

BAB II

PERANAN ASEAN MELALUI ASEAN TOURISM

FORUM

2.1 Latar Belakang lahirnya ASEAN

2.1.1 Sejarah *Association of South East Asia Nations* (ASEAN)

Association of South East Asia Nations (ASEAN) merupakan organisasi regional Asia Tenggara dengan motto "*One Vision, One Identity, One Community*". yang didirikan pada tanggal 8 Agustus 1967 di Bangkok oleh lima Negara, yakni Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura dan Thailand melalui penandatanganan suatu deklarasi, atau yang biasa disebut dengan Deklarasi Bangkok.

Negara-negara sekawasan lainnya turut bergabung sesudahnya, yakni Brunai Darussalam (bergabung 8 Januari 1984), Vietnam yang bergabung tanggal 28 Juli 1995, Laos dan Myanmar bergabung tanggal 23 Juli 1997 dan Kamboja pada tanggal 30 April 1999, sehingga sampai saat ini jumlah negara anggota ASEAN mencapai sepuluh Negara. Logo ASEAN yang sedianya hanya mewakili lima negara anggota, masing-masing direpresentasikan dengan satu batang padi, kemudian diubah menjadi sepuluh batang padi untuk menggambarkan kesepuluh negara anggota yang berada dalam satu kawasan .¹

2.1.1. Maksud dan Tujuan *Association of South East Asia Nations*

¹ <http://www.asean.org/asean/about-asean>

Sebagaimana tercantum dalam Deklarasi ASEAN, maksud dan tujuan ASEAN adalah untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi, kemajuan sosial dan pembangunan budaya di kawasan melalui usaha bersama dalam semangat kesetaraan dan kemitraan dalam rangka memperkuat landasan bagi masyarakat yang sejahtera dan damai Bangsa Bangsa Asia Tenggara² ;

1. Untuk mempromosikan perdamaian dan stabilitas regional melalui taat menghormati keadilan dan supremasi hukum dalam hubungan antara negara-negara di kawasan dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Piagam Perserikatan Bangsa-Bangsa;
2. Untuk mempromosikan kolaborasi aktif dan saling membantu dalam hal- hal yang menjadi kepentingan bersama dalam, bidang sosial, budaya, teknis, ilmiah dan administrasi ekonomi;
3. Untuk memberikan bantuan satu sama lain dalam bentuk pelatihan dan fasilitas penelitian di pendidikan, profesional, teknis dan administratif bidang;
4. Untuk berkolaborasi secara lebih efektif untuk pemanfaatan lebih besar dari pertanian dan industri mereka, perluasan perdagangan mereka, termasuk studi tentang masalah perdagangan komoditas internasional, perbaikan transportasi dan fasilitas komunikasi dan peningkatan standar hidup masyarakat mereka;
5. Untuk mempromosikan studi Asia Tenggara; dan

² (Diakses pada 19 April 2014 melalui <http://www.asean.org/asean/about-asean>).

6. Untuk mempertahankan kerjasama yang erat dan menguntungkan dengan organisasi internasional dan regional yang ada dengan tujuan yang sama dan tujuan, dan mengeksplorasi semua jalan untuk kerja sama lebih dekat diantara mereka sendiri.

2.1.3. Prinsip Dasar *Association of South East Asia Nations*

Dalam hubungan satu sama lain para anggota ASEAN, Negara Anggota ASEAN telah mengadopsi prinsip-prinsip dasar berikut, sebagaimana tercantum dalam Perjanjian Persahabatan dan Kerjasama di Asia Tenggara (TAC) tahun 1976³:

1. Saling menghormati kemerdekaan, kedaulatan, kesetaraan, integritas wilayah, dan identitas nasional semua bangsa;
2. Hak setiap negara untuk memimpin eksistensi nasionalnya bebas dari campur tangan eksternal, subversi atau pemaksaan;
3. Non-campur tangan dalam urusan internal satu sama lain;
4. Penyelesaian perbedaan atau perselisihan dengan cara damai;
5. Mencegah ancaman atau penggunaan kekuatan; dan
6. Kerjasama yang efektif di antara mereka sendiri .

2.2. ASEAN Tourism Forum (ATF)

³ (Diakses pada 19 April 2014 melalui <http://www.asean.org/asean/about-asean>).

