

PENDAHULUAN

Pada era Globalisasi saat ini, pariwisata tidak lagi dapat dipisahkan dari studi Hubungan Internasional. Pariwisata merupakan salah satu potensial untuk dikembangkan dalam usaha untuk memperoleh devisa. Sektor pariwisata berperan sebagai penyumbang devisa terbesar selain minyak dan gas bumi, menjadi sektor yang diandalkan oleh pemerintah untuk pembangunan ekonomi nasional, sehingga pengembangan dan pemanfaatan aset pariwisata dapat memberi kontribusi yang signifikan dalam mewujudkan peran sektor pariwisata sebagai andalan pembangunan di masa depan. Indonesia sangat menaruh harapan pada pariwisata sebagai “komoditas ekspor” yang diharapkan mampu mengganti peran migas. Harapan ini cukup beralasan, karena Indonesia memiliki potensi.

INDUSTRI PARIWISATA NEGARA ASEAN

Pariwisata telah mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian yang pokok dari kebutuhan atau gaya hidup manusia, hal tersebut nantinya yang akan menggerakkan perekonomian yang saling berkaitan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi penting bagi perekonomian dunia.

Selain untuk meningkatkan kesejahteraan bangsa, kepariwisataan berfungsi untuk :

- a. Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu obyek dan daya tarik wisata ;
- b. Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa;
- c. Memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja;
- d. Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat;
- e. Mendorong pendayagunaan produksi nasional.

Dengan adanya peningkatan industri pariwisata, negara-negara ASEAN ingin meningkatkan kerjasama di sektor pariwisata dengan negara-negara ASEAN itu sendiri. ASEAN (Association of South East Asia Nations merupakan perhimpunan negara-negara Asia Tenggara yang memiliki maksud dan tujuan yang sama demi kepentingan masing-masing negaranya. Negara-negara anggota ASEAN memiliki kekayaan sumber daya yang berlimpah.

Ada beberapa potensi dari negara-negara ASEAN yang dapat mendorong peningkatan sektor pariwisata di masa mendatang , yaitu :

- a. Negara anggota ASEAN mempunyai potensi Sumber Daya yang berlimpah, potensi itu seharusnya dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian negara-negara anggota ASEAN.
- b. Secara kumulatif, negara anggota ASEAN mempunyai populasi sebanyak 600 juta dengan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan pertumbuhan kelas menengah.
- c. Negara-negara anggota ASEAN mempunyai kapasitas yang cukup banyak dibidang akomodasi, penerbangan, tempat konvensi, dan lain-lain, yang beberapa diantaranya dianggap terbaik di dunia.
- d. Negara-negara ASEAN memili organisasi pariwisata yang kompetitif dan memiliki anggaran pemasaran yang benar.
- e. Negara yang padat penduduk seperti India dan China adalah pelaku bisnis utama di negara-negara ASEAN.
- f. Harga penerbangan yang murah akan terus memberikan dorongan yang signifikan untuk warna negara lain yang datang berkunjung bahkan untuk negara intra-ASEAN.

ASEAN TOURISM FORUM

Pertumbuhan sektor pariwisata di negara-negara kawasan ASEAN membuat Kementerian Pariwisata Negara anggota ASEAN untuk meningkatkan dan memperluas kerjasama dalam sektor pariwisata. Negara-negara kawasan Asia Tenggara memiliki kekayaan sumber daya alam yang berlimpah, dan juga dikenal

sebagai negara yang memiliki keberagaman budaya, kekayaan warisan leluhur, flora dan fauna yang sangat unik dan beragam, hal inilah yang merupakan daya tarik dari negara-negara ASEAN untuk mengembangkan pariwisatanya.

Pariwisata sudah mendapatkan pengakuan yang luas bahwa pariwisata memegang peranan yang penting bagi pembangunan ekonomi suatu negara dan juga sebagai integrasi sosial dan budaya. Pariwisata tidak hanya untuk menghasilkan devisa negara tetapi juga untuk memperkenalkan dan mempromosikan keragaman serta kekayaan dari budaya-budaya di negara-negara Asia Tenggara.

