

**PERAN ASEAN TOURISM STRATEGIC PLAN (ATSP) DALAM
MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA INDONESIA
TAHUN 2016-2020**

Oleh : Nailil Amani

(Email : nailil.amani0518@student.unri.ac.id)

Pembimbing : Dr. Yusnarida Eka Nizmi, S.IP, MSi

Bibliografi : 23 Buku, 12 Jurnal, 29 Website dan 9 skripsi

Jurusan Hubungan Internasional

Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru

ABSTRACT

Indonesia as one of the ASEAN countries that has the greatest tourism potential in the Southeast Asian region, has abundant natural wealth, diverse cultures and a society that is friendly to foreign tourists. All ASEAN countries have agreed on an ATSP (ASEAN Tourism Strategic Plan) policy for two periods, I and II to increase tourism potential in the Southeast Asian region. The agreement has implications for policy-making related to tourism in ASEAN member countries, one of which is Indonesia.

The research method used is qualitative research, to explain the role of ATSP in increasing tourism in Indonesia. The theory used is Organizational Role theory. The concept used by the author is that increasing tourism is in the interests of a country to compete with other countries.

The results of the research are that Indonesia implements the ATSP strategy in developing tourism business standards and certification including; improving information center services, improving the performance of tourism managers, improving facilities and infrastructure, and empowering communities.

Keywords: Policy, ATSP (ASEAN Tourism Strategic Plan), Tourism, Indonesia

Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki potensi pariwisata terbesar di kawasan Asia tenggara. Indonesia mempunyai kekayaan alam melimpah, beragam budaya dan masyarakat yang ramah terhadap wisatawan mancanegara. Indonesia memiliki beberapa tempat pariwisata yang terkenal di lingkup dunia baik itu dari daratan, pantai maupun pegunungan telah membuktikan peningkatan devisa negara.¹

Destinasi favorit para wisatawan di Indonesia salah satunya ialah Yogyakarta, mulai dari gunung, candi, pantai hingga kuliner menjadikan kota ini memiliki aspek yang lengkap. Selain itu terdapat destinasi wisata yang tidak kalah indah, yaitu Bali. Provinsi Bali tidak hanya menyajikan tempat-tempat yang indah, tetapi juga mengandalkan budaya sebagai daya tarik wisatawan. Keberagaman inilah yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk promosi dalam menjadikan peningkatan wisatawan terhadap kebudayaan Indonesia.

Meskipun potensi pariwisata di Indonesia tidak diragukan dengan keindahannya, namun pengembangan potensi pariwisata ini sangat penting seiring berjalannya zaman yang semakin maju. Di era globalisasi ini butuh sesuatu yang baru untuk menjadikan potensi pariwisata yang lebih berkualitas. Seperti dalam hal promosi yang perlu dikembangkan oleh Indonesia agar wisatawan lebih tertarik untuk berkunjung.

Pengembangan dan peningkatan potensi pariwisata di Indonesia dalam lingkup budaya dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan penyajian yang lebih

baik dan keunikan budaya yang pantas untuk diperlihatkan. Seperti di Bali mempunyai adatritual 100 tahun yang disebut upacara Eka Dasa Rudra (Ludra) akan menjadi daya tarik wisatawan dikarenakan upacara ini jarang dilakukan. Peningkatan pariwisata Indonesia juga dapat dilakukan dengan cara merenovasi gedung dan situs sarana prasarana bersejarah sebagai objek wisata.²

Namun dalam pengembangan dan peningkatan terhadap potensi pariwisata tentu mempunyai tantangan serta masalah yang perlu diatasi. Beberapa masalah pariwisata di Indonesia diantaranya terbatasnya SDM dan komunikasi yang kompeten, pengemasan daya tarik wisata, terbatasnya diverifikasi produk, pengelolaan kepariwisataan, kualitas pelayanan wisata, disparitas pembangunan kawasan wisata dan interpretasi, promosi dan komunikasi.

Organisasi internasional di bawah PBB sebagai penanggung jawab dari adanya pariwisata ialah *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO). Menurut studi UNWTO, menunjukkan bahwa sektor pariwisata Asia Tenggara berkembang sangat pesat. Pada tahun 2013, wisatawan mancanegara mencapai 92,7 juta. Jumlah ini meningkat 12 tahun lalu. Bereaksi terhadap potensi pariwisata yang sangat besar dari anggota ASEAN. Pada tahun 1976, ASEAN menandatangani Perjanjian Bali, perjanjian kerjasama dengan negara anggota yang meliputi politik, keamanan, ekonomi dan pariwisata. Pada tahun 1981, ASEAN membentuk suatu forum yang dinamai *ASEAN Tourism Forum* (ATF) di Genting Highland, Malaysia.

