

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Association of South Asia Nations atau yang lebih dikenal dengan ASEAN didirikan dan terbentuk pada tanggal 8 Agustus 1967 di Bangkok Thailand, yang ditandai dengan penandatanganan Deklarasi Bangkok. Deklarasi ini ditandatangani oleh lima Negara pendiri ASEAN, yang di kala itu diwakili masing masing orang dari Negaranya. Indonesia diwakili oleh Adam Malik, Malaysia diwakili oleh Tun Abdul Razaq, Singapura diwakili oleh S. Rajaratnam, Filipina diwakili oleh Narcisko Ramos, sedangkan Thailand sebagai tuan rumah penandatanganan deklarasi diwakili oleh Thanat Koman.

Pada tahun 1984, tepatnya pada tanggal 7 Januari 1984, Brunei Darussalam secara resmi bergabung dengan ASEAN, disusul oleh Vietnam pada tanggal 28 Juli 1995, lalu kemudian Laos dan Myanmar pada tanggal 23 Juli 1997, sedangkan yang terakhir adalah Kamboja yang masuk pada tanggal 16 Desember 1998. Hingga saat ini jumlah anggota ASEAN adalah 10 Negara. Adapun Timor Leste sebagai Negara yang notabene belum lama terbentuk belum masuk kedalam keanggotaan ASEAN dikarenakan beberapa alasan.

Berdirinya ASEAN didasari oleh tidak stabilnya hubungan antara Negara Negara di Asia Tenggara di masa lampau, seperti contohnya konfrontasi antara Indonesia dan Malaysia, lalu kemudian kasus klaim teritorial antara Malaysia dan

Filiphina terkait wilayah Sabah. Serta lepasnya Singapura dari Federasi Malaysia. Dilandasi oleh hal tersebut, maka Negara Negara Asia Tenggara menyadari akan pentingnya pembentukan sebuah kerjasama yang dapat menghilangkan rasa kecurigaan dan tidak percaya, sehingga mewujudkan sebuah hubungan yang harmonis dan terintegrasi.

Seperti yang tercantum di dalam Deklarasi Bangkok, tujuan didirikannya ASEAN adalah peningkatan kerjasama di bidang ekonomi, kemajuan sosial dan juga pengembangan kebudayaan di kawasan ASEAN melalui sebuah usaha yang dilakukan bersama sama dalam semangat kebersamaan dan persaudaraan. Selain itu pula peningkatan di bidang kerjasama yang aktif dan saling membantu dalam kepentingan bersama serta saling memberikan bantuan demi terciptanya kawasan yang sejahtera dan damai.

Sejak awal terbentuknya ASEAN, telah diadakan berbagai kerjasama di berbagai bidang, seperti contohnya adalah *Preferential Tariff Arrangement* yang disahkan pada tahun 1977. Kesepakatan yang diyakini menjadi cikal bakal dari *ASEAN Economic Community* adalah disepakatinya *Common Effective Preferential Tariff – Asean Free Trade Area.(CEPT – AFTA)* pada tahun 1992 dengan target implementasi pada tahun 2008 yang lalu kemudian dipercepat menjadi tahun 2003.¹

Sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kerjasama di bidang ekonomi, sosial, budaya, dan keamanan, maka dibentuklah dengan apa yang

¹ <http://www.asean.org/communities/asean-economic-community/category/asean-free-trade-area-afta-council>, Diakses pada tanggal 10 Mei 2015 pukul 08.03

dinamakan *ASEAN Community*. *ASEAN Community* ini meliputi tiga hal yaitu : *ASEAN Security Community*, *ASEAN Socio – Culture Community*, dan *ASEAN Economic Community*. Yang menjadi cikal bakal dari kerjasama ini adalah pertemuan para kepala Negara ASEAN pada tahun 1997 di Kuala Lumpur yang menyepakati sebuah perjanjian kerjasama yang dinamakan dengan *ASEAN Vision 2020* yang lalu kemudian dipercepat menjadi 2015, sehingga terciptalah yang dinamakan *ASEAN Community 2015*.