Semua negara-negara di kawasan ASEAN memiliki potensi pariwisata yang banyak dan mengagumkan, termasuk Indonesia yang merupakan negara yang memang kaya akan sumber daya alam yang berlimpah dan juga memiliki kebudayaan yang khas. ASEAN Tourism Forum merupakan wadah bagi negara Indonesia dalam mempromosikan pariwisatanya.

ASEAN Tourism Forum merupakan kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan kawasan Asia Tenggara sebagai salah satu tujuan utama para wisatawan. Forum ini sudah didirikan sejak tahun 1981 di Malaysia. Forum ASEAN Tourism Forum ini diselenggarakan setiap tahun di negara-negara anggota ASEAN secara bergiliran.

Dengan adanya kerjasama dalam ASEAN Tourism Forum ini akan memberikan peluang yang sangat besar bagi negara-negara ASEAN untuk meningkatkan pariwisatanya. Dengan 10 negara anggota ASEAN bekerjasama dengan pihak swasta maupun pemerintah, kemajuan signifikan telah terjadi dalam mengembangkan industri pariwisata.

Tujuan dari dibentuknya ASEAN Tourism Forum ini antara lain adalah :

- Mempromosikan ASEAN sebagai tujuan yang atraktif dan tujuan tunggal wisatawan
- Menciptakan dan meningkatkan kesadaran bahwa ASEAN sebagai kawasan

tujuan turis yang kompetitif di Asia Pasifik;

- Menarik lebih banyak turis ke masing-masing negara anggota ASEAN atau kombinasi antar negara;
- Mempromosikan perjalanan turis internal ASEAN;
- Memperkuat kerjasama antar sektor dalam industri turis ASEAN.

ASEAN TOURISM FORUM DALAM PENINGKATAN INDUSTRI PARIWISATA INDONESIA

Dalam konteks pariwisata, ASEAN mempunyai mekanisme dan program kerjasama dalam meningkatkan industri pariwisata negara-negara kawasan Asia Tenggara yang disebut dengan ASEAN Tourism Forum. Asia tenggara secara implisit merupakan surga tropis yang menawan dan terkemas dalam “10 in 1”. ASEAN merupakan simbol “Unity in Diversity” yang dalam hal ini merupakan bukti yang nyata dalam industri kepariwisataannya, yang juga merupakan kunci pendorong pertumbuhan perekonomian negara-negara kawasan ASEAN.

A. Program ASEAN Tourism Forum yang Mendukung Industri Pariwisata Indonesia

Terdapat dua agenda utama dalam pelaksanaan ASEAN Tourism Forum, yaitu Meeting ASEAN Tourism Forum dan Travel Exchange (Travex).

1. Meeting ASEAN Tourism Forum

Dalam meeting ASEAN Tourism Forum terbagi menjadi dua yaitu Meeting of ASEAN Tourism Ministers (M-ATM) dan juga Meeting of ASEAN Nations Tourism Organizations (ASEAN NTOs).

1.1 Meeting of ASEAN Tourism Ministers (M-ATM)

Meeting of ASEAN Tourism Ministers (M-ATM) adalah pertemuan para menteri pariwisata ASEAN yang bertujuan untuk mendiskusikan isu serta pembangunan kepentingan bersama dan juga menyiapkan arah kebijakan didalam sektor industri pariwisata. Secara khusus M-ATM ini berfungsi untuk mempertimbangkan, meninjau, serta menyetujui kebijakan dari program dan rencana kerja yang telah di setujui oleh ASEAN NTO.

Selain pertemuan (meeting) dengan menteri pariwisata negara ASEAN, juga dilaksanakan pertemuan dengan mitra ASEAN yaitu menteri pariwisata dari negara China, Jepang, Korea Selatan, dan India, karena mereka mempunyai andil yang besar dalam pembangunan dengan pariwisata ASEAN. Beberapa capaian utama kerjasama pariwisata adalah penandatanganan *Mutual Recognition Arrangement* (MRA) di bidang profesi pariwisata pada tahun 2009. Selain itu juga telah disepakati Initiative of the ASEAN National Tourism Organisations yang ditujukan untuk memformulasikan ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) yang merupakan rencana strategis ASEAN di bidang pariwisata tahun 2011-2015.

