raya, yang mana merupakan yang terendah yang tercatat sejak sebelum 2004, dan pada tahun 2023, terjadi sedikit peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya, yakni terdapat 3,17 juta kunjungan wisatawan Prancis ke Inggris Raya (Statista Research Department, 2025).

Maka dari itu, strategi pariwisata sangat dibutuhkan untuk menarik para wisatawan terkhususnya wisatawan Prancis. Hal ini dikarenakan Prancis merupakan pasar sumber terbesar di Eropa untuk Inggris, dan kedua terbesar secara global berdasarkan jumlah kunjungan (Visit Britain, 2021).

Selain hal ini, warga Prancis sendiri juga sempat menempatkan Inggris Raya pada peringkat keempat untuk budaya kontemporer dan budaya secara keseluruhan di antara 50 negara. Sebanyak 98% pengunjung Prancis menyatakan mereka sangat merekomendasikan Inggris Raya sebagai tujuan liburan atau kunjungan singkat. Bahkan, ketika masyarakat Prancis ditanya, kenapa mereka tertarik untuk kembali berlibur ke Inggris, setengahnya mengatakan bahwa Inggris Raya mudah dijangkau bagi mereka (Visit Britain, 2021).



Gambar 1.4 Grafik Pengunjung/Wisatawan terbanyak ke Inggris Raya berdasarkan jumlah pengunjung (berdasarkan negara) pada tahun 2019-2023

Sumber: (Statista Research Departments, 2025)

Data diatas berdasarkan *Office for National Statistics (ONS) UK* di dalam (Statista Research Departments, 2025). Pada tahun 2023, Amerika Serikat merupakan pasar pariwisata terbesar yang mengunjungi Inggris berdasarkan jumlah kunjungan. Prancis menjadi negara terbesar di Eropa yang mengunjungi Inggris Raya dengan jumlah kunjungan terbanyak (Statista Research Departments, 2025).

Daya tarik Inggris Raya sendiri sangat menarik wisatawan Prancis yang dimulai dari akses yang mudah dijangkau dan juga budaya-budaya Inggris seperti: budaya kontemporer dan budaya secara keseluruhan, Ikon kota-kota seperti *London Eye*, *West End Theatres*, olahraga, serta warisan budaya dan bangunan bersejarah. Hampir dua dari lima wisatawan Prancis menyatakan bahwa negara tujuan yang terkait dengan literatur, film, atau acara TV mempengaruhi pilihan destinasi liburan mereka, yang mana dalam hal ini Inggris Raya memenuhi kriteria tersebut. Bahkan,

ketika pandemi melanda, 60% warga Prancis yang berusia 15 tahun ke atas melakukan perjalanan liburan pada tahun 2020, dan mereka tetap antusias untuk bepergian ke Inggris Raya (Visit Britain, 2021).

Akses untuk mengunjungi Inggris Raya sangat mudah, bahkan 45% wisatawan Prancis yang bepergian ke Inggris memilih untuk pergi dengan pesawat, sementara 39% melalui Terowongan Channel (yang menghubungkan Inggris dan Prancis) dengan kereta atau mobil, dan 16% menggunakan kapal feri (Visit Britain, 2021).

Selain itu, *Eurostar* merupakan perusahaan yang mengoperasikan layanan kereta api berkecepatan tinggi melalui Terowongan Channel yang menghubungkan Prancis, Belanda, Jerman, dan Inggris melalui rute langsung dan tidak langsung. Perjalanan dari London ke Paris sendiri hanya memakan waktu 2 jam 16 menit dengan biaya dimulai dari €44 saja untuk tiket *one way*. Sedangkan, *Eurotunnel (Le Shuttle)* merupakan layanan antar jemput untuk kendaraan seperti penumpang yang membawa mobil dan ingin melalui terowongan bawah laut yang menghubungkan Inggris selatan dengan Prancis Utara dalam waktu sekitar 35 menit, tanpa perlu keluar dari kendaraan (Eurostar International Limited, n.d.).

