

**Strategi Pariwisata Provinsi D.I.Y (Daerah Istimewa Yogyakarta)
Menjelang Bergulirnya AEC (Asean Economic Community)
2015**

David Rizal Arfadian

20110510023

(davidarfadian@gmail.com)

Abstract

Indonesia is a country with many different cultures, tourism and the arts are very beautiful . One of the tourism destinations in Indonesia is the city of Yogyakarta . The landmark of the city with the city of Education , Culture , Tourism and this is expected History of Indonesian tourism in contributing foreign exchange to prepare and compete in the AEC (ASEAN Economic Community) in 2015. Yogyakarta had opportunities to enhance its tourism sector in (AEC) 2015. There are some factors showing these opportunities. Contribution of tourism sector to national economy was higher, by improving capabilities in the field of tourism development , Yogyakarta will join a major role in the success of the AEC in 2015 and became priority of Indonesia on its readiness to enter the era of transparency in economic interactions among the countries of Southeast Asia. And the recovery of the national economy is also expected to be able to be realized in the face of competition Asean Economic Community in 2015 with a strict competitiveness.

Keywords : AEC

A. Pendahuluan

Asean Economic Community (AEC) menjadi salah satu topik dan isu terhangat dalam berbagai kajian akhir - akhir ini , terutama di kawasan Asia Tenggara khususnya di Indonesia. AEC yang akan diimplementasikan 1 Januari Tahun 2016 ternyata memiliki sejarah yang cukup panjang. Diawali pada bulan Desember 1997 saat KTT ASEAN di Kuala Lumpur, para pemimpin ASEAN memutuskan untuk mentransformasikan ASEAN menjadi kawasan yang stabil, makmur, dan berdaya saing tinggi dengan tingkat pembangunan ekonomi yang merata serta kesenjangan sosial ekonomi dan kemiskinan yang semakin berkurang.

Pada KTT ASEAN di Bali Oktober 2003, Para Pemimpin ASEAN mendeklarasikan bahwa AEC merupakan tujuan integrasi ekonomi regional (Bali Concord II) pada tahun 2020. Selain AEC, Komunitas Keamanan ASEAN dan Komunitas Sosial Budaya ASEAN merupakan dua pilar integral lain dari komunitas ASEAN yang akan dibentuk. Ketiga pilar tersebut diharapkan dapat bekerja secara erat dalam pembentukan Komunitas ASEAN pada tahun 2020. Selanjutnya, pada Agustus 2006 saat pertemuan ke-38 Menteri Ekonomi ASEAN, di Kuala Lumpur, Malaysia sepakat untuk menyusun “suatu cetak biru” yang terpadu untuk mempercepat pembentukan AEC dengan mengidentifikasi berbagai karakteristik dan elemen AEC pada tahun 2015 sesuai Bali Concord II, dengan sasaran dan kerangka waktu yang jelas dalam mengimplementasikan berbagai langkah serta fleksibilitas yang telah disepakati sebelumnya guna mengkomodir kepentingan seluruh negara anggota ASEAN¹. Pada 13 Januari 2007 saat KTT ASEAN Ke-12, para pemimpin ASEAN menegaskan komitmen yang kuat untuk mempercepat pembentukan Komunitas ASEAN pada tahun 2015 sejalan dengan Visi ASEAN 2020 dan BALI CONCORD II, dan menandatangani Cebu Declaration on Acceleration of the Establishment of an ASEAN Community by 2015. Secara khusus, para pemimpin sepakat untuk mempercepat pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN menjadi tahun 2015 dan mentransformasikan

¹ Buku Menuju ASEAN Economic Community 2015 diterbitkan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia hal 5

kawasan ASEAN menjadi suatu kawasan dimana terdapat aliran bebas barang, jasa, investasi, dan tenaga kerja terampil, serta aliran modal yang lebih bebas. Sebagai landasan legal dan konstitusional bagi negara anggota ASEAN maka disusunlah ASEAN Charter (Piagam ASEAN). Selanjutnya, Indonesia telah meratifikasi piagam tersebut dengan menerbitkan UU no. 38 tahun 2008 sebagai payung berbagai perjanjian kerjasama di tingkat ASEAN².