1.2 Meeting of ASEAN National Tourism Organization (ASEAN NTOs)

ASEAN NTOs merupakan pertemuan para organisasi pariwisata nasional dari negara-negara anggota ASEAN. Di Indonesia sendiri disebut sebagai Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kegiatan ASEAN NTOs merupakan pertemuan rutin enam bulan sekali. Pertemuan ini dihadiri oleh delegasi dari negara-negara anggota ASEAN, dan juga diikuti oleh wakil ASEANTA (ASEAN Travel Agents Association), SEATGA (Southeast Asia Tourist Guide Association), AJC (ASEAN Japan Centre), AKC (ASEAN Korea Centre), ACC (ASEAN China Centre).

ASEAN NTOs pertama kali diadakan di Bandung, Indonesia pada 13 Januari 1992, yang bertepatan dengan KTT ASEAN ke-9. ASEAN NTOs ini dilaksanakan minimal dua kali dalam setahun, dan mempunyai fungsi untuk ,membangun, berkoordinasi dan mengimplementasikan program kerja dalam meningkatkan kerjasama pariwisata. Dalam ASEAN NTOs dihasilkan kesepakatan mengenai ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP).

1.2.1 ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2011-2015

Strategi pariwisata ASEAN mendorong kerjasama dalam bidang pemasaran, produk, maupun investasi di bidang pariwisata. Program-program yang dibuat oleh ASEAN dalam mengelola pariwisata di ASEAN tertuang dalam ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP). Strategi ini juga mendorong peningkatan kualitas pelayanan pariwisata dan sumber daya manusiaya dengan menetapkan standar sertifikasi yang berlaku untuk negara anggota ASEAN.

ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2011-2015 mempunyai tujuan untuk mengembangkan cetak biru, mendefinisikan kebijakan, program, dan proyek dari ASEAN NTOs dalam bidang pemasaran, pengembangan produk, standar, pengembangan sumber daya manusia, investasi, dan komunikasi. Sedangkan visi dari ATSP ini yaitu pada tahun 2015, ASEAN akan memberikan peningkatan jumlah pengunjung ke wilayah negara anggota dengan otentik dan beragam produk, konektivitas yang ditingkatkan, dan lingkungan yang aman, peningkatan kualitas layanan, sementara pada saat yang sama memastikan sebuah peningkatan kualitas hidup dan kesempatan bagi warga melalui bertanggung jawab dan pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan bekerja secara efektif dengan berbagai pemangku kepentingan.

2. Travel Exchange (Travex)

Travex adalah sebuah komponen penting dari program ASEAN Tourism Forum yang dirancang untuk menawarkan kesempatan bagi pemasok produk wisata ASEAN untuk memenuhi pembeli yang memenuhi syarat dari seluruh dunia melalui janji yang ditetapkan. Travex juga merupakan forum yang ideal bagi pembeli dan media internasional untuk mengumpulkan informasi terbaru mengenai produk serta jasa pariwisata ASEAN.

Setiap tahunnya, ATF Travex menyambut lebih dari 1.450 delegasi yang mencakup 800 peserta pameran ASEAN, 400 pembeli internasional, 150 media internasional dan lokal serta 100 pengunjung perdagangan pariwisata. Dari sudut

pemasaran pariwisata, sebagian besar peserta Travex ini adalah pelaku bisnis pariwisata bersama dengan media mancanegara.

Dalam pelaksanaan Travex, tidak semua pelaku industri pariwisata dapat menjadi peserta dalam Travex, baik menjadi *seller* maupun *buyer*, hal ini disebabkan karena masih banyak pelaku industri pariwisata yang belum memenuhi standar yang telah ditetapkan untuk menjadi peserta Travex. Syarat yang ditetapkan ASEAN berupa standar hotel, restoran, tour and travel, maskapai, dan lainnya.