ASEAN Tourism Forum (ATF) merupakan kerjasama regional yang

¹ SBM, Nugroho. (2020). Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Jurnal pariwisata*. Vol 7 No. 2.

² Tourism Malaysia, —*Prime Minister of Malaysia Officially Opens The 33rd ASEAN Tourism Forum (ATF) 2014: ASEAN - advancing Tourism Together!*.

bertujuan untuk mempromosikan kawasan ASEAN sebagai salah satu dari destinasi pariwisata. ASEAN *Tourism Forum* (ATF) merupakan kunci pengembangan industri pariwisata di negara-negara ASEAN. Tempat yang terkenal dengan keramahan dan keragaman budayanya.

Melalui pertemuan ATF di Myanmar, diharapkan sebuah draft ATSP 2016-2020 bisa dikembangkan dan disahkan oleh Menteri Pariwisata ASEAN selama ATF 2015. ATSP 2016-2020 akan memetakan arah strategis, memperlancar pertumbuhan dan perkembangan pariwisata ASEAN. Salah satu proyeksi yang difokuskan adalah mempromosikan ASEAN sebagai tujuan wisata yang menarik dan memiliki banyak sisi untuk menjadi kawasan pariwisata tunggal yang kompetitif di Asia Pasifik.

Proyeksi itu dimuat dan difokuskan pada rencana arahan strategis pengembangan sektor pariwisata di tingkat ASEAN yang disebut ASEAN *Tourism Strategic Plan* (ATSP). Konsep ini diusung dengan tujuan untuk menjadikan ASEAN sebagai tujuan wisata berkualitas dengan menawarkan pengalaman ASEAN yang unik dan beragam, serta berkomitmen pada pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab, berkelanjutan, inklusif, dan seimbang.

Pembentukan ATSP ini mengingat sektor pariwisata di Asia Tenggara memiliki daya saing tersendiri di negara-negaranya. Adanya ATSP diharapkan dapat menjalani sesuai kerangka kerja dan program yang berusaha meningkatkan potensi pariwisata negara, meningkatkan ekonomi serta pemerataan pembangunan melalui bidang pariwisata.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk membahas mengenai peran ATSP (ASEAN *Tourism Strategic Plan*) dalam meningkatkan potensi pariwisata Indonesia yang dilakukan selama tahun 2016-2020. Penelitian ini akan menjelaskan

mengenai program-program ATSP yang di implementasikan oleh Indonesia.

Kerangka Teori

Penelitian ini akan membahas analisis peranan ASEAN melalui ATSP terhadap industri pariwisata Indonesia periode 2016-2020 dengan menggunakan prespektif pluralisme yang berkaitan dengan kawasan Asia Tenggara meliputi 10 negara anggota ASEAN, konsep kepentingan nasional untuk menganalisis kepentingan Indonesia dalam mengembangkan industri pariwisata negara serta konsep peranan organisasi internasional untuk melihat dari sudut pandang ASEAN sebagai organisasi kawasan.

Level analisa kelompok beranggapan bahwa hubungan internasional tidak hanya diliputi oleh peran negara-negara tetapi juga organisasi, birokrasi, dan lain-lain. Dalam tulisan ini, penulis mengkaji organisasi ASEAN yang ikut berperan dalam meningkatkan potensi pariwisata Indonesia tahun 2016-2020.

Penulis menggunakan teori peranan organisasi internasional. Peranan organisasi internasional dapat digambarkan sebagai individu yang berada dalam lingkungan masyarakat internasional. Sebagai anggota masyarakat internasional, organisasi internasional harus tunduk pada peraturan-peraturan yang telah disepakati bersama. Selain itu, melalui tindakan anggotannya, setiap anggota tersebut melakukan kegiatan-kegiatan dalam rangka mencapai tujuannya.

Metode penelitian

Metode kualitatif dipengaruhi oleh paradigma naturalistik-nterpretatif Weberian, perspektif post-positivistik kelompok teori kritis serta post-modernisme seperti dikembangkan oleh Baudrillard, Lyotard, dan Derrida (Cresswell, 1994). “Gaya” penelitian kualitatif berusaha

mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya. Sehingga, penelitian kualitatif biasanya sangat memperhatikan proses, peristiwa dan otentisitas. Memang dalam penelitian kualitatif kehadiran nilai peneliti bersifat eksplisit dalam situasi yang terbatas, melibatkan subjek dengan jumlah relatif sedikit.³

Hasil dan pembahasan Kebijakan dan Program ASEAN *Tourism Strategic Plan* (ATSP) Terhadap Pariwisata Indonesia

Pada akhir 1980-an industri pariwisata mulai mendapat pengakuan luas atas peran pentingnya dalam hal pembangunan ekonomi ASEAN dan integrasi sosial-budaya. Pada masa awal pembentukannya, ASEAN hanya memiliki lima anggota, yaitu Singapura, Thailand, Indonesia, Filipina dan Malaysia. Kemudian pada Januari 1994, Brunei Darussalam bergabung dengan ASEAN, diikuti oleh Vietnam pada Juli 1995, Laos dan Myanmar pada Juli 1997, dan Kamboja pada April 1999.