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) sendiri memiliki karakteristik sebagai berikut : (a) Pasar tunggal dan basis produksi, (b) Kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi, (c) Kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata, (d) Kawasan yang terintegrasikan penuh dengan ekonomi global. Karakter karakter tersebut memiliki kaitan erat yang saling berhubungan dan memperkuat antara satu dengan yang lain. Pencantuman elemen elemen yang diperlukan untuk setiap karakteristik dalam satu *Blueprint* akan menjamin konsistensi dan keterpaduan elemen elemen tersebut, termasuk implementasinya serta koordinasi yang tepat antar pemangku kepentingan.

Keempat pilar di atas saling berkaitan satu sama lain dan mendukung satu sama lainnya, sebagai contoh ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi internasional haruslah memiliki daya saing yang tinggi, baik sebagai kawasan ataupun antar individu anggota. MEA sendiri memiliki beberapa elemen elemen penting dalam penerapannya. Diantarannya yang dijadikan fokus utama adalah Aliran bebas barang, aliran bebas jasa, aliran bebas investasi, aliran bebas tenaga kerja terampil, aliran bebas modal.

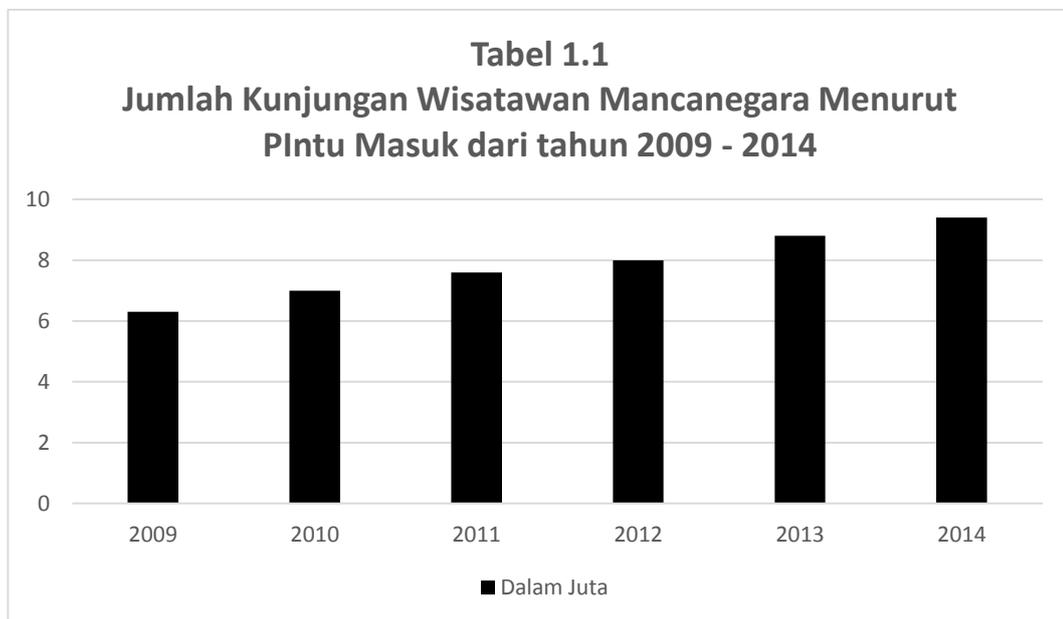
Salah satu bidang yang menjadi sasaran dari agenda *ASEAN Economic Community (AEC)* seperti yang telah disebut di atas adalah pada sektor jasa. Salah satunya adalah jasa di bidang pariwisata. Jasa di bidang pariwisata adalah salah satu bidang yang akan di bebaskan dari hambatan pada tahun 2015. Masuknya bidang jasa sendiri ke dalam integrasi kawasan ASEAN bermula pada tahun 1995 yaitu ditandai dengan ditandatanganinya *ASEAN Agreement on Services (AFAS)*, yang lalu kemudian pada tahun 1998 ditandatangani pula *Asean Investment Area (AIA)*.

