BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam rangka menuju integrasi ekonomi wilayah Asia Tenggara seperti yang tercantum dalam program *ASEAN Economic Community* (AEC) 2015, sektor pariwisata mulai diperhatikan secara serius oleh negara-negara ASEAN. Dimulai dengan adanya promosi melalui logo dan *tagline*/slogan pariwisata, Bentuk *tagline*/slogan tersebut yaitu, Brunei dengan *Brunei The Green Heart of Borneo*, Cambodia dengan *Cambodia Kingdom of Wonder*, Indonesia dengan *Wonderful Indonesia*, Laos dengan *Laos Simply Beautiful*, Malaysia dengan *Malaysia Truly Asia*, Myanmar dengan *Mystical Myanmar*, Philippines dengan *It's More Fun in The Philippines*, Singapore dengan *Your Singapore*, Thailand dengan *Amazing Thailand Always Amazes You*, Vietnam dengan *Vietnam Timeless Charm*, dan *ASEAN Tourism* memiliki slogan *Southeast Asia, Feel The Warmth* yang menjadi mencitrakan seluruh pariwisata negara-negara anggota ASEAN, ini semua dibuat agar pariwisata di seluruh negara anggota ASEAN terlihat atraktif dan dapat menjadi pilihan para wisatawan internasional (Diakses pada 6 juli 2014 melalui http://itineraryku.blogspot.com /2012/01/asean-logo-dan-slogan-pariwisata-negara .html).

Selain itu, ada beberapa hal yang di bentuk oleh ASEAN untuk memajukan pariwisatanya dalam kesiapan menghadapi *ASEAN Economic Community* 2015. Diantaranya *ASEAN Common Visa* yaitu, pengaturan kerjasama bebas visa bagi

pemegang paspor biasa atau paspor hijau, perjanjian bebas visa ini penting untuk meningkatkan hubungan antar warga dan merupakan bagian dari konektivitas ASEAN. Meningkatan standar professional pariwisata, meningkatan standar produk pariwisata. Meningkatkan kerjasama dengan negara lain, terutama dengan negara mitra ASEAN seperti China, Jepang, Korea Selatan dan India.

Untuk itu, ASEAN melalui *ASEAN Tourism Forum* (ATF) yang merupakan kegiatan pariwisata untuk meningkatkan pariwisata di kawasan Asia Tenggara. ATF dibentuk pada tahun 1981, ATF diadakan setiap tahunnya secara bergilir oleh negara anggota ASEAN berdasarkan urutan alfabetik diantara sepuluh negara anggota ASEAN. ATF merupakan *event* pariwisata tahunan terbesar di kawasan Asia Tenggara, yang secara umum ATF bertujuan untuk mempromosikan ASEAN sebagai tujuan wisata yang atraktif, memperkuat kerjasama antar sektor dalam industri turis ASEAN, secara khusus ATF juga menyediakan konvensi tahunan industri pariwisata ASEAN yang bertujuan sebagai wadah tukar ide, untuk meninjau pembangunan industri pariwisata dan secara bersama-sama memformulasikan rekomendasi yang spesifik untuk mempercepat pertumbuhan pariwisata ASEAN dan menjadi wadah bagi para pelaku bisnis industri pariwisata, yaitu penjual yang berasal dari negara anggota ASEAN dan pembeli yang berasal dari seluru dunia. Dalam kegiatan ATF juga hadir para jurnalis dari seluruh dunia untuk meliput kegiatan ATF (ASEAN, 2002:2).

Dalam kegiatan ATF terdapat dua agenda utama yang dilaksanakan, yaitu *Official Meeting* dan *Travel Exchange* (Travex), secara rinci terdiri dari :

1. *Official Meeting ASEAN Tourism Forum*

a. *Meeting of ASEAN National Tourism Organizations* (ASEAN NTOs). ASEAN NTOs merupakan pertemuan para organisasi pariwisata nasional tiap negara ASEAN (di Indonesia disebut Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif). ASEAN NTOs merupakan pertemuan rutin enam bulan sekali pada tingkat pejabat senior. Pertemuan ini dihadiri delegasi dari negara anggota ASEAN, juga diikuti wakil ASEANTA (*ASEAN Travel Agents Association*), SEATGA (*Southeast Asia Tourist Guide Association*), AJC (*ASEAN Japan Centre*), AKC (*ASEAN Korea Centre*) dan ACC (*ASEAN China Centre*).