Beberapa perjanjian dan program terkait sektor pariwisata berhasil memberikan Indonesia salah satunya sebagai peluang untuk mengembangkan laju ekonomi negaranya melalui sektor pariwisata. ASEAN merupakan wadah bagi Indonesia untuk memperkenalkan negaranya pada sesama negara anggota dan dunia internasional untuk mendapat pengakuan bahwa Indonesia juga pantas bersaing dengan negara Eropa dalam pariwisata.

Meskipun persaingan di sektor pariwisata cukup ketat bagi sesama negara anggota ASEAN, Indonesia juga terus berusaha dalam memperbaiki kualitas industri pariwisatanya melalui program yang disepakati dalam ATSP. Terbentuknya ATSP merupakan tindakan atas perkembangan dari negara-negara anggota ASEAN itu sendiri.

Bergabungnya Indonesia dengan ASEAN sebagai negara yang berada di kawasan Asia Tenggara memberikan tanggung jawab bagi ASEAN untuk ikut membantu Indonesia dalam meningkatkan kualitas berbagai potensi yang dimiliki negara tersebut terkait kesejahteraan Indonesia yang mengacu kepada visi dan misi ASEAN sebagai organisasi kawasan. Sama halnya dengan negara lain, Indonesia berusaha untuk memenuhi standar negaranya terkait program-program yang telah dibuat ATSP.

Perkembangan pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, terlihat dari bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian nasional.⁴

Terkait pemenuhan standar program ATSP, jalan Indonesia menuju terpenuhinya standar tersebut masih terbilang cukup jauh. Apalagi dalam tahap dasar pengapdosian standar praktik untuk menguantifikasikan dampak ekonomi terhadap pariwisata masih mengalami kendala karena dalam penghitungan melalui metodologi penghitungan satelit pariwisata dan berbagai hal lain membutuhkan banyak biaya dan penyesuaian lainnya, di tengah hambatan finansial yang dihadapi Indonesia.

³ Soedarso,dkk (2014). Potensi Dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis Kekayaan Alam Dengan PendekatanMarketing Places (Studi Kasus PengembanganPariwisata Di Kabupaten Bojonegoro).

Jurnal Sosial Humaniora .Vol 7 No.2 <file:///C:/Users/User/Downloads/582-1357-2-PB.pdf>. <file:///C:/Users/User/Downloads/582-1357-2-PB.pdf>

⁴ Wulandari, Vivin. (2020). Implementasi ASEAN Tourism Strategic Plan Di Indonesia Tahun 2016-2020. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*.Vol 8 No.01.

Dalam perkembangannya, Indonesia masih banyak membutuhkan bantuan dalam hal infrastruktur dan sumber daya manusia yang terampil. Meskipun pertumbuhan sektor pariwisata Indonesia dapat dikatakan meningkat dari tahun ke tahun, Indonesia masih harus fokus terhadap pembangunan negaradalam meningkatkan kualitas sektor pariwisata itu sendiri sehingga akan terus menjadi pilihan destinasi kawasan.

ATSP 2016-2020 ini, menjadi kontribusi positif bagi negara-negara anggota untuk memajukan pariwisata ASEAN, terutama bagi negara Indonesia yang memiliki kesempatan lebih besar untuk dapat meningkatkan dan mengembangkan pariwisatanya, karena sektor ini sangat penting terhadap perekonomian negara. Arah strategis dalam perbaikan serta pengembangan layanan dan fasilitas pariwisata sesuai dengan standarisasi ASEAN dapat memberikan kesempatan bagi negara-negara anggota untuk mengambil peluang yang ada untuk mendorong kemajuan pariwisata negaranya.

Seluruh negara anggota ASEAN memiliki tujuan yang sama terkait sektor pariwisata. Meskipun menyepakati program dan kebijakan yang sama, namun tingkat pertumbuhan sektor pariwisata negara anggota ASEAN berbeda-beda. Pertumbuhan sektor pariwisata Thailand, Singapura, Malaysia dan Indonesia masih berada jauh diatas Myanmar dan negara anggota ASEAN lainnya. Terkait hal tersebut kebijakan dan perjanjian yang dibentuk oleh ASEAN melalui ATSP tentunya harus dikaji kembali.