ASEAN Tourism Forum (ATF) merupakan *event* pariwisata tahunan terbesar di kawasan Asia Tenggara. ATF dihadiri oleh pembuat kebijakan tertinggi, praktisi dan penyuplai produk dan jasa pariwisata yang berasal dari kawasan ASEAN. ATF menyertakan dialog di antara badan pemerintah pariwisata dan organisasi sektor swasta dan juga *Travel Exchange* (TRAVEX) di antara *seller* yang berasal dari ASEAN dan juga buyer internasional dari pasar besar pariwisata. *ASEAN Tourism Forum* (ATF) adalah kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan wilayah ASEAN sebagai salah satu tujuan wisatawan .⁴.

2.2.1. Sejarah ASEAN Tourism Forum

Asia tenggara secara implisit merupakan surga tropis menawan yang terkemas “*10 in 1*”. Para turis yang mengunjungi wilayah Asia Tenggara menikmati pengalaman yang unik dikarenakan identitas negara-negara anggota ASEAN telah terbentuk oleh gabungan kebudayaan yang berusia belasan abad lamanya, ditilik dari abad ke tiga belas hingga lima belas. Kebudayaan tersebut diantaranya Buddha, Hindu, Islam dan Kristen hingga pengaruh budaya Portugis, Belanda, Inggris, Perancis hingga Amerika. ASEAN merupakan simbol “*unity in diversity*” dan hal ini merupakan bukti esensial dalam pariwisata, yang mana salah satu kunci pendorong perekonomian bagi Brunei, Cambodia, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thailand dan Vietnam. Sejak pendirian ASEAN Tourism Forum (ATF) pada tahun 1981,

ATF berperan sangat penting dalam pembangunan kepariwisataan regional.

⁴ (ASEAN, 2005:1).

ASEAN Tourism Forum merupakan sebuah langkah kerjasama regional dalam rangka mempromosikan ASEAN sebagai salah satu tujuan wisata internasional. *Event* tahunan ini melibatkan semua sektor industri pariwisata dari semua negara anggota ASEAN. Pertama kali didirikan pada tahun 1981, ATF sudah menjadi kunci dari gerakan untuk mengembangkan pariwisata di wilayah ASEAN. Selama 3dekade, pihak pemerintah dan swasta berkumpul setiap tahunnya di ATF untuk mendiskusikan, membahas, dan membuat strategi untuk terus mempromosikan ASEAN sebagai tujuan pariwisata dunia yang paling diminati.⁵

ATF pertama kali diadakan di Genting Highlands, Malaysia. ATF merupakan indikasi mula akan keinginan dari negara-negara ASEAN untuk bekerja sama bagi kebaikan bersama setiap negara anggota. Sejak saat itu, ASEAN telah bertumbuh secara signifikan dalam hal ekonomi dan telah mendapatkan pengakuan internasional untuk keberagaman budaya dan kualitas ASEAN sebagai tujuan pariwisata yang tidak terlupakan. Hal ini menghasilkan rekor jumlah turis di wilayah tersebut, bukan hanya dari negara-negara di luar ASEAN, melainkan juga dari negara-negara tetangga ASEAN. Gerakan mula-mula yang dihasilkan ATF antara lain adalah promosi *Visit ASEAN Year 1992* dan *Visit ASEAN Campaign 2002*.

Dengan seluruh 10 negara anggota ASEAN bekerja bahu membahu dengan masyarakat dan swasta, perkembangan yang signifikan terjadi dalam pertumbuhan industri pariwisata yang berkelanjutan di wilayah tersebut. Melalui peningkatan kerjasama dan kerjasama yang saling menguntungkan dalam menghadapi masalah

⁵ (<http://www.pata.org/events/asean-tourism-forum-2011>).

regional, setiap negara anggota ASEAN mendapatkan keuntungan dengan membagikan budaya yang dimiliki oleh masing – masing negara anggota ASEAN yang unik dan beragam ke seluruh dunia sebagai ciri khas ASEAN melalui pariwisata.⁶

2.2.2. Tujuan ASEAN Tourism Forum

Dibentuknya ATF sebagai forum pariwisata ASEAN tentu saja untuk mencapai tujuan tertentu, dan tujuan utama dari *ASEAN Tourism Forum* (ATF) adalah sebagai berikut :

1. Mempromosikan ASEAN sebagai tujuan yang atraktif dan memiliki banyak sisi.
2. Menciptakan dan meningkatkan kesadaran bahwa ASEAN sebagai kawasan tujuan turis yang kompetitif di Asia 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.