Spilane (1987) mengatakan bahwasannya pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, yang mana ini bersifat sementara dilakukan oleh perorangan atau kelompok sebagai usaha untuk mencapai keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi social, budaya, alam, dan ilmu.² Ditambah pula, pariwisata terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu : (1) pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*), (2) pariwisata untuk rekreasi (*recreation tourism*), (3) pariwisata untuk budaya (*culture tourism*), (4) pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*), (5) pariwisata untuk urusan dagang (*business tourism*), (6) dan terakhir adalah pariwisata untuk berkonvensi (*conventional tourism*).

Data dari Kemanparekraf mencatat tentang jumlah kunjungan wisatawan dari tahun 2009 sampai 2014 terus mengalami kenaikan. Pada tahun 2009, jumlah wisatawan asing yang masuk ke Indonesia sebesar 6.32 juta orang. Sementara pada tahun 2010 jumlah yang masuk mencapai 7 juta orang. Kemudian di tahun 2011

² Spilane, JJ., 1987 *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*, Kanisius, Yogyakarta

mengalami kenaikan lagi yaitu mencapai 7,6 juta orang. Naik lagi menjadi 8 juta orang di tahun 2012 dan 2013, lalu puncaknya di tahun 2014 mencapai 9 juta orang.³



Sumber : Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.

Sementara itu apabila dilihat hanya pada tahun 2014, Jumlah kunjungan wisatawan juga mengalami kenaikan yang signifikan dari bulan Januari sampai Desember. Dimana pada bulan Januari jumlah kunjungan wisatawan yang terdata mencapai 753.079 pengunjung, di bulan Februari sempat menurun ke angka 702.666 pengunjung. Angka di atas 700 ribu pengunjung terus stabil sampai bulan Mei 2014, lalu kemudian meningkat di bulan Juni dengan mencapai 851.475 pengunjung. Di bulan bulan selanjutnya jumlah kunjungan cenderung fluktuatif namun di bulan Desember meningkat tajam hingga ke angka 915.334 pengunjung.

³ <http://www.parekraf.go.id>, diakses pada tanggal 24 April 2015, Pukul 15.22.



Dengan melihat dari beberapa data yang telah tersaji diatas, yaitu cukup tingginya jumlah wisatawan asing yang masuk ke Indonesia, maka AEC tahun 2015 akan menjadi ujian tersendiri bagi sektor pariwisata Indonesia, Dengan ditiadakannya hambatan hambatan yang dapat membatasi masuknya produk produk barang dan jasa ke Indonesia, maka Indonesia harus dapat memanfaatkan sebaik baiknya peluang, untuk dapat memaksimalkan peluang tersebut maka terlebih dahulu Indonesia harus dapat mengatasi segala tantangan yang akan hadapi nantinya

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat ditarik pertanyaan “Bagaimana Strategi Pariwisata Indonesia dalam menghadapi Asean Economic Community 2015?”

C. Kerangka Teori

Untuk menjawab pertanyaan yang ada diatas maka akan digunakan teori sebagai berikut :

1. Teori Perencanaan

Perencanaan (*planning*) adalah suatu kegiatan berpikir yang lingkupnya menyeluruh dan mencakup bidang yang sangat luas, kompleks, dan berbagai komponennya saling kait mengkait. Adapun syarat-syarat dari perencanaan menurut Paturusi adalah :

1. Logis, bisa dimengerti dan sesuai dengan kenyataan yang berlaku.
2. Luwes (fleksibel) dan tanggap mengikuti dinamika perkembangan.
3. Objektif, didasari tujuan dan sasaran yang dilandasi pertimbangan yang bersistem dan ilmiah.
4. Realitas, dapat dilaksanakan, memiliki rentang rencana: jangka panjang, menengah dan pendek.