B. ASEAN Economic Community (AEC) Blueprint

Pertemuan Menteri Ekonomi ASEAN yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2006 di Kuala Lumpur, Malaysia, sepakat untuk mengembangkan ASEAN Economic Community Blueprint yang merupakan panduan untuk terwujudnya AEC. Declaration on ASEAN Economic Community Blueprint, ditanda tangani pada tanggal 20 November 2007, memuat jadwal strategis untuk masing-masing pilar yang disepakati dengan target waktu yang terbagi dalam empat fase yaitu tahun 2008-2009, 2010-2011, 2012-2013 dan 2014-2015. Penandatanganan AEC Blueprint dilakukan bersamaan dengan penandatanganan Piagam ASEAN (ASEAN Charter). Jadwal strategis pencapaian masing-masing pilar terdapat pada Lampiran 2. AEC Blueprint merupakan pedoman bagi Negara-negara Anggota ASEAN untuk mencapai AEC 2015, dimana masing-masing negara berkewajiban untuk melaksanakan komitmen dalam Blueprint tersebut. AEC Blueprint memuat empat kerangka utama seperti disajikan pada Bagan 1, yaitu:

- ASEAN sebagai pasar tunggal dan basis produksi internasional dengan elemen aliran bebas barang, jasa, investasi, tenaga kerja terdidik dan aliran modal yang lebih bebas;
- ASEAN sebagai kawasan dengan daya saing ekonomi yang tinggi, dengan elemen peraturan kompetisi, perlindungan konsumen, hak atas kekayaan intelektual, pengembangan infrastruktur, perpajakan, dan e-commerce;

² *Ibid* Hal 10

- ASEAN sebagai kawasan dengan pengembangan ekonomi yang merata dengan elemen pengembangan usaha kecil dan menengah, dan prakarsa integrasi ASEAN untuk negara-negara CMLV (Cambodia, Myanmar, Laos, dan Vietnam); dan
- ASEAN sebagai kawasan yang terintegrasi secara penuh dengan perekonomian global dengan elemen pendekatan yang koheren dalam hubungan ekonomi di luar kawasan, dan meningkatkan peran serta dalam jejaring produksi global. Dari keempat pilar tersebut, saat ini pilar pertama yang masih menjadi perhatian utama ASEAN. Oleh karenanya, pada pemaparan selanjutnya, pilar tersebut akan dibahas secara komprehensif³.

C. Pariwisata Dalam Koridor AEC

AEC menghasilkan Blueprint dan menjadi pedoman untuk pelaksanaan AEC di sektor pariwisata seperti yang ada dalam Blueprint, Pariwisata merupakan bagian yang sangat penting dalam pelaksanaan AEC yang memuat bahwa ada kaitannya dengan proses infrastruktur. Kerjasama transportasi, jaringan transportasi yang efisien, aman dan terpadu di ASEAN sangat penting untuk merealisasikan potensi kawasan perdagangan bebas ASEAN secara penuh, dan meningkatkan daya tarik ASEAN sebagai kawasan sebagai produksi tunggal, tujuan wisata dan investasi serta mempersempit kesenjangan pembangunan. Transportasi ASEAN juga memiliki arti penting untuk menghubungkan Negara-negara tetangga di timur laut dan asia selatan. Berbagai upaya telah dilakukan untuk meningkatkan fasilitasi transportasi dan layanan logistik, meningkatkan keterhubungan dan keterkaitan infrastruktur transportasi multimoda, memfasilitasi jalur perhubungan pariwisata secara terpadu, serta meliberasi lebih jauh sektor transportasi udara dan laut. Kerangka kerja bagi liberalisasi transportasi udara di ASEAN perlu diimplementasikan lebih cepat. Transportasi multimoda dan fasilitasi transportasi.

³ *Ibid* Hal 9

ASEAN Transport action plan (ATAP) 2005-2010 meliputi fasilitasi transportasi laut, darat, dan udara. Tindakan :⁴

- Implementasi ASEAN *framework agreement on the facilitation of goods in transit* pada 2009.
- Implementasi ASEAN *framework agreement on multimodal transport* pada 2010.
- Finalisasi ASEAN *framework agreement on the facilitation of interstate transport* pada awal 2010.

