

PERAN ASEAN TOURISM FORUM DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN ASING KE FILIPINA TAHUN 2015-2017

Oleh: Arya Purnama

Purnamaarya176@gmail.com

Pembimbing: Dr. Syafri Harto, M.Si

Bibliografi: 10 Jurnal dan E- Books, 10 Buku, dan 17 Situs Web.

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28294

Telp/fax. 0761-63277

ABSTRACT

This study aims to describe the roles of ASEAN in escalating the tourists visits in Philippines especially in 2015 to 2017. With the ASEAN Tourism Forum (ATF), all ASEAN member countries use it as a forum to achieve the national interests countries, as well as Philippines. Philippines uses ATF as a forum that facilitates to promote domestic tourism. Philippines is a country that has tourism potential and has a dynamic but relatively good rate of foreign tourist arrivals.

This research theoretically has built by using pluralism perspective on International Relations and supported international organizational theory. Formulation of all arguments, data, facts, and theoritical framework in this research using qualitative methods.

ASEAN Tourism Forum plays an important role in the development of regional tourism. ATF is a step of regional cooperation in order to promote ASEAN as one of the best international tourism destinations. ASEAN Tourism Forum has positives impact on the development of the Philippine tourism industry in terms of escalating foreign tourist arrivals in the Philippines.

Keywords : ATF, Destinations, Foreign Tourist Arrivals

PENDAHULUAN

Penulisan penelitian ini akan mengkaji serta membahas mengenai Peran ASEAN Tourism Forum dalam meningkatkan kunjungan wisatawan asing ke Filipina. Pada era globalisasi sekarang ini, pariwisata sudah diakui sebagai salah satu sektor industri yang telah berkembang di dunia internasional, pariwisata telah berkembang secara global dan berubah menjadi sebuah industri yang menjanjikan. Pariwisata dikembangkan secara internasional baik oleh negara berkembang maupun negara maju.

Pariwisata merupakan salah satu faktor yang penting dalam membangun sebuah negara. Industri pariwisata sangat berkaitan dengan sektor lainnya. Industri pariwisata dapat memberikan dampak yang sangat banyak kepada sektor perekonomian suatu negara. Filipina merupakan salah satu negara berkembang yang sedang meningkatkan sektor pariwisata. Hal ini disebabkan oleh Filipina memiliki daya tarik bagi wisatawan domestik maupun global.

Filipina sebagai negara kepulauan yang kaya akan potensi wisata mempunyai perhatian khusus terhadap perkembangan dan pengembangan industri pariwisata. Sekitar 45% wisatawan melakukan perjalanan untuk tujuan liburan, 26,5% untuk mengunjungi keluarga dan kerabat, 16% untuk keperluan bisnis, negara Filipina memiliki beberapa destinasi utama seperti Bukit Coklat di Bohol, Boracay di Aklan, Pantai Mactan di Cebu dan Pantai Palawan, dan masih banyak destinasi wisata lainnya.¹

¹Henderson, Jurnal Tourism: *"Tourism Development and Politics in The Philippines"*, Nayang Technology University Vol.6, No 2

Perkembangan pariwisata di Filipina juga dipengaruhi oleh berkembangnya sektor pariwisata di kawasan ASEAN. Kawasan Asia Tenggara selama periode 2005-2012 mengalami pertumbuhan wisatawan mancanegara (wisman) tertinggi di dunia yakni sebesar 8,3% atau jauh diatas pertumbuhan pariwisata global sebesar 3.6% . Tahun 2013 pariwisata ASEAN tumbuh 12% dan mencapai 92,7 juta wisman atau diatas pertumbuhan pariwisata global sebesar 5%.² Hal ini menunjukkan bahwa ASEAN memiliki potensi dibidang pariwisata yang bisa memicu pertumbuhan ekonomi di kawasan ASEAN.

Filipina memiliki banyak pariwisata yang tidak kalah dengan negara – negara di kawasan ASEAN, tetapi Filipina bukan negara dengan tujuan wisata terbanyak oleh wisatawan asing, karena hingga tahun 2015 masih berada di urutan ke enam negara ASEAN dalam jumlah kunjungan wisatawan nya sebesar 5% setelah Thailand pada posisi pertama 29%, Malaysia 25,8% , Singapura 15,2%, Indonesia 10,4% dan Vietnam 8%

ASEAN Tourism Forum didirikan pada tahun 1981, ATF sudah menjadi kunci dari gerakan untuk mengembangkan pariwisata di wilayah ASEAN. Selama 3 dekade, pihak pemerintah dan swasta berkumpul setiap tahunnya di ATF untuk mendiskusikan, membahas, dan membuat strategi untuk terus mempromosikan ASEAN sebagai

²Arief "Tourist arrivals in ASEAN", <http://poskotanews.com/2014/12/06/menteri-arief-mea-peluang-memajukan-sektor-pariwisata> (diakses pada 18 Oktober 2018)

tujuan pariwisata dunia yang paling diminati.

Hal ini merupakan peluang yang harus dimanfaatkan oleh sektor pariwisata ASEAN. Maka diperlukan upaya bersama negara-negara ASEAN untuk mengatasi kendala yang dapat menghambat perkembangan pariwisata seperti high cost tourism dan konektivitas antarnegara ASEAN. ASEAN *Tourism Forum* ini diharapkan akan menghasilkan rekomendasi solusi masalah ini (Sekretaris Jenderal United Nation World Tourism Organization, Thalib Rivai).³ ASEAN *Tourism Forum* merupakan kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan kawasan ASEAN sebagai salah satu tujuan utama wisatawan.

