

BAB III

ASEAN Tourism Forum (ATF) dan Kerjasama Negara-negara

ASEAN dalam Bidang Pariwisata

A. Latar Belakang ASEAN Tourism Forum

The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) didirikan sejak tahun 1967 oleh 5 negara Asia Tenggara yaitu Indonesia, Malaysia, Thailand, Filipina dan Singapura di Bangkok, Thailand. Tujuan didirikannya ASEAN adalah untuk menjaga perdamaian dan stabilitas negara Asia Tenggara. ASEAN menyiapkan forum untuk mendiskusikan isu-isu kawasan Asia Tenggara yang berpotensi untuk menimbulkan konflik kawasan.¹ Visi dari terbentuknya ASEAN adalah hidup dengan damai dan menjaga stabilitas antar negara di kawasan. Untuk mencapai visi tersebut maka para pemimpin ASEAN membentuk *ASEAN Community*.

ASEAN Community terdiri dari tiga pilar, yaitu *ASEAN Political-Security Community*, *ASEAN Economic Community (AEC)* and *ASEAN Socio-Cultural Community*. Pariwisata merupakan salah satu bagian dari AEC. Pariwisata sendiri telah di akui oleh banyak negara bahwa pariwisata memegang peranan penting dalam pembangunan perekonomian suatu negara. Peran penting dari sektor pariwisata ini tidak semata-mata hanya untuk menghasilkan dan mendistribusikan

¹ Emma P.Y Wong, Nina Mistilis dan Larry Dwyer. *A Model of ASEAN Collaboration in Tourism. Journal of University of New South Wales, Australia.*
http://epubs.surrey.ac.uk/534331/3/Wong_A%20model%20of.pdf, diakses pada 14 mei 2017

valuta asing saja tetapi juga dengan pembangunan pariwisata sama artinya dengan memperlihatkan pada dunia luar bahwa suatu negara tersebut memiliki keragaman dan kekayaan sumber daya. Pariwisata secara tidak langsung memperlihatkan kekayaan alam dan budaya suatu negara.

ASEAN melakukan kerjasama pariwisata sejak tahun 1976 setelah pembentukan *Sub-Committee of Tourism (SCOT)*. Perkembangan pariwisata ASEAN menunjukkan hasil yang terus meningkat setiap tahunnya. Kemudian pada tahun 1981, dibentuklah sebuah forum yang dikenal dengan *ASEAN Tourism Forum*. Forum ini merupakan kerjasama regional untuk mempromosikan pariwisata yang ada di negara-negara ASEAN. Forum ini dilakukan setiap tahun dengan melibatkan semua sektor dalam industri pariwisata dari sepuluh negara negara ASEAN yaitu Indonesia, Brunei Darussalam, Thailand, Vietnam, Malaysia, Kamboja, Laos, Filipina, Myanmar dan Singapura.

Dalam konteks pariwisata, *ASEAN Tourism Forum* bertujuan: *pertama*, menjadikan ASEAN sebagai tujuan pariwisata yang tunggal; *kedua*, menciptakan dan meningkatkan kesadaran akan ASEAN sebagai kawasan tujuan turis yang kompetitif di Asia Pasifik; *ketiga*, menarik lebih banyak turis ke masing-masing negara anggota ASEAN atau kombinasi antarnegara; *keempat*, mempromosikan perjalanan turis internal ASEAN dan *kelima*, memperkuat kerja sama antarsektor dalam industri pariwisata ASEAN.²

² Badan kebijakan fiskal, memanfaatkan kerjasama pariwisata ASEAN untuk mendorong peningkatan pariwisata di Indonesia. <http://www.fiskal.depkeu.go.id/2010/m/edef-konten-view-mobile.asp?id=20121228142333707367812> diakses pada 23 juni 2017

Penyelenggaraan ATF mengupayakan peran dari seluruh pihak, baik pemerintah maupun swasta, di tingkat nasional maupun tingkat region. Sektor industri yang melingkupi agen perjalanan, operator tur, akomodasi, penerbangan dan lain sebagainya memainkan peran aktif dan penting dalam mencapai yang diharapkan dalam *ASEAN Tourism Forum*.³ Pelaksanaan konsultasi dan koordinasi antara negara tuan rumah dan negara-negara anggota ASEAN lainnya harus terus dilakukan untuk meningkatkan pembangunan kawasan di bidang pariwisata.

ASEAN Tourism Forum menjadi kunci dari pengembangan pariwisata di kawasan Asian Tenggara. Lebih dari 3 dekade, pemerintah dan sektor-sektor swasta datang menghadiri bersama acara tahunan di ATF untuk mendiskusikan, meninjau dan menyusun strategi untuk terus melakukan promosi negara ASEAN sebagai tujuan utama wisatawan dunia.⁴ *ASEAN Tourism Forum* yang rutin dilakukan setiap tahun mempromosikan pertukaran ide, meninjau pengembangan industri pariwisata dan perumus bersama untuk melanjutkan peningkatan pariwisata ASEAN.

