

## **BAB II**

### **PERKEMBANGAN PARIWISATA ASEAN**

#### **A. Pengertian Pariwisata**

Pariwisata secara umum dapat di definisikan sebagai suatu perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.<sup>1</sup> Sedangkan definisi pariwisata menurut Ensiklopedia Nasional Indonesia Jilid 12 adalah kegiatan perjalanan seseorang atau segerombolan orang dari tempat tinggal asalnya ke suatu tempat atau negara lain dalam jangka waktu tertentu. Tujuan perjalanan itu dapat bersifat pelancongan, bisnis, keperluan ilmiah, bagian kegiatan keagamaan, muhibah, atau silaturahmi.<sup>2</sup>

Sebagian wisatawan berasal dari daerah yang memiliki ekonomi yang mendominasi dari daerah lain. Perjalanan berwisata sudah ada sejak jaman dahulu kala. Orang-orang yang melakukan perjalanan wisata ini sebagian besar dari wilayah Eropa. Hal ini di karenakan pada saat itu negara-negara di eropa memiliki ekonomi yang lebih tinggi dibandingkan dengan negara lain, terlebih bagian Asia. Seiring dengan perkembangan jaman pariwisata saat ini telah menjadi suatu

---

<sup>1</sup> J. Spillane, James. 2001. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius. hal. 21

<sup>2</sup> Karyono, Hari. 1997. *Kepariwisataan*. Jakarta: PT Grasindo. hal. 14

industri yang terus dikembangkan dan dapat meningkatkan pendapatan suatu negara.

Industri pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata. Termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.<sup>3</sup> Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor-faktor pendorong (*push factor*). Faktor pendorong ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan melakukan perjalanan. Berbagai faktor pendorong seseorang melakukan perjalanan wisata adalah;<sup>4</sup>

1. *Escape*. Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
2. *Relaxation*. Keinginan untuk rekuperasi/penyegaran. Yang juga berhubungan dengan motivasi untuk escape di atas.
3. *Play*. Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan. Dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.
4. *Strengthening family bonds*. Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks VFR (*visiting Friends and Relations*). Keakraban hubungan kekerabatan ini juga terjadi di antara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama,

---

<sup>3</sup> *Panduan Sadar Wisata*, Sapta Pesona, UGM, hal. 8

<sup>4</sup> Pitana, I Gde. & Gayatri, Putu G. 2005. *Sisiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset. hal 66-68

karena kebersamaan sangat sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari di negara industri.

5. *Prestige*. Untuk menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau derajat sosial. Bagi berbagai masyarakat, perjalanan keluar merupakan salah satu bentuk 'inisiasi'.
6. *Social interaction*. Untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat, atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
7. *Romance*. Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantic, atau untuk memenuhi kebutuhan seksual, khususnya dalam pariwisata seks.
8. *Educational opportunity*. Keinginan untuk melihat sesuatu yang baru. Mempelajari orang lain dan/atau daerah lain. Atau mengetahui kebudayaan etnis lain ini merupakan pendorong yang dominan di dalam pariwisata.
9. *Self-fulfilment*. Keinginan untuk menemukan diri sendiri (*self-discovery*), karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.
10. *Wish-fulfilment*. Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi, yang lama di cita-citakan, sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat, agar bisa melakukan perjalanan. Hal ini juga sangat jelas

dalam perjalanan wisata religious, sebagai bagian dari keinginan atau dorongan yang kuat dari dalam diri.

Fenomena budaya kepariwisataan ditinjau dari segi obyek, merupakan daya tarik pariwisata budaya. Sebagai contoh daerah tujuan wisata di hampir seluruh negara yang tergabung dalam anggota ASEAN merupakan pariwisata budaya yang mempunyai daya tarik dari segi alam, kesenian, hasil kerajinan, candi dan lain sebagainya. Dengan adanya kegiatan pariwisata yang terkait dengan kebudayaan adalah semakin dibutuhkannya penampilan dan pelestarian budaya tradisional. Pelestarian budaya tradisional tersebut harus terus dilakukan dan dikemas semenarik mungkin sebagai salah satu usaha atraksi budaya yang menarik.

Keaneka ragaman budaya yang ada pada negara anggota sejatinya dapat dimaksimalkan pengelolaannya untuk menarik wisatawan asing berkunjung ke ASEAN. Karena perkembangan budaya masyarakat Asia dapat di temukan di negara anggota ASEAN.<sup>5</sup> Selanjutnya hal ini dapat mengidentikkan kawasan ASEAN merupakan kawasan pariwisata yang berdasarkan pada kebudayaan.