Laporan Dampak Ekonomi terbaru dari *World Travel dan Tourism Council* mengungkapkan bahwa tahun 2021 menandai dimulainya pemulihan sektor perjalanan dan pariwisata Inggris Raya. Pada tahun 2021, kontribusi sektor Pariwisata dan perjalanan terhadap PDB meningkat 40,3% dari tahun ke tahun, mencapai lebih dari £131 miliar, yang mana masih jauh di bawah tahun 2019. Pada intinya, kontribusi dari sektor pariwisata bisa saja lebih tinggi jika tidak dipengaruhi oleh varian omicron, yang menyebabkan tersendatnya pemulihan ekonomi di dunia

melalui adanya pemberlakuan pembatasan perjalanan (World Travel & Tourism Council, 2022).

Quality Tourism merupakan faktor yang semakin penting dalam daya saing sektor pariwisata dan keberhasilan jangka panjang destinasi pariwisata, karena berkaitan erat dengan kepuasan harapan pengunjung. Untuk bersaing secara efektif di pasar pariwisata global, negara perlu menawarkan pengalaman yang unik dan nilai yang luar biasa bagi pengunjungnya dalam mengunjungi destinasi yang dituju. *Quality Tourism* dipengaruhi oleh berbagai layanan publik dan swasta, interaksi dengan masyarakat lokal dan lingkungan sehingga memerlukan pendekatan bersama dari semua pihak yang berkepentingan, termasuk pemerintah maupun sektor publik dan swasta (UNWTO, 2017).

Berdasarkan latar belakang ini, peneliti akan membahas mengenai strategi *quality tourism* Inggris Raya dalam meningkatkan wisatawan Prancis pada tahun 2024.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan pembahasan yang telah dibahas di bagian latar belakang, peneliti hendak menganalisis Bagaimana Strategi *Quality Tourism* Inggris Raya dalam meningkatkan Wisatawan Prancis pada tahun 2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *Quality Tourism* Inggris Raya dalam meningkatkan wisatawan Prancis pada tahun 2004

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar untuk pengembangan media pembelajaran atau penerapan media pembelajaran selanjutnya. Selain itu juga menjadi nilai tambah ilmu keilmuan di bidang pendidikan khususnya dalam studi Ilmu Hubungan Internasional.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat luas, penelitian ini diharapkan dapat mengedukasi masyarakat luas dan penelitian lain yang hendak dibuat terutama dalam melihat bagaimana media dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu kelompok.
- b. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi mahasiswa dan masyarakat lainnya untuk meneliti tentang upaya strategi *Quality Tourism* Inggris Raya dalam meningkatkan wisatawan Prancis pada tahun 2024