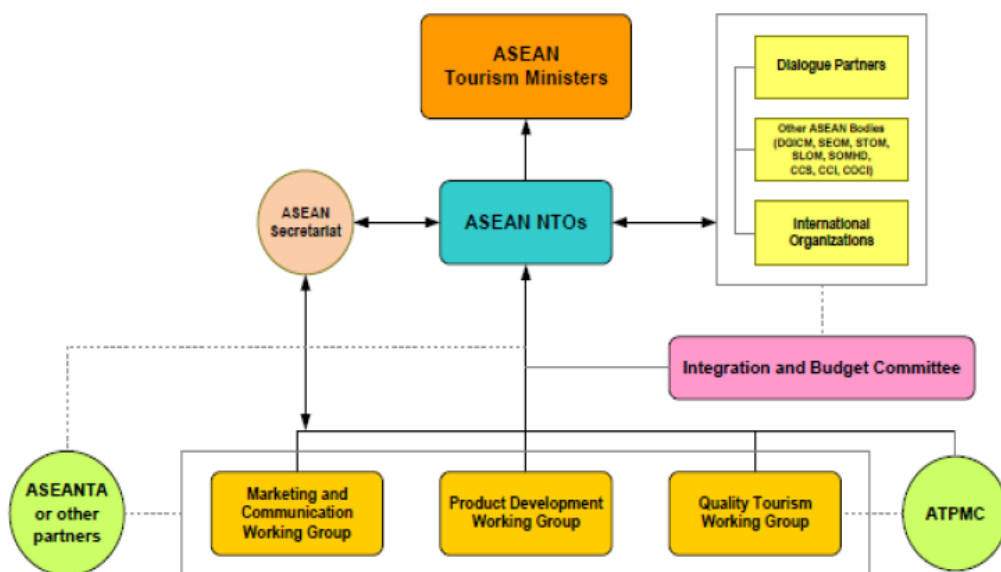
Penyelenggaraan *ASEAN Tourism Forum* setiap tahunnya dilaksanakan secara bergantian di negara yang berbeda dan dilaksanakan setiap bulan Januari. Setiap tahunnya *ASEAN Tourism Forum* ini koordinir oleh Kementerian Pariwisata negara yang menjadi tuan rumah diselenggarakannya kegiatan ini dan bekerjasama dengan ASEANTA (*ASEAN Tourism Association*). Ada beberapa

³ About ASEAN <http://www.asean.org/asean/about-asean> diakses pada 10 Januari 2017

⁴ Tourism Malaysia, *ASEAN advancing Tourism Together* (Malaysia:2014) Hal. 3

struktur organisasi kerjasama ASEAN yang melakukan pertemuan dalam *ASEAN Tourism Forum* dan termasuk dalam program kegiatan forum, seperti yang terlihat pada tabel 2 di bawah.⁵

Skema 2 Struktur Organisasi Kerjasama Pariwisata ASEAN



Dalam skema 2 digambarkan struktur dari kerjasama ASEAN dalam bidang pariwisata. Dalam mekanisme kerjasama pariwisata untuk membahas kerjasama pariwisata di kawasan ASEAN dilakukan melalui *Working Group/Committee* dilaksanakan dua kali dalam setahun. *Working Group/Committee* yang ada dalam kerjasama pariwisata ASEAN adalah:

- a. *Marketing and Communication Working Group*, diketuai oleh Thailand dan Vietnam sebagai Wakil Ketua. Grup ini mempunyai peran untuk

⁵ ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015 dalam <http://www.aseansec.org/wp-content/uploads/2013/07/ATSP-2011-2015.pdf> diakses pada 15 januari 2017

menentukan arah pemasaran secara keseluruhan dan membangun protokol komunikasi.

- b. *Product Development Working Group*, dengan Malaysia sebagai Ketua dan Myanmar sebagai Wakil Ketua. Grup ini berperan untuk mengidentifikasi produk baru dan pengalaman bekerjasama dengan berbagai *Stakeholders*. Dan juga untuk mengidentifikasi di mana investasi akan diperlukan untuk pengembangan produk dan bekerja sama dengan badan-badan yang terkait untuk pengembangan investasi.
- c. *Quality Tourism Working Group*, dengan Filipina sebagai Ketua dan Singapura sebagai Wakil Ketua. Grup ini berperan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas dan sumber daya manusia di Kawasan ASEAN. Dan juga bertanggungjawab untuk mengidentifikasi daerah-daerah baru untuk pengembangan standar.
- d. *Integration and Budget Committee*, dengan Brunei Darussalam sebagai Ketua dan Kamboja sebagai Wakil Ketua. Grup ini berperan untuk memberikan arahan kepada ASEAN NTOs mengenai arah strategis untuk kerjasama pariwisata ASEAN, berkoordinasi dengan badan-badan ASEAN lainnya yang terkait fasilitas dan isu lainnya, mengevaluasi proposal kegiatan dari *Working Group*, merekomendasikan anggaran tahunan dan rencana kerja ke NTOs ASEAN, Identifikasi sumber-sumber pendanaan yang dibutuhkan untuk pelaksanaan ATSP dan pemantauan pelaksanaan ATSP 2011-2015.

e. *ASEAN Tourism Professionals Mentoring Committee (ATPMC)*, dengan Indonesia sebagai Ketua dan Laos sebagai Wakil Ketua. Grup ini berperan antara lain sebagai menciptakan kesadaran dan menyebarkan informasi tentang MRA dari Pariwisata Professional (MRA-TP) dalam ASEAN. ASEAN MRA-TP menyediakan mekanisme kesepakatan tentang kesetaraan prosedur sertifikasi pariwisata dan kualifikasi di ASEAN. Ketika negara-negara ASEAN saling mengakui kualifikasi masing-masing ini akan mendorong pasar bebas dan terbuka untuk tenaga kerja pariwisata di seluruh wilayah dan meningkatkan daya saing sektor pariwisata di masing-masing negara ASEAN, sementara pada saat yang sama menarik bakat yang dibutuhkan untuk memenuhi kekurangan keterampilan lokal.

