

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu sektor industri yang sangat penting dan berpengaruh terhadap pembangunan perekonomian setiap negara. Selain itu sektor pariwisata juga dinilai mudah mendatangkan devisa negara dalam waktu yang relatif cukup singkat karena memang sektor tersebut mudah untuk dikembangkan. Oleh karena itu sektor pariwisata mulai diperhatikan serius oleh negara-negara ASEAN.

Dalam proses memajukan pariwisata di ASEAN, dimulailah dengan promosi logo dan Slogan pariwisata, bentuk slogan tersebut yaitu, Brunei dengan *Brunei The Green Heart of Borneo*, Cambodiadengan *Cambodia Kingdom of Wonder*, Indoneisadengan *Wonderful Indonesia*, Laos dengan *Laos Simply Beautiful*, Malaysiadengan *Malaysia Truly Asia*, Myanmar dengan *Mystical Myanmar*, Philippines dengan *It's More Fun in The Philippines*, Singapore dengan *Your Singapore*, Thailand dengan *Amazing Thailand Always Amaze You*, dan Vietnam dengan *Vietnam Timeless Charm*.

ASEAN sangat berperan penting terhadap perkembangan pariwisata di negara-negara ASEAN, selain mendorong setiap negara untuk mempromosikan slogan negara masing masing, ada hal lain seperti ASEAN Common Visa yaitu pengaturan kerjasama bebas visa bagi pemegang paspor biasa atau paspor hijau, perjanjian bebas visa ini sangat penting untuk meningkatkan hubungan antar warga dan merupakan bagian dari konektivitas ASEAN. Seperti meningkatkan standar professional pariwisata, meningkatkan standar produk pariwisata dan sebagainya.

Pertumbuhan pariwisata yang cukup menggembirakan dikawasan ASEAN mendorong kementerian negara anggota ASEAN untuk meningkatkan kerjasama dalam hal pariwisata. Oleh karena itu maka pada tahun 1981 dibentuklah *ASEAN Tourism Forum* (ATF) melalui ASEAN.

ATF adalah upaya regional untuk mempromosikan wilayah ASEAN sebagai tujuan wisata. Acara tahunan ini melibatkan semua sektor industri pariwisata dari 10 negara anggota ASEAN, yaitu: Brunei, Kamboja, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Filipina, Singapura, Thailand dan Vietnam. Setiap tahun, setiap negara anggota bergantian menjadi tuan rumah. ATF 2016 menandai ulang tahunnya yang ke-35 sejak pertama kali diadakan di Malaysia pada 1981.¹

ATF bertujuan untuk menjadikan ASEAN sebagai tujuan wisata tunggal yang menarik, meningkatkan kesadaran ASEAN sebagai tujuan wisata yang sangat kompetitif di Asia Pasifik, menarik lebih banyak wisatawan ke negara anggota ASEAN, mempromosikan wisata ASEAN, dan memperkuat kerjasama antarsektor industri pariwisata ASEAN. Sebagai konvensi tahunan industri pariwisata ASEAN, ATF mempromosikan pertukaran ide, mengulas perkembangan industri, merumuskan rekomendasi bersama untuk lebih mempercepat pertumbuhan pariwisata ASEAN.

Selain itu, ATF juga menyediakan tempat untuk menjual dan membeli produk pariwisata regional dan individu negara anggota ASEAN melalui TRAVEX (*Travel Exchange*) selama 3 hari, yang berlangsung rutin setiap tahunnya. Para penyedia produk pariwisata ASEAN dan para pembeli internasional dapat langsung melakukan bisnis pada acara tersebut. Acara yang berlangsung setiap tahun ini rata-rata ATF TRAVEX dihadiri oleh 1.600 delegasi yang terdiri lebih dari 450 *international buyers* and 150 media internasional.²

¹ Trinity, "ASEAN Tourism Forum 2016" diakses dari <http://naked-traveler.com/2016/01/13/asean-tourism-forum-2016/>, pada tanggal 28 Oktober 2017

² Trinity, "ASEAN Tourism Forum 2016" diakses dari <http://naked-traveler.com/2016/01/13/asean-tourism-forum-2016/>, pada tanggal

² Trinity, "ASEAN Tourism Forum 2016" diakses dari <http://naked-traveler.com/2016/01/13/asean-tourism-forum-2016/>, pada tanggal 28 Oktober 2017