Peran ATSP dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata Indonesia

Eksistensi suatu negara akan tetap berlangsung sekiranya tercapai kepentingan-kepentingan negaranya. Kepentingan-kepentingan negara tersebut tidak hanya dapat dipenuhi dalam satu lingkup domestik

saja, akan tetapi melalui kerangka hubungan antar negara. Maka dapat dikatakan bahwa tercapainya kepentingan nasional suatu negara membutuhkan kerjasama dan hubungan yang saling menguntungkan bagi masing-masing negara yang menyepakati sebuah kerjasama.

Pertumbuhan ekonomi adalah bidang terpenting bagi perkembangan sebuah negara, maka dari itu ASEAN berupaya memfasilitasi arus perdagangan barang dan jasa, tenaga kerja terampil, dan investasi yang lebih besar, untuk meningkatkan daya saing global kawasan.

Indonesia, sebagai anggota ASEAN telah menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan dan inklusif melalui Pengembangan *Project Ten New Bali's*. Konsep ini berfokus pada melibatkan komunitas lokal dan sektor publik-swasta dalam rantai nilai pariwisata dengan menerapkan dua poin dari ASEAN *Tourism Strategic Plan* periode 2016-2020.

Indonesia turut mengimplementasikan pariwisata berdasarkan Rencana Strategi Pariwisata ASEAN melalui arah strategi pariwisata yang sudah di sepakati dalam ATSP 2016-2020. Arah Strategi tersebut yaitu Mengintensifkan Promosi dan Pemasaran, Diversifikasi Produk Wisata, Menarik Investasi Pariwisata, Meningkatkan Kapasitas dan Kemampuan Sumber Daya Manusia, Menerapkan dan Memperluas Standar Pariwisata ASEAN untuk Fasilitas, Layanan dan Tujuan, Menerapkan dan Memperluas Konektivitas dan Tujuan Infrastruktur, Meningkatkan Fasilitas Perjalanan, Meningkatkan Komunitas Lokal dan Partisipasi Sektor Publik-Swasta dalam Pariwisata, Memastikan keselamatan dan Keamanan, Memprioritaskan Perlindungan dan Pengelolaan Situs warisan, Meningkatkan Respon terhadap Perlindungan Lingkungan dan Perubahan Iklim.

Data yang ditemukan oleh penulis bahwa Indonesia menerapkan beberapa strategi diantaranya ialah, Mengintensifkan promosi dan pemasaran. Dalam pencapaian target kunjungan wisman Kementerian Pariwisata memiliki tiga senjata pamungkas, yang terdiri dari program *Ordinary Effort (Branding, Advertising, Selling)*, *Extra Ordinary Effort (Incentive, Hot Deals)* dan *Super Extra Ordinary Effort (Border Tourism, Tourism Hub, dan Low Cost Terminal)*.

Publikasi *branding* melalui media elektronik telah dilaksanakan publikasi media elektronik dengan total 5.406 spot tayang di berbagai international channel, antara lain: Al Arabiya, AXN, BBC, Bloomberg, CCTV, CNN, FOX, JTBC, National Geographic, Phoenix, Sky, Talpa TV, dan TLC dan *publikasi branding* melalui media ruang yang dilakukan diberbagai negara antara lain Amerika, Belanda, Tiongkok, India, Inggris, Jerman, Korea Selatan, Perancis, Rusia, Singapura dan United Emirates Arab.

Publikasi *branding* melalui media elektronik yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia yang dilakukan di Luar Negeri untuk mempromosikan pariwisata Indonesia supaya lebih dikenal dunia dan bertujuan meningkatkan *awareness* dari para calon wisatawan potensial di berbagai belahan dunia dengan tayangan spot diberbagai *International Channel* pada beberapa pasar utama yaitu Japan, Korea, Taiwan, China, Belanda, Jerman, Inggris, India, Amerika Serikat, United Arab Emirates.⁵

Kedua, *Advertising*. Publikasi *advertising* melalui media cetak yaitu

Inflight Magazine (Air China, Cathay Dragon, Cathay Pacific, China Eastern, China Southern, China Southern, Emirates, Qatar, dan KLM), *Newspaper* (De Telegraaf, fvw daily, Shukan Asahi, *Wing Travel Weekly*), *Magazine* (CREA Traveler, *Lonely Planet India*, *Tokyo Jin*, *Travel Leisure India*, *TravTalk Middle East*, VIRJ, *China Travel Agent*, dan *City Living Nagoya Edition*).

Ketiga, *selling*. Pameran yaitu sepanjang tahun 2019, Kementerian Pariwisata telah ikut serta dalam 49 pameran pariwisata internasional yaitu *International Turismo Borse* (ITB) Berlin, Jerman, *Arabian Travel Mart* (ATM) Dubai, Uni Emirates Arab, *World Travel Mart* (WTM) London, Inggris, *China International Travel Mart* (CITM) Kunming, Tiongkok, *IMEX Las Vegas*, Amerika, *South Asia Travel and Tourism Exhibition* (SATTE) Greater Noida, India.