ASEAN Melalui *ASEAN Tourism Forum (ATF)*, terdapat dua agenda utama yang dilaksanakan yaitu *Meeting ASEAN Tourism Forum* dan *Travel Exchange (Travex)*. Kedua agenda ini dilaksanakan oleh seluruh perwakilan dari dari tiap negara anggota. Pertemuan ini juga dilakukan secara bergilir tiap tahunnya di negara yang berbeda.

1. *Meeting ASEAN Tourism Forum*

Pertemuan dalam ATF terdapat dua pertemuan utama yang harus dilaksanakan yaitu *Meeting of ASEAN Tourism Ministerial (M-ATM)* dan *ASEAN National Tourism Organizations Meeting (ASEAN NTOs)*.

1.1 Meeting Of ASEAN Tourism Ministers (M-ATM)

Meeting Of ASEAN Tourism Ministers (M-ATM) merupakan pertemuan para menteri pariwisata ASEAN yang dilaksanakan guna mendiskusikan pembangunan kepentingan bersama. Selain itu, pertemuan ini juga dilaksanakan guna menyiapkan arah kebijakan didalam sektor industri. Beberapa capaian utama kerja sama pariwisata adalah penandatanganan *Mutual Recognition Arrangement (MRA)* di bidang profesi pariwisata pada 2009. Selain itu, juga telah disepakati *Initiative of the ASEAN National Tourism Organisations* yang ditujukan untuk memformulasikan *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP)* yang merupakan sebuah rencana strategis pariwisata ASEAN 2011-2015.⁶

Pertemuan yang dilaksanakan setiap tahun ini Secara khusus mempertimbangkan, meninjau dan menyetujui kebijakan program/ rencana kerja sebagaimana yang di sah kan oleh ASEAN NTOs. M-ATM pertama kali dilangsungkan secara formal pada 10 Januari 1998, yang juga berada dalam rangkaian acara *ASEAN Tourism Forum (ATF)* 1998, di Filipina. Hasil utama M-ATM tertuang dalam *Ministerial Understanding on ASEAN Cooperation in Tourism* dan *Plan of Action on ASEAN Cooperation in Tourism*.⁷

⁶ <http://www.asean.org/news/item/the-first-meeting-of-asean-and-china-japan-and-korea-tourism-ministers-25-january-2002-yogyakarta-indonesia>

⁷ <http://www.asean.org/news/item/joint-press-statement-the-first-meeting-of-asean-tourism-ministers-cebu-philippines-10-january-1998> diakses pada 10 Januari 2017

1.2 Meeting of ASEAN National Tourism Organizations (ASEAN NTOs)

ASEAN NTOs merupakan pertemuan teknis setingkat pejabat eselon 2 atau pejabat eselon 3 di instansi terkait masing- masing negara anggota ASEAN (di Indonesia disebut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif). Pertemuan ini rutin dilaksanakan setiap enam bulan sekali oleh tingkat pejabat senior.

Indonesia menjadi negara tuan rumah pertama dalam pelaksanaan *Head of ASEAN NTOs* pada 13 Januari 1992. *Meeting of ASEAN National Tourism Organizations* harus diadakan sekurang-kurangnya 2 kali setahun. ASEAN NTOs bertugas untuk:⁸

1. Membangun, berkoordinasi dan mengimplementasikan rencana/ program kerja dalam meningkatkan kerjasama pariwisata, termasuk persetujuan kerjasama program yang diperlukan, aktivitas dan proyek;
2. Menyediakan mekanisme dalam mempromosikan partisipasi yang berasal dari sektor swasta dan bisnis dan organisasi non pemerintah; dan
3. Dan ketika dibutuhkan, membangun sebuah kelompok kerja dengan syarat acuan yang jelas dan rentang waktu yang spesifik, dalam membantu pembuatan dan pengimplementasian polisinya serta rencana program kerja. Tim ahli yang berasal dari organisasi regional dan

⁸ <http://www.asean.org/communities/aseaneconomiccommunity/item/ministerial-understanding-on-asean-cooperation-in-tourism> diakses pada 10 Januari 2017

internasional di sektor pariwisata dapat diundang untuk kebutuhan tersebut.

Pertemuan dalam ASEAN NTOs menghasilkan kesepakatan mengenai *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP)*. ATSP sendiri merupakan salah satu rencana jangka panjang untuk meningkatkan pariwisata ASEAN. Rencana jangka panjang ini pertama kali dihasilkan pada ATF ke-10 tahun 1990 di Brunei Daerussalam. Periode ini ATSP yang digunakan adalah *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015*.

Ada beberapa struktur organisasi kerjasama ASEAN yang melakukan pertemuan dalam ASEAN Tourism Forum dan termasuk dalam program kegiatan forum, seperti yang terlihat pada tabel di bawah.

2. Travel Exchange (TRAVEX)

Travel exchange atau yang di kenal dengan *Travex* atau sering disebut *travel mart*, merupakan bagian dari *ASEAN Tourism Forum*. Kegiatan ini diselenggarakan sebagai tempat untuk entitas pariwisata ASEAN untuk memasarkan produk dan jasa pariwisata mereka kepada pembeli asing. Sebuah komponen penting dari program ATF, ATF *Travex* dirancang untuk menawarkan kesempatan bagi pemasok produk wisata ASEAN yang memenuhi syarat dari seluruh dunia melalui janji yang dijadwalkan. Dengan adanya forum ini pembeli dan media internasional dapat ddengan mudah mengumpulkan informasi terbaru tentang produk dan jasa pariwisata di ASEAN.