ASEAN Tourism Forum adalah kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan wilayah ASEAN sebagai salah satu tujuan wisatawan. Tujuan dari ASEAN Tourism Forum (ATF) adalah sebagai berikut:

1. Mempromosikan ASEAN sebagai tujuan yang atraktif dan memiliki banyak sisi;
2. Menciptakan dan meningkatkan bahwa ASEAN sebagai kawasan tujuan touris yang kompetitif di Asisa Pasifik;
3. Menarik lebih banyak turis ke masing-masing negara anggota ASEAN atau kombinasi antar negara;
4. Mempromosikan perjalanan turis internal ASEAN
5. Memperkuat kerjasama antar sektor dalam industri turis ASEAN.³

Semua negara ASEAN memiliki potensi pariwisata yang sangat banyak, salah satunya Malaysia. Malaysia adalah negara yang terletak di Asia Tenggara, negara yang terbagi atas 13 negara bagian dan 3 wilayah federal. Malaysia dipisahkan oleh Laut China Selatan, memiliki 11 negara bagian dan dua wilayah federal (Kuala Lumpur dan Putrajaya) di Semenanjung Malaysia, serta dua negara bagian dan satu wilayah federal (Labuan) di Malaysia Timur, Borneo.⁴ Sebagai negara yang kaya akan potensi wisata memiliki perhatian khusus terhadap perkembangan dan pembangunan industri pariwisata. Banyak tempat bersejarah di Malaysia, seperti Penang, Kuala Lumpur, Melaka dan Kuching, yang merupakan bukti nyata mengenai keragaman masa lalu negeri ini.

³ “Memanfaatkan Kerjasama Pariwisata ASEAN Untuk Mendorong Indutri Pariwisata” diakses dari <https://www.kemenkeu.go.id/Kajian/memanfaatkan-kerjasama-pariwisata-asean-untuk-mendorong-industri-pariwisata>, pada tanggal 28 Oktober 2017

⁴ “Sejarah” diakses dari <http://www.malaysia.travel/id-id/id/experiences/a-bit-of-culture/history?page=1>, pada tanggal 28 Oktober 2017

Pekembangan wisata di Malaysia sangat pesat. Kampanye wisata dengan slogan Malaysia Truly Asia yang diluncurkan pada tahun 2000 mendongkrak jumlah kunjungan wisata hingga 70 persen pada tahun 2007 dengan total kunjungan wisatawan asing mencapai 17,54 juta orang. Menurut Director General of Malaysia Tourism Promotion Board, Malaysia Truly Asia bukan sekedar merk dagang. Slogan itu mencerminkan masyarakat yang hidup bersama di Malaysia dengan keberagaman budaya yang amat menarik wisatawan.⁵

B. Rumusan Masalah

Bagaimana peranan ASEAN Tourism Forum terhadap perkembangan Pariwisata di Malaysia?

C. Kerangka Teoritik

Teori Rezim Internasional

Teori rezim berkembang dari perspektif realis dalam studi hubungan internasional. Teori rezim merupakan upaya dari para peneliti dengan perspektif realis untuk menyesuaikan kondisi terkini dalam fenomena hubungan internasional. Rezim internasional di pahami sebagai bentuk institusionalisasi perilaku yang didasarkan pada norma ataupun aturan untuk mengelola konflik dan masalah-masalah yang saling ketergantungan di berbagai bidang dalam hubungan internasional.⁶ Sederhananya, rezim merupakan manifestasi dari pemahaman secara implisit ataupun eksplisit tentang peraturan (*rule of the game*) yang membantu menjaga pola-pola yang saling menguntungkan dalam kerjasama.