Di Asia Tenggara, Filipina termasuk salah satu negara berkembang yang mempunyai berbagai macam objek wisata dan kebudayaan yang cukup menarik dan bervariasi seperti di kawasan Manila, Boracay, Cebu, Bohol dan masih banyak lainnya. Tetapi Filipina hanya mampu menduduki peringkat ke-6 di bidang pariwisata ASEAN.

Dilihat dari latar belakang di atas, maka penulis ingin melihat peran ASEAN *Tourism Forum* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan asing ke Filipina pada tahun 2015 – 2017, dimana pada tahun 2016 Filipina menjadi tuan rumah penyelenggara ASEAN *Tourism Forum* tersebut.

KERANGKA TEORI

Perspektif Pluralisme

³“ASEAN Tourism Bahas Isu Pariwisata”, Jurnal Nasional dalam <http://www.jurnas.com/halaman/15/2012-01-14/195548> (di akses pada 18 Oktober 2018)

Perspektif ini merupakan perspektif yang berkembang pesat saat ini, paradigma plularis menyatakan bahwa aktor-aktor dalam hubungan internasional tidak terdiri dari aktor negara saja, namun terdapat pula aktor non-negara termasuk pula di dalamnya *Society* (masyarakat). Aktivitas hubungan internasional dari berbagai aktor non-negara ini kemudian memunculkan konsep *international society* (masyarakat internasional) yang pada intinya merupakan interaksi antar individu atau kelompok yang melewati batas-batas traditional negara.

Kaum pluralis memandang hubungan internasional tidak saja terbatas pada hubungan antar negara, tetapi juga berupa bentuk hubungan antar individu dan kelompok kepentingan dimana negara tidak selalu sebagai aktor utama dan aktor tunggal, empat asumsi paradigma pliralis yaitu: *pertama*, aktor-aktor non negara adalah penting dalam hubungan internasional yang tidak dapat diabaikan. *Kedua*, negara bukanlah aktor Unitarian, melainkan ada aktor-aktor lainnya yakni individu, kelompok kepentingan, dan para birokrat.

Asumsi yang *ketiga*, menentang relasi yang menyatakan negara sebagai aktor rasional, dimana pluralis menganggap pengambilan keputusan oleh suatu negara tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional, namun demi kepentingan tertentu. *Keempat*, agenda dalam politik internasional sering didominasi oleh masalah militer.

Teori Organisasi Internasional

Organisasi internasional dibentuk oleh masyarakat internasional yang bertujuan untuk menciptakan perdamaian. Organisasi internasional dapat didefinisikan sebagai sebuah struktur formal yang berkesinambungan, yang pembentukannya didasarkan pada perjanjian antar anggota anggotanya dari dua atau lebih berdaulat untuk mencapai tujuan bersama dari anggotanya.⁴

Definisi lain dari organisasi internasional adalah suatu pola kerja sama yang melintasi batas negara, dengan didasari pada struktur organisasi yang jelas, yang diharapkan dapat berfungsi secara berkesinambungan dan melembaga dalam usaha untuk mencapai tujuan yang diperlukan serta yang disepakati bersama, baik antara pemerintah antar pemerintah maupun antara sesama kelompok antar pemerintah pada negara yang berbeda⁵. Menurut Clive Archer, organisasi internasional dapat diklasifikasikan berdasarkan keanggotaan, tujuan, aktivitas, dan strukturnya.

Organisasi Internasional dalam mencapai tujuannya memiliki struktur organisasi. Organisasi tersebut telah melakukan peranan tertentu apabila struktur – struktur telah menjalankan fungsinya masing – masing. Peranan organisasi internasional dapat dibagi dalam tiga kategori⁶, yaitu:

1. Sebagai Arena
Organisasi internasional merupakan wadah bagi anggota – anggota untuk saling bertukar pendapat dalam membahas permasalahan – permasalahan yang dihadapi.
2. Sebagai Instrumen
Organisasi internasional digunakan oleh negara – negara anggotanya untuk mencapai kepentingan
3. Sebagai Aktor Independen
Organisasi internasional memiliki wewenang dalam menganbil keputusan tanpa dipengaruhi oleh pihak lain.

Pada dasarnya NGO terbagi dua yaitu kelompok *non-profit* dan kelompok bisnis internasional. Sebuah NGO harus memiliki berbagai perencanaan untuk menciptakan sebuah perubahan yang mengarah pada tujuan yang diinginkan kelompok. NGO juga dapat memberikan peranan berupa pemberian ide atau masukan yang dapat membantu negara dan juga NGO dapat berperan sebagai pengawas atas peraturan yang telah dibuat oleh pemerintah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

GAMBARAN UMUM TENTANG ASEAN TOURISM FORUM

Sejarah ASEAN Tourism Forum

Dibentuknya ASEAN Tourism Forum sebagai pariwisata ASEAN tentu saja untuk mencapai tujuan tertentu, dan tujuan utama dari ASEAN Tourism Forum (ATF) adalah sebagai berikut:

⁴Clive Archer. 1983. “International Organization. London” University Of Aberdeen, hal 35

⁵T.May Rudi. 1993. “Administrasi dan Organisasi International” Bandung: PT. Eresco, hal 3

⁶*International Organization: Principles and Issues*, Anak Agung Banyu Perwita dan Dr. Yanyan Mochammad Yani. 2005. PIHI. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 95

- a. Mempromosikan ASEAN sebagai tujuan yang atraktif dan tujuan tunggal wisatawan.
- b. Menciptakan dan meningkatkan kesadaran bahwa ASEAN sebagai kawasan tujuan turis yang kompetitif di Asia Pasifik.
- c. Menarik lebih banyak turis ke masing-masing negara anggota ASEAN atau kombinasi antar negara
- d. Mempromosikan perjalanan turis internal ASEAN
- e. Memperkuat kerjasama antar sektor dalam industry turis ASEAN.⁷

Sebagai acara tahunan dari industri pariwisata ASEAN, ATF mempromosikan ide, meninjau pengembangan industry pariwisata dan perumusan bersama untuk melanjutkan peningkatan pariwisata ASEAN. ATF ditangani oleh pemerintah dan sektor swasta dalam industry pariwisata nasional (NTO) dan organisasi sektor swasta untuk industry pariwisata yang lebih dinamis dan menguntungkan. Semua sektor industry kolektif memainkan peran aktif dan penting dalam organisasi ATF. Pelaksanaan konsultasi dan koordinasi antar negara tuan rumah dan negara-negara anggota ASEAN lainnya adalah untuk diamati.