Menarik investasi pariwisata. untuk mendukung peningkatan investasi pariwisata, Kementerian Pariwisata telah melaksanakan kegiatan promosi investasi pariwisata, pertama fasilitasi dukungan Indonesia Pavilion di Davos-Swiss tanggal 22 s.d 25 Januari 2019. Kedua, *Regional Investment Forum* (RIF) di ICE BSD, Tangerang tanggal 11 s.d 12 Maret 2019. Ketiga, *Focus Eastern Indonesia* di Sydney, Australia tanggal 21 s.d 22 Maret 2019. Keempat, *Hotel Investment Conference South Asia* (HCISA) di Mumbai, India tanggal 3 April 2019. Kelima, sosialisasi dan *Coaching Clinic KUR* di beberapa daerah.

Kemampuan Sumber Daya Manusia. Realisasi SDM pariwisata nasional yang tersertifikasi adalah 107.591 orang, yang terdiri dari 70.000 orang dari Industri, 2.136 orang dari Pendidikan dan 35.455 orang dari Mandiri (sertifikasi mandiri tidak dibiayai oleh Kementerian Pariwisata). Jumlah SDM pariwisata Nasional yang dimaksud adalah tenaga kerja pariwisata langsung sebanyak

⁵ Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2019 <https://epformance.kemenparekraf.go.id/storag e/media/378/LAKIP-Kemenpar-2019.pdf> pada 20 maret 2023 pukul 12.03 WIB

3.900.000 orang. Jumlah SDM pariwisata nasional yang terdaftar 3.900.000 orang, dengan jumlah SDM Pariwisata yang tersertifikasi sebanyak 107.591 orang, akan diformulasikan Rasio SDM Pariwisata nasional yang tersertifikasi terhadap total SDM pariwisata nasional. Realisasi rasio SDM Pariwisata nasional yang tersertifikasi terhadap total SDM Pariwisata Nasional TA 2019 telah melebihi target dan meningkat 41.41% dari capaian TA 2018.

Strategi pemasaran pariwisata diimplementasikan oleh kebijakan pariwisata Indonesia melalui dua poin pengembangan pembangunan pemasaran pariwisata Indonesia yang meliputi pengembangan pemasaran pariwisata mancanegara dan pengembangan pariwisata Nusantara. Pengembangan strategi pemasaran pariwisata Indonesia memiliki poin-poin pengembangan tersendiri.

Kesimpulan

Kawasan Asia Tenggara dikenal dengan berbagai budayanya yang memiliki daya tarik tersendiri. Dapat dikatakan sebagian besar negara-negara anggota ASEAN memiliki performa yang baik di sektor pariwisata negara. Seperti Thailand, Malaysia, Singapura yang menjadikan sektor pariwisatanya sebagai aktor utama untuk mendorong pertumbuhan perekonomian negara. Kedekatan geografis dengan negara-negara tersebut tentunya memberi peluang bagi Indonesia untuk memanfaatkan sektor pariwisatanya.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bagaimana implementasi *ASEAN Tourism Strategic Plan* di Indonesia tahun 2016-2020 yaitu kebijakan dalam pariwisata didasarkan pada keinginan pencapaian target pengembangan pariwisata menjadi lebih baik. Salah satu acuan yang digunakan dalam perumusan kebijakan pariwisata Indonesia melalui pengimplementasian

ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016-2020 kedalam kebijakan pemerintah Indonesia dibidang pariwisata. Pengimplementasian ini, dengan komponen-komponen kebijakan yang memiliki kesamaan dengan ATSP 2016-2020.

Pengimplementasian kebijakan tersebut meliputi implementasi pengembangan produk wisata dengan promosi dan pemasaran, investasi, peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia Pariwisata, yang kemudian diturunkan dalam strategi promosi dan pemasaran pariwisata ASEAN. Strategi promosi dan pemasaran, investasi, peningkatan kapasitas SDM ini kemudian dijadikan acuan dalam kebijakan pariwisata Indonesia dengan strategi promosi dan pemasaran mancanegara.

Jika dalam ATSP 2016-2020 membahas mengenai pengembangan wisata kawasan dan sub-kawasan, maka dalam kebijakan Indonesia diturunkan kedalam pengembangan destinasi dan industri pariwisata yang meliputi pengembangan infrastruktur dan konektivitas pariwisata. Strategi investasi diimplementasikan oleh Indonesia melalui peningkatan kemitraan usahapariwisata dan investasi dibidang pariwisata yang mana terdapat dalam arahan pertama pada ATSP 2016-2020 mengenai meningkatkan daya saing ASEAN sebagai tujuan pariwisata tunggal yang mana juga mengenai peningkatan kapasitas dan kemampuan Sumber Daya Manusia.