Setiap tahunnya Travex mampu mengumpulkan 1.450 delegasi yang mencakup 800 peserta pameran ASEAN, 400 pembeli internasional, 150 media internasional dan lokal serta 100 pengunjung perdagangan pariwisata.⁹ Travex menjadi ajang yang ditung-tunggu oleh para pengembang pariwisata baik lokal maupun internasional. investor disuguhkan tawaran-tawaran menarik untuk berinvestasi di salah satu tempat wisata yang ditawarkan. Acara ini diyakini efektif dalam menawarkan investasi pembangunan pariwisata pada dunia internasional.

Travel exchange menjadi sarana yang tepat untuk menunjukkan potensi pariwisata negara anggota ASEAN. Semua negara dapat mempromosikan pariwisata yang dimiliki pada dunia internasional. Hal tersebut dapat menarik investor asing untuk ikut serta dalam pengembangan suatu lokasi pariwisata di ASEAN.¹⁰ Hingga saat ini travex menjadi salah satu andalan ASEAN mempromosikan pariwisata yang dimiliki oleh negara anggota.

B. ASEAN TOURISM FORUM 2011-2014

Sejak awal terbentuknya *ASEAN Tourism Forum* dilingkungan ASEAN, negara anggota telah melaksanakan forum ini secara rutin dan dilaksanakan di negara yang berbeda setiap tahunnya. Mekanisme pelaksanaan ATF yang bergilir dengan negara berbeda tiap tahunnya ini diharapkan menjadikan setiap negara anggota memiliki kesempatan yang sama dalam usaha memperkenalkan wisata andalannya. Pada kesempatan kali ini, penulis mencoba memaparkan pertemuan

⁹ http://www.atflaos.com/about_travex.php diakses pada 12 Februari 2017

¹⁰ About Travexl <http://www.atphilippines.com/AboutTravex.php> diakses pada 12 Februari 2017

ASEAN Tourism Forum (ATF) yang telah di selenggarakan pada tahun 2011 hingga 2016.

1. ASEAN Tourism Forum 2011 di Kamboja

Pelaksanaan ASEAN Tourism Forum 2011 dilaksanakan di Phnom Penh, Kamboja pada 15-21 Januari 2011. Pariwisata menjadi prioritas dalam menjalin hubungan antar negara ASEAN. hal ini dikarenakan pertumbuhan sektor pariwisata yang kian menggembirakan. Pada tahun sebelumnya yaitu pada 2010, sektor pariwisata tumbuh 11 persen atau mendatangkan sebanyak 73 pengunjung. Pengunjung terbanyak masih berada pada intra-ASEAN itu sendiri yaitu 47 persen dari total kedatangan turis pada 2010. Forum yang diadakan pada 15-21 Januari 2011 di Phnom Penh ini mengambil tema: “*ASEAN, a World of Wonders and Diversity*” didatangi oleh lebih dari 442 pembeli internasional dan 380 penjual dengan 512 booth di ASEAN.¹¹

Roadmap for Integration of Tourism Sector (RITS) merupakan *roadmap* yang disusun guna memberikan patokan strategi dalam membangun pariwisata ASEAN. tahun 2010 menjadi akhir dari *roadmap* tersebut dan kemudian dilanjutkan dengan *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2011-2015 yang disahkan oleh *ASEAN Tourism Minister* pada pertemuan ke 14. ATSP ini akan memberikan kontribusi pada tujuan keseluruhan dari *ASEAN Community* pada tahun 2015 melalui promosi pertumbuhan, integrasi, dan kompetisi dari sektor

¹¹ http://www.asean.org/images/2012/publications/Annual%20Report%202010_2011.pdf Diakses pada 14 Februari 2017

pariwisata. Pada saat yang sama, ATSP akan mendalami pemahaman sosial dan kultural dan juga memfasilitasi perjalanan ke dalam dan di dalam ASEAN.

Sejalan dengan *ASEAN Tourism Agreement* pada tahun 2002, strategi pemasaran pariwisata ASEAN yang baru telah dikembangkan untuk menguatkan dan memperbaharui aktifitas dari kampanye *Visit ASEAN*. Dalam menerapkan *ASEAN Mutual Recognition Agreement (MRA)* mengenai *Tourism Professionals* di dalam kawasan, yang bertujuan untuk meningkatkan kesetaraan dari sumber daya manusia pariwisata dan untuk memfasilitasi gerakan *tourism professional* di dalam kawasan, ASEAN menerapkan rencana kerja MRA untuk mengembangkan kesiapan dari negara anggota ASEAN dalam menerapkan persyaratan MRA pada negara masing-masing.¹²

Kegiatan pertama dalam forum ini menekankan pada pembangunan kualitas infrastruktur yang ada. Cara yang dilakukan adalah dengan diadakan *ASEAN Green Hotel Awards 2010* untuk menyediakan pengakuan akan hotel yang telah memenuhi *ASEAN Green Hotel Standards*. Penghargaan ini dilakukan untuk memacu pelaku bisnis perhotelan di setiap negara ASEAN terus memberikan fasilitas yang terbaik. Sejalan dengan ATSP, negara anggota ASEAN menilai kembali kriteria, kebutuhan, dan proses sertifikasi dari *ASEAN Green Hotel Standards*. Rencana kerja umum mengenai standar pariwisata komprehensif ASEAN dengan proses sertifikasi untuk *home stay*, toilet umum, dan layanan spa juga dalam tahap pengembangan.