DAFTAR PUSTAKA

- Ambassade de France Au Royaume-Uni. (2023, April 18). *Summary of France's relationship with the United Kingdom*. <https://uk.ambafrance.org/Bilateral-cooperation>
- Antara, I. B. K. S., & Mandala, N. A. T. (2023). Analisis Penerapan Konsep Quality Tourism di Bali dari Sudut Pandang Sinergitas Pentahelix Pariwisata. *MANAJEMEN PERHOTELAN DAN PARIWISATA*, 6(2), 2023.
- Ashcroft, Lord. (2016, June 24). *How the United Kingdom voted on Thursday and why*. <https://lordashcrofthpolls.com/2016/06/how-the-united-kingdom-voted-and-why/>
- BINUS University. (n.d.). *Pengertian Wisatawan*. Retrieved May 13, 2025, from <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2HTML/2007100213MNSIBab2/page53.html>
- Brown, T. (2023, April 18). *Parliamentary democracy in the UK*. <https://lordslibrary.parliament.uk/parliamentary-democracy-in-the-uk/>
- Chu, B., & Kovacevic, T. (2025, January 31). *Five key impacts of Brexit five years on*. <https://www.bbc.com/news/articles/cdrynjz1glpo>
- Clark, D. (2025, May 16). *Gross domestic product of the United Kingdom from 1948-2024*. <https://www.statista.com/statistics/281744/gdp-of-the-united-kingdom/>
- Committee on Electronic Information and Communication (CEIC). (n.d.). *United Kingdom Tourism Revenue*. Retrieved June 9, 2025, from <https://www.ceicdata.com/en/indicator/united-kingdom/tourism-revenue>
- Department for Digital, C. M. & S. (2021). *The Tourism Recovery Plan*. <http://www.nationalarchives.gov.uk/doc/>
- Dr. Babasaheb Ambedkar Open University. (n.d.). *Principles and Practices of Tourism* (Ms. D. Karandikar, Ms. N. Khare, & Ms. M. Kadam, Eds.).
- Eagan, J. L. (n.d.). *Multiculturalism*. Retrieved June 1, 2025, from <https://www.britannica.com/topic/multiculturalism>
- Encyclopaedia Britannica. (n.d.). *Sistem Bikameral*. Retrieved June 2, 2025, from <https://www.britannica.com/topic/checks-and-balances>
- European Committee of the Regions. (n.d.). *CoR - France Introduction*. Retrieved June 1, 2025, from <https://portal.cor.europa.eu/divisionpowers/Pages/France-Introduction.aspx>
- European Union. (n.d.). *France*. Retrieved June 1, 2025, from https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/france_en
- European Union. (2024, October 11). *Residence rights for EU nationals in the UK and UK nationals in the EU*.

https://europa.eu/youreurope/citizens/residence/residence-rights/brexit-residence-rights/index_en.htm

Eurostar International Limited. (n.d.). *Eurostar (Travel from the French to the UK capital in just 2 hours and 17 minutes)*. Retrieved May 13, 2025, from <https://www.eurostar.com/rw-en/train/london-to-paris#Cheap-tickets>

Government of United Kingdom. (2021, January 15). *All UK travel corridors temporarily suspended to protect against new international variants*. <https://www.gov.uk/government/news/all-uk-travel-corridors-temporarily-suspended-to-protect-against-new-international-variants>

Government UK. (2016, August 16). *Government invests £40 million and cuts red tape to boost tourism across England*. <https://www.gov.uk/government/news/government-invests-40-million-and-cuts-red-tape-to-boost-tourism-across-england>

HM Government. (n.d.). *Industrial Strategy Tourism Sector Deal | Building a world-class experience economy*.

Hutton, G., & Murray, A. (2025). *Tourism: Statistics and policy*.

Ikasari, H. (2021). Strategies to Improve the Attractiveness of Sam Poo Kong Temple As Cultural Tourism Site of Semarang City, Central Java, Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 9(1), 1–9. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2021.009.01.01>

Institut Teknologi Bandung. (n.d.). *Definisi Pariwisata Global (Global Tourism)*.

Ivanovo State Power University. (n.d.). *THE UNITED KINGDOM OF GREAT BRITAIN AND NORTHERN IRELAND: a profile*.

Jan van der. (2022, April 8). *Entente Cordiale: 120 years of peace and cooperation between Britain and France*. Radio France Internationale. <https://www.rfi.fr/en/international/20240408-entente-cordiale-129-years-of-peace-and-cooperation-between-britain-and-france>

Jean-Pierre, P., & Perrain, D. (2017). *France, tourism*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6_520-1

Josephson, P. R., & Prestwich, M. C. (2025, May 30). *Economy of the United Kingdom*. <https://www.britannica.com/place/United-Kingdom/Trade>

Kostiner, J. (2025, May 17). *Monarchy*. Encyclopædia Britannica, Inc. <https://www.britannica.com/topic/monarchy>

Latif, A. N. K. (2021). Mengenal Konsep Quality Tourism. *Warta Pariwisata*, 19(2), 5–6. <https://doi.org/10.5614/wpar.2021.19.2.02>

Leksono, S. (2013). *PENDEKATAN DESKRIPTIF*.