## **B. Potensi Pariwisata ASEAN**

Objek dan daya tarik wisata merupakan suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang saling berhubungan. Hubungan tersebut dapat menarik minat seseorang untuk datang berwisata ke suatu tempat tertentu. Daya tarik yang tidak

---

<sup>5</sup> Masyarakat Sosial Budaya ASEAN <http://www.kemlu.go.id/id/kebijakan/asean/Pages/Masyarakat-Sosial-Budaya-ASEAN.aspx> diakses pada 14 Februari 2017

atau belum dikembangkan belum dapat dikatakan sebagai darak tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Penyediaan aksesibilitas atau fasilitas merupakan suatu tindakan yang penting untuk menjadikan suatu daya tarik yang potensial menjadi sebuah daya tarik wisata. Kemudahan akses yang diberikan oleh pengelola dalam hal ini negara sangat dibutuhkan guna menjadikan potensi yang dimiliki oleh negara anggota menjadi daya tarik wisata.

Ada beberapa potensi dari negara-negara ASEAN yang dapat mendorong peningkatan sektor pariwisatanya di masa depan, yaitu:<sup>6</sup>

- a. Secara kumulatif, 10 negara anggota memiliki populasi hampir 600 juta, dengan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan pertumbuhan kelas menengah.
- b. Negara-negara ASEAN memiliki kekayaan asset pariwisata, yaitu sumber daya alam dan sumber daya buatan.
- c. Negara-negara ASEAN memiliki kapasitas yang cukup banyak dalam hal akomodasi, penerbangan, tempat konvensi dan lain-lain, yang beberapa diantaranya dianggap terbaik di dunia.
- d. Negara-negara ASEAN memiliki organisasi pariwisata yang kompetitif dan memiliki anggaran pemasaran yang besar.

---

<sup>6</sup> World Tourism Organization, *ASEAN Integration and it's Impact on Touris*, 2010, hal. 9. <http://cf05.travel-impact-newswire.com/wp-content/uploads/2011/02/UNWTO-REPORT-on-ASEAN-Tourism-Integration.pdf> diakses pada tanggal 10 februari2017

- e. Negara yang padat penduduk seperti India dan China akan pelaku bisnis utama di negara-negara ASEAN.
- f. Harga penerbangan yang murah akan terus memberikan dorongan yang signifikan untuk warga negara lain datang berkunjung bahkan untuk negara intra ASEAN.
- g. Munculnya *Trans Asian Highway* dan *Trans-Asian railway* akan meningkatkan jumlah transportasi ke ASEAN.

Pembangunan pariwisata di ASEAN tidak terlepas dari potensi yang dimiliki oleh negara anggota ASEAN untuk mendukung pariwisata tersebut. Keragaman budaya yang sangat menarik di pengaruhi oleh adanya agama, adat istiadat, dan kesenian yang sangat beragam. Tidak hanya itu, letak geografis ASEAN juga menjadi alasan menariknya wilayah ini untuk dikunjungi. Letak geografis sangat mempengaruhi terciptanya keindahan alam yang dimiliki oleh hampir seluruh negara yang tergabung dalam ASEAN.

Keindahan alam yang dapat dijumpai memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik itu alam pegunungan, alam bawah laut, maupun pemandangan pantainya. ASEAN dengan sumber daya alam dan budaya yang bervariasi memiliki potensi pengembangan pariwisata yang cukup tinggi. Tingginya potensi yang di miliki harus berjalan lurus dengan pembangunan pariwisata di semua lini. Potensi pariwisata ASEAN dapat kita lihat dan bagi kedalam beberapa jenis.

#### 1. Wisata Alam

Salah satu negara yang memiliki wilayah kepulauan terbesar di dunia ada di ASEAN. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki wilayah lautan dengan luas 70% dari total keseluruhan luas negaranya. Perairan Indonesia menyimpan kekayaan terumbu karang terbaik di dunia. Menurut catatan *greenpeace* luas terumbu karang di Indonesia mencapai 50.875 kilometer persegi yang menyumbang 18% luas total terumbu karang dunia dan 65% luas total di coral triangle. Sebagian besar terumbu karang ini berlokasi di bagian timur Indonesia. Terumbu karang Indonesia memiliki berbagai macam keanekaragaman hayati, tercatat ada lebih kurang 590 spesies karang keras, 76 yang mewakili lebih dari 95% jumlah spesies yang tercatat di pusat segitiga terumbu karang.<sup>7</sup>