¹² <http://www.asean.org/communities/aseaneconomiccommunity/item/ministerial-understanding-on-asean-cooperation-in-tourism> Diakses pada 14 Februari 2017

2. ASEAN Tourism Forum 2012 di Indonesia

Indonesia menjadi negara pelaksana ATF tahun 2012 di Manado pada tanggal 11 Januari. Pertemuan ini membahas peningkatan pariwisata ASEAN yang terbukti tumbuh lebih dari 10.14 persen pada tahun 2011. Walaupun pada saat itu hampir semua wilayah mengalami pertumbuhan yang rendah akibat perlambatan ekonomi global, Intra- ASEAN selalu menjadi kontributor utama dengan 46.5 persen dari total 81 juta kedatangan pengunjung internasional pada tahun 2011.¹³

Untuk mempertahankan pertumbuhan yang sehat, ASEAN harus terus meningkatkan kewaspadaan pasar, kualitas, pengalaman yang berkualitas dan pelayanan, perhubungan dan pengembangan produk. Seperti yang dipaparkan pada *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2011-2015*, pada tahun 2015, ASEAN akan memberikan peningkatan jumlah pengunjung ke wilayah ASEAN melalui produk yang otentik dan terdiversifikasi, perhubungan yang baik, lingkungan yang aman, peningkatan kualitas pelayanan, dan pada waktu yang bersamaan memastikan peningkatan kualitas hidup dan kesempatan bagi penduduk setempat melalui pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan dengan berkerja secara efektif bersama para *stakeholder*.¹⁴

Pada Januari 2012, *ASEAN Tourism Minister* mengesahkan *ASEAN Tourism Marketing Strategy (ATMS) 2012-2015* untuk mendukung dan membangun

¹³ PARIWISATA ASEAN: Tingkat Kunjungan Turis Tumbuh 10,14% <http://traveling.bisnis.com/read/20130123/224/132463/pariwisata-asean-tingkat-kunjungan-turis-tumbuh-10-14-percent>
Diakses pada 14 Februari 2017

¹⁴ *ibid*

pengakuan dunia akan ASEAN sebagai tujuan pariwisata. Melalui strategi ini, setiap Negara anggota akan mengembangkan produk dan atraksi untuk menciptakan paket, sirkuit, dan kelompok regional. *ASEAN Tourism Market Research Group (ATMRG)* didirikan untuk menganalisis tren pasar, situasi dan masa depan pariwisata ASEAN untuk dapat membuat keputusan yang memiliki dasar yang kuat dalam menguatkan aktifitas kampanye *Visit ASEAN*. Sejumlah kegiatan promosi gabungan untuk menciptakan ekuitas merek dan mempromosikan ASEAN sebagai sebuah wilayah juga dilakukan di Negara anggota ASEAN dan di pasar utama seperti Australia, india, jepang, dan korea. Rencana kerja tiga tahun untuk produk utama pariwisata ASEAN yaitu alam, budaya dan warisan, komunitas, dan pelayaran dan sungai, telah difinalisasi.

Untuk meningkatkan kesetaraan sumber daya manusia dalam pariwisata dan untuk memfasilitasi gerakan dari profesional pariwisata di dalam wilayahnya, ASEAN mengembangkan *toolbox* dan mengatur pelatihan untuk pelatih untuk sejumlah divisi buruh pariwisata utama. Sejumlah standar pariwisata komprehensif mengenai hotel hijau, *homestay*, spa, toilet umum, dan kota pariwisata yang bersih juga turut dikembangkan dengan berfokus pada peningkatan kualitas dan kompetisi pasar pariwisata di ASEAN.¹⁵

3. ASEAN Tourism Forum 2013 di Laos

Tahun 2013 saat Laos yang menjadi tuan rumah dilaksanakannya ATF. Tahun ini ATF dilaksanakan di Vientiane Lao PDR pada tanggal 17-24 Januari.

¹⁵ <http://lib.dtc.ac.th/ebook/ASEAN/asean0042.pdf> Diakses pada 14 Februari 2017

Pariwisata di daerah ASEAN terus memperlihatkan pertumbuhannya dengan lebih dari 89 juta pengunjung terhitung 9.6 persen dari pertumbuhan regional. Perjalanan intra-ASEAN tetap menjadi pasar utama dari pariwisata ASEAN dengan nilai 43 persen. Implementasi dari *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP)* 2011- 2015 telah menunjukkan perkembangan yang signifikan. 27 ukuran untuk 2011 dan 2012 telah diselesaikan. Implementasi dari MRA mengenai pariwisata profesional, sebuah program untuk meningkatkan kualitas pelayanan, adalah inisiatif kunci pariwisata untuk ASEAN. Program ini akan mendukung berdirinya AEC 2015.

Dalam pengembangan *Toolbox* untuk *Priority Tourism Labor Divisions*, 46 *Toolbox* melingkupi unit untuk kompetensi umum dan unit yang spesifik untuk divisi pemeliharaan (*Housekeeping*) telah selesai dan dapat digunakan untuk publik. Implementasi dari MRA telah berjalan dengan diselesaikannya latihan untuk 27 ASEAN Tourism Master Trainers dan 30 ASEAN Tourism Master Assessors.¹⁶ Semua Negara anggota digalakkan untuk melatih lebih banyak *Master Trainers* dan *Master Assessors* untuk menjamin implementasi MRA pada *Tourism Professionals*. Sebuah sekretariat regional untuk *ASEAN Tourism Professionals* untuk menyediakan fasilitas yang efektif dan dukungan pengawasan untuk implementasi MRA pada *Tourism Professionals* akan didirikan pada tahun 2014.