Menurut Stephen Krashner (1983) mendefinisikan rezim internasional adalah suatu tatanan yang berisi kumpulan prinsip, norma, aturan dan prosedur pembuatan kebijakan

⁵ Dato' Mirza Mohamad Taiyab, "Malaysia Serap 17,5 juta wisatawan" diakses dari <http://www.wisatamelayu.com/id/news/4002-Malaysia-Serap-175-Juta-Wisatawan>, pada tanggal 28 Oktober 2017

⁶ O Keohane, Robert, *After Hegemony-Cooperation and Discord in The World Political economy*, New Jersey, 2005

baik yang berupa eksplisit maupun implisit, yang mana ekspektasi aktor menyatu dalam sebuah area hubungan internasional.⁷ Prinsip menurut Krasner adalah kepercayaan terhadap *fact*, *causation*, dan *rectitude*. Kemudian peraturan merupakan sesuatu aturan yang sewaktu-waktu bisa berubah dan terakhir prosedur pembuatan keputusan merupakan prosedur berupa pembuatan keputusan yang membutuhkan pendapat pihak-pihak yang bergabung dalam sebuah rezim.⁸

Dalam menjalani interaksinya dengan negara lain, negara akan menemui dan tidak akan bisa lepas dari serangkaian peraturan yang membatasi dan mengarahkan perilaku negara karena negara hidup dalam sistem internasional yang juga dihuni oleh negara-negara lain. Ada beragam wadah dan konsep yang menyajikan peraturan, hukum, dan prosedur yang harus dilakukan oleh negara dan mempengaruhi perilakunya. Salah satu konsep atau wadah itu adalah rezim internasional.⁹

Rezim harus dipahami sebagai sebuah entitas yang lebih dari sekedar susunan temporer yang dapat berubah sesuai dengan perubahan power dan interests. Konsep yang perlu diingat adalah bahwa rezim berbeda dengan perjanjian. Perjanjian lebih bersifat lebih spesifik, sedangkan rezim ada untuk memfasilitasi perjanjian tersebut. Prinsip dan norma dari sebuah rezim akan menunjukkan karakteristik dasar dari rezim tersebut.

ASEAN Tourism Forum dapat digambarkan sebagai Rezim Internasional karena pada forum tersebut bersifat

⁷ Sonny Sudiar, *Rezim Kerjasama Sosek Malindo Kaltim-Sabah : Mengukur Derajat Compliance Partisipasi Perjanjian*, Vol. 3 No. 1, April 2014, hal 35.

⁸ Citra Henida, *Rezim dan Organisasi Internasional-Interaksi negara, kedaulatan dan institusi multilateral*, Malang 2015 hal 6

⁹ Dhini Octavia, "ASEAN Dalam Perspektif Rezim Internasional" diakses dari <https://www.scribd.com/document/216352715/ASEAN-DALAM-PERSPEKTIF-REZIM-INTERNASIONAL-docx>, pada tanggal 30 Oktober 2017

kerjasama internasional yang bertujuan untuk menguntungkan semua negara anggota ASEAN. Kerjasama internasional tersebut bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan bagi negara-negara yang bersangkutan. Adanya desakan dari kepentingan nasional yang harus dipenuhi. Seperti pariwisata dengan kerjasama internasional untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asing untuk menaikkan ekonomi internasional.

ATF (ASEAN Tourism Forum) sebagai sebuah Rezim Internasional membuat peraturan dan prosedur untuk memajukan industri pariwisata di seluruh anggota negara ASEAN. Begitupun terhadap negara Malaysia, Berikut beberapa hasil dari adanya ASEAN Tourism Forum terhadap kebijakan dan program pariwisata di Malaysia;

1. Membuat Tagline/Slogan

ASEAN Tourism Forum juga memicu negara-negara kawasan Asia untuk membuat slogan. Salah satunya Malaysia membuat slogan/tagline yakni *Malaysia Truly Asia*. Tagline tersebut digunakan sebagai marketing campaign oleh Malaysia Tourism Board. Yang mulai diperkenalkan pada tahun 1999. Marketing campaign ini telah memenangkan berbagai marketing awards dan *Malaysia Truly Asia* telah menjadi brand yang dikenal seluruh dunia.

2. Travel Exchange

ASEAN Tourism Forum juga sebagai wadah untuk negara-negara ASEAN untuk mempromosikan pariwisatanya masing-masing dalam *TravelExchange* yang merupakan salah satu program dari ATF itu sendiri. Travex inimerupakan salah satu program yang tidak kalah pentingnya dengan program lainnya dalam ATF. Karena Travex adalah salah satu program utama dari ATF yang menyediakan tempat atau wadah untuk mendorong kolaborasi atau kerjasama antara bisnis pariwisata regional dan internasional untuk dilaksanakan dan ide-ide baru untuk diciptakan. Travex diselenggarakan sebagai tempat

untuk entitas pariwisata ASEAN untuk memasarkan produk dan jasa pariwisata mereka kepada pembeli asing.