   Dalam ASEAN NTOs dihasilkan kesepakatan mengenai *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP). ATSP merupakan salah satu rencana kerja jangka panjang ASEAN dalam bidang pariwisata. ATSP pertama kali dihasilkan didalam ATF ke-10 tahun 1990 di Brunei Darussalam. Pada saat ini, yang sedang berjalan adalah ATSP 2011-2015. ATSP 2011-2015 dirancang oleh kementerian pariwisata ASEAN pada Januari 2011, dan mulai membahas mengenai perkembangan strategis marketing ini pada Januari 2012. Strategi marketing ini mempresentasikan konsensus dari *ASEAN National Tourism Organisations* (NTOs). Mengenai arah strategi marketing yang penting bagi wilayah ASEAN untuk menuju tahun 2015. Stategi ini didesain untuk membantu membangun pengakuan dunia akan Asia Tenggara sebagai tujuan wisata kompetitif dan berkelas dunia, yang sebagian besar menggunakan kapasitas pemasaran dan sumber daya dari setiap

anggota ASEAN NTOs. Strategi ini dilandaskan pada prinsip bahwa tanggung jawab untuk mengelolah produk nasional dan objek wisata adalah milik masing-masing negara. Di Indonesia strategi ini diadopsi dan dijalankan seiring dengan strategi pariwisata nasional .

b. *Meeting Of ASEAN Tourism Ministers* (M-ATM).

M-ATM merupakan pertemuan para Menteri pariwisata ASEAN, untuk mendiskusikan isu dan pembangunan kepentingan bersama dan menyiapkan arah kebijakan didalam sektor industri. Secara khusus untuk mempertimbangkan, meninjau dan menyetujui kebijakan program/ rencana kerja yang telah di sah kan oleh ASEAN NTOs. Selain *meeting* diantara para Menteri ASEAN juga dilaksanakan *meeting* Menteri pariwisata negara ASEAN dengan Menteri negara mitra ASEAN yaitu menteri pariwisata China, Jepang, Korea Selatan dan India, karena mereka memiliki andil yang besar didalam hubungannya dengan pariwisata ASEAN.

2. *Travel Exchange* (Travex)

Travex merupakan rangkaian kedua dari agenda ATF. Travex merupakan kegiatan perdagangan dalam bentuk pameran industri pariwisata. Travex dihadiri oleh para peserta yang teridiri dari penjual yang berasal dari negara anggota ASEAN dan pembeli yang berasal dari seluru dunia. Travex dirancang untuk menawarkan kesempatan bagi pemasok produk wisata ASEAN dalam memasarkan produk dan jasa kepada pembeli internasional (ASEAN, 2002:3).

Di Asia Tenggara, Indonesia termasuk salah satu negara berkembang yang mempunyai berbagai macam objek wisata dan kebudayaan yang cukup menarik dan bervariasi, baik itu objek wisata yang ada di pulau Jawa, Sumatera, Sulawesi, Papua, Kalimantan dan terutama pulau Bali. Namun walaupun Indonesia memiliki lebih banyak objek wisata, khususnya wisata alam, di Asia Tenggara, Indonesia hanya mampu menduduki peringkat ke-4 di bidang pariwisata. Posisi pertama diduduki oleh Malaysia, kedua oleh Singapura dan ketiga oleh Thailand hal ini merupakan bukti dari ketertinggalan Indonesia sebagai negara yang memiliki objek pariwisata alam yang begitu beragam dan luas namun masih tertinggal oleh negara tetangga objek pariwisata alamnya jauh lebih sedikit (ASEAN,2012:5).

Pariwisata Indonesia hanya mampu berada di peringkat ke-4 ASEAN, Malaysia, Singapura dan Thailand masih unggul di antara negara-negara ASEAN lain dalam sektor wisata, demikian dinyatakan dalam Laporan Tahunan ASEAN Bidang Pariwisata 2012. Pemberian peringkat didasarkan pada penilaian yang mencakup beberapa faktor yaitu kebijakan dan peraturan negara bersangkutan, pelestarian lingkungan, keselamatan dan keamanan, kesehatan dan kebersihan, prioritas pariwisata, infrastruktur transportasi udara, infrastruktur transportasi darat, infrastruktur pariwisata, infrastruktur Informasi dan teknologi (ICT), daya saing harga, sumber daya manusia, afinitas untuk sektor pariwisata, sumber daya alam dan sumber daya budaya. Negara ASEAN lain seperti Brunei Darussalam, Indonesia, dan Vietnam dikategorikan sebagai negara yang memiliki potensi di bidang wisata, namun masih memiliki berbagai kelemahan. Sementara itu, Filipina dan Kamboja dikategorikan sebagai negara ASEAN yang memiliki banyak

kelemahan di sektor ini (Diakses pada 28 Agustus 2014. Melalui http://www.suarapembaruan.com/home/ukuran-asean-pariwisata-indonesia-tak-dianggap-memalukan/20716).

Kondisi ini tentunya dipengaruhi oleh keadaan industri pariwisata Indonesia. Dalam Undang-Undang Pariwisata No 10 Tahun 2009 industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Di dalam Industri Pariwisata terdapat elemen-elemen, yaitu akomodasi (hotel, restoran, dll), transportasi, obyek wisata, biro perjalanan wisata, kerajinan tangan, dan faktor pendukung lainnya (Suwantoro, 1997: 41).