- Mahmudin, T., Sirait, E., Satmoko, N. D., Mistriani, N., Ade, M., & Harahap, K. (2024). *Quality Tourism: Tourism Development and Improvement Strategies In Indonesia's Super Priority Destinations*. 6. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i3.6211>
- Maleachi, S., Sianipar, R., & Bernedeta Sitorus, N. (2023). Tourism Development with Quality Tourism Approach in Ulos Hutaraja Village. In *JIGE* (Vol. 4, Issue 4).
- Mandagi, L., Lopian, M. T., & Lambey, T. (2022). *EKSEKUTIF STRATEGI PEMERINTAH KECAMATAN DALAM MENGHADAPI ERA NEW NORMAL DI KECAMATAN TOMOHON UTARA KELURAHAN KAKASKASEN 1*.
- McKenna, A. (2025, May 23). *Constitutional Monarchy*. Encyclopædia Britannica, Inc. <https://www.britannica.com/place/United-Kingdom>
- Melissen, J. (2005). *The New Public Diplomacy - Soft Power in International Relations* (J. Melissen, D. Lee, & P. Sharp, Eds.). Palgrave Macmillan.
- Michele, & Wittermans Un, Y. B. R. (2023). Constitution & Decentralized Government System in France. *Focus Journal Law Review*, 3(2).
- Mills, C., & Brooke-Holland, L. (2023). *UK-French defence cooperation: A decade on from the Lancaster House treaties* (Vol. 15).
- Montana State University Extention, & 4-H Center for Youth Development. (n.d.). *International Study Guide Series United Kingdom*. Montana State University.
- Newson, N. (2021, June 15). *Promoting tourism in the UK*. <https://lordslibrary.parliament.uk/promoting-tourism-in-the-uk/>
- Office for National Statistics of United Kingdom. (2024, October 18). *Estimates of Overseas Resident's visits and spending in the UK*. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/leisureandtourism/datasets/overseastravelandtourism>
- Oladjehou, B. B., & Yekini, I. (2018). Multiculturalism and Socio-Cultural Conflicts in United Kingdom: A Critical Analysis. *International Journal of Humanities, Social Sciences and Education*, 5(12). <https://doi.org/10.20431/2349-0381.0512013>
- Prabowo, H., & Sinaga, O. (2020). The Role of Tourism on International Relations: Evidence from the Indonesian Economy. In *Croatian International Relations Review* (Vol. 27, Issue 87). Institute for Development and International Relations. <https://doi.org/10.2478/CIRR-2021-0001>
- Randika. (2023). *QUALITY TOURISM SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN PARIWISATA*. Universitas Hasanuddin.
- Shennan, J. H., & Bachrach, Be. S. (2025, May 1). *France*. <https://www.britannica.com/place/France>
- Statista Research Department. (2024, June 30). *Direct contribution of travel and tourism to GDP in the United Kingdom (UK) from 2012 to 2028**.