Indonesia mengimplementasikan poin ini kedalam pengembangan standar dan sertifikasi usaha pariwisata mulai dari peningkatan layanan pusat informasi, peningkatan kinerja pengelola pariwisata serta peningkatan sarana dan prasarana pariwisata dan juga pemberdayaan masyarakat dengan peningkatan masyarakat supaya sadar akan wisata dan pengembangan potensi usaha masyarakat menjadi kebijakan yang dikembangkan Indonesia guna pengembangan masyarakat

agar mampu mendukung jalannya percepatan pembangunan Indonesia.

Dari penjabaran diatas mampu disimpulkan bahwa 64% dari ASEAN *Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2016-2020 telah diimplementasikan oleh Indonesia dalam bentuk kebijakan pariwisata guna percepatan pertumbuhan ekonomi dan perbaikan pariwisata Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Archer, Clive (2001). *International Organization :3rd Edition*. New York : Routledge.

ASEAN *Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016-2025*. (2015). Jakarta: Sekretaris ASEAN.

ASEAN *Tourism Marketing Strategy (ATMS) 2017-2020*. (2017). Jakarta: Sekretaris ASEAN.

Bagus, Gusti Tresnadika. (2018). Sentosa Island sebagai citra pariwisata singapura. Foreign Case Study. Sekolah tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta.

Ghasemi, M, Hamzah, A. (2014). *An investigation of the appropriateness of tourism development paradigmas in rural areas from main tourism stakeholders point of view*, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*

Gede Pitana.(2005). *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta.

Karuppi. (1998). *“International Relations Theory: Realism,*

Pluralism and Beyond.” Boston: Allyn and Bacond.

Kementerian Luar Negeri RI. (2017). *ASEAN Selayang Pandang Edisi ke-22*.

Kemenparekraf/Baparekraf. (2020). *Rencana Strategis 2020-2024*.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2016. 2016

Kirk dan miller dalam Lexy. Moleong. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Roskarya.

Le Roy Bennett, Alvin (1997). *International Organizations : Principle and Issues*. New Jersey : Prentice Hall.

Mas’oed, M. (1990). *Ilmu Hubungan Internasional: Displin dan Metodologi*. Jakarta : LP3ES.

Nuraeni, S, D. Sari dan A. Sudirman. (2010). *“Regionalisme dalam Studi HubunganInternasional”*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Oka A Yoeti. (1997). *Pengantar Ilmu Pariwisata*, PT Pradnya Paramita, 1997.

Raco, J.R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Seabury, Paul. 1963. *“Power, Freedom, and Diplomacy: The Foreign Policy of the United States of America*. The University of California: Random House.

- Sofield. 2000. "Rethinking and reconceptualizing social and culture in southeast and south asian tourism development", Oxford, Butterworth Heinemann.
- The ASEAN Secretariat, —*ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015*, h. 2.
- The ASEAN Secretariat, —*ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025*, h. 47.
- Tourism Malaysia, —*Prime Minister of Malaysia Officially Opens The 33rd ASEAN Tourism Forum (ATF) 2014: ASEAN - advancing Tourism Together*
- Yustiani, Dwi. (2019). *Statistik Wisatawan Mancanegara ke Bali 2019*. Bali: PS Provinsi Bali.
- Yusuf A. Muri. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Viotti, Paul R. dan Mark V. Kauppi. (1990). "International Relations Theory, Realism, Pluralism, Globali's", New York: MacMillan Publishing Company.
- Zuhelsa, Violina. 2012. Fungsi tempat suci penduduk Bali di sekitar Pura besakih di kabupaten Karangasem provinsi Bali.
- Jurnal**
- Alfyan, Bagus. 2023. Implementasi ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) dalam Kebijakan Pengembangan Sektor Pariwisata di kabupaten Bnayuwangi. *Jurnal manajemen perhotelan dan pariwisata*. Vol. 6.
- Amalia, Lady. "Efektivitas ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015 di Indonesia", *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, Vol 5, No. 1, Februari 2016, h. 258.
- Deni, Fitra dan Pian Sopian. (2017). Peran ASEAN Tourism Forum Dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal International & Diplomacy* Vol 2 No.2.
- Henderson, Jurnal Tourism: "Tourism Development and Politics in The Philippines", Nayang Technology University Vol.6, No 2
- Mario Barreto dan Ketut Giantari, 2015."Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro Timor Leste", *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali*, Vol.4:11.2015.
- Moenir, Hayyu Darman, dkk. (2021). Implementasi ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) Dalam Pengembangan Pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*. Vol 15 No.1.
- Moenir, Hayyu Darman dan Abdul Halim. (2020). Implementasi ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) Dalam Kebijakan Pariwisata Bahari Indonesia. *Jurnal PIR*. Vol.4 No.2.
- Rahmat, Taufiq. (2020). Peranan Branding Promotion Wonderful Indonesia Pada ASEAN Tourism Forum (ATF) Dalam Meningkatkan Pariwisata Di Indonesia. *Kajian dan Riset Manajemen Profesional*. Vol 1 No. 23.