Tujuan khusus dari *ASEAN Tourism Forum* (ATF) adalah sebagai berikut :

1. Menyediakan konvensi tahunan industri pariwisata ASEAN yang bertujuan untuk wadah bertukar ide, tinjauan pembangunan industri dan secara bersama-sama memformulasikan rekomendasi yang spesifik untuk mempercepat pertumbuhan pariwisata ASEAN; dan

⁶ (Diakses pada pada 5 April 2014 melalui <http://www.atf-malaysia.com/index.php/atf-facts>).

2. Menyediakan wadah dalam menjual dan membeli produk pariwisata negara negara anggota ASEAN baik secara individu dan kawasan .⁷

ATF sebagai kerjasama kawasan berusaha keras untuk berfokus dalam kepentingan kolektif kawasan ASEAN. Sementara negara penyelenggara ATF mempunyai keuntungan/ hak istimewa dalam hal ekspor produk dan dampak Promosi, ATF akan memastikan bahwa negara-negara anggota ASEAN yang lain mendapat kesempatan yang sama. ATF ditangani oleh pemerintah dan sektor swasta dalam industri pariwisata. ATF memanfaatkan sumber daya baik organisasi pariwisata nasional (NTO) dan organisasi sektor swasta untuk industri pariwisata yang lebih dinamis dan menguntungkan .

Setiap ATF diselenggarakan melalui upaya bersama baik pemerintah maupun swasta, di tingkat nasional maupun tingkat regional. Semua sektor industri (agen perjalanan, operator tur, akomodasi, penerbangan dan tekan) kolektif memainkan peran aktif dan penting dalam organisasi ATF. Pelaksanaan konsultasi dan koordinasi antara negara tuan rumah dan negara-negara anggota ASEAN lainnya adalah untuk diamati .⁸

2.2.3. Official Meeting ASEAN Tourism Forum

Dalam *meeting* ATF dilaksanakan 2 *meeting* utama yaitu *ASEAN National Tourism Organizations Meeting* (ASEAN NTOs) dan *Meeting of ASEAN Tourism Ministerial* (M-ATM). Di dalam *meeting* ASEAN NTOs dihasilkan ATSP tepatnya pada ATF ke-11 di Brunnei Darussalam dan strategi ini diperbaharui

⁷ (ASEAN, 2002:2).

⁸ (ASEAN, 2002:5).

per-5 tahun atau 1 periode ATSP. Sedangkan M-ATM merupakan *meeting* para menteri pariwisata ASEAN dan didalamnya membahas mengenai persetujuan dan pelaksanaan apa yang telah dihasilkan didalam ASEAN NTOs dan juga pertemuan menteri pariwisata Negara anggota ASEAN dengan menteri pariwisata negara mitra ASEAN seperti China, Jepang, Korea Selatan, dan India atau yang disebut dengan *Meeting Of ASEAN and Other Countries Tourism Ministers*.

1. ASEAN National Tourism Organizations (ASEAN NTOs)

Coordinating Committee atau *Working Groups* merupakan pertemuan teknis setingkat pejabat eselon 2 atau pejabat eselon 3 di instansi terkait masing-masing negara anggota ASEAN. *Head of ASEAN NTOs*, pertama kali dilangsungkan di Bandung, Indonesia, pada tanggal 13 Januari 1992, bertepatan dengan KTT ASEAN ke-9. Dalam *artikel 3* dari *Ministerial Understanding on ASEAN Cooperation in Tourism*, yang ditandatangani di Filipina pada 10 Januari 1998, dijelaskan bahwa ASEAN NTOs merupakan kepanjangan tangan dari *ASEAN Tourism Ministers Meeting/M-ATM*. *Meeting of ASEAN National Tourism Organizations* harus diadakan sekurang-kurangnya 2 kali setahun. ASEAN NTOs bertugas untuk:

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 internasional di sektor pariwisata dapat diundang untuk kebutuhan tersebut .⁹

2. ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015

Di dalam *meeting* ASEAN NTOs dihasilkan ATSP tepatnya pada ATF ke-11 di Brunnei Darussalam. Periode ini ATSP yang digunakan adalah *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015*. Strategi pariwisata ASEAN mendorong kerjasama sinergis dalam pemasaran, produk maupun investasi di bidang pariwisata. Strategi ini juga mendorong peningkatan kualitas pelayanan pariwisata dan sumber daya manusianya dengan menetapkan standar sertasertifikasi yang berlaku untuk negara anggota ASEAN. Selain itu ATSP 2011-2015 memberikan penekanan kepada pentingnya upaya terus-menerus untuk meningkatkan kemudahan dalam melakukan perjalanan ke negara dan antar negara ASEAN termasuk kedepannya dengan rencana *single visa* untuk wilayah ASEAN.

ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015 memiliki tujuan umum yaitu untuk mengembangkan cetak biru, mendefinisikan kebijakan, program dan proyek dari NTOs ASEAN di bidang pemasaran, pengembangan produk, standar, pengembangan sumber daya manusia, investasi, dan komunikasi .¹⁰

⁹ <http://www.asean.org/communities/aseaneconomiccommunity/item/ministerial-understanding-on-asean-cooperation-in-tourism>).

¹⁰ (ASEAN, 2012:3).

3. ASEAN Tourism Ministers Meeting (M-ATM)

ASEAN Tourism Ministers Meeting (M-ATM) merupakan pertemuan para menteri pariwisata ASEAN. 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 .¹¹

Pertemuan M-ATM diadakan tahunan untuk mendiskusikan isu dan pembangunan kepentingan bersama dan menyiapkan arah kebijakan di dalam sektor industri. Secara khusus, M-ATM 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, bertepatan dengan pertemuan ASEAN NTOs ke-7, 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*.¹²

2.3. Meeting Of ASEAN and Other Countries Tourism Ministers

¹¹ <http://www.asean.org/news/item/the-first-meeting-of-asean-and-china-japan-and-korea-tourism-ministers-25-january-2002-yogyakarta-indonesia>).

¹² <http://www.asean.org/news/item/joint-press-statement-the-first-meeting-of-asean-tourism-ministers-cebu-philippines-10-january-1998>).

Ketiga negara tetangga ASEAN, yaitu China, Jepang dan Korea Selatan memiliki andil yang besar dalam hubungannya dengan pariwisata ASEAN. Berdasarkan data, pada tahun 2007, ketiga negara tersebut telah menyumbang lebih dari 10 juta wisatawan ke wilayah ASEAN. Sebaliknya ASEAN juga telah mengirimkan sekitar 4,8 juta wisatawan yang menuju ke ketiga negara tersebut. Di pariwisata, ASEAN +3/APT akan mengejar promosi pengembangan kualitas pariwisata dan menempa kerja sama konkret dalam budaya dan eco-tourism, pariwisata kapal pesiar, pertukaran pemuda, pengembangan tenaga kerja, pemasaran pariwisata bersama dan promosi, dan jaminan kualitas, serta langkah-langkah keamanan bagi wisatawan. Badan-badan kerjasama APT: AJC (*ASEAN Japan Centre*), AKC (*ASEAN Korea Centre*), dan ACC (*ASEAN China Centre*)¹³.

2.3.1. ASEAN +3 / APT (ASEAN, China, Japan, Republic of Korea).

Pertemuan pertama APT dilangsungkan di Yogyakarta, Indonesia, pada 25 Januari 2002 bertepatan dengan penyelenggaraan *The Royal ASEAN Tourism Forum 2002*. Mr. I Gede Ardika, Sebagai Menteri Pariwisata dan Kebudayaan Indonesia yang memimpin pertemuan tersebut.

Para menteri menyetujui bahwa kerjasama ASEAN+3 di dalam sektor pariwisata akan mencakup aspek sebagai berikut:

1. Fasilitasi perjalanan termasuk penghapusanrintangan perjalanan;
2. Promosi pariwisata di antara tempat tujuan wisata di ASEAN, Cina, Jepang dan Republik Korea Selatan;

¹³ <http://www.asean.org/news/item/joint-media-statement-of-the-first-meeting-of-asean-and-india-tourism-ministers-bangkok-22-january-2008>).