Selain kekayaan terumbu karang yang dimiliki oleh Indonesia, dalam hal wisata alam negara – negara ASEAN lainnya juga memiliki wisata alam yang menarik untuk dikunjungi. Malaysia tidak kalah menariknya dengan Indonesia, pasalnya negara ini memiliki sajian wisata alam yang cukup digandrungi oleh turis mancanegara. Pesona Langkawi dengan keindahan gunung karst nya menyajikan pemandangan yang sangat menarik untuk mengunjungi tempat ini. Keindahan gunung karst tersebut dapat kita temui di Hutan Kalim Karst Langkawi. Filipina dengan keindahan laut Boracay nya. Thailand tak kalah

---

<sup>7</sup> Indonesia, Surga Terumbu Karang Dunia, <http://www.goodnewsfromindonesia.id/2017/01/27/oindonesia-surga-terumbu-karang-dunia> diakses pada 17 januari 2017

menarik menawarkan Phuket sebagai salah satu wilayah andalan negaranya yang wajib dikunjungi bila berkunjung ke Thailand.<sup>8</sup>

## 2. Wisata Budaya

Keragaman suku bangsa yang ada di wilayah ASEAN menjadi daya tarik bagi wisatawan, baik antar negara asean sendiri maupun wisatawan dari luar ASEAN. Adanya jalur peradaban di beberapa negara sejak Dinasti Syalendra, seperti Candi Borobudur di Indonesia, Ayodya di Thailand, dan Anchor Watt di kamboja dapat menarik wisatawan asing untuk mengetahui sejarah peradaban kerajaan tersebut dimasa lampau. Saling keterkaitan antara Indonesia, Thailand dan kamboja pada masa silam membuat teretusnya ide pembentukan model perjalanan wisata budaya dan heritage di kawasan ASEAN. Ide ini tertuang dalam wadan bernama ACHT – *The ASEAN Curtural and Heritage Tourism*.<sup>9</sup>

ASEAN mencoba untuk mengembangkan wisata budayanya melalui kolaborasi dengan negara ASEAN lainnya. Penyajian *tour* untuk melihat sejarah perkembangan kerajaan – kerajaan yang saling berkaitan di wilayah ASEAN ini dapat menjadi sesuatu yang baru untuk berkunjung ke ASEAN. Selain mendapatkan suguhan keindahannya, pengunjung juga mendapatkan edukasi

---

<sup>8</sup> 10 Destinasi Wisata Terbaik di Asia, Tiga dari Indonesia, <http://blog.reservasi.com/10-destinasi-wisata-terbaik-di-asia/> diakses pada 17 januari 2017

<sup>9</sup> Seminar Model Wisata Budaya dan Heritage ASEAN di Yogyakarta, <http://rri.co.id/yogyakarta/post/berita/305388/pariwisata/sminar-model-wisata-budaya-dan-heritage-asean-di-yogyakarta.html> diakses pada 17 januari 2017



tentang perkembangan kerajaan di negar-negara ASEAN yang masing memiliki keterkaitan antara yang satu dengan lainnya.

### 3. Wisata Belanja

Wisata belanja di kawasan ASEAN tidak dapat dipungkiri lagi. Hampir setiap negara menawarkan barang yang sangat menggiurkan dan dapat menguras kantong. Kuala Lumpur, Malaysia, terkenal sebagai surge belanja. Sebab, kota ini terdapat pusat perbelanjaan yang dapat di katakana terbesar di ASEAN, bahkan di dunia. Bukit Bintang adalah area belanja paling utama di Kuala Lumpur. Pusat perbelanjaan ini menyediakan gerai – gerai yang menawarkan berbagai barang yang sedang tren.

Mengunjungi Thailand, pastinya langsung tertuju pada Bangkok. Saat akhir pekan terdapat *Chatuchak Weekend Markets*, yaitu pasar paling populer di Thailand dan selalu ramai oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. Di pasar ini, terdapat 15.00 gerai dan barang yang dijual sangat lengkap. Mulai dari pakaian, pajangan, aksesoris, mainan anak-anak, patung Budha, kain sutera, hingga hewan peliharaan dapat kita temui di lokasi ini.<sup>10</sup> Tidak sampai di situ saja, Singapura menawarkan Orchard Road yang juga tergolong sangat lengkap. *Outlet* pakaian, aksesoris, elektronik, kosmetik, barang antic, hingga peralatan olahraga pun tersedia ditempat ini. Wisatawan tak perlu khawatir untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan.