Usaha untuk mengembangkan *regional tourism sector's competitiveness, attractiveness* dan *sustainability*, pengembangan toilet umum ASEAN, ASEAN

¹⁶ ibid

Clean Tourist City, ASEAN Green Hotel, ASEAN Spa Service, dan ASEAN Homestay Standards telah mengalami perkembangan yang signifikan. Sejumlah *capacity building programmes* untuk negara anggota ASEAN telah dijalankan di bawah *ASEAN Tourism Resource Management and Development Network (ATRM)*. Lebih banyak aktifitas telah dilakukan untuk mengimplementasikan *ASEAN Tourism Marketing Strategy (ATMS) 2012-2015* dan untuk membangun pengakuan dunia akan ASEAN sebagai tujuan pariwisata tunggal.¹⁷

Kampanye “*ASEAN for ASEAN*”, termasuk laman pariwisata ASEAN baru (www.aseantourism.travel), diluncurkan oleh *body's tourism ministers* saat M-ATM ke 16 pada Januari 2013. Tujuannya adalah untuk mempromosikan perjalanan intra-ASEAN melalui pameran pariwisata, seminar, konferensi dan kegiatan lainnya. Pariwisata ASEAN bekerjasama dengan *Dialogue Partners* terus dikuatkan melalui kegiatan promosi gabungan. Kegiatan-kegiatan ini terfokus pada promosi pariwisata, partisipasi pada pameran pariwisata utama dan *capacity building*. Sebuah MOU antara ASEAN dan India mengenai penguatan kerjasama pariwisata ditandatangani pada Januari 2012.¹⁸

4. ASEAN Tourism Forum 2014 di Malaysia

ASEAN Tourism Forum 2014 dilaksanakan di Kuching, Malaysia pada tanggal 16-23 Januari. Pada kesempatan kali ini UNWTO diwakili oleh kehadiran

¹⁷ http://www.ttgasiamedia.com/img/mediakits/ATF2013_RC_WEB_FINAL.pdf Diakses pada 14 Februari 2017

¹⁸ <http://www.asean.org/images/2013/resources/publication/Annual> Diakses pada 14 Februari 2017

Sekretariat Jenderal Bapak Taleb Rifai didampingi oleh Direktur Program Regional untuk Asia dan Pasifik, Bapak Xu Jing. Pertemuan kali ini forum membahas mengenai lebih konsentrasinya negara anggota untuk meningkatkan perkembangan pariwisata ASEAN secara bersama-sama. Selain itu dalam forum ini juga ditegaskan setiap pembangunan pariwisata mengedepankan aspek pembangunan yang berkelanjutan.

Pembangunan berkelanjutan adalah upaya terpadu dan terorganisasi untuk mengembangkan kualitas hidup dengan cara mengatur penyediaan, pengembangan, pemanfaatan, dan pemeliharaan sumber daya secara berkelanjutan. Hal tersebut hanya dapat terlaksana dengan sistem penyelenggaraan pemerintahan yang baik (*good governance*) yang melibatkan partisipasi aktif dan seimbang antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Dengan demikian, pembangunan berkelanjutan tidak saja terkait dengan isu-isu lingkungan, tetapi juga isu demokrasi, hak asasi manusia, dan isu lain yang lebih luas. Untuk itu diharapkan seluruh aspek dapat bekerja sama dalam melestarikan pariwisata yang telah ada, saling melindungi habitat dan kehidupan hayati melalui pariwisata mereka lewat inisiatif dan rencana.

Adapun kesepakatan dalam pertemuan kali ini memiliki tujuan umum yaitu mempromosikan kawasan ASEAN sebagai salah satu tujuan wisata dimana perhotelan dan keragaman budaya Asian menjadi sasaran terbaiknya. Jadi, pariwisata ASEAN memiliki ciri khas dimata wisatawan mancanegara. Setiap wisatawan mancanegara ingin berkunjung ke ASEAN hal pertama yang di cari

adalah mengenai keberagaman budayanya. tujuan khusus yang ingin di capai kali ini meliputi:

- Proyek ASEAN sebagai tujuan tunggal yang menarik dan *multi-faceted*;
- Membuat dan meningkatkan kesadaran ASEAN sebagai daerah tujuan wisata regional yang sangat kompetitif di Asia Pasifik;
- Mengekspor lebih banyak wisatawan ke negara anggota ASEAN;
- Promosi perjalanan Intra-ASEAN
- Memperkuat kerja sama antar berbagai sektor industri pariwisata ASEAN.

ASEAN Tourism Forum 2014 kali ini juga dilaksanakan hanya berselang satu hari dari pelaksanaan Travex. Yaitu sebuah *platform* untuk pemasok Internasional produk wisata ASEAN dan pembeli internasional untuk melebarkan jaringan dan melakukan bisnis.¹⁹

5. ASEAN Tourism Forum 2015 di Myanmar

Pertemuan ASEAN Tourism Forum 2015 dilaksanakan di Nay Pyi Taw selama 8 hari yang berakhir pada kamis 29 Januari 2015. Pertemuan tingkat menteri pariwisata se-Asia Tenggara bersama mitra-mitra ASEAN pada *event* selama delapan hari itu para Menteri Pariwisata ASEAN mengakui kemajuan-

¹⁹ ASEAN Tourism Forum 2014 <http://asiapacific.unwto.org/event/asean-tourism-forum-2014>
Diakses pada 14 Februari 2017

kamajuan yang dicapai dalam mempromosikan dan memasarkan pariwisata ASEAN melalui situs di internet, pemasaran melalui media sosial, hubungan masyarakat dan kemitraan dengan sektor swasta dan pusat-pusat ASEAN (*ASEAN Center*). Ini mendorong ASEAN untuk melanjutkan peningkatan promosi melalui situs Pariwisata ASEAN (www.aseantourism.travel), situs-situs resmi pariwisata negara-negara anggota ASEAN, situs Sina Weibo (www.dongnanya.travel), “Kampanye Cinta” pada *Travel Channel* untuk *Pacific Asia Travel Association* (PATA) dan kegiatan-kegiatan bertema “ASEAN untuk ASEAN” selama 2015-2016.