Official Meeting ASEAN Tourism Forum

Dalam meeting ATF dilaksanakan 2 meeting utama yaitu *ASEAN National Tourism Organizations Meeting* (ASEAN NTOs) dan *Meeting of ASEAN Tourism*

Ministerial (M-ATM-). Di dalam meeting ASEAN NTOs dihasilkan ATSP tepatnya pada ATF ke-11 di Brunei Darussalam dan strategi ini diperbaharui per-5 tahun atau 1 periode ATSP.

M-ATM merupakan meeting para menteri pariwisata ASEAN dan didalamnya membahas mengenai persetujuan dan pelaksanaan apa yang telah dihasilkan didalam ASEAN NTOs dan pertemuan para mentri pariwisata negara anggota ASEAN dengan menteri pariwisata negara mitra ASEAN seperti China, Jepang, Korea Selatan, dan India atau yang disebut dengan *Meeting of ASEAN and Other Countries Tourism Ministers*.

Profil Pariwisata Filipina

Filipina merupakan sebuah negara kepulauan yang terdiri dari 7.641 pulau. Kondisi geografis ini menguntungkan Filipina karena daya tarik pulau-pulau menjadi salah satu modal utama dalam pariwisata di Filipina. Menjadi negara kepulauan membuat Filipina memiliki beragam tempat wisata alam yang indah, Filipina juga tempat yang tepat untuk konvensi, pameran, insentif, dan acara-acara khusus lainnya⁸.

Hambatan Pariwisata Di Filipina

Sektor keamanan merupakan salah satu faktor paling penting dalam menunjang pariwisata sebuah negara. Hal ini disebabkan oleh kenyamanan wisatawan dalam mengunjungi sebuah negara. Tentu, setiap wisatawan ingin

⁷ Suska dan Yuventus Effendi, *Memanfaatkan Kerjasama Pariwisata ASEAN Untuk Mendorong Industri Pariwisata Indonesia*.

⁸ IntraREPS, "It's More Fun In the Philippines," <http://wisatafilipina.com/tentang-filipina/> (diakses pada 16 Oktober 2019).

merasakan rasa “aman” jika berlibur di suatu negara.

Masalah-masalah keamanan abad ini yang dapat mempengaruhi rasa “aman” wisatawan terhadap suatu destinasi wisata atau suatu negara adalah terorisme, narkoba, human trafficking, penculikan atau pun perampokan, serta penipuan. Ancaman keamanan tersebut mempengaruhi tingkat wisatawan terhadap suatu negara. Tingginya tingkat wisatawan suatu negara dapat dipastikan bahwa tingkat keamanannya tinggi pula.

Sebuah badan riset dan organisasi kedamaian, Vision of Humanity baru saja mengeluarkan indeks tentang negara-negara yang aman untuk dikunjungi, bertema Global Peace Index 2017. Mereka menilai kurang lebih 163 negara dari berbagai faktor. Penilaian yang dilakukan dilihat dari faktor tingkat kriminalitas, kasus teroris, impor senjata, teror politik sampai tingkat hunian penjara. Totalnya, terdapat 23 indikator yang dinilai. Dan dalam kawasan Asia Tenggara, Filipina menempati posisi terakhir sebagai negara yang aman untuk dikunjungi. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan di Filipina rentan akan tindak kejahatan yang akan berdampak pada proses kepariwisataan⁹.

Sedangkan sebuah studi *Safe Cities Index* 2017 menunjukkan ibu kota Filipina, Manila, adalah salah satu kota paling tidak aman. Laporan tahunan yang dirilis dari riset The Economist

Intelligence Unit berbasis di London mempelajari 49 indikator di 60 kota-kota termasuk keamanan digital, layanan kesehatan, keamanan infrastruktur dan keamanan pribadi. Manila mendapatkan skor 55,86 dan menempati posisi ke-55¹⁰.

Selain sektor keamanan, sektor infrastruktur juga menjadi penunjang bagi sektor peningkatan wisatawan di suatu negara. Salah satu alasan para traveler berlibur ke suatu negara adalah selain karena ingin berlibur, tetapi juga untuk meninjau lokasi-lokasi atau kesempatan untuk berinvestasi, khususnya bagi para pebisnis. Jika kondisi infrastruktur suatu negara tidak cukup memadai, maka rentan kemungkinan wisatawan tidak kunjung meningkat.

Filipina adalah negara kepulauan yang terdiri dari 7 ribu lebih pulau. Wisata yang ditawarkan adalah wisata alam. Untuk itu, menjadi tantangan tersendiri bagi suatu negara kepulauan yang dalam hal ini Filipina, dalam mengontrol infrastrukturnya sebagai modal penunjang pariwisatanya. Hambatan ini termasuk infrastruktur yang tidak memadai seperti jalan, bandara, pajak cukai bahan bakar jet, dan moratorium kursus perhotelan.