---

<sup>10</sup> 6 Negara di Asia Mempunyai Surge Belanja!, <http://kreditgogo.com/artikel/gaya-hidup/6-negara-di-asia-ini-mempunyai-surga-belanja.html> diakses pada 10 februari 2017

Potensi pariwisata ASEAN tidak akan dapat melesat naik tanpa adanya peran dari masyarakat. Untuk itu diperlukannya partisipasi dari masyarakat dalam pengelolaan warisan budaya yang menjadi esensi karena terkait nilai, norma dan kepercayaan masyarakat. Maka dari itu adanya *ASEAN Socio-Cultural Community* (ASCC) dapat mengupayakan partisipasi masyarakat yang maksimal pada sektor pariwisata. Warisan-warisan budaya di ASEAN memiliki potensi pariwisata yang sangat baik, sehingga mengundang turis non ASEAN untuk berkunjung. Sinergi antara masyarakat dengan otoritas lokal maupun nasional penting untuk dikembangkan agar sektor pariwisata dapat menjadi *leading sector* di ASEAN.<sup>11</sup>

### **C. Persoalan Pariwisata Di ASEAN**

Permasalahan pariwisata yang ada di ASEAN tidak terlalu jauh dari fenomena permasalahan yang sering atau biasa terjadi pada negara berkembang. Permasalahan yang kerap terjadi diantaranya adalah permasalahan kultur, sarana, dan prasarana, maupun promosi pariwisata merupakan permasalahan yang perlu dicari akar penyebabnya, untuk kemudian dianalisa solusi pemecahannya. Adapun permasalahannya adalah :

#### **1.) Kultur**

Masyarakat ASEAN merupakan masyarakat yang memiliki budaya tinggi. Berbagai bentuk adat istiadat berkembang pesat di hampir seluruh negara

---

<sup>11</sup> Majalah ASEAN Edisi 4: Potensi Pasar ASEAN. hal 31

anggotanya. Peninggalan budaya masa lalu yang berwujud fisik, non-fisik (pertunjukan) maupun adat istiadat (ritual) masih terpelihara dan mengakar kuat pada sebagian komunitas. Bahkan berbagai ritual yang ada masih dilakukan oleh sebagian masyarakat secara rutin dan merupakan potensi wisata yang layak untuk diagendakan. Misalnya, jenis kesenian/pertunjukan tertentu yang dikenal dan diandalkan oleh daerah tertentu dapat diimbangi dengan potensi keasrian panorama wisata alam yang terdapat didaerah wisata yang dekat dengannya dan didukung oleh hasil seni kriya berupa cinderamata yang kreatif dan spesifik dari daerah wisata tersebut.

Ketergantungan masyarakat terhadap suatu produk pariwisata tertentu akan mendorong masyarakat untuk menjaga, melestarikan atau bahkan meningkatkan kualitas produk tersebut agar layak jual dan memenangkan pasar. Namun, masih saja ada sebagian orang yang bersikap “masa bodoh” terhadap kebesaran dan kelestarian budaya tersebut. Sikap yang dapat merusak kelestarian situs, artefak atau peninggalan budaya lain secara signifikan. Sikap yang pada akhirnya berdampak negatif terhadap keberadaan budaya negara anggota ASEAN. Masyarakat Asia Tenggara memiliki bahasa nasional masing-masing untuk berkomunikasi baik verbal maupun nonverbal. Misalnya Masyarakat Thailand menggunakan bahasa Thai sebagai bahasa nasional. Hal ini berbeda dengan masyarakat Filipina yang menggunakan bahasa Tagalog dan Inggris. Begitu pula dengan masyarakat Indonesia yang menggunakan bahasa Indonesia. Masyarakat Malaysia menggunakan bahasa Melayu dan Inggris secara resmi. Dari

segi bahasa saja setiap negara memiliki perbedaan, maka tak heran jika perbedaan kultur di hampir setiap negara dapat dipastikan berbeda.

## **2.) Sarana dan Prasarana Penunjang Pariwisata**

Kondisi sarana dan prasarana pendukung kepariwisataan yang terpelihara dan beroperasi dengan baik juga merupakan faktor penting pembangunan keunggulan kompetitif suatu destinasi wisata. Sarana dan prasarana mutlak diperlukan dalam kegiatan kepariwisataan dimanapun industri pariwisata itu berada, dimana sarana dan prasarana meliputi:<sup>12</sup>

### **a.) Sarana Fisik**

Meliputi :

#### **1. Sarana penunjang kepariwisataan (*Supporting Tourism Superstructure*)**

Sarana penunjang pariwisata adalah fasilitas yang diperlukan wisatawan, yang berfungsi tidak hanya melengkapi sarana pokok dan sarana pelengkap, tetapi fungsinya lebih adalah agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi tersebut, termasuk klub, souvenir souvenir, dan sebagainya.

#### **2. Sarana pelengkap kepariwisataan (*Supplementing Tourism Superstructure*)**

Sarana pelengkap kepariwisataan adalah fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sedemikian rupa sehingga fungsinya dapat membuat

---

<sup>12</sup> Pitana, I Gde. & Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset. hal 54

wisatawan lebih lama tinggal di tempat atau daerah yang dikunjungi, misalnya : lapangan golf, tenis, kolam renang, hunting safari, dan lain sebagainya.