Demi memperkenalkan pariwisata Indonesia ke dunia Internasional, langkah yang diambil oleh Indonesia adalah dengan mempromosikan pariwisata Indonesia dan menarik sebanyak-banyaknya turis asing untuk datang ke Indonesia. Langkah yang diambil oleh Indonesia dalam mempromosikan pariwisatanya adalah dengan mengusung tema “*Wonderful Indonesia*”. *Wonderful Indonesia* merupakan branding yang diharapkan dapat menggambarkan wisata yang akan dirasakan oleh wisatawan yang berkunjung ke Indonesia.

B. Program ASEAN Tourism Forum dalam Meningkatkan Pariwisata Indonesia

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

Asia Tenggara yang merupakan kawasan yang mengalami pertumbuhan pariwisata yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir, diakui sebagai tujuan wisata yang diinginkan. Sehingga peran dari ASEAN Tourism Forum ini sebenarnya tergantung pada bagaimana negara anggota menerapkan arahan yang dihasilkan bersama dalam forum untuk mengembangkan pariwisatanya.

Diselenggarakannya ASEAN Tourism Forum setiap tahun di negara-negara anggota ASEAN telah menjadi kerjasama regional yang sangat menguntungkan bagi negara-negara anggota. Dengan forum ini semua negara-negara anggota ASEAN berkumpul dan membahas mengenai keadaan pariwisata negara mereka untuk terus dikembangkan dan mengevaluasi kinerja pariwisata negara masing-masing.

Dalam forum ini para pihak swasta juga dapat berkumpul untuk mempromosikan pariwisatanya kepada negara-negara ASEAN lainnya untuk menjual produk pariwisatanya. Dengan kerjasama dalam ASEAN Tourism Forum ini akan memberikan peluang yang sangat besar bagi negara-negara ASEAN untuk meningkatkan industri pariwisatanya. Dengan total 10 negara anggota ASEAN bekerjasama dengan pihak pemerintah dan swasta, kemajuan yang signifikan telah terjadi dalam mengembangkan industri pariwisata yang berkelanjutan.

ASEAN Tourism Forum (ATF) adalah kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan wilayah ASEAN sebagai salah satu tujuan wisatawan. Upaya yang dijalankan ATF untuk meningkatkan industri pariwisata negara Indonesia adalah :

- Menjalankan dan menerapkan strategi pemasaran pariwisata untuk wilayah ASEAN.

Indonesia sebagai negara yang kaya akan sumber daya alam yang berlimpah serta memiliki keberagaman kebudayaannya merupakan salah satu aset yang dimiliki untuk dapat meningkatkan industri pariwisata negaranya. Melalui kegiatan yang dijalankan oleh ASEAN Tourism Marketing Strategic yang merupakan strategi yang dibuat oleh ASEAN untuk memasarkan kawasan dan produk wisatanya, termasuk Indonesia. “*Wonderful Indonesia*” merupakan slogan wisata Indonesia sejak Januari 2011 lalu yang digunakan untuk kampanye pemasaran Internasional yang diarahkan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia. *Wonderful Indonesia* menggantikan *Visit Indonesia Year*, yang digunakan sejak tahun 1991. Konsep *Wonderful Indonesia* menyoroti

keindahan alam, budaya, masyarakat Indonesia demi menarik wisatawan dan menghasilkan devisa.

Konsep Wonderful Indonesia mengusung 7 tema dan memfokuskan pengembangan di 16 destinasi wisata utama, yaitu Danau Toba (Sumut), Kepulauan Seribu (DKI Jakarta), Kota Tua (DKI Jakarta), Borobudur (Jateng), Bromo-Tengger-Semeru (Jatim), Kintamani-Danau Batur (Bali), Menjongan-Pemuteran(Bali), Kuta-Sanur-Nusa Dua (Bali), Gunung Rinjani (NTB), Komodo (NTT), Ende-Kalimutu (NTT), Tanjung Puting (Kalteng), Toraja (Sulsel), Bunaken (Sulut), Wakatobi (Sulteng), dan Raja Ampat (Papua Barat). “Wonderful Indonesia” dipilih menjadi brand pariwisata Indonesia karena lebih atraktif menggambarkan keindahan Indonesia.