SBM, Nugroho. (2020). Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Jurnal pariwisata*. Vol 7 No. 2.

Soedarso, Muchammad Nurif, Windiani. (2014). Potensi Dan Kendala Pengembangan Pariwisata Berbasis Kekayaan Alam Dengan Pendekatan Marketing Places (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bojonegoro). *Jurnal Sosial Humaniora* . Vol 7 No.2 <file:///C:/Users/User/Downloads/oads/582-1357-2-PB.pdf>. <file:///C:/Users/User/Downloads/582-1357-2-PB.pdf>

Tourism Malaysia, —*Prime Minister of Malaysia Officially Opens The 33rd ASEAN Tourism Forum (ATF) 2014: ASEAN - advancing Tourism Together* .

Wulandari, Vivin. (2020). Implementasi ASEAN Tourism Strategic Plan Di Indonesia Tahun 2016-2020. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*. Vol 8 No.01.

Internet

About ASEAN. Diakses dalam website <https://asean.org/> pada 13 September 2021.

Armydian Kurniawan. 2020. ATF 2020 Kembangkan Inisiatif Baru Pariwisata ASEAN. Diakses dalam website <https://ekbis.sindonews.com/berita/1494451/34/atf-2020-kembangkan-inisiatif-baru-pariwisata-asean> pada 12 Desember 2021.

ASEAN. Plan of action on ASEAN Cooperation in tourism, diakses dalam website http://asean.org/?static_post=plan-of-action-on-asean-cooperation-in-tourism pada 10 Januari 2023.

ASEAN Tourism Forum Jadi Ajang Promosi Wisata Indonesia, diakses dalam website <http://setnas-asean.id/news-events/read/asean-tourism-forum-jadi-ajang-promosi-wisata-indonesia> pada 12 Desember 2021.

ASEAN Tourism Forum 2016. Message From Minister. Diakses dalam website <https://www.atfphilippines.com/> pada 05 Desember 2021.

Asian Development Bank. *Indonesia and ADB*. Diakses dalam website <https://www.adb.org/where-we-work/indonesia>

Association of South East Asia Nation, “*Plan of Action on ASEAN Cooperation in Tourism*,” Diakses dalam website http://asean.org/?static_post=plan-of-action-on-asean-cooperation-in-tourism pada Minggu, 02 Desember 2021.

Bagaimana konsep regionalisme dalam hubungan internasional? Diakses dalam website <https://www.dictio.id/t/bagaimana-a-konsep-regionalisme-dalam-hubungan-internasional/124149/2> diakses pada 27 Juli 2022

Beberapa masalah dalam pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. Diakses dalam website <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/ind>

ex.php/jp/article/view/8810/pdf
pada 6 Juni 2022 pukul 12.20 WIB
Kementerian Luar Negeri Republik
Indonesia. International Treaty
Search. Diakses dalam website
<https://treaty.kemlu.go.id/search>
pada 03 Februari 2023.

Desa Wisata Nglanggeran Terbaik
ASEAN 2017. Diakses dalam
website
[https://travel.tempo.co/read/838401/
/desa-wisata-nglanggeran-terbaik-
asean-2017](https://travel.tempo.co/read/838401/desa-wisata-nglanggeran-terbaik-asean-2017) pada 04 September
2021.

Fajri, K. (2016, November 11).
Pengertian Pariwisata, Jenis-
Jenis dan Macam-Macam serta –
[Saranadan Prasarananya.
Diakses dalam website
[http://www.dataarsitek.com/2016
/11/pengertian-pariwisata-jenis-
jenis-dan-macam-macamserta-
sarana-prasarananya.html](http://www.dataarsitek.com/2016/11/pengertian-pariwisata-jenis-jenis-dan-macam-macamserta-sarana-prasarananya.html). Pada
02 September 2021.

Geografi, dalam website
[https://kemlu.go.id/nur-
sultan/id/pages/geografi/41/etc-
menu](https://kemlu.go.id/nur-sultan/id/pages/geografi/41/etc-menu) diakses pada 6 Juni 2022

Indonesia Berpartisipasi dalam
ASEAN Tourism Forum 2019.
Diakses dalam website
[https://www.tourismvaganza.com
/indonesia-berpartisipasi-dalam-
asean-tourism-forum-2019/pada](https://www.tourismvaganza.com/indonesia-berpartisipasi-dalam-asean-tourism-forum-2019/pada)
05 Desember 2021.