### 3. Sarana pokok kepariwisataan ( Main Tourism Superstructure)

Adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung pada lalu lintas wisatawan dan travellers lainnya. Fungsinya adalah menyediakan fasilitas pokok yang dapat memberikan pelayanan bagi kedatangan wisatawan.

#### b.) Sarana Komunikasi

Fasilitas lain yang sangat penting dalam pariwisata adalah prasarana komunikasi. Tanpa komunikasi mustahil daerah atau objek wisata tertentu dapat dikunjungi wisatawan. Tersedianya sarana komunikasi akan dapat mendorong wisatawan untuk mengadakan perjalanan jarak jauh. Dengan demikian wisatawan tidak ragu-ragu meninggalkan rumah dan anak-anaknya. Termasuk dalam kelompok ini diantaranya adalah telepon, telegraf, radio, tv, internet, surat kabar dan pos.

#### c.) Sarana Transportasi

Aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu sangat mempengaruhi kegiatan orang untuk melakukan kegiatan wisata. Transportasi merupakan salah satu prasarana untuk mempermudah manusia dalam mengakses berbagai tujuan guna memenuhi

kebutuhannya, sedangkan jalan raya merupakan sarana utama lalu lintas yang sangat diperlukan untuk transportasi dan kelancaran roda perekonomian.

#### d.) Sarana akomodasi

Akomodasi perhotelan tidak dapat dipisahkan dengan pariwisata, tanpa kegiatan kepariwisataan dapat dikatakan kegiatan akomodasi perhotelan akan lumpuh. Yang termasuk akomodasi disini adalah hotel-hotel termasuk sarana pokok kepariwisataan pada banyaknya atau sedikitnya pariwisata yang datang. Akomodasi perhotelan di kawasan ASEAN sangat berkembang pesat seiring dengan perkembangan pariwisata.<sup>13</sup>

Mayoritas negara di kawasan ASEAN mengandalkan sumber daya alam yang kaya dan harga yang bagus untuk menarik wisatawan. Mereka juga cenderung terbuka secara internasional. Pemerintah di wilayah ini menyadari peran strategis yang dimainkan pariwisata dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung sektor ini secara proaktif. Masih banyak infrastruktur (udara, jalan, infrastruktur pelayanan pariwisata) dan kesenjangan kesiapan TIK antara keduanya paling maju di sub-wilayah, terutama Singapura dan Malaysia dan Thailand lebih rendah dibandingkan yang lainnya. Pada saat yang sama, beberapa negara di kawasan ini terus mengalami penurunan persepsi keamanan akibat

---

<sup>13</sup> Potensi Hotel ASEAN Capai USD16 Miliar <https://ekbis.sindonews.com/read/1104680/179/potensi-hotel-asean-capai-usd16-miliar-1461822087> diakses pada 27 Juni 2017

perkembangan politik dalam beberapa tahun terakhir, membuat para turis merasa tidak dapat diprediksi.<sup>14</sup>

Jika kita melihat kondisi negara anggota ASEAN, terlihat jelas perbedaan sarana prasarana penunjang pariwisata di setiap negara anggota. Perbedaan yang sangat mencolok dapat kita lihat pada Singapore dan Malaysia. Dua negara tersebut merupakan negara yang sangat baik dalam aspek sarana prasarana. Beda halnya jika kita bandingkan dengan negara anggota lainnya seperti Myanmar, Laos, Kamboja dan Brunei Darussalam. Kesenjangan moda transportasi di beberapa negara menjadi perhatian penting bagi setiap pemerintah negara anggota ASEAN. Direktur regional Organisasi Penerbangan Sipil Internasional (ICAO) untuk Asia Pasifik Arun Mishra mengatakan pentingnya mengembangkan moda transportasi di setiap negara. Mishra menitik fokuskan pembangunan pada peningkatan infrastruktur penerbangan sebagai pendorong utama dalam memberikan pelayanan pariwisata yang hingga saat ini menjadi permasalahan yang sangat mengganggu.<sup>15</sup>