Untuk memfasilitasi integrasi ke pasar tunggal dan basis produksi dengan lebih cepat, AEC memfokuskan dua wilayah khusus, yaitu: sektor-sektor integrasi prioritas, pangan, pertanian dan kehutanan. Ada 12 sektor integrasi prioritas, yaitu: produk-produk berbasis pertanian, otomotif, elektronik, perikanan, produk berbasis karet, tekstil dan pakaian, produk berbasis kayu, perjalanan udara, e-ASEAN, kesehatan, pariwisata, dan logistik. Inilah sektor-sektor yang paling diminati anggota ASEAN, dan menjadi tempat mereka berkompetisi satu sama lain. Gagasannya adalah jika sektor-sektor ini diliberalisasi penuh, sektor-sektor ini akan berintegrasi atau menyatu, Anggota ASEAN akan mengembangkan keunggulan wilayah di sektor-sektor ini dengan menarik investasi dan perdagangan di dalam ASEAN (contohnya dengan saling melakukan outsourcing), serta membantu mengembangkan produk-produk buatan ASEAN⁵.

Pariwisata masuk ke dalam 12 sektor prioritas dalam kerangka kerjasama ASEAN. Sektor pariwisata diprediksi terus berkembang, karena banyaknya tempat-tempat wisata di Indonesia seperti Yogyakarta yang sekarang mulai menjadi tujuan utama para turis. Dalam AEC Blueprint tersebut pengembangan sektor pariwisata banyak berhubungan dengan pembangunan infrastruktur, hal tersebut dimaksudkan agar pembangunan infrastruktur selaras dengan pengembangan sektor pariwisata di ASEAN pada umumnya dan Indonesia pada khususnya.

⁴ AEC *Blueprint* poin B4

⁵ *Opcit* Hal 20

Potensi pariwisata di Indonesia sangat tinggi, dari Aceh hingga Papua dengan semua macam obyek pariwisata, industri pariwisata Indonesia dapat terus ditingkatkan dan dikembangkan, seperti yang kita ketahui Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki berbagai macam potensi pariwisata, Indonesia memiliki bermacam-macam suku, adat-istiadat, dan kebudayaan serta karena letak geografis, dan sebagai negara tropis yang menghasilkan keindahan alam dan satwa, dan memiliki wilayah yang sangat luas dengan didukung sumber daya alam yang beraneka ragam yang berpotensi untuk diolah dan dimanfaatkan. Selain itu negara Indonesia juga kaya akan seni budaya daerah, adat istiadat, peninggalan sejarah terdahulu dan yang tidak kalah menarik adalah keindahan panorama alamnya yang cukup potensial untuk dikembangkan dengan baik. Pariwisata dapat diandalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pembangunan nasional⁶.

Banyak juga objek wisata yang ada di Indonesia yang telah terkenal tidak hanya di dalam negeri maupun ke luar negeri. Seperti Yogyakarta merupakan tujuan wisata yang sudah tidak bisa diremehkan lagi predikatnya yang memiliki keberagaman wisata yang sangat banyak dan pariwisata merupakan sektor utama bagi DIY dan terkait dengan AEC bahwa pariwisata merupakan pilar yang paling penting, karena sudah dipertegas dalam Blueprint ASEAN. Maka dari itu peran Pemerintah Daerah Yogyakarta sangat penting dalam mengatur dan menjalankan kepariwisataan daerah yaitu Mengembangkan model pariwisata yang sesuai dengan keinginan pasar.

Pariwisata Yogyakarta adalah harapan besar bagi devisa Indonesia dan terkait dengan AEC, bahwa pariwisata merupakan pilar yang diunggulkan maka tugas dari Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata DIY sangat pengaruh. Jadi dibutuhkan strategi atau upaya khusus dalam mensukseskan AEC yaitu dengan cara sebagai berikut :

⁶ Oka A. Yoeti ,Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, (Jakarta, Pradnya Paramita, 1997.)
Hal 4

a. Investasi (Penanaman Modal asing)