Ternyata, Filipina merupakan salah satu negara yang cukup mahal menerapkan pajak di kawasan Asia Tenggara. Pajak atas bahan bakar jet mengancam target pariwisata dari administrasi Bandara Aquino dan dapat

⁹ Global Peace Index, Institute for Economics & Peace: Measuring Peace In A Complex World, <http://visionofhumanity.org/app/uploads/2018/06/Global-Peace-Index-2018-2.pdf> (diakses pada 16 Oktober 2019)

¹⁰ Rappler, “Manila one of the least safe cities globally”, <https://www.rappler.com/science-nature/society-culture/185779-manila-one-least-safe-cities-globally-index> (diakses pada 16 Oktober 2019)

mengurangi upaya negara untuk meningkatkan daya saing.

ASEAN TOURISM FORUM (ATF) SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN WISATAWAN ASING DI FILIPINA TAHUN 2015 – 2017

Travel Exchange (Travex)

Travel Exchange (Travex) adalah bagian dari *ASEAN Tourism Forum* (ATF), sebuah travel mart, Travex, diselenggarakan sebagai tempat untuk entitas pariwisata ASEAN untuk memasarkan produk dan jasa pariwisata mereka kepada pembeli asing¹¹. ATF Travex adalah rekreasi ASEAN berupa acara perdagangan perjalanan tahunan, menampilkan kontingen terbesar dari penjual ASEAN. Sebuah komponen penting dari program ATF, ATF Travex dirancang untuk menawarkan kesempatan bagi pemasok produk wisata ASEAN untuk memenuhi pembeli yang memenuhi syarat dari seluruh dunia melalui janji yang dijadwalkan.

Sejak dibentuknya ASEAN Tourism Forum pada tahun 1981, Travex ini sudah dilaksanakan. Travel exchange merupakan rangkaian program acara ASEAN Tourism Forum yang tidak kalah pentingnya dengan program lainnya. Travex merupakan platform untuk penjualan dan pembelian produk pariwisata regional dan individu negara-negara anggota ASEAN. Travex akan diselenggarakan selama kurang lebih 3 hari termasuk dengan persiapannya¹².

¹¹ TTG Asia Media, "ASEAN Tourism Forum Longest Running ATF TRAVEX ," https://www.ttgasiamedia.com/ttg_events/atf (Diakses pada 19 Desember 2019).

¹² ibid

Travex dalam ASEAN Tourism Forum ini memudahkan bagi pemasok produk pariwisata ASEAN dan jasa dan pembeli internasional untuk melakukan bisnis dan bertemu dengan peserta yang berkualitas melalui sesi Penjual Bertemu Pembeli (SMB) dan Pembeli Bertemu Penjual (BMS). Kedua belah pihak dapat memaksimalkan partisipasi mereka melalui pertemuan sebelum kegiatan dimulai untuk mengeksplorasi, bernegosiasi dan melakukan penawaran satu sama lain.

Setiap tahunnya para penjual dan pembeli harus mengikuti prosedur untuk mengikuti kegiatan Travex ini. Mereka diharuskan untuk mendaftarkan dan membayar sejumlah biaya. Dan setiap tahunnya akan ada ratusan penjual dan pembeli yang mendaftar untuk mengikuti kegiatan ini. Tujuan dari kegiatan Travex sendiri diharapkan dapat terjalin kerja sama ataupun transaksi antarpengusaha pariwisata ASEAN dan di luar ASEAN.

Di samping itu Travex juga dapat menjadi salah satu media untuk mempromosikan produk pariwisata yang tersebar di seluruh ASEAN. Karena yang mengikuti program Travex dalam ATF ini bukan hanya dari negara-negara anggota ASEAN tetapi juga negara-negara diluar kawasan ini, baik itu sebagai pembeli maupun sebagai penjual. Dari program-program dalam ATF ini telah mengalami peningkatan pariwisata dari Filipina. Hal ini terlihat dari bertambahnya jumlah wisatawan setiap tahunnya ke negara-negara ini. Dan ATF merupakan salah satu faktor terbesar pendorong peningkatan pariwisata ASEAN.

Travex (Travel Exchange) ASEAN *Tourism Forum* juga sebagai wadah untuk negara-negara ASEAN untuk mempromosikan pariwisatanya masing-masing dalam Travel Exchange yang merupakan salah satu program dari ATF itu sendiri. Travex ini merupakan salah satu program yang tidak kalah pentingnya dengan program lainnya dalam ATF, karena Travex adalah salah satu program utama dari ATF yang menyediakan tempat atau wadah untuk mendorong kolaborasi atau kerjasama antara bisnis pariwisata regional dan internasional untuk dilaksanakan dan ide-ide baru untuk diciptakan.

Filipina memberikan pengalaman berkesan kepada 2.620 delegasi, terdiri dari para menteri pariwisata ASEAN, badan-badan pariwisata negara-negara ASEAN (NTO), juga peserta Travex yang terdiri dari para pelaku industri pariwisata (supplier) dari seluruh ASEAN serta para pembeli dan media Siaran persnya menyebutkan, ATF Travex 2016 menampilkan koleksi terbesar dan paling beragam dari para pemasok di ASEAN. Tercatat 1.000 peserta pameran yang akan terhubung langsung dengan 457 pembeli dari seluruh dunia, dan diliput oleh 175 media internasional dan lokal. Filipina memfasilitasi 500 delegasi untuk hadir di event ini¹³.

Sesi Travex akan berlangsung selama tiga hari dimulai dari tanggal 20 Januari sampai dengan 22 Januari 2016. Filipina membawa delegasi terbesarnya dengan menampilkan 175 peserta pameran lokal dari seluruh penjuru negeri. Selama travex berlangsung juga

akan diselenggarakan hampir 70 sesi acara resmi¹⁴.