Tertinggalnya pariwisata Indonesia, memang sangat dipengaruhi oleh kondisi industri pariwisata. Kondisi industri pariwisata Indonesia saat ini, apabila ditinjau dari elemen industri pariwisata, secara umum dapat disimpulkan masih belum mencapai standar yang ditentukan dalam ASEAN. Sebagai contoh, masih terdapat hotel di Indonesia yang belum mendapat sertifikasi standar ASEAN, obyek wisata Indonesia yang begitu banyak belum terorganisir dengan baik, dari segi standar fasilitas dan juga promosi, serta belum semua tenaga profesional pariwisata mendapat sertifikasi standar ASEAN serta infrastruktur pendukung seperti jalan menuju objek wisata yang masih rusak. Hal inilah yang membuat pariwisata Indonesia sulit untuk naik peringkat apalagi menjadi negara tujuan utama di ASEAN.

Dengan turut sertanya Indonesia dalam ATF dan dengan pelaksanaan program yang dihasilkan dalam kegiatan *meeting* ATF yaitu *ASEAN Tourism Strategic Plan*

(ATSP) 2011-2015 dan *Travel Exchange*, diharapkan ada solusi dari ASEAN bagi kemajuan pariwisata Indonesia khususnya industri pariwisata sebagai pemenuh kebutuhan kegiatan pariwisata.

Penelitian ini dibuat untuk mengamati proses bagaimana ASEAN berperan melaui ATF dalam industri pariwisata Indonesia. Tahun 2011-2013 diambil karena pelaksanaan program *meeting* ATF yaitu *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2011-2015 periodenya belum selesai sehingga peneliti memutustuka untuk meneliti tahun 2011-2013. Peneliti akan meneliti proses 3 tahun pelaksanaan program ATF, dalam industri pariwisata Indonesia .

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang dirumuskan dalam judul:

"Peranan ASEAN Melalui *ASEAN Tourism Forum* (ATF) Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Indonesia Tahun 2011 – 2013".

Penelitian ini dibuat berdasarkan beberapa mata kuliah yang dipelajari peneliti di Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia. Antara lain sebagai berikut:

1. Hubungan Internasional di Asia Tenggara

   Mata kuliah ini diambil sebagai salah satu landasan penlitian ini. Terkait dengan hubungan negara-negara di kawasan Asia Tenggara yang merupakan wilayah dimana ASEAN berada.

2. Organisasi Internasional

   Mata kuliah ini diambil sebagai salah satu landasan dalam penelitian ini, karena terkait mengenai peran aktor yang terlibat dalam interaksi antar

negara yang bersifat internasional dan menciptakan interaksi global didalamnya. Didalam mata kuliah ini juga dibahas mengenai bentuk- bentuk INGO dan IGO yang salah satunya yaitu ASEAN yang dibahas di dalam penelitian ini.

3. Regionalisme

   Mata kuliah ini diambil sebagai salah satu landasan dalam penelitian ini, karena terkait mengenai kerjasama yang dilakukan antar negara – negara yang berada dalam suatu kawasan. Seperti Kawasan Asia Tenggara yang merupakan kawasan yang dibahas dalam penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Mayor

Berdasarkan uraian diatas dan untuk memudahkan dalam menganalisis masalah, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

"Bagaimana peranan *ASEAN* melalui *ASEAN Tourism Forum* (ATF) dalam meningkatkan industri pariwisata Indonesia 2011 – 2013?"

1.2.2 Rumusan Masalah Minor

1. Apa saja program ASEAN melalui ATF yang mendukung Industri Pariwisata Indonesia?
2. Apa saja kendala pelaksanaan program AFT di Indonesia ?
3. Apa saja langkah yang ditempuh untuk mengatasi kendala pelaksanaan program ATF di Indonesia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui peranan ASEAN melalui *ASEAN Tourism Forum* (ATF) sebagai forum kerjasama pariwisata regional dapat meningkatkan pendapatan industri pariwisata di Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan, antara lain:

1. Untuk mengetahui, memahami, dan menganalisa program-program ASEAN melalui ATF yang mendukung Industri Pariwisata Indonesia.
2. Untuk mengetahui, memahami, dan menganalisa kendala pelaksanaan program AFT di Indonesia.
3. Untuk mengetahui, memahami, dan menganalisa langkah yang ditempuh untuk mengatasi kendala pelaksanaan program ATF di Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan pada tujuan penelitian, maka kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk keilmuan HI atau matakuliah memperkaya pengetahuan mengenai kerjasama regional, dalam meningkatkan

industri pariwisata. Disumbangsikan untuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta ASEAN.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna secara pragmatis sebagai bahan tambahan informasi bagi:

Penstudi Ilmu Hubungan Internasional, ASEAN dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.