Untuk mengoptimalkan keuntungan dari pengembangan pariwisata dibutuhkan suatu perencanaan yang baik dan matang. Tujuan ini hanya dapat dicapai jika direncanakan dengan baik dan terintegrasi dengan perencanaan pembangunan nasional secara keseluruhan. Ada delapan model pendekatan perencanaan pariwisata menurut Inskeep, yaitu:

1. Pendekatan berkesinambungan, inkremental dan fleksibel (*continuous, incremental and flexible approach*). Pendekatan ini didasarkan pada kebijakan dan rencana pemerintah, baik secara nasional maupun regional. Perencanaan pariwisata dilihat sebagai suatu proses berkesinambungan yang perlu dievaluasi berdasarkan

pemantauan dan umpan balik dalam kerangka pencapaian tujuan dan kebijakan pengembangan pariwisata.

2. Pendekatan sistem (*system approach*). Pariwisata dilihat sebagai suatu system yang saling berhubungan (*interrelated system*), demikian halnya dalam perencanaan dan teknik analisisnya.

3. Pendekatan menyeluruh (*comprehensive approach*). Pendekatan ini bisa juga disebut pendekatan *holistik*. Seperti pada pendekatan sistem seluruh aspek yang terkait dalam perencanaan pariwisata mencakup institusi, lingkungan dan implikasi sosial ekonominya dianalisis dan direncanakan secara menyeluruh.

4. *Integrated approach*. Mirip dengan pendekatan sistem dan pendekatan menyeluruh. Pariwisata dikembangkan dan direncanakan sebagai suatu sistem yang terintegrasi baik ke dalam maupun ke luar.

5. Pendekatan pembangunan yang berwawasan lingkungan dan berkelanjutan (*environmental and sustainable development approach*). Pariwisata direncanakan, dikembangkan dan dikelola memperhatikan kelestarian lingkungan fisik dan sosial budaya. Analisis daya dukung merupakan bagian yang paling penting dalam pendekatan ini.

6. Pendekatan swadaya masyarakat (*community approach*). Pendekatan yang melibatkan yang sebesar-besarnya masyarakat mulai dari proses perencanaan, membuat keputusan, pelaksanaan dan pengelolaan pengembangan pariwisata.

7. Pendekatan implementasi (*implementable approach*). Kebijakan, rencana, rekomendasi dan rumusan pengembangan pariwisata dibuat serealistis

mungkin dan dapat diterapkan. Rumusan perencanaan dibuat se jelas mungkin sehingga bisa dilaksanakan.

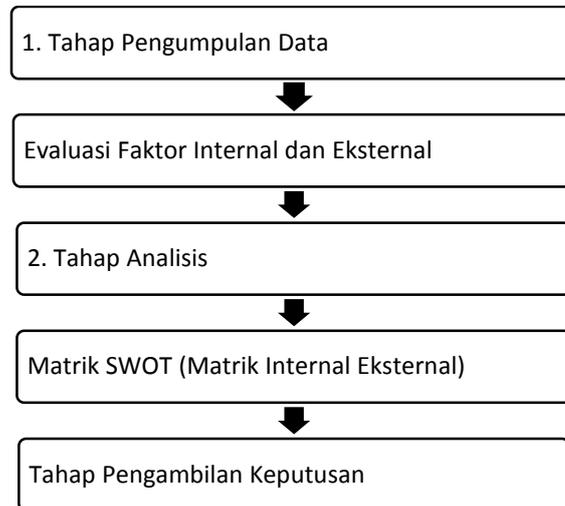
8. Penerapan proses perencanaan yang sistematis (*application of systematic planning process*). Pendekatan yang dilakukan berdasarkan logika tahapan kegiatan.

Menurut Rangkuti (2003), perencanaan strategi merupakan kegiatan perusahaan untuk mencari kesesuaian antara kekuatan internal perusahaan dan kekuatan - kekuatan eksternal (peluang dan ancaman) suatu pasar. Adapun kegiatannya meliputi pengamatan secara hati hati terhadap persaingan, peraturan tingkat inflasi, siklus bisnis, keunggulan, dan harapan konsumen serta faktor-faktor lain yang dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman.

Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan berebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi-evaluasi strategi itu disebut perencanaan strategis. Tujuan utama perencanaan strategis, agar perusahaan dapat melihat kondisi-kondisi eksternal dan internal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Proses penyusunan perencanaan strategis dilakukan melalui tiga tahap analisis yang di sajikan dalam Tabel 1.3⁴

⁴ Rangkuti, Freddy. 2003 *Analisi SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Tabel 1.3 Kerangka Formulasi Strategis



1. Tahap pengumpulan data.

Pada tahap ini dilakukan kegiatan pengumpulan data, pengklasifikasian data dan pra-analisis, yakni mengevaluasi faktor faktor internal, faktor-faktor eksternal dan matrik profil kompetitif.

2. Tahap analisis.

Tahap analisis adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model model kuantitatif perumusan strategi. Model-model yang dapat dipergunakan adalah matrik SWOT, matrik internal - eksternal.

3. Tahap pengambilan keputusan.

Tahapan setelah analisis adalah pengambilan keputusan, yaitu berupa perumusan. Dengan melihat posisi kinerja dari perusahaan yang diidentifikasi dari faktor eksternal dan faktor internal.

2. Konsep SWOT

Analisa SWOT merupakan suatu metode penyusunan strategi perusahaan maupun organisasi yang bersifat satu unit bisnis tunggal. Ruang lingkup bisnis tunggal itu pula dapat berupa domestic maupun internasional. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Kesempatan), dan *Threat* (Ancaman). Keempat hal tersebut dapat membantu untuk mendapatkan faktor faktor internal yaitu melalui S dan W, dan juga faktor eksternal yaitu melalui O dan T.

Menurut salah seorang pakar SWOT Indonesia, yaitu Fredy Rangkuti, beliau mengemukakan bahwasanya *Analisa SWOT merupakan sebuah analisa untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan . Analisa ini didasarkan pada hubungan atau interaksi unsur eksternal , yaitu unsur kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur eksternal yaitu kesempatan dan ancaman.*⁵

Untuk lebih jelasnya ada pada gambar dibawah ini.

⁵ *ibid.*

Tabel 1.4 *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) Pariwisata



Pada tabel diatas terdapat 4 komponel utama yang ada, yaitu S, W, O, dan T. S dan W merupakan faktor internal. Dan O dan T adalah faktor eksternal. Keempat faktor tersebut kemudian diolah dalam bentuk Matrix, yaitu matrix SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.⁶ Hasil dari interaksi faktor strategis internal dan eksternal ini adalah alternative alternative strategi. Matrik SWOT menggambarkan berbagai strategi yang dapat dilakukan didasarkan hasil analisis SWOT. Keempat variable tersebut apabila diimplementasikan dalam pariwisata maka Strategi SO akan berarti memanfaatkan potensi untuk meraih peluang. Strategi ST akan berarti memanfaatkan potensi untuk menghadapi tantangan. Strategi WO akan berarti mengatasi kelemahan untuk meraih peluang dan Strategi WT akan berarti meminimalkan kelemahan untuk dapat bertahan dari ancaman. Model Matrik Analisis SWOT dapat dilihat pada berikut :

⁶ Freddy Rangkuti, (2001), *Analisis SWOT : Tehnik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama

Tabel 1.5 Matrik Analisa SWOT



Tahap awal dari analisa konsep diatas adalah dengan menaksir kekuatan dan kelemahan. Dalam hal ini Indonesia terutama dalam segi pariwisata merupakan objek yang akan dianalisis. Poin pertama adalah kekuatan. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kekuatan dari pasar suatu perusahaan. Dilansir oleh *World Economic Forum* bahwasannya kekuatan sebuah Negara dalam sektor pariwisata dapat dilihat dari beberapa unsur, diantaranya :

1. Kebijakan dan Peraturan yang berlaku.
2. Kelestarian Lingkungan
3. Keamanan dan Kenyamanan
4. Kesehatan
5. Prioritas terhadap travel dan pariwisata

6. Infrastruktur transportasi udara
7. Infrastruktur transportasi darat
8. Infrastruktur pariwisata
9. Infrastruktur teknologi dan informasi
10. Harga yang kompetitif
11. Tenaga Kerja
12. Hubungan yang erat antara travel dan pariwisata
13. Sumber Daya Alam
14. Budaya