Laporan Kinerja Kementerian
Pariwisata Tahun 2019, diakses
dalam website
[https://epformance.kemenparek
raf.go.id/storage/media/378/LAK
IP-Kemenpar-2019.pdf](https://epformance.kemenparekraf.go.id/storage/media/378/LAK-IP-Kemenpar-2019.pdf) pada 15
September 2021.

Menggali Kekayaan dan Keragaman
Sumber DayaPariwisata Nasional
diakses dalam website
[https://batamheadline.com/2021/
12/16/menggali-kekayaan-dan-
keragaman-sumber-daya-
pariwisata-nasional/](https://batamheadline.com/2021/12/16/menggali-kekayaan-dan-keragaman-sumber-daya-pariwisata-nasional/) pada 11 Juni
2023

Menpar Sebut Pariwisata akan Topang
Ekonomi Indonesia, diakses
dalam website
[https://www.cnnindonesia.com/g
aya-hidup/20181127193244-269-
349708/menpar-sebut-pariwisata-
akan-topang-ekonomi-indonesia](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181127193244-269-349708/menpar-sebut-pariwisata-akan-topang-ekonomi-indonesia)

Menteri Pariwisata Dan Ekonomi
Kreatif/ KepalaBadan Pariwisata
Dan Ekonomi Kreatif
RepublikIndonesia diakses dalam
website
[https://docplayer.info/198812640
-Menteri-pariwisata-dan-
ekonomi-kreatif-kepala-badan-
pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-
republik-indonesia.html](https://docplayer.info/198812640-Menteri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-kepala-badan-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-republik-indonesia.html) pada 11
Juni 2023, pukul 05.33 WIB

Nguyen Tien Long, “Tempat – Tempat
terkenal di beberapa negara
ASEAN”, *Radio Suara Vietnam
VOV Internasional*. Diakses
dalam website:
[http://vovworld.vn/id-
ID/Reportase-
Foto/Tempattempat-wisata-
terkenal-di-beberapa-negara-
ASEAN/311485.vov](http://vovworld.vn/id-ID/Reportase-Foto/Tempattempat-wisata-terkenal-di-beberapa-negara-ASEAN/311485.vov) pada 02
Desember2021.

Oki Pratama, 2020. *Konservasi
Perairan SebagaiUpaya menjaga
Potensi Kelautan dan
PerikananIndonesia*. Direktorat
Jenderal PengelolaanRuang Laut.
Diakses dalam website
<https://kkp.go.id/djprl/artikel/210>

- 45-konservasi-perairan-sebagai-upaya-menjaga-potensi-kelautan-dan-perikanan-indonesia pada, 02 Februari 2021.
- Pusat Data dan Sistem informasi, Kemenparekraf/Bapekraf. (2021). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2020*. Diakses dalam website <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara/Statistik-Kunjungan-Wisatawan-Mancanegara-2020> pada 04 September 2021.
- Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2016-2020. Diakses dalam website <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara> pada 04 September 2021.
- Terumbu Karang Indonesia Terbaik Dunia. Diakses dalam website <https://indonesiabaik.id/infografi/s/terumbu-karang-indonesia-terbaik-dunia> pada 02 Februari 2021.
- Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi. Diakses dalam website <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi> pada 6 Juni 2022 pukul 11.59 WIB.
- Tinjauan Kritis Kendala dan Dampak Pengembangan Pariwisata Indonesia <http://digilib.unimed.ac.id/40565/1/Fulltext.pdf>
- TTG Asia Media, “ASEAN Tourism Forum LongestRunning ATF TRAVEX . Diakses dalam website https://www.ttgasiamedia.com/ttg_events/atf pada 06 Desember 2021.
- 40 Indonesia Tourism Businesses Participate in ATF Travex 2017 Singapore. Diakses dalam website <https://www.indonesia.travel/gb/en/news/40-indonesia-tourism-businesses-participate-in-atf-travex-2017-singapore> pada 05 Desember 2021.
- Strategi Indonesia dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Indonesia. Diakses dalam website <https://media.neliti.com/media/publications/31316-ID-strategi-pemerintah-indonesia-dalam-meningkatkan-industri-pariwisata-indonesia-m.pdf> pada 11 Juni 2023
- Strategi dan Kebijakan Pengembangan Sektor Pariwisata. Diakses dalam website <https://www.djppr.kemenkeu.go.id/uploads/files/Sosialisasi%20SBN/5.%20Creative%20and%20Innovative%20Financing%20ForumStrategi%20dan%20Kebijakan%20Pengembangan%20Sektor%20Pariwisata.pdf> pada 11 Juni 2023