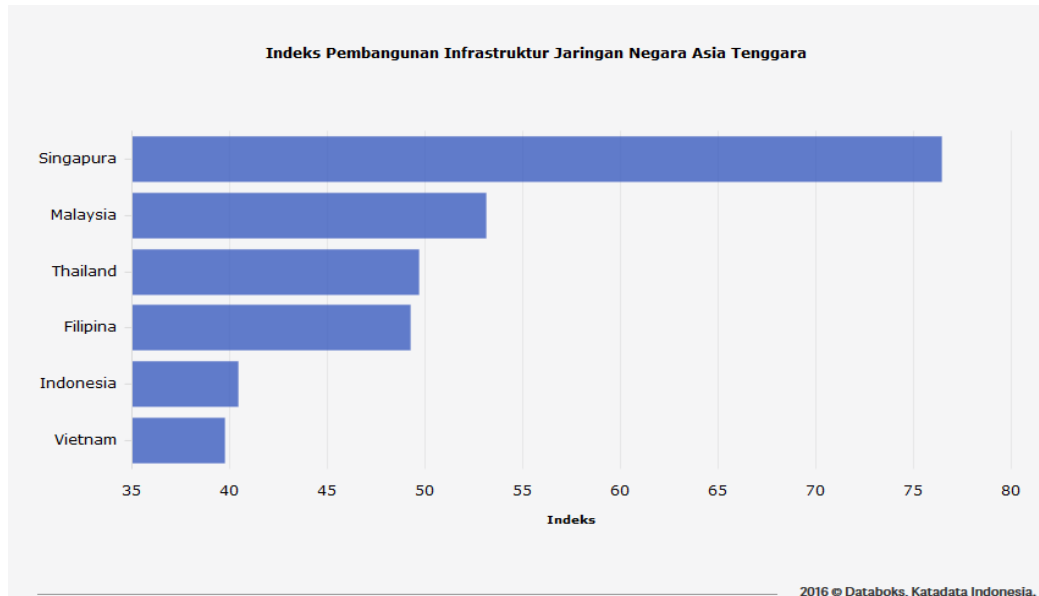
Perdana Menteri Singapore Lee dalam pidatonya pada ASEAN tourism Forum menyampaikan bahwa pentingnya memperkuat hubungan udara, ia mencatat bahwa perjalanan yang terjangkau dan nyaman merupakan salah satu

---

<sup>14</sup> South-East Asia's most tourism-friendly destinations <https://www.weforum.org/agenda/2017/04/south-east-asia-s-most-tourism-friendly-destinations/> diakses pada 27 Juni 2017

<sup>15</sup> Deficient airports limiting Asean tourism potential dalam <http://business.inquirer.net/229042/deficient-airports-limiting-asean-tourism-potential> diakses pada 21 juli 2017

faktor yang paling penting dalam mendorong pertumbuhan pariwisata.<sup>16</sup> Melihat



Singapura, negara ini memimpin peringkat 13 di seluruh dunia. Ini unggul dalam 8 dari 14 pilar berkat lingkungan bisnisnya yang kuat (2), lingkungan yang aman dan nyaman (6), sumber daya manusia yang mampu (5) dan infrastruktur transportasi udara kelas dunia (6). Singapura juga merupakan ekonomi paling terbuka di dunia, yang didukung oleh kebijakan perjalanan dan pariwisata yang sangat kuat (2nd).<sup>17</sup> Hal ini yang hingga saat ini menjadikan Singapore sebagai salah satu pilihan destinasi wisata di ASEAN. Di bawah ini merupakan Indeks Pembangunan Infrastruktur Jaringan Negara Asia Tenggara;<sup>18</sup>

Gambar 1

<sup>16</sup> ASEAN can work together to increase tourism numbers, says PM Lee dalam <http://www.channelnewsasia.com/news/singapore/asean-can-work-together-to-increase-tourism-numbers-says-pm-lee-7564798> diakses pada 21 juli 2017

<sup>17</sup> ibid

<sup>18</sup> Di ASEAN, Infrastruktur Jaringan Indonesia Tertinggal dalam <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/03/16/di-asean-infrastruktur-jaringan-indonesia-tertinggal> diakses pada 21 juli 2017



Sumber : Databoks, Katadata Indonesia 2016

Pada gambar diatas, dapat kita lihat bahwa pembangunan infrastruktur di Asia Tenggara sangatlah tidak merata. Peringkat pertama dikuasai oleh Singapore dengan angka melebihi 75 kemudian disusul dengan negara Asia Tenggara lainnya yang terpaut cukup jauh. Perbedaan pembangunan infrastruktur inilah yang menjadikan sulitnya kerjasama antar negara anggota ASEAN. Menteri Pariwisata Indonesia Arief Yahya menambahkan bahwa, tidak berjalan mulusnya kerjasama di bidang pariwisata antar negara di Asia Tenggara itu di sebabkan oleh kurangnya infrastruktur dan sulitnya regulasi dalam berbisnis.<sup>19</sup> Permasalahan yang sering di temui pada negara berkembang adalah sulitnya aturan-aturan dalam berbisnis. Jadi investor yang ingin menanamkan modalnya di Asia Tenggara harus berbalik badan karena dihadapkan pada regulasi yang rumit.