World Economic Forum pada tahun 2013, mengatakan Indonesia memiliki kekuatan di untuk kategori Sumber Daya Alam, fauna, budaya, industri kreatif yang kuat. Adapun pada kategori harga Indonesia juga memiliki kekuatan dengan harga hotel yang kompetitif serta terjangkau pajak tiket dan bandara, serta harga bahan bakar yang menguntungkan.⁷

Ketika ada kekuatan tentunya ada pula kelemahan. Kelemahan pariwisata Indonesia adalah masih kurangnya infrastruktur terutama pada transportasi, infrastruktur pariwisata, dan *Information and Communication Technologies (ICT)*, selain itu juga yang masih dikhawatirkan adalah keselamatan dan keamanan.

⁷ World Economic Forum, (2013), *"The Travel And Tourism Competitiveness Report 2013*, Geneva. Page 22.

Kurang lengkapnya infrastruktur yang ada di Indonesia menjadikan sektor pariwisata tidak dapat berkembang secepat Negara Negara ASEAN lainnya seperti Singapura atau Malaysia. Bahkan yang kita rasakan sekarang apabila kita membandingkan perjalanan ke Singapura jauh lebih murah apabila dibandingkan dengan perjalanan ke Papua. Padahal apabila kita dapat memanfaatkannya, Papua memiliki berbagai potensi wisata alam seperti Raja Ampat yang penulis rasa jauh lebih indah daripada Singapura. Namun kurangnya infrastruktur yang ada membuat berwisata ke sana memerlukan *budget* yang tidak sedikit.

Setelah mengetahui kekuatan dan kelemahan maka didapatkanlah peluang. Peluang adalah situasi atau kecenderungan utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Peluang ini berasal dari faktor eksternal. Peluang kawasan pariwisata adalah situasi atau kecenderungan utama yang menguntungkan industry pariwisata dalam lingkungan suatu kawasan pariwisata. Tingginya potensi minat wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia menjadikan hal ini menjadi peluang untuk Indonesia. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwasanya selama lima tahun terakhir yaitu dari tahun 2009 sampai 2014, kunjungan wisatawan asing ke Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan. Beberapa tempat wisata terkenal yang ramai dikunjungi oleh wisatawan asing setiap tahunnya seperti Candi Borobudur di Jawa Tengah, Gunung Rinjani di Nusa Tenggara, atau Pantai Kuta di Bali menunjukkan Indonesia masih memiliki peluang untuk dapat mengembangkan sektor pariwisatanya. Selain itu pula dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN maka pergerakan manusia di wilayah ASEAN akan mengalami

peningkatan yang berarti jumlah wisatawan ke Indonesia dan Negara Negara ASEAN akan meningkat pula.

Sebaliknya ada juga ancaman. Ancaman adalah situasi atau kecenderungan utama yang tidak menguntungkan dalam sebuah perusahaan. Sama halnya dengan peluang, ancaman ini juga merupakan faktor eksternal. Ancaman kawasan pariwisata adalah situasi atau kecenderungan utama yang tidak menguntungkan kondisi pariwisata dalam lingkungan suatu kawasan pariwisata. Ancaman bagi pariwisata Indonesia salah satunya adalah tingginya kapasitas tenaga kerja Asing di wilayah regional ASEAN dibandingkan dengan tenaga tenaga kerja dari Indonesia. Tingkat kompetensi tenaga kerja Indonesia juga belum sebaik Negara lainnya. *Asian Productivity Organization* menunjukkan bahwa dari setiap tenaga kerja di Indonesia hanya 4,3% yang terampil, sedangkan Filipina 8,3%, Malaysia 32,6%, dan Singapura 34,7%.⁸ Dalam era *Free Trade Area* ini, persaingan jasa sangat ketat. Oleh karena itu, tingginya daya saing dan kapasitas tenaga kerja asing menjadi ancaman tersendiri bagi sector pariwisata Indonesia.