Dalam peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 8 Tahun 2014 Tentang rencana umum penanaman modal dalam Pasal 4 ayat (1) Peraturan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal Nomor 9 Tahun 2012 maka peraturan Pemerintah Daerah tersebut sudah sangat jelas bahwa infrastruktur, Kebudayaan, ekonomi kreatif dan inovasi teknologi masuk dalam rumusan tersebut, mengingat APBN pemerintah Yogyakarta tidak bisa membantu banyak maka investasi sangat diperlukan untuk membantu pertumbuhan ekonomi. Pesona industri pariwisata serta ekonomi kreatif Yogyakarta nyatanya dapat menarik ketertarikan beberapa investor asing, seperti contoh : Seperti Pembangkit Listrik Tenaga Bayu (PLTB) yang ada di Pantai Samas, Bantul, Yogyakarta. Proyek ini resmi diresmikan langsung oleh presiden Joko Widodo pada 4 Mei 2015. Perusahaan yang membangun adalah UPC Renewables Investor dari Amerika dan bekerjasama dengan partner lokalnya PT Binatek Energi Terbarukan. Perusahaan ini membangkitkan PLTB berkapasitas 50 megawatt (MW) menggunakan kincir angin raksasa, sumber tenaganya adalah tiupan kencang angin dari Laut Selatan yang dikonfersikan menjadi listrik, dan UPC Renewables akan menyediakan energi angin yang bersih di Yogyakarta dengan harga yang terbaik dan dengan mematuhi tanggung jawab sosial, selain itu keuntungan lainnya dalah bisa menjadi objek wisata, mengingat bahwa PLTB ini merupakan pertama dan satu-satunya di Indonesia, jadi secara tidak langsung akan memberikan daya tarik sendiri bagi wisatawan di area turbin juga akan dihiasi dengan perkebunan hijau jadi proyek ini bisa dikatakan ramah lingkungan dan akan memberikan bantuan energi listrik yang belum dialiri untuk beberapa obyek wisata wilayah bantul dan sekitarnya dan akan berdampak juga pada pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat. Tentunya pengembangan proyek ini akan memberikan efek yang cukup banyak dalam kepariwisataan Yogyakarta dalam menyongsong AEC pada akhir 2015 nanti.

b. Memberdayakan masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam menyambut bergulirnya AEC 2015.

Seperti yang terlampir dalam peraturan daerah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta nomor 1 tahun 2012 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan daerah provinsi DIY tahun 2012-2025 menyebutkan dalam bab II tentang pembangunan kepariwisataan daerah bagian kesatu pasal 3 nomor 4 tentang pengembangan dan peningkatan wisata DIY yang mendukung tercapainya Desa Wisata yang Sapta Pesona. Teori PCD (People Centered Development) yang pada intinya adalah masyarakat lah yang melakukan usaha pembangunannya sendiri. Jadi memaksimalkan peran desa wisata karena selama ini pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menggunakan pendekatan community based tourism, dimana masyarakat mempunyai peran yang sangat penting dalam menunjang pembangunan pariwisata Yogyakarta. Dengan demikian keterlibatan pemerintah dan swasta hanya sebatas memfasilitasi dan memotivasi masyarakat sebagai pelaku utama pengembangan desa wisata untuk dapat lebih memahami tentang fenomena alam dan budayanya, sekaligus menentukan kualitas produk wisata yang ada di desa wisatanya.

Dalam peraturan daerah kota Yogyakarta nomor 1 tahun 2007 tentang Rencana pembangunan jangka panjang daerah (RPJPD) kota Yogyakarta tahun 2005-2015 dalam ekonomi dan sumber daya alam terkait Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) proyeksi keberhasilan terwujudnya UMKM jadi sebagai pelaku ekonomi utama daerah yang berbasis teknologi, berdaya saing tinggi dan berkualitasUMKM (Usaha mikro kecil menengah) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Oleh karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Permasalahan yang ada pada UMKM di DIY hingga saat ini adalah lemahnya kemampuan untuk mengakses permodalan maka Pemerintah DIY membuat Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) pada 25 Juni 2014, tujuannya untuk mengembangkan UMKM yang fungsinya sebagai konsultasi bisnis, pendampingan atau mentoring, promosi dan pemasaran, fasilitasi akses

pembiayaan, pelatihan bisnis, jaringan kemitraan, layanan pustaka entrepreneur. Maka dari itu dari masyarakat ikut andil seperti Desa Pariwisata dan UMKM tentunya akan sangat membantu banyak dalam Kepariwisata Yogyakarta yang sekarang menjadi andalan Indonesia dalam menyongsong AEC 2015. Khususnya meningkatkan daya saing UMKM di dalam negeri maupun skala internasional, yang tujuannya adalah :

- a. Menyediakan layanan yang dapat mendorong koperasi dan UMKM di D.I Yogyakarta mengembangkan potensi unggulan daerah, sehingga tercapainya peningkatan kinerja dari KUMKM dengan empat tolak ukur: Produktivitas KUMKM, Nilai Tambah KUMKM, Kualitas Kerja KUMKM, dan Daya Saing KUMKM;
- b. Memediasi berkembangnya jaringan layanan pengembangan usaha KUMKM dengan para pemangku kepentingan lain di D.I Yogyakarta dengan tolak ukur Terbangunnya Jaringan Layanan dan Kemitraan bagi KUMKM.