3. Memperkaya kerjasama di sektor swasta;
4. Program gabungan dalam pembangunan SDM, dan juga riset dan informasi teknologi; dan

2.3.2. Promosi investasi

Para Menteri sepakat untuk mengadakan masa depan M-ATM +3 selama tahunan ASEAN Tourism Forum (ATF) dan pertemuan di antara, jika diperlukan, akan didahului oleh pertemuan para kepala organisasi pariwisata nasional mereka (ASEAN NTOs +3) (Diakses pada 5 April 2014 melalui ¹⁴).

2.3.3. ASEAN-India

Hubungan ini dimulai sejak tahun 2006. Ketika itu, Pimpinan ATF 2006, Mr. Joseph H. Durano, *Secretary, Department of Tourism, Philippines* menerima telepon dari Mr. Rajeev Talwar, *Additional Director General, Ministry of Tourism, India*, pada 16 Januari 2006, di Davao, Philippines. Mr. Ong Keng Yong, Sekretaris Jenderal ASEAN turut hadir. India mengundang ASEAN untuk mengikuti ASEAN-India Summit ketiga dan memperkuat kerjasama ASEAN-India dengan langkah awalnya adalah kerjasama dalam bidang pariwisata. ¹⁵

Kerjasama ASEAN-India untuk mempromosikan kerjasama pariwisata, termasuk di bidang pemasaran bersama, komunikasi krisis, investasi pariwisata,

¹⁴ <http://www.asean.org/news/item/the-first-meeting-of-asean-and-china-japan-and-korea-tourism-ministers-25-january-2002-yogyakarta-indonesia>).

¹⁵ <http://www.asean.org/news/item/chairman-s-media-release-on-the-call-by-the-indian-delegation-asean-tourism-forum2006-davao-philippines-16-january-2006>).

dan kegiatan wisata yang berkualitas. Pada pertemuan ketiga, tujuan kerjasama ASEAN-India semakin jelas dan tertuang pada MOU yang ditandatangani di Manado, Indonesia, bertepatan dengan berlangsungnya ATF, yaitu pada 12 Januari 2012.¹⁶

2.3.4. *Travel Exchange (TRAVEX)*

Sebagai bagian dari ATF 98, sebuah travel mart, Travex, diselenggarakan sebagai tempat untuk entitas pariwisata ASEAN untuk memasarkan produk dan jasa pariwisata mereka kepada pembeli asing. *ATF Travex (Travel Exchange)* adalah rekreasi ASEAN acara perdagangan perjalanan tahunan terpanjang, menampilkan kontingen terbesar dari penjual ASEAN. Sebuah komponen penting dari program ATF, *ATF Travex* dirancang untuk menawarkan kesempatan bagi pemasok produk wisata ASEAN untuk memenuhi pembeli yang memenuhi syarat dari seluruh dunia melalui janji dijadwalkan. Hal ini juga merupakan forum ideal untuk pembeli dan media internasional untuk mengumpulkan informasi terbaru tentang produk dan jasa pariwisata ASEAN, menjalin kontak bisnis baru dan belajar tentang perdagangan pariwisata di wilayah ini.

Setiap tahun, *ATF Travex* menyambut lebih dari 1.450 delegasi yang mencakup 800 peserta pameran ASEAN, 400 pembeli internasional, 150 media internasional dan lokal serta 100 pengunjung perdagangan pariwisata.¹⁷

¹⁶<http://www.asean.org/news/item/joint-media-statement-of-the-third-meeting-of-asean-india-tourism-ministers-3rd-m-atmindia-manado-indonesia-12-january-2012>).

¹⁷ http://www.atflaos.com/about_travex.php).