Promosi Asia Tenggara sebagai destinasi tunggal terus di wujudkan oleh ASEAN dalam beberapa kesempatan. Sejumlah brosur telah didistribusikan ke Amerika Serikat, Cina, dan Jepang. Sedangkan untuk pasar Eropa, ASEAN telah memulai negosiasi putaran pertama dengan tujuan membuka kesempatan membuat perjanjian *open sky* antara ASEAN dan Uni Eropa.²⁰ Pembicaraan tersebut sudah tentu akan menimbulkan minat yang kuat dari kedua belah pihak. Sebab perjanjian keterbukaan wilayah udara akan mempermudah lalu lintas masyarakat dari kedua wilayah tersebut. Dalam pertemuan itu, semua menyambut baik upaya – upaya mengembangkan produk pariwisata berbasis sungai, termasuk hasil dari *The 3rd Experts Group Meeting on ASEAN-Japan Cruise Promotion Strategy* yang diselenggarakan pada 27-28 Februari 2014 di Kuala Lumpur,

²⁰ Promoting ASEAN Tourism dalam <http://www.eucentre.sg/wp-content/uploads/2015/08/Policy-Challenge-Promoting-ASEAN-Tourism-Brief.pdf> diakses pada 20 Februari 2017

Malaysia, dan bantuan teknis dari UNWTO mengenai pariwisata berbasis sungai.²¹

6. ASEAN Tourism Forum 2016 di Filipina

ASEAN Tourism Forum (ATF) diselenggarakan di Manila, Filipina Pada tanggal 18-25 Januari 2016. Pada pertemuan kali ini mengusung tema '*One Community for Sustainability*'. Turut hadir pada pertemuan kali ini para Menteri dan delegasi Organisasi Pariwisata Nasional (NTO), *TRAVEX suppliers* dari berbagai negara anggota ASEAN, pembeli internasional dan Media – Media internasional dengan jumlah mencapai 2.620 delegasi.²²

Travex ASEAN 2016 berlangsung selama 3 hari yang bermula pada tanggal 20 sampai 22 Januari dengan agenda 70 pertemuan resmi dengan negara tuan rumah tentang beberapa perubahan baru di beberapa bidang salah satunya adalah TRAVEX dimana dilaksanakannya pameran yang melibatkan 175 peserta lokal di Filipina, adanya kegiatan sosial termasuk pra-pertunjukan tur kota, upacara pembukaan, resepsi penyambutan dan makan malam, juga adanya pesta perpisahan untuk semua delegasi ATF, diadakannya makan malam secara eksklusif untuk para delegasi ASEAN dan NTO.²³ ATF TRAVEX memiliki peran yang cukup besar dan memiliki berbagai macam pemasok dari ASEAN, terdapat

²¹ ASEAN Tourism Forum (ATF) 2015 dalam <http://www.today-myanmar.com/asean-tourism-forum-atf-2015/> diakses pada 20 Juli 2017

²² 2016 HOST DESTINATION Message From Minister dalam <http://www.atfphilippines.com/> diakses pada 20 Juli 2017

²³ TRAVEX About TRAVEX dalam <http://www.atfphilippines.com/AboutTravex.php> diakses pada 20 Juli 2017

1.000 peserta pameran yang berhubungan dengan 457 pembeli dari seluruh dunia, bersama 175 media lokal dan internasional. Serta 500 delegasi yang terlibat dalam acara yang telah diselenggarakan.

C. ASEAN Single Visa

Pada tahun 2011, pertemuan ATF diselenggarakan di Phnom Penh, Kamboja menyetujui beberapa strategi khususnya di bidang pariwisata. Strategi khusus tersebut bertujuan untuk menjadikan ASEAN sebagai *Single Destination* bagi wisatawan asing. Strategi tersebut termuat di dalam ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015 (ATSP).²⁴ salah satu hal yang dibahas dalam strategi tersebut adalah adanya keinginan penerapan *single visa*. Rencana kebijakan *single visa* merupakan bagian dari strategi pariwisata terkait dengan peningkatan dan percepatan fasilitas perjalanan serta konektivitas ASEAN.

Rencana penerapan *single visa* bagi wisatawan asing ini disebut dengan *ASEAN Single Visa*. Adanya gagasan untuk menjadikan kawasan ASEAN memiliki visa tunggal terinspirasi dari *Visa Schengen* yang berhasil dilaksanakan di Eropa. Keberhasilan dari penerapan Visa Schengen tersebut menginspirasi Thailand untuk menerapkan hal yang sama di kawasan Asia Tenggara. Sehingga mekanisme penerapan *single visa* ASEAN rencananya akan mengikuti jejak sistem visa Schengen yang telah diterapkan di negara anggota Uni Eropa dan

²⁴ Association of Southeast Asian Nation, ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015, <http://203.131.220.141/msi/wp-content/uploads/ASEAN-Tourism-Strategic-Plan-2011-2015-Final.pdf> Diakses pada 14 Februari 2017

negara non-anggota dalam memfasilitasi wisatawan asing untuk datang ke negara-negara Eropa hanya dengan satu visa.²⁵

Pada awalnya sebelum menuju kepada rencana penerapan ASEAN *single visa*, Thailand melalui Perdana Menteri Thaksin Shinawatra telah mengusulkan gagasan penerapan *single visa* pada sub-region ASEAN yakni ACMECS (*Ayeyawaday-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy*). Dengan tema „*Five Countries-One Destination*“, Thailand mengharapkan bahwa *single visa* dapat mempromosikan pariwisata kelima negara (Thailand, Kamboja, Laos, Myanmar, Vietnam).