Sedangkan sasaran dari PLUT UMKM Jogja sendiri adalah:

- a. Bertambahnya potensi unggulan daerah D.I Yogyakarta yang dikembangkan oleh Koperasi dan UMKM;
- b. Meningkatnya produktifitas Koperasi dan UMKM D.I Yogyakarta;
- c. Meningkatnya nilai tambah Koperasi dan UMKM D.I Yogyakarta;
- d. Meningkatnya kualitas kerja Koperasi dan UMKM D.I Yogyakarta;
- e. Meningkatnya daya saing Koperasi dan UMKM D.I Yogyakarta;
- f. Menguatnya jaringan layanan usaha yang dikembangkan bersama dengan lembaga kemitraan yang ada di D.I Yogyakarta⁷.

⁷ <http://www.plutjogja.com/profil/> Diakses pada 17 Agustus 2015 pada pukul 02.48 WIB

c. Sosialisai dan Promosi Pemerintah Yogyakarta untuk mempersiapkan AEC 2015.

Diplomasi budaya adalah salah satu bagian dari diplomasi publik yang saat ini digencarkan pemerintah Yogyakarta sebagai langkah bahwa tidak hanya pemerintah yang bisa aktif bekerja sama dengan negara luar tapi unsur atau aktor swasta dan masyarakat sipil. Dalam mempersiapkan AEC 2015. Berikut strategi Pemerintah Daerah Yogyakarta dan Dinas Pariwisata Yogyakarta :

a. Jogja Hiphop Foundation (JHF)

Dalam hal ini Dinas Pariwisata berkolaborasi dengan JHF (Jogja Hiphop Foundation) Dalam misinya mengkampanyekan dan mempromosikan budaya Indonesia dan tentunya Yogyakarta di Amerika pada 2012 yang lalu. JHF diundang atas nama program *Center Stage US*, sebuah program yang diinisiasi *New England Foundation for The Arts bersama U.S. Department of State's Bureau of Educational and Cultural Affairs* dan *U.S. Regional Arts* dan tentunya diprakarsai oleh Pemerintah Yogyakarta yang juga mengundang berbagai seniman dari seluruh dunia untuk mempresentasikan karyanya pada masyarakat Amerika sebagai sebuah misi diplomasi kebudayaan untuk membangun dialog dan kesepahaman yang mutualis melalui seni dan budaya . JHF menerima penghargaan sebagai “Duta Nagari Ngayogyakarta Hadiningrat” penghargaan tersebut diserahkan langsung oleh Raja Sri Sultan Hamengkubuwono X. Kraton sebagai institusi pengampu tradisi dan kebudayaan itu menempatkan hip hop sebagai duta budayanya. Hal ini tentunya atas peran besar dari Pemda Yogyakarta atas memberikan aksesnya untuk bisa tampil di negeri Paman Sam tersebut. JHF mempromosikan Yogyakarta dari pesisir timur ke barat Amerika. Mereka menyinggahi New York, Washington D.C, Scottsdale, Davis, Santa Barbara, San Francisco, Oakland, hingga Berkeley. Total dua belas pertunjukan dilaksanakan, begitu juga dengan enam sesi kuliah di berbagai Universitas dan sekolah menengah, serta kunjungan-kunjungan ke studio dan situs penting. JHF memang tidak semata-mata membuat musik hip-hop dan kemudian menjual ke pasaran. Konsep yang tegas dengan misi budaya yang kental membuat JHF mendapat sorotan baik dari dalam maupun luar negeri. Kekuatan