2.4. ASEAN TOURISM FORUM 2011-2013

ASEAN Tourism Forum 2011 di Kamboja

ASEAN Tourism Forum 2011 diadakan pada 17 Januari 2011 di Phnom Penh, Kamboja. Sebagai salah satu sektor prioritas untuk persatuan ASEAN, sektor pariwisata tumbuh sebesar 11 persen pada tahun 2010 dengan total kedatangan internasional lebih dari 73 juta pengunjung. Intra-ASEAN masih menjadi sumber utama untuk pasar pariwisata pada wilayah tersebut, terhitung 47 persen dari total kedatangan turis pada tahun 2010. Sebagai penerus dari *Roadmap for Integration of Tourism Sector (RITS)*, yang selesai pada tahun 2010, *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2011-2015* disahkan oleh *ASEAN Tourism Minister* pada pertemuan ke 14 mereka. ATSP ini akan memberikan kontribusi pada tujuan keseluruhan dari *ASEAN Community* pada tahun 2015 melalui promosi pertumbuhan, integrasi, dan kompetisi dari sektor 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.¹⁸

Sebagai kegiatan pertama, *toolbox* untuk divisi pemeliharaan akan disiapkan pada tahun 2011. Untuk mempromosikan ASEAN sebagai tujuan pariwisata kelas dunia, *ASEAN Green Hotel Awards* diadakan pada tahun 2008 dan 2010 untuk menyediakan pengakuan akan hotel yang telah memenuhi *ASEAN Green Hotel Standards*. 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. *ASEAN Tourism Investment Forum* (ATIF) ke 4 telah sukses digelar pada 29-30 September 2010 di kota Ho Chi Minh, Vietnam. Forum ini dihadiri oleh 250 delegasi dari ahli pariwisata, investor, orang pemerintahan, pembeli dan operator tur, termasuk 50 perwakilan media lokal dan internasional. ATIF berikutnya akan diadakan di Indonesia pada tahun 2012. *ASEAN Tourism Promotional Chapter* (APCT) di Australia menjalankan kegiatan promosi pariwisata gabungan pada pertunjukan konsumen pariwisata di Brisbane, Melbourne, dan Sydney. Untuk memperluas usaha pemasaran gabungan di berbagai pasar utama, APCT akan didirikan pada tahun 2011 di Mumbai dan Dubai. *ASEAN Tourism Forum* (ATF) 2011 diadakan pada 15-21 Januari 2011 di Phnom Penh dengan tema: “*ASEAN, a World of Wonders and Diversity*” didatangi oleh lebih dari 442 pembeli internasional dan 380 penjual dengan 512 booth di ASEAN. ATF 2012 akan diadakan di Manado, Indonesia, pada 9-15 Januari 2012 dengan

¹⁸ Ibid.

tema “*ASEAN Tourism for a Global Community of Nations*.”¹⁹

ASEAN Tourism Forum 2012 di Indonesia

ASEAN Tourism Forum 2012 dilaksanakan pada 11 Januari 2012 di Manado, Indonesia. Dalam pertemuan ini membahas bahwa pariwisata ASEAN telah membuktikan dirinya sebagai industri yang kuat dengan bertumbuh lebih dari 10.14 persen di 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.

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*.²⁰

Pada Januari 2012, *ASEAN Tourism Minister* mengesahkan *ASEAN Tourism*

¹⁹ http://www.asean.org/images/2012/publications/Annual%20Report%202010_2011.pdf).

²⁰ Ibid.

Marketing Strategy (ATMS) 2012-2015 untuk mendukung dan membangun 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. ASEAN berkolaborasi untuk secara kolektif mempromosikan pariwisata pelayaran ASEAN pada acara pelayaran internasional di tiga koridor utama yaitu selat Malaka, selat Karimata – laut Jawa – laut Flores, dan laut Cina Selatan – semenanjung Thailand dalam kerjasama dengan badan lain dalam ASEAN serta sektor swasta. 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.²¹

²¹ <http://lib.dtc.ac.th/ebook/ASEAN/asean0042.pdf>).

ASEAN Tourism Forum 2013 di Laos

ASEAN Tourism Forum 2013 diadakan pada 20 Januari 2013 di Vientiane, Lao PDR. Pada tahun 2012, pariwisata di daerah ASEAN terus meningkat 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*.²²

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 Clean Tourist City, ASEAN Green Hotel, ASEAN Spa Service*, dan *ASEAN*

²² Ibid

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. 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 2012.²³

²³ <http://www.asean.org/images/2013/resources/publication/Annual>