Selain melalui brand yang menggambarkan situasi dari suatu negara, untuk memperkenalkan produk wisata juga diperlukan pemasaran melalui internet (*website/e-marketing strategy*). Demi memperkenalkan produk wisata di negara anggotanya, ASEAN telah membuat daftar 20 operator perjalanan yang menawarkan tema kunjungan ke multinegara di ASEAN di situs *www.aseantourism.travel* yang merupakan situs resmi ASEAN, termasuk didalamnya pariwisata Indonesia. Situs tersebut merupakan pusat informasi yang dijadikan penghubung kepada situs pariwisata negara anggota ASEAN.

Untuk situs resmi pariwisata Indonesia yaitu adalah *www.indonesia.travel* Melalui situs ini, maka akan menarik serta mempermudah wisatawan untuk memperoleh informasi mengenai Indonesia.

- Meningkatkan hubungan dengan negara-negara di luar anggota ASEAN, demi menarik wisatawan.

Selain melakukan kerjasama dengan sesama negara anggota, ASEAN juga memperkuat kerjasama dengan negara mitranya yaitu China, Jepang, dan Korea Selatan, atau yang biasa disebut dengan ASEAN Plus Three (ASEAN+3), dan ditambah dengan India.

China menjalankan *Plan of Action to Implement Joint Declaration on ASEAN-China Strategic Partnership for Peace and Prosperity 2011-2015*, dimana kerjasama itu mencakup bidang pariwisata. Didalam *Plan of Action* tersebut, China-ASEAN melakukan program bersama dalam pembuatan produk pariwisata ASEAN dan China, dan juga mendorong masing-masing negara untuk berpartisipasi dalam kegiatan ATF.

Sementara Jepang membantu ASEAN untuk mengembangkan pariwisata melalui *Joint Declaration for Enhancing ASEAN-Japan Strategic Partnership for Prospering Together*, untuk meningkatkan konektivitas ASEAN-Jepang, lebih mengintensifkan kerjasama dalam rangka mencapai terbentuknya komunitas ASEAN, memperkuat kerjasama politik dan keamanan di kawasan, menciptakan bersama suatu masyarakat yang kokoh, dan mengatasi tantangan global dan juga regional secara bersama.

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 kerjasama antara pemerintah dan sektor pariwisata melalui pertukaran informasi guna meningkatkan industri pariwisata, mempromosikan industri pariwisata ASEAN dengan memanfaatkan kekayaan warisan budaya seperti pembuatan *Cultura Map of ASEAN*, penyelenggaraan kursus bahasa korea bagi pekerja dibidang pariwisata di ASEAN, dan melanjutkan kerjasama di bidang pariwisata dan pertukaran budaya antara ASEAN dan Korea bersama *ASEAN-Korea Centre*.

Komitmen negara-negara ASEAN plus three sangat dibutuhkan dalam rangka pengembangan pariwisata di kawasan ASEAN. Peran dari negara China, Jepang dikawasan Asia Timur sangat signifikan untuk mewujudkan ASEAN sebagai *World Class Tourism Destination*. Hal tersebut sejalan dengan tema ASEAN yaitu *ASEAN Tourism for a Global Community of Nations*.

- Merealisasikan MRA (Mutual Recognition Agreement) kepada profesional pariwisata ASEAN

MRA merupakan sebuah hal yang mutlak yang dilakukan untuk mendukung liberalisasi sektor jasa yang berdasarkan keadilan. MRA juga merupakan langkah awal yang penting untuk mempromosikan perpindahan tenaga kerja yang terampil. Indonesia Undang-undang kepariwisataan telah menegaskan bahwa tenaga kerja di bidang kepariwisataan wajib memiliki standar kompetensi. Kompetensi tenaga kerja pariwisata di ASEAN sebagian besar adalah standar yang sudah diterapkan di Indonesia. Indonesia ditunjuk sebagai Regional Secretary yang akan memfasilitasi implementasi dari MRA.