Filipina telah mempersiapkan banyak kegiatan yang memungkinkan semua delegasi dapat bertemu termasuk Pre-Show City Tours, acara Penerimaan Delegasi dan Makan Malam, Upacara Pembukaan, Pesta Perpisahan bagi semua delegasi, acara Cocktail, dan acara Makan Malam untuk seluruh delegasi NTO ASEAN¹⁵. Filipina hendak menunjukkan apa yang diperlukan agar menjadi destinasi wisata yang menyenangkan di ASEAN melalui industri perhotelannya dan kemampuan para pelaku industri pariwisatanya.

Dilengkapi dengan infrastruktur, fasilitas dan layanan kelas dunia, Filipina akan menampilkan kemajuan besar dalam sektor pariwisatanya. Salah satu yang paling ditekankan oleh Komite Tuan Rumah Filipina adalah kegiatan 10 *post-tour* yang diadakan setelah kegiatan utama ATF berakhir. Kegiatan tur pasca even itu mulai dari 23-26 Januari 2016 mengunjungi tempat-tempat terkenal di Filipina.

Di dalam daftar wisata yang ditawarkan, meliputi: berbagai ODTW di Ilocos, yakni tur mengunjungi warisan dunia UNESCO seperti Cordillera Heritage Tour, Southern Luzon Heritage, Wellness, Trail Wisata Kuliner; serta kawasan resor El Nido; di Palawan, tur ke ODTW The Last Frontier, berkunjung ke Northern Palawan Eco Adventure; Bicol Express; kawasan resor Visayan Charms; di Negros dan Cebu tur lompat pulau dan tur di pegunungan.

¹³ ibid

¹⁴ ibid

¹⁵ ibid

Filipina sendiri sangat mengetahui betapa pentingnya forum yang dilaksanakan rutin setiap tahunnya ini. Terbukti saat Travex 2016 di Manila, Filipina membuat lebih dari 1.500 janji dengan *buyers* Internasional, yang mewakili 61 negara di *ASEAN Tourism Forum Travel Exchange* (ATF TRAVEX) 2016 di Manila, Filipina¹⁶.

Banyak hal yang Filipina tawarkan kepada buyer internasional pada forum tersebut, selain hotel dan resort, Filipina juga gencar menawarkan paket wisata alam dan wisata teknologi. Bahkan tidak bisa dipungkiri bahwa media internasional juga sangat tertarik dengan berbagai macam produk wisata yang Filipina tawarkan, banyak media asing internasional yang mengunjungi stand Filipina untuk memperoleh informasi tentang produk dan acara baru di Filipina untuk dipromosikan ke negara asal mereka.

Travex adalah sebuah komponen penting dari ATF (*ASEAN Tourism Forum*) karena Travex adalah acara *Travel Trade* yang bisa terbilang acara rekreasi ASEAN tahunan terlama. Karena ini adalah forum terbesar seASEAN dalam mempromosikan produk wisata masing masing negara khususnya Filipina. Sebenarnya acara ini sangat singkat yang hanya 3 hari, dimana dalam acara tersebut ada aktivitas pameran, perdagangan dan pertemuan bisnis dibidang industri pariwisata. Secara fungsional acara ini sangat berfungsi sebagai platform khusus untuk perjalanan dan pariwisata di ASEAN guna mengeksplorasi peluang bisnis dengan *buyers* internasional dan sebaliknya.

¹⁶ ibid

ASEAN Tourism Marketing Strategic (ATMS) untuk memasarkan brand It's More Fun in the Philippines.

ASEAN Tourism Forum membuat *ASEAN Tourism Marketing Strategic* (ATMS) untuk memasarkan brand *It's More Fun in the Philippines*. ATMS ini merupakan salah satu strategi dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP). Program-program yang dibuat oleh ASEAN dalam mengelola pariwisata di ASEAN tertuang dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP), dan periode ini ATSP yang digunakan adalah *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* dan yang terbaru telah dirilis *ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025*¹⁷.

Strategi pariwisata ASEAN mendorong kerjasama sinergis dalam pemasaran, produk maupun investasi di bidang pariwisata. Strategi ini juga mendorong peningkatan kualitas pelayanan pariwisata dan sumber daya manusianya dengan menetapkan standar sertasertifikasi yang berlaku untuk negara anggota ASEAN. Selain itu ATSP memberikan penekanan kepada pentingnya upaya terus-menerus untuk meningkatkan kemudahan dalam melakukan perjalanan ke negara dan antar negara ASEAN termasuk kedepannya dengan rencana *single visa* untuk wilayah ASEAN.

Berdasarkan visi dan diskusi selama proses pengembangan ATSP, maka dikembangkan tiga arah strategis, arah strategis membentuk dasar untuk

¹⁷ASEAN, "ASEAN Tourism Marketing Strategy 2017-2020," https://asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN_Tourism_Marketing_Strategy_2017-2020.pdf (Diakses pada 19 Desember 2019)

menetapkan kompetitif dan berkelanjutan dari pariwisata di wilayah ASEAN¹⁸. Arah strategis ini telah hati-hati dibuat agar selaras dengan masalah dan peluang yang telah diidentifikasi dalam proses perencanaan bersama-sama dengan kebutuhan untuk memenuhi tujuan-tujuan dari masyarakat ASEAN. Hal ini jelas bahwa ada kebutuhan mendesak untuk terus menjadi daerah yang memiliki posisi yang efektif dalam ekonomi pariwisata dunia.