JHF hampir merata di semua lini baik musik maupun lirik. Secara musik, ketukan-ketukan hip hop yang rancak dikawinkan dengan gamelan Jawa dan Sunda menciptakan komposisi yang eksotis. Selain itu, digunakannya instrumen gambus dalam lagu “Gurindam 12” juga membuat musik JHF semakin variatif. Dalam pemilihan nada pun JHF sangat piawai untuk mencari nada-nada yang pasaran dan mudah didengar oleh seluruh kalangan sehingga mudah mengendap di ingatan dan mudah dinyanyikan. Dan Yang paling fenomenal tentu saja lagu kebangsaan lokal “Jogja Istimewa”. Lagu yang merespons rencana untuk mencabut status “istimewa” dari Yogyakarta tersebut bagaikan pemersatu semua lapisan masyarakat di Yogya untuk mempertahankan keistimewaannya. JHF memberikan peran yang sangat luar biasa dalam memberikan promosi dan harapan baru bagi Pariwisata Yogyakarta maka dari itu proyek pertukaran budaya ini tentunya memberikan efek domino yang sangat panjang, terkait dengan AEC 2015.

b. Sosialisasi dan Promosi menggunakan media Website *visitingjogja.com*

Pada era modern seperti sekarang ini teknologi juga bisa mempunyai peran yang sangat besar dalam promosi wisata seperti, Banyak yang sudah dilakukan untuk memasarkan Yogyakarta oleh Dinas Pariwisata DIY, salah satunya melalui internet yaitu www.visitingjogja.com, konten yang terdapat di visitingjogja.com dapat menjadi media yang sangat efektif untuk memperkenalkan budaya nasional kepada dunia. Dengan menampilkan budaya asli Yogyakarta berupa Batik Jawa, Wayang, Tari Golek dan berbagai permainan, musik, kuliner, dan sebagainya dan dapat membuat orang tertarik untuk mendatangi tempat-tempat sumber asli kebudayaan tersebut. Disamping itu website tersebut memudahkan calon pengunjung lokasi wisata untuk memesan kamar hotel yang berada jauh di daerah atau di negara lain. Hal ini akan membantu orang yang akan mengunjungi daerah wisata mendapatkan akomodasi yang tepat di suatu tempat wisata tertentu sesuai dengan keinginannya, dan bermanfaat untuk mencari lokasi termasuk tempat-tempat tujuan wisata. Wisatawan dapat dengan mudah mencari tempat wisata dengan bantuan peta di website tersebut hanya dengan menggunakan laptop, tablet, atau smartphone.

- c. Program pertukaran pelajar antar Universitas di ASEAN seperti pertukaran pelajar UMY (Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) dengan SUT (Sunararee University of Technology) Thailand dengan tema ASEAN *Volunteering Spirit and Leadership Youth Camp Activities* di Thailand.

Program ini berlangsung dari 22 April- 2 Mei 2013. Program SUT ini bertema *The Student's English Enrichment Program and Cultural Activities* dengan mengumpulkan 150 mahasiswa dari Indonesia, Vietnam, Korea Selatan, China, dan Thailand⁸. Yang tujuannya adalah mengenalkan budaya, bahasa, kesenian masing-masing Negara dan tentunya meningkatkan kualitas mahasiswa agar bisa bersaing dengan negara-negara lain dan meningkatkan ekonomi ASEAN dan tentu sangat membantu mahasiswa UMY khususnya untuk menghadapi persaingan global pada ASEAN *Economic Community* (AEC) tahun 2015.

D. Penutup

Dengan lancarnya strategi-strategi tersebut dan tanpa hambatan yang berarti maka dengan meningkatkan kemampuan dibidang pengembangan pariwisata, Yogyakarta akan ikut berperan besar dalam mensukseskan AEC 2015 dan menjadi tulang punggung Indonesia atas kesiapannya memasuki era keterbukaan dalam interaksi ekonomi diantara negara-negara Asia Tenggara. Dan diharapkan juga pemulihan perekonomian nasional yang akan dapat segera diwujudkan dalam menghadapi persaingan Masyarakat Ekonomi Asean di akhir tahun 2015 mendatang dengan daya saing yang ketat.

⁸<http://edukasi.kompas.com/read/2013/01/23/20434774/Pertukaran.Pelajar.Merupakan.Persiapan.AEC.2015> Diakses pada 17 Agustus 2015 pukul 03.13 WIB

DAFTAR RUJUKAN

Buku Menuju ASEAN Economic Community 2015 diterbitkan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia.

Oka A. Yoeti ,Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, (Jakarta, Pradnya Paramita, 1997.)