Kerjasama pariwisata dalam tubuh ASEAN hanya akan berdampak baik bagi negara yang telah memenuhi syarat sarana prasarana transportasi yang baik. Meskipun tidak memiliki banyak aset pariwisata yang menarik, Singapore dengan fasilitas infrastruktur yang mendukung membuat negara ini menjadi pilihan wisatawan non ASEAN untuk berlibur. Berbeda halnya dengan negara-negara yang belum cukup baik dalam mengelola sarana prasarana transportasi, walaupun memiliki aset pariwisata yang baik sulit mendatangkan wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke negara tersebut.

---

<sup>19</sup> Asia Tenggara Akan Dijadikan sebagai Single Destination dalam <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170428143332-307-210925/asia-tenggara-akan-dijadikan-sebagai-single-destination/> diakses pada 21 juli 2017

#### **D. Perkembangan Pariwisata ASEAN**

Perkembangan pariwisata di dunia telah ada semenjak adanya perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain. Oleh sebab itu, pemenuhan kebutuhan suatu perjalanan adalah hal yang harus terus di kembangkan. Motivasi dan motif perjalanan wisata setiap orang berbeda – beda sesuai dengan tingkat ekonomi, lingkungan sosial dan budaya masyarakatnya.<sup>20</sup> Tingkatan ekonomi seseorang berpengaruh terhadap perjalanan yang di lakukan. Sebagian besar wisatawan berasal dari daerah yang mempunyai ekonomi yang mendominasi dari daerah lain. Pengeluaran terbesar untuk pariwisata adalah orang Amerika, Jerman Barat, Inggris, Jepang, Prancis dan Belanda.<sup>21</sup> Kegiatan pariwisata hanya sebagian kecil dilakukan oleh penduduk yang berada pada negara berkembang.

Pada pertengahan abad ke-19 jumlah orang yang melakukan perjalanan wisata masih terbatas. Hal ini disebabkan oleh kurangnya fasilitas penunjang seperti transportasi yang masih masih membutuhkan waktu lama, biaya yang besar, keamanan kurang terjamin dan sarana yang masih sederhana. Setelah terjadinya Revolusi Industri Keadaan itu berbuah, tidak hanya golongan elit saja yang dapat berwisata namun kelas menengah juga dapat merasakan.<sup>22</sup> Pada abad Ke-20 terutama setelah perang dunia II kemajuan teknik produksi dan teknik

---

<sup>20</sup> A. Yoeti, Oka. 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT Pradnya Paramita. Jakarta hal 80

<sup>21</sup> J. Spillane, James. 2001. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius. hal. 37

<sup>22</sup> Ibid, hal 40

penerbangan menimbulkan peledakan pariwisata. Perkembangan terakhir dalam pariwisata adalah munculnya perjalanan paket (*Package tour*).

Jumlah kunjungan wisata ke negara-negara ASEAN sejak awal tahun 90-an terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Wisatawan regional maupun internasional menjadikan ASEAN sebagai tujuan wisata karena terus adanya pengembangan kualitas standar pendukung kunjungan wisata seperti pengelolaan sanitasi, hotel yang ramah lingkungan, pelayanan hotel lainnya hingga proses sertifikasi. Hal tersebut sebagai upaya peningkatan kualitas SDM , kualitas pelayanan dan kualitas fasilitas pendukung di kawasan.

Negara – negara di ASEAN khususnya Thailand, Singapura, Malaysia dan Indonesia khususnya menjadi salah satu tujuan wisata dunia. Perbaikan fasilitas penunjang pariwisata terus dilakukan oleh negara-negara tersebut. Upaya pemerintah menjadikan sektor pariwisata sebagai sumber devisa negara mendapatkan respon positif baik dari wisatawan itu sendiri maupun dari investor asing. Tak ayal negara-negara tersebut menyandang predikat sebagai tujuan wisata dunia. Pertumbuhan kunjungan wisatawan ke negara-negara ASEAN dapat kita lihat pada tabel 1.1<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> Dokumen ASEAN 2017 diakses pada 12 mei 2017