Melalui strategi ATMS, masing-masing negara anggota akan bertanggung jawab untuk mengembangkan produk dan daya tarik dengan menciptakan paket-paket wisata termasuk Filipina. Adapun kegiatan yang lebih rinci yaitu :

- Slogan/Tag Line Pariwisata

Strategi pemasaran ini dimulai dengan memperkenalkan branding ASEAN, yaitu “*Southeast Asia Feel the Warmth*” sebagai simbol ASEAN Single Destination, yang kemudian didalamnya terdapat sub tag line masing masing negara anggota yang mencitrakan ciri khas pariwisata negara masing-masing. Slogan/tag line pariwisata Filipina “*It’s More Fun in the Philippines*”.

“*It’s More Fun in the Philippines*” diperkenalkan pada tahun 2012 untuk menggantikan “*WOW Filipina*” yang dimulai pada tahun 2002¹⁹. Filipina telah diakui oleh dunia melalui pantainya yang

indah. Filipina menggunakan pendekatan keramahan kepada para wisatawan. Memberikan layanan pariwisata yang baik dan pengalaman dari keramahtamahan orang-orangnya. Harga yang terjangkau menjadi salah satu daya tawar Filipina. Warga Filipina juga merespons ramah dan jujur kepada para wisatawan. Salah satu situs Seven Wonder juga berada di Filipina, yaitu Puerto Princesa.

Departemen Pariwisata (DOT) mengatakan bahwa kampanye tagline ini akan diluncurkan secara internasional mempromosikan Filipina sebagai tujuan wisata berkelanjutan. Filipina akan dipasarkan sebagai *a premiere sustainable tourism destination*, atau salah satu negara perintis untuk pariwisata berkelanjutan. Dengan adanya tagline ini, pemerintah Filipina memecahkan rekor pariwisata dengan lebih dari 7,1 juta pengunjung asing tiba di negara itu pada 2018²⁰.

- Website (e-Marketing Strategy)

Untuk memperkenalkan setiap produk wisata negara anggotanya, ASEAN telah menentukan daftar awal 20 operator perjalanan menawarkan tema kunjungan ke multinegara di ASEAN dengan tampilan baru di situs www.aseantourism.travel yang merupakan situs resmi pariwisata ASEAN, termasuk didalamnya pariwisata Filipina²¹.

¹⁸ ibid

¹⁹ Brawijaya University, “International Conference ASEAN Golden Anniversary: Embracing ASEAN Community, Harmonizing Diversity,” <https://media.neliti.com/media/publications/231158-proceedings-of-the-international-conference-1a0f1a4a.pdf> (Diakses pada 19 Desember 2019).

²⁰ ABS CBN News, “Philippines records 'all-time high' 7.1M tourist arrivals in 2018,” <https://news.abs-cbn.com/news/01/24/19/philippines-records-all-time-high-71m-tourist-arrivals-in-2018> (Diakses pada 19 Desember 2019).

²¹ Op,Cit ASEAN_Tourism_Marketing_Strategy

Situs www.aseantourism.travel menjadi pusat informasi sekaligus penghubung kepada situs pariwisata negara anggota ASEAN. Kemudian konektivitas dari situs pariwisata ASEAN yaitu www.aseantourism.travel yang kemudian tersambung kedalam situs pariwisata Filipina melalui <https://www.aseantourism.travel/country/detail/philippines>. Melalui situs ini, maka akan menarik dan mempermudah wisatawan untuk memperoleh informasi mengenai Indonesia, terutama elemen-elemen Industri Pariwisata sebagai pemenuh kebutuhan wisatawan saat berwisata ke Indonesia seperti, obyek wisata, transportasi, travel information dan kebutuhan pariwisata lainnya.

- Menciptakan Lingkungan Dan Paket Regional Kreatif Bersama Dengan Strategi Investasi.

Kegiatan ini direalisasikan dalam paket wisata multinegara ASEAN, atau yang disebut Multi-country packages. Sebanyak 20 perusahaan perjalanan wisata menawarkan tema -tema Multi-country packages dalam jadwal perjalanan multi country yang tersedia dalam situs resmi ASEAN yaitu www.aseantourism. Fokus baru ASEAN adalah pariwisata yang penuh pengalaman dan kreatifitas yang menghormati lingkungan dan budaya.

ASEAN Tourism Forum melalui ASEAN+3/APT (China, Jepang dan Korea)

Untuk memperkuat strategi pariwisata didalam kawasan, ASEAN juga memperkuat kerjasama dengan negara mitra yaitu Republik Rakyat Cina, Jepang, dan Korea Selatan, atau yang dikenal dengan ASEAN Plus Three

(ASEAN+3). Secara khusus ASEAN juga menandatangani nota kesepahaman bidang pariwisata. India dan China menjadi pasar penting karena jumlah penduduknya sangat besar.

Sebagai langkah dari kerjasama ASEAN +3 maka ASEAN membuat ASEAN Center di ketiga Negara tersebut yaitu Cina, Jepang dan Korea. Cina, melalui Plan of Action to Implement the Joint Declaration on ASEAN- China Strategic Partnership for Peace and Prosperity 2011 – 2015, yang mana tercakup bidang pariwisata²². Di dalam Plan of Action tersebut antara lain direkomendasikan untuk memperkuat dialog dan kerja sama melalui penyelenggaraan pertemuan menteri pariwisata ASEAN dan Cina, mendorong program bersama pembuatan produk pariwisata ASEAN dan Cina, dan mendorong masing-masing pihak untuk berpartisipasi pada kegiatan ATF.