Standar kompetensi tersebut dilakukan melalui sertifikasi kompetensi yang dilakukan oleh Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) yang telah mendapatkan lisensi sesuai peraturan perundang-undangan. Hal ini meliputi uji kompetensi untuk level operasional di berbagai bidang dalam industri pariwisata, termasuk posisi *front office, house keeping, food and beverages service, kitchen*, administrasi dan keuangan, pelayanan pelanggan, penjualan dan pemasaran, biro perjalanan wisata, dan pemandu wisata.

- Meningkatkan kunjungan wisatawan melalui ASEAN Common Visa.

Penandatanganan ASEAN Common Visa dilakukan di Kuala Lumpur, Malaysia pada 25 Juli 2006 lalu. Persetujuan ini juga memperteguh pelaksanaan Peraturan Pemerintah No.43 Tahun 2011 mengenai Perubahan Ketiga atas Keputusan Presiden No.18 Tahun 2003 tentang bebas visa kunjungan singkat yang telah memberikan pembebasan visa pemegang paspor biasa dari negara-negara ASEAN, Hongkong, Makau, Cile, Maroko, dan Ekuador.

Pembentukan ASEAN Common Visa di ASEAN bagi sektor pariwisata merupakan hal yang penting sebagai bentuk kemudahan bagi para wisatawan yang mengunjungi suatu wilayah atau negara. Wisatawan akan tertarik untuk berwisata ke suatu destinasi tidak hanya ditentukan oleh atraksi wisata yang menarik dan infrastruktur yang baik, tetapi juga oleh kemudahan visa sebagai elemen utama aksesibilitas. Pemberlakuan ASEAN Common Visa dapat membantu para pelaku usaha bidang pariwisata Indonesia dalam upaya menjaring wisatawan mancanegara non-ASEAN.

Selain itu, ATF juga mempromosikan pertukaran ide, review perkembangan industri, dan memberikan rekomendasi untuk mempercepat pertumbuhan turis ASEAN. ATF juga mempersiapkan dasar untuk melakukan transaksi jual beli produk dalam skala regional dan individu negara-negara anggota ASEAN

Dengan kesepuluh negara anggota ASEAN yang bekerjasama dengan masyarakat dan pihak swasta, perkembangan yang signifikan terjadi dalam pertumbuhan industri pariwisata yang berkelanjutan di wilayah negara anggota ASEAN. Dengan peningkatan kerjasama yang saling menguntungkan, setiap negara anggota ASEAN mendapatkan keuntungan dengan memperkenalkan budaya-budaya dan kekayaan yang dimiliki oleh negaranya kepada negara-negara di seluruh dunia.

Negara anggota ASEAN memiliki potensi pariwisata yang beragam, namun memiliki kemiripan antara satu dengan lainnya, hal ini dipengaruhi oleh kedekatan geografis di negara anggota ASEAN. Indonesia pun memiliki kemiripan dengan negara-negara tetangga di kawasan ASEAN ini, negara Indonesia kaya akan sumber daya alam yang berlimpah dan juga budaya yang sangat kental dan beragam.

Potensi-potensi pariwisata yang dimiliki oleh negara ASEAN ini dikembangkan oleh negara masing-masing agar menjadi produk wisata yang diminati oleh wisatawan serta untuk menambah jumlah wisatawan yang berkunjung ke negara tersebut. Semakin banyak para wisatawan yang datang ke negara tersebut, maka semakin banyak pendapatan devisa yang diperoleh oleh negara tersebut.

ASEAN Tourism Forum dilaksanakan setiap tahun di negara-negara anggota secara bergantian, sesuai dengan abjad alphabet. Melalui program ini pula setiap negara yang menjadi tuan rumah mempunyai kesempatan untuk mempromosikan daerah wisatanya dan juga kebudayaan yang dimilikinya.