Keseriusan Thailand dalam mewujudkan ASEAN *single visa* di kawasan ASEAN diawali dengan pelaksanaan *single visa* dengan kamboja.²⁶ Setelah melalui berbagai proses dan upaya yang cukup panjang, akhirnya *single visa* kedua negara disahkan dengan penandatanganan *Memorandum of Understanding* (MoU) dari kedua negara.²⁷ Penandatanganan MoU Thailand dengan Kamboja tindak menyurutkan Thailand untuk mengajak negara anggota lainnya untuk bergabung dalam kebijakan *single visa* tersebut. Dalam setiap pertemuan Thailand selalu mendesak negara lain untuk bergabung.

²⁵ Arno Maierbrugger, „Planned Common ASEAN Visa Expected to Boost Visits from Mideast“, Gulf Times, 11 Mei 2014, <http://www.gulf-times.com/eco.-bus.%20news/256/details/391637/planned-common-asean-visa-expected-to-boost-visits-from-mideast> diakses pada 14 Februari 2017

²⁶ AEC Tourism Thailand, *Single Visa Among Asean Members*, <http://en.aectourismthai.com/content1/1349> Diakses pada 14 Februari 2017

²⁷ Anonim, „ACMECS Single Visa“, <http://www.consular.go.th/main/contents/files/services-20130404-113336-256257.pdf> diakses pada 14 februari 2017

Hingga saat ini belum semua negara anggota di kawasan bergabung dalam menerapkan kebijakan single visa tersebut. Hal ini dikarenakan masih terdapat banyak hal yang perlu dipersiapkan. Mulai dari kondisi negara yang harus mampu mendukung terciptanya suatu kebijakan, hingga hubungannya dengan negara lain di kawasan. Selain itu, ada juga negara yang mendukung *single visa* di kawasan, karena hal tersebut mampu memudahkan dan meningkatkan kunjungan wisatawan asing berkunjung ke kawasan ASEAN. Namun negara tersebut enggan bergabung dalam dalam kebijakan single visa karena negara tersebut telah memberlakukan bebas visa kepada 90 negara di dunia.²⁸

Untuk memaksimalkan kunjungan turis ke dalam ASEAN maka perlu ada suatu mekanisme baru untuk mengintegrasikan kawasan pariwisata yang ada di ASEAN dan juga sistem *Common Visa* seperti *Visa Schengen* yang berlaku di wilayah Uni Eropa dimana pemegang paspor dari negara-negara yang tergabung dalam *Schengen Agreement* tadi bebas keluar masuk ke negara anggota anggota Schengen tanpa ada hambatan dimasalah keimigrasian sehingga memudahkan mobilitas.²⁹ Hal ini diperlukan untuk mendukung paket-paket wisata ASEAN. Bebas visa yang berlaku saat ini hanyalah berlaku untuk warga ASEAN saja. Maka ini masih menjadi penghalang bagi terbukanya akses sektor pariwisata di ASEAN karena turis di luar ASEAN tidak memiliki akses untuk berwisata ke semua negara ASEAN.

²⁸ Menpar: Indonesia Tidak Butuh "Single ASEAN Visa" <http://travel.kompas.com/read/2016/01/27/152900427/Menpar.Indonesia.Tidak.Butuh.Single.ASEAN.Visa>. Di akses 7 juni 2017

²⁹ www.schengenvisa.info diakses pada 25 juni 2017

Melihat keberhasilan dari *Visa Schengen* yang di berlakukan di Eropa ini dapat memberikan keuntungan yang serupa jika di berlakukan di ASEAN. Pertama warga asing diluar ASEAN tidak perlu untuk repot mengurus visa ke setiap negara ASEAN jika ingin berkunjung ke lebih dari satu negara ASEAN. Hal ini dapat menghemat biaya pengeluaran bagi wisatawan dan juga menjadi lebih praktis dan efisien sehingga berpotensi untuk mendatangkan lebih banyak turis asing ke wilayah ASEAN. Keuntungan kedua dapat kita lihat dari pemerataan kunjungan ke negara anggota ASEAN. kemudahan system keimigrasian yang diberikan akan membuat orang cenderung akan berkunjung ke berbagai tempat di ASEAN lain yang belum pernah dikunjungi. Hal yang menarik jika seluruh negara ASEAN memberlakukan *Single Visa*, yaitu memudahkan orang Budha untuk menikmati wisata religi di ASEAN. Terdapat 2 negara dengan tujuan terbesar untuk wisata religi Budha di ASEAN, yaitu Kamboja yang terkenal dengan Angkor Wat, dan Indonesia dengan Candi Borobudurnya. Apabila wisatawan memilih berkunjung ke salah satu destinasi dari kedua tempat tadi pasti mereka akan mempertimbangkan pula berkunjung ke dua negara sekaligus mengingat persyaratan ke imigrasian telah dipermudah.

Menurut data dari UNWTO apabila ASEAN melakukan sistem Common Visa bagi negara anggotanya di prediksi akan mengalami kenaikan wisatawan berkisar dari 6 juta wisatawan hingga 10 juta wisatawan pada tahun 2016.³⁰ Kemudian dalam hal pendapatan juga akan mengalami peningkatan, dari 6 juta hingga 10 juta wisatawan yang akan datang, diperkirakan akan menghasilkan

³⁰ <https://www.wttc.org/> diakses pada diakses pada 25 juni 2017

pendapatan antara 7 Milyar USD hingga 12 Milyar USD). Tentunya merupakan sebuah keuntungan yang sangat berharga apabila ASEAN sebagai suatu kawan wisata yang terintegrasi dapat terlaksana dengan maksimal.