Jepang membantu ASEAN untuk mengembangkan pariwisata melalui Joint Declaration for Enhancing ASEAN-Japan Strategic Partnership for Prospering Together, yang di dalamnya memuat antara lain meningkatkan konektivitas ASEAN-Jepang, mengintensifkan kerja sama dalam rangka mencapai terbentuknya komunitas ASEAN, memperkuat kerja sama politik dan keamanan di kawasan, menciptakan bersama suatu masyarakat yang lebih

²² ASEAN, May 9th, 2012, "Plan of Action to Implement the Joint Declaration on ASEAN-China Strategic Partnership for Peace and Prosperity (2011-2015)," https://asean.org/?static_post=plan-of-action-to-implement-the-joint-declaration-on-asean-china-strategic-partnership-for-peace-and-prosperity-2011-2015 (Diakses pada 19 Desember 2019).

tahan bencana, dan mengatasi tantangan global maupun regional secara bersama²³.

Sedangkan Korea melalui *Plan of Action to Implement the Joint Declaration on ASEAN – Korea Strategic Partnership for Peace and Prosperity* 2011 – 2015, yang isinya antara lain memperkuat jaringan kerja sama antara pemerintah dan sektor swasta melalui pertukaran informasi guna meningkatkan industri pariwisata, mempromosikan industri pariwisata ASEAN dengan memanfaatkan kekayaan warisan budaya ASEAN seperti pembuatan *Cultura Map of ASEAN*, penyelenggaraan kursus bahasa Korea bagi pekerja bidang pariwisata di ASEAN, dan melanjutkan kerja sama di bidang pariwisata dan pertukaran budaya antara ASEAN dan Korea bersama ASEAN Korea Centre sebagai *focal point*²⁴.

Komitmen negara-negara ASEAN Plus Three sangat dibutuhkan dalam rangka pengembangan pariwisata di kawasan ASEAN. Tidak hanya itu, peran negara-negara Cina, Jepang di kawasan Asia Timur sangat signifikan untuk mewujudkan ASEAN sebagai *world class tourism destination*. Hal tersebut sejalan

²³ Joint Declaration For Enhancing Asean-Japan Strategic Partnership For Prospering Together (BALI DECLARATION),” https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/asean/conference/pdfs/bali_declaration_en_111.pdf (Diakses pada 19 Desember 2019).

²⁴ ASEAN, May 9th, 2012, “Plan of Action to Implement the Joint Declaration on ASEAN-Republic of Korea Strategic Partnership for Peace and Prosperity (2011-2015),” https://asean.org/?static_post=plan-of-action-to-implement-the-joint-declaration-on-asean-republic-of-korea-strategic-partnership-for-peace-and-prosperity-2011-2015 (Diakses pada 19 Desember 2019)

dengan tema ASEAN Tourism For A Global Community of Nations.

Evaluasi Peran ASEAN Tourism Forum (ATF) Terhadap Pariwisata Filipina

Dalam usaha meningkatkan pariwisata kawasan ASEAN, didalam ATF dilaksanakan beberapa agenda penunjang yaitu Meeting ASEAN Tourism Forum melalui ASEAN+3/APT, ASEAN Tourism Marketing Strategic (ATMS) dan Travel Exchange. Dari hasil meeting ASEAN dibentuklah rencana strategis sebagai pedoman dan tindakan dalam melaksanakan roda kegiatan pariwisata ASEAN yang tertuang dalam ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP). Filipina sebagai negara anggota ASEAN tentu saja mengadopsi ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) yang juga seiring dengan rencana pariwisata nasional.

Dalam kegiatan program ASEAN Tourism Forum (ATF), ada kunjungan daerah wisata negara ASEAN yang menjadi tuan rumah untuk mempromosikan daerah-daerah unggulan pariwisata negara tersebut sehingga kegiatan ini menjadi ajang promosi untuk memasarkan pariwisatanya. Oleh sebab itu, peran ATF ini tergantung pada bagaimana masing-masing negara anggota dalam menerapkan arahan-arahan yang dihasilkan bersama untuk pengembangan pariwisatanya di masing-masing negara anggota ASEAN Tourism Forum (ATF).

ASEAN Tourism Forum juga memicu negara-negara kawasan Asia untuk membuat slogan. Salah satunya Filipina membuat slogan/tagline yakni *It's More Fun in the Philippines*. Tagline tersebut digunakan sebagai marketing

campaign oleh Departemen Pariwisata Filipina.

Dalam hal ini, ASEAN sebagai organisasi internasional berperan dengan menyediakan ATF sebagai wadah kerjasama bagi negara anggota ASEAN dalam bidang pariwisata dan juga sebagai sarana komunikasi serta pertemuan bagi para negara anggotanya, untuk membahas mengenai kondisi pariwisata, serta tempat dimana para anggota merumuskan serta melaksanakan program-programnya.

SIMPULAN

ASEAN Tourism Forum memberikan dampak positif terhadap perkembangan industri pariwisata Filipina dalam hal meningkatkan kunjungan wisatawan asing di Filipina. ASEAN Tourism Forum membentuk program program yang mendukung Industri pariwisata Filipina. Peranan dari *ASEAN Tourism Forum* yang menghasilkan ATSP dalam pertemuan antara para Menteri Pariwisata ASEAN sangat mempengaruhi perkembangan pariwisata negara-negara ASEAN salah satunya Filipina.

ASEAN Tourism Forum juga berperan dalam meningkatkan kerjasama pariwisata di kawasan Asia tenggara. Dengan diadakannya ATF oleh ASEAN tiap tahunnya maka, diharapkan dapat semakin meningkatkan kordinasi dalam pelaksanaan program dan rencana strategis sehingga dapat mencapai tujuan pariwisata ASEAN yaitu *ASEAN Single Destination*. Apabila strategi pariwisata yang telah dibuat dapat dilaksanakan dengan efektif maka tentu saja akan berperan dalam meningkatkan Industri Pariwisata ASEAN khususnya Filipina

yang memiliki potensi yang sangat besar dengan sumber daya.