Dengan diadakannya ASEAN Tourism Forum yang dilaksanakan setiap tahunnya oleh ASEAN, maka diharapkan dapat semakin meningkatkan industri

pariwisata negara-negara kawasan ASEAN, dan juga dapat mencapai tujuan dari ASEAN. Indonesia yang mempunyai potensi yang sangat besar di bidang pariwisata dengan sumber daya alam yang berlimpah serta keberagaman budaya yang dimiliki tentunya akan diharapkan dapat meningkatkan industri pariwisata.

Kegiatan-kegiatan dalam program ATF merupakan hal yang sinergis, ATSP 2011-2015 merupakan langkah untuk memperbaiki serta meningkatkan produk dan jasa industri pariwisata, sementara Travex merupakan wadah yang digunakan untuk menawarkan produk dan jasa dari industri pariwisata tersebut secara Internasional.

Dengan diadakannya ASEAN Tourism Forum setiap tahunnya, maka diharapkan semakin meningkatkan kordinasi dalam pelaksanaan program dan rencana strategis sehingga dapat mencapai tujuan pariwisata ASEAN, yaitu ASEAN Single Destination. Apabila srategi pariwisata yang telah dibuat dapat dilaksanakan dengan efektif maka tentu saja akan berperan dalam meningkatkan industri pariwisata ASEAN, khususnya Indonesia yang mempunyai potensi yang sangat besar dengan sumber daya alam serta budaya yang dimiliki, dan efek dari meningkatnya industri pariwisata juga akan berpengaruh terhadap devisa negara.

REFERENSI

Nugroho Heru., SemNas dengan tema “Trend Pariwisata Internasional dan Prospeknya bagi negara-negara berkembang”, pusat studi pariwisata UGM. 26 maret 1996

Pareira Andre H.,1999, Perubahan Global dan Perkembangan Studi Hubungan Internasional, Bandung.

Silvy Nuraeni S. Deasy, Arifin Sudirman, 2010, Regionalisme: dalam studi Hubungan Internasional, Yogyakarta.

Yoeti Oka A., Anatomi Pariwisata Indonesia, Angkasa Bandung, 1996.

Yoeti Oka A, pengantar ilmu pariwisata, PT Pradnya Paramita, 1997.

<https://anggorocahyadi.wordpress.com/2010/01/27/pengembangan-pariwisata-budaya-dan-tantangannya/> diakses pada 28 januari 2016

<https://anggorocahyadi.wordpress.com/2010/04/07/pembangunan-kebudayaan-untuk-peningkatan-kesejahteraan-masyarakat/> diakses tanggal 2 februari 2016

http://arsitekanggisudrajat.blogspot.co.id/2015/06/konservasi-warisan-dunia-angkor-wat_9.html diakses pada 12 maret 2016

<http://asianfarmers.org/wp-content/uploads/2008/07/indonesia-bahasa.pdf> diakses pada 12 maret 2016

<http://asianfarmers.org/wp-content/uploads/2008/07/indonesia-bahasa.pdf> diakses pada 14 maret 2016

<http://asean.org/news/item/the-first-meeting-of-asean-and-china-japan-and-korea-tourism-ministers-25-januari-2002-yogyakarta-indonesia> diakses pada 18 maret 2016

http://atflaos.com/about_travex.php diakses pada 18 maret 2016

http://atflaos.com/about_travex.php diakses pada 18 maret 2016

<http://au.tourismthailand.org/see-and-do/events-and-festival/search> diakses pada 12 maret 2016

<https://azizahzahra123.wordpress.com/2015/02/16/puisi-kecilku/> diakses pada 8 maret 2016

<https://bazthoenk.wordpress.com/2015/06/14/perkembangan-pariwisata-di-indonesia> diakses pada 8 maret 2016

<http://edupaint.com/jelajah/arsitektur-manca-negara/3356-angkor-wat-arsitektur-peninggalan-bersejarah-di-kamboja.html> diakses pada 12 maret 2016