- Statista Research Department. (2025a, February 3). *Number of visits from France to the United Kingdom from 2004 to 2023*.
<https://www.statista.com/statistics/472975/number-of-visits-france-to-united-kingdom/>
- Statista Research Department. (2025b, April 3). *Concerns over the environmental impact of tourism among adults in the United Kingdom as of January 2025, by age*.
<https://www.statista.com/statistics/1135573/tourism-sustainability-concerns-uk-by-age/>
- Statista Research Departments. (2024, December 2). *Number of overseas resident visits to the United Kingdom from 2002 to 2023, with a forecast for 2024*.
<https://www.statista.com/statistics/287133/annual-number-of-overseas-visits-to-the-united-kingdom-uk/>
- Statista Research Departments. (2025, January 21). *Leading inbound travel markets for the United Kingdom from 2019 to 2023, by number of visits*.
<https://www.statista.com/statistics/616972/inbound-travel-country-markets-united-kingdom-uk-international-visits/>
- The Electoral Commission. (2016). *The 2016 EU referendum | Report on the 23 June 2016 referendum on the UK's membership of the European Union*.
- Thomas, W. H. (2025, May 29). *Cultural Life in England*.
<https://www.britannica.com/place/England/Cultural-life>
- Tourism Alliance. (n.d.). *Tourism and the UK's Economic Recovery*.
- Turner, J. (2022, June 1). *Platinum Jubilee: how has the UK economy changed over the past 70 years*.
<https://www.economicsobservatory.com/platinum-jubilee-how-has-the-uk-economy-changed-over-the-past-70-years>
- UK Government. (n.d.). *How government works*. Retrieved May 25, 2025, from
<https://www.gov.uk/government/how-government-works>
- UK Government. (2022, December 22). *Regional Ethnic Diversity*.
<https://www.ethnicity-facts-figures.service.gov.uk/uk-population-by-ethnicity/national-and-regional-populations/regional-ethnic-diversity/latest/>
- UK Government. (2023, February 28). *New cultural exchange scheme opens to young talent in the UK and India*.
<https://www.gov.uk/government/news/new-cultural-exchange-scheme-opens-to-young-talent-in-the-uk-and-india>
- UK Parliament. (2019, July 18). *Committee investigates environmental impact of travel and tourism*.
<https://committees.parliament.uk/committee/62/environmental-audit-committee/news/100374/committee-investigates-environmental-impact-of-travel-and-tourism/>
- UKHospitality. (2024). *Environmental Sustainability Commitment*.
<https://www.ukhospitality.org.uk/insight/environmental-sustainability-commitment-2/>

- Ulya, O. L., Lestari, H., & Rostyaningsih, D. (2023). *Manajemen Strategis Pengembangan Desa Wisata Ngadimulyo Kabupaten Temanggung*.
- United Nations. (2010). *International recommendations for tourism statistics 2008*. United Nations.
- UNWTO. (2017). *Practical Guidelines for Integrated Quality Management in Tourism Destinations – Concepts, Implementation and Tools for Destination Management Organizations*. World Tourism Organization (UNWTO).
<https://doi.org/10.18111/9789284417988>
- U.S. Department of State. (n.d.). *France - U.S. Department of State* . Retrieved June 4, 2025, from <https://2009-2017.state.gov/outofdate/bgn/france/40587.htm>
- Visit Britain. (n.d.-a). *France*. Retrieved June 8, 2025, from <https://www.visitbritain.org/research-insights/inbound-markets/france>
- Visit Britain. (n.d.-b). *IPS Dashboard*. Retrieved June 9, 2025, from <https://www.visitbritain.org/integrated-report/ips-inbound-trends-market>
- Visit Britain. (n.d.-c). *The Value of Tourism in England*. Web Page. Retrieved March 24, 2025, from <https://www.visitbritain.org/research-insights/value-tourism-england>
- Visit Britain. (2021). *Market and Trade Profile: France*.
- Waste Managed. (n.d.). *UK Tourism Waste & Litter Statistics*. Retrieved June 9, 2025, from <https://www.wastemanaged.co.uk/our-news/summer/tourism-waste-uk/>
- World Travel & Tourism Council. (2022, May 18). *New Report From WTTC Reveals UK Travel & Tourism Sector Is Expected to Create 700,000 Jobs Over the Next Decade*.
<https://wttc.org/news-article/new-report-from-wttc-reveals-uk-travel-and-tourism-sector-is-expected-to-create-700000-jobs-over-the-next-decade>
- World Travel and Tourism Council. (2025, April). *UK Economy Loses More Than £2.2BN from International Traveller Spend, reveals WTTC* .
<https://wttc.org/news/uk-economy-loses-more-than-2-2bn-from-international-traveller-s-pend#:~:text=The%20global%20tourism%20body%20says,all%20hamper%20growth%20in%202025>.