Pada agenda Travex ATF Malaysia tahun 2014 yang berlangsung selama tiga hari di Borneo Convention Center Kuching (BCKK). Pada Travex kali ini Malaysia menjadi tuan rumah untuk mempromosikan produk pariwisata yang tersebar diseluruh negara-negara ASEAN, yang mana terdapat 879 *sellers* dari 353 perusahaan dari 10 negara ASEAN dengan 462 *buyers* dari 54 negara.¹⁰

Selain adanya TRAVEX, Malaysia juga melibatkan maskapai penerbangan AirAsia dalam membantu pertumbuhan kunjungan wisman ke Malaysia, yaitu AirAsia Low Cost Carrier. AirAsia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri penerbangan yang telah menerapkan strategi penerbangan murah (low cost carrier/LCC). Strategi yang dilakukan oleh maskapai AirAsia ternyata juga berpengaruh banyak terhadap kunjungan wisman ke Malaysia. Sebenarnya strategi ini dipilih karena sesuai dengan target market yang dipilih AirAsia yaitu konsumen penerbangan yang sangat *aware* terhadap harga dan hanya membutuhkan manfaat utama dari produk layanan industri penerbangan yaitu transportasi. AirAsia dinilai sangat membantu dalam menjalankan program kerjasama regional kawasan Asia Tenggara, karena AirAsia mampu menyediakan transportasi udara yang melakukan penerbangan langsung dan cepat antar negara maupun antar daerah.¹¹

¹⁰ “Menparekraf Memimpin Delegasi Indonesia Pada ASEAN Tourism Forum (ATF) 2014 di Kuching Malaysia”, <http://www.citraku.com/wisata/wisata/2014/01/29339/menparekraf-memimpin-delegasi-indonesia-pada-ASEAN-TOURISM-FORUM-ATF-2014-di-Kuching-malaysia>, diakses pada 7 November 2017

¹¹ Lely Efrianti, “AirAsia Selaku Perusahaan Low Cost Carrier” diakses dari

https://www.academia.edu/8371197/AirAsia_selaku_Perusahaan_Lo_w_Cost_Carrier, pada tanggal 15 November 2017

3. Bebas Visa ke semua negara anggota ASEAN

Salah satu upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kondisi pariwisata regional adalah dengan meningkatkan konektivitas antar anggota dan mempromosikan pariwisata secara bersama. Upaya meningkatkan konektivitas kawasan tersebut salah satunya dilakukan ASEAN dengan menerapkan kebijakan bebas visa. Kebijakan dengan memberikan pembebasan izin visa yang diterapkan secara regional bagi sesama negara anggota ASEAN yang hendak melakukan perjalanan di kawasan Asia Tenggara.

Rencana penerapan bebas visa atau istilah lainnya ASEAN Single Visa mulai digagas dalam pertemuan ASEAN Tourism Forum (ATF) yang sudah direalisasikan secara tertulis melalui ASEAN Tourism Agreement (ATA) pada 4 November 2004.¹²

Sejak mulai diberlakukannya *Single Visa* atau *Bebas Visa* kepada seluruh negara anggota ASEAN, Malaysia pun turut memberlakukan Bebas Visa masuk bagi seluruh negara anggota ASEAN yang mana program ini dinilai mampu mendongkrak jumlah wisman yang berkunjung ke Malaysia. Selain itu disisi lain Malaysia sadar akan faktor *High Spender* atau jumlah pengeluaran wisatawan saat berkunjung ke negara lain juga menjadi pertimbangan Malaysia untuk membebasvisakan negara lain berkunjung ke Malaysia.

D. Prinsip Tata Kelola Pariwisata

Pariwisata apapun jenis dan namanya, hendaknya dapat dibangun dan dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan, menurut United Nation (2001) prinsip-prinsip tersebut adalah:

“Participation: Residents of a community must maintain control of tourism development by being involved in setting a

¹²Association of South East Asia Nation,” Plan of Action on ASEAN Cooperation in tourism” diakses dari <http://www.asean.org/communities/asean-economic-community/item/plan-of-action-on-asean-cooperation-in-tourism>, pada tanggal 15 November 2017

community tourism vision, identifying the resources to be maintained and enhanced, and developing goals and strategies for tourism development and management. Residents must participate in the implementation of strategies and the operation of the tourism infrastructure, services and facilities.”