Tujuan ASEAN melalui ATF dalam meningkatkan Industri Pariwisata Filipina, melalui program serta rencana strategis yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan, telah menunjukkan hasil bahwa adanya peningkatan standar terhadap elemen Industri Pariwisata Filipina. Filipina harus lebih giat.

Filipina merupakan sebuah negara kepulauan yang terdiri dari 7.641 pulau. Kondisi geografis ini menguntungkan Filipina karena daya tarik pulau-pulau menjadi salah satu modal utama dalam pariwisata di Filipina. Menjadi negara kepulauan membuat Filipina memiliki beragam tempat wisata alam yang indah, Filipina juga tempat yang tepat untuk konvensi, pameran, insentif, dan acara-acara khusus lainnya.

Filipina adalah negara yang wisatanya yang ditawarkan adalah wisata alam. Untuk itu, menjadi tantangan tersendiri bagi suatu negara kepulauan yang dalam hal ini Filipina, dalam mengontrol infrastrukturnya sebagai modal penunjang pariwisatanya. Hambatan ini termasuk infrastruktur yang tidak memadai seperti jalan, bandara, pajak cukai bahan bakar jet, dan moratorium kursus perhotelan.

Dengan berbagai program yang diselenggarakan oleh ASEAN dalam kerangka *ASEAN Tourism Forum*, dapat meningkatkan kunjungan wisatawan asing yang datang ke Filipina setiap tahun sejak tahun 2015 hingga 2017. *ASEAN Tourism Forum* melakukan kegiatan *Travel Exchange* (Travex) yang merupakan salah satu program dalam rangkaian ATF sebagai salah satu media

untuk mempromosikan produk pariwisata yang tersebar diseluruh ASEAN. Kemudian juga ada ASEAN *Tourism Forum* membuat ASEAN *Tourism Marketing Strategic* (ATMS) untuk memasarkan brand *It's More Fun in the Philippines*. ASEAN *Tourism Forum* melalui ASEAN+3/APT bekerjasama dengan China, Jepang dan Korea dalam meningkatkan kunjungan wisatawan asing di kawasan ASEAN termasuk di Filipina. Program-program ini membantu Filipina untuk terus meningkatkan turis asing ke negaranya.

Referensi

JURNAL, E-BOOK, DAN ARTIKEL ILMIAH

Brawijaya University, “ International Conference ASEAN Golden Anniversary: Embracing ASEAN Community, Harmonizing Diversity,”

Catherine Marshall, Gretchen B Rossman, 1994. *Designing Qualitative Research 2nd Edition*. California: Sage Publication (1994)

Joint Declaration For Enhancing Asean-Japan Strategic Partnership For Prospering Together (BALI DECLARATION).

Emma P.Y, Niana Mistilis dan Larry Dwyer, “A *Model of ASEAN Collaboration in Tourism*. *Journal of University of New South Wales, Australia*.

Henderson, Jurnal Tourism: “*Tourism Development and Politics in The Philippines*”, Nayang Technology University Vol.6, No 2.

Theodore A Coulumbis, & James H Wolfe. 1986. Introduction to international relation: power and justice. Cambride: Cambridge University Press
Clive Archer. 1983. “International Organization. London” University Of Aberdeen

T.May Rudi. 1993. “Administrasi dan Organisasi International” Bandung: PT. Eresco

Foxall, Andrew. The Henry Jackson Society, 2014. A Fateful Summit: The Future of NATO’s Relationship with Russia. Russia Studies Centre. Policy Paper No. 1 (2014).

Meutia Hatta Swasono, “Strategi pembangunan dan pengembangan pariwisata menjelang AFTA 2013.

BUKU

Anggoro, K. (1987). Tentang Barry Buzan. Suatu Pendekatan Holistik Ke Arah Teori Keamanan Nasional. *Jurnal Ilmu Politik* 2.

Burchill, S. (2005). *Theories of International Relations. Third Edition*. new york: Palgrave Macmillan.

Holsti, K. (1992). Governance without government: Polyarchy in nineteenth-century European

international politics. (J. R. (Eds.), Ed.) *Governance without Government: Order and Change in World Politics*.

Jackson, R., & Sorensen, G. (2013). *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Mas'ood, M. (2013). *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES.

Perwita, A. A., & Yanyan, M. (2005). *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Yani, Y., & Montrama, I. (2017). *Pengantar Studi Keamanan*. Malang: Intrans Publishing.

WEBSITE

IntraREPS, "It's More Fun In the Philippines,"
<http://wisatafilipina.com/tentang-filipina/>

IntraREPS, "It's More Fun In the Philippines,"
<http://wisatafilipina.com/manila/>

Domingo C. Salita, "Manila. National Capital, Philippines", Encyclopedia Britannica,
<https://www.britannica.com/place/Manila>

IntraREPS, "It's More Fun In the Philippines,"
<http://wisatafilipina.com/bohol/>

IntraREPS, "It's More Fun In the

Philippines,"
<http://wisatafilipina.com/davao/>

Redaksi, "Belajar dari Kota Davao, Filipina", Tabaos.ID

IntraREPS, "It's More Fun In the Philippines,"
<http://wisatafilipina.com/boracay/>

IntraREPS, "It's More Fun In the Philippines,"
<http://wisatafilipina.com/cebu/>

Philippine Daily Inquirer, "Barriers threaten PH tourism thrust", GOV.UK
"Foreign travel advice Philippines",
<https://www.gov.uk/foreign-travel-advice/philippines>