Setelah mengetahui empat unsur Teori SWOT tersebut diharapkan nantinya akan dapat diketahu rencana tindak lanjut/ strategi apakah yang dapat digunakan agar dapat memaksimalkan segala peluang serta meminimalisir ancaman yang ada.

⁸ <http://beritadaerah.co.id/2014/03/15/skkn-tenaga-kerja-asing-siap-diberlakukan/>, Diakses pada hari Kamis 30 April 2015, pukul 14.34.

D. Hipotesa

1. Indonesia berupaya melakukan perbaikan infrastruktur demi meningkatkan daya saing Indonesia di AEC 2015
2. Daya saing tenaga kerja terampil asing lebih tinggi dibandingkan dengan tenaga kerja Indonesia.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penulis menggunakan pengumpulan data dengan *library research* atau pengumpulan data kepustakaan yang diambil dari jurnal, buku, artikel serta media lainnya seperti internet. Hal tersebut dilakukan untuk menjelaskan permasalahan yang akan dibahas.
2. Penulis akan menggunakan metode kualitatif dimana penulis akan menjelaskan apa saja tantangan pariwisata Indonesia dalam menghadapi ASEAN Economic Community 2015

F. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pengetahuan mengenai keadaan, dan kesiapan Negara Negara ASEAN karena hal ini akan menjadi hal yang hangat dibicarakan di kawasan Asia Tenggara, khususnya Indonesia.

2. Mengetahui keadaan terkini dari sektor pariwisata Indonesia, baik dari segi kualitas SDM, maupun dari segi infrastruktur yang ada.
3. Mengetahui peluang dan tantangan yang akan dihadapi Indonesia dalam *ASEAN Economic Community 2015*, serta strategi yang telah dilakukan pemerintah Indonesia sebagai persiapan dalam menghadapi agenda besar tersebut. terutama dari sektor pariwisata.
4. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat penulis untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dari Jurusan Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

G. Jangkauan Penelitian

Untuk membatasi pembahasan dalam skripsi ini, maka dirasa perlu dibuat batasan pembahasan atau batasan penelitian. Dengan menekankan pada penggunaan batas waktu dalam perjalanan ASEAN antara 1967 sampai 2013. Serta kondisi pariwisata Indonesia hingga tahun 2013, serta tidak menutup kemungkinan waktu diluar jangkauan penelitian selama hal ini masih berkaitan dengan penelitian.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini akan dibagi menjadi lima bagian pembahasan dan akan kemudian akan lebih diperjelas lagi dengan beberapa sub yang saling berkesinambungan antara satu dengan lainnya, sehingga penulisan skripsi ini menjadi sistematis

BAB I Pendahuluan

Penulis menganggap bahwasannya kerjasama antara Indonesia dengan Negara Negara di kawasan ASEAN menarik untuk dibahas dengan tujuan untuk mengetahui keadaan dan kesiapan anggota anggota ASEAN khususnya Indonesia dalam menghadapi *Asean Economic Community*. Menurut hipotesa penulis sejauh ini Indonesia sedang berupaya untuk memaksimalkan infrastruktur serta memaksimalkan potensi SDA serta SDM yang dimilikinya. Penulis menggunakan teori SWOT dan kerjasama sebagai landasan berpikir. Dengan menggunakan metode *library research* penulis berharap dapat mengetahui peluang, tantangan, dan strategi yang akan digunakan Indonesia dalam menghadapi AEC 2015.

BAB II :

Dalam bab ini akan membahas dan menjelaskan bagaimana Sejarah sampai kondisi terkini dari pariwisata Indonesia.

BAB III:

Dalam bab ini akan membahas dan menjelaskan secara umum sejarah singkat tentang berdirinya ASEAN serta perkembangannya selama 4 dasawarsa dan juga sekilas mengenai ASEAN Economic Community.

BAB IV:

Dalam bab ini akan membahas strategi yang dilakukan oleh pariwisata Indonesia terkait dengan ASEAN Economic Community.

BAB V:

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh analisis dan pembahasan yang telah dibahas pada seluruh bab sebelumnya.