Prinsip pertama adalah pembangunan pariwisata harus dapat dibangun dengan melibatkan masyarakat lokal , visi pembangunan pariwisata mestinya dirancang berdasarkan ide masyarakat lokal dan untuk kesejahteraan masyarakat lokal . Pengelolaan kepariwisataan yang telah dibangun mestinya juga melibatkan masyarakat lokal sehingga masyarakat lokal akan merasa memiliki rasa memiliki untuk peduli terhadap keberlanjutan pariwisata. Masyarakat lokal harusnya menjadi pelaku bukan menjadi penonton.

Prinsip kedua adalah menciptakan keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan masyarakat. Kepentingan pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah tujuan yang didasarkan atas kerelaan untuk membentuk kualitas destinasi yang diharapkan oleh wisatawan. Keseimbangan tersebut akan dapat terwujud jika semua pihak dapat bekerjasama dalam satu tujuan sebagai sebuah komunitas yang solid. Komunitas yang dimaksud adalah masyarakat lokal , pemerintah lokal , industri pariwisata, dan organisasi kemasyarakatan yang tumbuh dan berkembang pada masyarakat di mana destinasi pariwisata dikembangkan.

Prinsip ketiga adalah pembangunan harus melibatkan para pemangku kepentingan, dan melibatkan lebih banyak pihak akan mendapatkan input yang lebih baik. Pelibatan para pemangku kepentingan harus dapat menampung pendapat organisasi kemasyarakatan lokal , melibatkan kelompok masyarakat miskin, melibatkan kaum perempuan, melibatkan asosiasi pariwisata, dan kelompok lainnya dalam masyarakat yang berpotensi mempengaruhi jalannya pembangunan.

Prinsip keempat adalah, memberikan kemudahan kepada para pengusaha lokal dalam skala kecil, dan menengah. Program pendidikan yang berhubungan dengan kepariwisataan harus mengutamakan penduduk lokal dan industri yang

berkembang pada wilayah tersebut harus mampu menampung para pekerja lokal sebanyak mungkin.

Prinsip kelima adalah, pariwisata harus dikondisi untuk tujuan membangkitkan bisnis lainnya dalam masyarakat artinya pariwisata harus memberikan dampak pengganda pada sector lainnya, baik usaha baru maupun usaha yang telah berkembang saat ini.

Prinsip keenam adalah adanya kerjasama antara masyarakat lokal sebagai creator atraksi wisata dengan para operator penjual paket wisata, sehingga perlu dibangun hubungan kerjasama yang saling menguntungkan. Misalnya, berkembangnya sanggar tari, kelompok tani, dan lainnya karena mendapatkan keuntungan dari berkembangnya sector pariwisata. Sementara para operator sangat berkepentingan terhadap eksistensi dan keberlanjutan atraksi wisata pada wilayah pariwisata. Idealnya harus ada keseimbangan permintaan dan penawaran yang berujung pada kepuasan wisatawan, namun demikian dalam praktiknya akan ada perbedaan mendasar antara masyarakat lokal dan wisatawan sehubungan dengan perbedaan perbedaan sikap terhadap pembangunan itu sendiri (Lawrence, et al., 1993). Penelitian terhadap wisatawan akan dapat menjadi jalan keluar untuk mengatasi perbedaan tersebut dengan melakukan wawancara dengan para wisatawan untuk memahami mengapa mereka memutuskan untuk mengunjungi sebuah destinasi, seberapa baik harapan mereka terpenuhi dan apa yang dapat dilakukan untuk membuat mereka tetap lebih terpuaskan.

Menjaga keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan orang-orang dari semua masyarakat sangatlah penting untuk diketahui. Seperti banyak penduduk kota wisata memilih untuk tinggal di sana karena gaya hidup yang dirasakan dan faktor kemudahan, program yang dirancang untuk memfasilitasi penggunaan fasilitas, dan layanan yang dapat digunakan untuk mengurangi gesekan antara warga dan pengunjung.