<http://konsep-pariwisata.blogspot.co.id/2009/04/konsep-produk-wisata-2.html> diakses tanggal 24 februari 2016

<http://lifestyle.okezone.com/read/2014/06/19/407/1001398/2019-pariwisata-indonesia-makin-ditakuti-dunia> diakses pada 11 maret 2016

http://setneg.go.id//index.php?option=com_perundangan&id=2189&task=detail&catid=1&Itemid=42&tahun=2009 diakses tanggal 28 januari 2016

http://googleweblight.com/?lite_url=http://www.mikirbae.com/2015.01/kerjasama-negara-negara-di-asia-tenggara.html?m%3D1&ei=u75LIq30&lc=id-

[ID&s=1&m=343&host=www.google.co.id&ts=1457536037&sig=ALL1Aj6yEfYqPc8Ee6lmFIkPImlcfnOCwA](https://www.google.co.id/?q=ID&s=1&m=343&host=www.google.co.id&ts=1457536037&sig=ALL1Aj6yEfYqPc8Ee6lmFIkPImlcfnOCwA)

<http://id.stie-stmy.ac.id/berita-165-persiapan-indonesia-dalam-menghadapi-masyarakat-ekonomi-asean.html> diakses pada 7 maret 2016

<http://id.stie-stmy.ac.id/berita-165-persiapan-indonesia-dalam-menghadapi-masyarakat-ekonomi-asean.html> diakses pada 8 maret 2016

http://kalteng.go.id/ogi/viewarticle.asp?dontshowleftpane=true&dontshowrightpane=true&ARTICLE_id=612

<http://lifestyle.okezone.com/read/2014/06/19/407/1001398/2019-pariwisata-indonesia-makin-ditakuti-dunia> diakses pada 11 maret 2016

<http://m.antaranews.com/berita/528492/pariwisata-indonesia-terus-tumbuh-tahun-ke-tahun>

<http://m.okezone.com/read/2013/01/21/407/749560/satu-juta-orang-kunjungi-myanmar-sepanjang-2012> diakses pada 12 maret 2016

<http://news.detik.com/read/2014/05/10/201712/2579163/10/indonesia-myanmar-sepakat-kerjasama-bebas-visa-paspor-biasa>

<http://shalluvia.blogspot.co.id/2013/08/daysforasean-day-6-laos-dan-investasi.html?m=1>

<http://tourismthailand.org/Thailand?geography> diakses pada 14 maret 2016

<http://tourismnews.co.id/category/tourism-news/asean-perkuat-kerja-sama-pariwisata-dengan-china-jepang-dan-korea>

<https://vakansi.co/filipina-fokus-pada-wisata-halal/> diakses pada 8 maret 2016

<http://wol.jw.org/id/wol/d/r25/lp-in/102002084#h=8> diakses tanggal 23 februari 2016

<http://www.ASEANsec.org/5167.htm> diakses pada 11 maret 2016

<http://www.bruneitourism.travel/nature/rainforest.html> diakses pada 12 maret 2016

<http://www.bruneitourism.travel/info/entry.html> diakses pada 15 maret 2016

<http://www.informasi-vietnam.com/2012/10/perkembangan-pariwisata-vietnam.html>

<http://www.inmetmining.com/menilik-kekayaan-dan-keragaman-indonesia/> diakses pada 28 januari 2016

<http://www.iwisataindonesia.com/78/pariwisata-indonesia.html> diakses pada 2 maret 2016

<http://www.iwisataindonesia.com/78/pariwisata-indonesia.html> diakses pada 2 maret 2016

<http://www.iwisataindonesia.com/78/pariwisata-indonesia.html> diakses pada 4 maret 2016

<http://www.kemlu.go.id/Documents/Penelitian%20BPPK%202014/Laporan%20Akhir%20Liberalisasi%20Jasa.pdf>

http://www.setneg.go.id//index.php?option=com_perundangan&id=2189&task=detail&catid=1&Itemid=42&tahun=2009 diakses pada 7 maret 2016