ASEAN Statistics

Table 28  
**Tourist arrivals in ASEAN**  
as of 31 January 2017

in thousand persons

Country	2011			2012			2013			2014			2015		
	Intra-ASEAN	Extra-ASEAN	Total	Intra-ASEAN	Extra-ASEAN	Total	Intra-ASEAN	Extra-ASEAN	Total	Intra-ASEAN	Extra-ASEAN	Total	Intra-ASEAN	Extra-ASEAN	Total
Brunei Darussalam <sup>U</sup>	124	118	242	115	115	230	3,054	228	3,279	3,862	223	4,085	119	99	218
Cambodia	1,101	1,781	2,882	1,514	2,070	3,584	1,852	2,379	4,210	1,992	2,511	4,503	2,098	2,677	4,775
Indonesia	3,258	4,391	7,650	2,608	5,437	8,044	3,519	5,268	8,802	3,684	5,752	9,435	3,881	6,546	10,407
Laos PDR	2,191	552	2,724	2,712	818	3,330	3,041	738	3,779	3,224	935	4,159	3,589	1,098	4,684
Malaysia	18,885	5,820	24,714	18,810	6,223	25,033	19,109	6,610	25,718	20,373	7,064	27,437	10,147	6,575	26,721
Myanmar	100	716	816	151	908	1,059	218	1,828	2,044	1,598	1,483	3,081	1,763	2,018	4,681
The Philippines	332	3,596	3,917	375	3,808	4,273	422	4,259	4,681	481	4,372	4,833	482	4,879	5,361
Singapore	5,372	7,799	13,171	5,733	8,758	14,491	6,115	9,453	15,568	8,113	8,082	15,095	5,748	9,483	15,231
Thailand	5,530	13,598	19,098	6,463	15,861	22,354	7,410	19,138	26,547	6,620	18,160	24,780	7,888	21,065	29,881
Viet Nam	638	5,178	6,014	1,364	5,484	6,848	1,440	6,132	7,572	1,495	5,379	7,874	1,301	6,643	7,944
ASEAN	37,733	43,496	81,229	39,345	49,380	89,225	48,154	96,045	102,199	40,223	95,861	105,084	45,992	62,912	108,904

Source: ASEAN Secretariat

Note: Details may not add up to totals due to rounding off errors.

<sup>U</sup> Except 2013 and 2014, Brunei Darussalam data only covers visitor arrivals by air transport

Dari tabel diatas, kita dapat melihat bahwa hampir di setiap negara anggota ASEAN mengalami kenaikan tingkat kunjungan wisatawan dari tahun

2011 hingga 2015. Terjadi fluktuatif kedatangan wisatawan di empat negara pemegang sektor pariwisata ASEAN (Thailand, Singapore, Malaysia, Indonesia). Namun fluktuatif yang terjadi tidak terlalu banyak dan tidak terlalu memprihatinkan. Kondisi pengelolaan pariwisata Brunei Darussalam hingga saat ini terlihat memprihatinkan dibandingkan dengan negara anggota lainnya. Pemerintah brunei nampaknya tidak mampu menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulannya. Hal ini dibuktikan dengan perolehan jumlah kunjungan pariwisata brunei yang paling sedikit pada tahun 2011-2015 di kawasan Asia Tenggara.

Menurut *World Economic Forum* yang setiap tahunnya merilis data kunjungan pariwisata keseluruhan dunia, Peningkatan jumlah kunjungan pariwisata di Asia Tenggara ini menjadikan ASEAN semakin optimis untuk mendatangkan wisatawan lebih banyak lagi. Pertambahan jumlah kunjungan wisatawan ini tidak lepas dari faktor-faktor pendukung pariwisata itu sendiri, diantaranya adalah adanya peningkatan di sektor kemudahan berbisnis di suatu negara, kebijakan perjalanan dan pariwisata yang spesifik, infrastruktur, dan sumber daya alam dan budaya.<sup>24</sup> Peningkatan kualitas dan Kemudahan akses menuju ASEAN merupakan salah satu penyebab banyaknya kunjungan wisatawan ke ASEAN. Sumber daya alam merupakan andalan pariwisata negara anggota ASEAN untuk menarik wisatawan. Keterbukaan masyarakatnya menjadikan wisatawan mudah untuk membaur dengan lingkungan setempat. Namun di sisi lain, masih banyak infrastruktur (udara, jalan, infrastruktur pelayanan pariwisata) yang mengalami kesenjangan.

---

<sup>24</sup> South-East Asia's most tourism-friendly destinations <https://www.weforum.org/agenda/2017/04/south-east-asia-s-most-tourism-friendly-destinations/> diakses pada 12 mei 2017

Melihat tabel diatas, sejak tahun 2011 menunjukkan rata-rata negara ASEAN mengalami peningkatan kunjungan baik intra ASEAN maupun extra ASEAN. Jika kita amati lebih jauh maka tahun 2011 merupakan awal dimana di berlakukannya *ASEAN strategic plan* di kawasan Asia Tenggara. Besar kemungkinan peningkatan jumlah wisatawan ke wilayah Asia Tenggara salah satu faktor pendukungnya adalah negara-negara tersebut memberlakukan atau menerapkan strategi yang telah di buat dalam *ASEAN tourism Forum*.