Prinsip ketujuh adalah, pembangunan pariwisata harus mampu menjamin keberlanjutan, memberikan keuntungan

bagi masyarakat saat ini dan tidak merugikan generasi yang akan datang. Adanya anggapan bahwa pembangunan pariwisata berpotensi merusak lingkungan jika dihubungkan dengan peningkatan jumlah wisatawan dan degradasi daerah tujuan pariwisata adalah sesuatu yang logis (Hunter dan Green, 1995). Wujud hubungan ini adalah konsep tentang daya dukung yang menunjukkan suatu pendekatan manajemen yang memungkinkan pertumbuhan dalam batas yang dapat diterima (Johnson dan Thomas, 1996).

Prinsip kedelapan adalah pariwisata harus bertumbuh dalam prinsip optimalisasi bukan pada eksploitasi. Strategi manajemen kapasitas akan menjadi pilihan yang terbaik, walaupun saat ini masih mengalami kontroversi yang cukup tajam. Konsep ini merupakan kebutuhan yang semestinya diakui untuk membatasi dan menjadi kendali atas dimensi-dimensi pembangunan pariwisata yang dapat mengancam berkelanjutan penggunaan sumber daya yang terbatas, pada saat yang bersamaan, konsep tersebut berhadapan dengan keinginan untuk memaksimalkan peluang sebagai tujuan pertumbuhan dan mewujudkan manfaat potensial yang terkait dengan pengunjung yang semakin meningkat.

Prinsip kesembilan adalah harus ada monitoring dan evaluasi secara periodik untuk memastikan pembangunan pariwisata tetap berjalan dalam konsep pembagunan berkelanjutan. Mestinya pembagunan pariwisata dapat diletakkan pada prinsip pengelolaan dengan manajemen kapasitas, baik kapasitas wilayah, kapasitas obyek wisata tertentu, kapasitas ekonomi, kapasitas social, dan kapasitas sumberdaya yang lainnya sehingga dengan penerapan manajemen kapasitas dapat memperpanjang daur hidup pariwisata itu sendiri sehingga konsepsi konservasi dan preservasi serta komodifikasi untuk kepentingan ekonomi dapat berjalan bersama-sama dan pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat diwujudkan.

Prinsip kesepuluh adalah harus adalah keterbukaan terhadap penggunaan sumber daya seperti penggunaan air bawah tanah, penggunaan lahan, dan penggunaan sumberdaya

lainnya harus dapat dipastikan tidak disalah gunakan. Untuk hal tersebut kode etik pembangunan pariwisata berkelanjutan harus dirumuskan dan menjadi agenda yang terus menerus di revisi dan bahkan revisi yang terakhir diselenggarakan di Bali (UNWTO Etic Code, 2011). Standar yang ditetapkan memang masih terlalu umum untuk diterapkan oleh unit bisnis, sehingga masih perlu dilakukan penjabaran menjadi standar yang lebih rinci dalam bentuk buku manual (Font dan Bendell, 2002). Sebagai contohnya, di Eropa secara sukarela mengambil inisiatif untuk program pariwisata berkelanjutan dan menciptakan sebuah sistem federal untuk meningkatkan standar di antara program-program saat ini, telah digunakan pada 1000 akomodasi sebagai sebuah disertifikasi untuk konsumen dalam promosi, dan penawaran paket wisata mereka (Visitor, 2003).

Prinsip kesebelas adalah melakukan program peningkatan sumberdaya manusia dalam bentuk pendidikan, pelatihan, dan sertifikasi untuk bidang keahlian pariwisata sehingga dapat dipastikan bahwa para pekerja siap untuk bekerja sesuai dengan uraian tugas yang telah ditetapkan sesuai dengan bidangnya masing-masing sehingga program sertifikasi akan menjadi pilihan yang tepat. Sertifikasi sebagai proses untuk meningkatkan standar industri memiliki pendukung dan nilai kritik. Bagian ini sebenarnya meninjau kelayakan sertifikasi sebagai alat kebijakan untuk melakukan perbaikan secara sukarela, di bawah lima aspek: keadilan, efektivitas, efisiensi, kredibilitas, dan integrasi (Toth, 2002).

Prinsip keduabelas adalah terwujudnya tiga kualitas yakni pariwisata harus mampu mewujudkan kualitas hidup "quality of life" masyarakat lokal, pada sisi yang lainnya pariwisata harus mampu memberikan kualitas berusaha "quality of opportunity" kepada para penyedia jasa dalam industri pariwisata dan sisi berikutnya dan menjadi yang terpenting adalah terciptanya kualitas pengalaman wisatawan "quality of experience".

Konsep ini juga menempatkan manusia sebagai subyek. Manusia dengan segala hasil cipta, rasa, karsa, dan budhinya

adalah budaya. Dengan demikian kepariwisataan Indonesia adalah kepariwisataan yang berbasis masyarakat (community based tourism) dan berbasis budaya (cultural tourism). Kepariwisataan yang dibangun dengan prinsip dari masyarakat, oleh masyarakat dan untuk masyarakat.

E. Hipotesis

Dalam pembahasan diatas maka dapat diambil hipotesis bahwa organisasi ASEAN Tourism Forum (ATF) telah mendorong pertumbuhan yang signifikan terhadap industri pariwisata negara negara anggota ASEAN khususnya pada Malaysia yang telah mengalami peningkatan kunjungan wisatawan asing.

Peran ATF (ASEAN Tourism Forum) terhadap perkembangan pariwisata Malaysia melalui program;

1. Tagline

ATF telah mendorong Malaysia untuk membuat *Tagline/Slogan* yaitu *Malaysia Truly Asia*.

2. TRAVEX (Travel Exchange)

TRAVEX yang mendorong perkembangan industri pariwisata Malaysia dan mendorong kerjasama sehingga LCC (*low cost carrier*) berkembang.

3. Pembebasan Visa

Pembebasan Visa adalah salah satu upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kunjungan wisman dari negara lain.

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui peranan dan program ASEAN melalui ASEAN Tourism Forum (ATF) sebagai forum kerjasama pariwisata regional di Malaysia.

G. Metode Penelitian

1. Metode Pengumpulan Data

Skripsi ini dilengkapi dengan data-data sekunder yang dihimpun melalui informasi-informasi dan literatur-literatur relevan yang berasal dari buku-buku, media massa, media elektronik (internet), serta data lainnya yang memiliki relevansi terhadap rumusan masalah. Hasil dari himpunan data sekunder tersebut lalu menjalani proses studi dokumen sebelum dimasukkan sebagai bagian dari isi skripsi.

2. Metode Pengolahan Data

Skripsi ini akan ditulis dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Data-data yang berasal dari penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas topik yang mirip atau serupa dengan skripsi ini juga akan digunakan sebagai data sekunder yang kemudian diolah untuk membantu materi pembahasan skripsi.

3. Metode Pembuktian Hipotesis

Setelah data-data yang didapat diolah, hasilnya tersebut akan digunakan sebagai alat untuk membuktikan kebenaran atau kesalahan dari hipotesis yang telah ditulis diatas.

H. Jangkauan Penelitian

Malaysia adalah negara yang memiliki kebudayaan yang sangat beragam, dan memiliki banyak potensi pariwisata yang menarik untuk dibahas, pada kesempatan ini penulis akan memberikan jangkauan penelitian agar memudahkan penulis dalam melakukan pengumpulan data guna menyelesaikan tugas akhir.

Jangkauan penelitian pada tugas akhir ini mulai dari tahun 1999-2015, yang mana pada tahun 1999 adalah sejarah awal perjalanan Malaysia untuk membentuk Tagline/Slogan *Malaysia Truly Asia* untuk mempromosikan potensi wisata Malaysia. Dan untuk batas akhir yang akan digunakan penulis dalam pengumpulan data adalah hingga terlaksananya ATSP 2011-2015 (*ASEAN Tourism Strategic Plan*)

I. Sistematika Penulisan

Bab I merupakan pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teoritis, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II membahas mengenai fenomena dinamika pariwisata negara malaysia dan posisi geografisnya di Asia Tenggara.

Bab III membahas mengenai ASEAN Tourism Forum (ATF)

Bab IV membahas mengenai peran ASEAN Tourism Forum (ATF) dalam memajukan potensi pariwisata Malaysia.

Bab V merupakan kesimpulan atau penutup dari pembahasan bab-bab sebelumnya yang berisi ringkasan mengenai susunan penelitian dalam skripsi ini dari seluruh hal yang telah dijelaskan di bab-bab sebelumnya.