# ABSTRAK

Indonesia adalah salah satu negara di regional ASEAN yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Namun melihat posisi pariwisata Indonesia, hanya menempati peringkat nomor empat di regional ASEAN dan berada di bawah nilai rata – rata ASEAN yaitu 4,2 (ASEAN Secretaries, 2015); Menurut United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO), hingga tahun 2015 Indonesia menetapkan delapan lokasi sebagai situs warisan budaya, yang merupakan salah satu keunggulan Indonesia dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya (Wahyudi, 2020), dan Indonesia sebagai salah satu negara anggota ASEAN, memiliki potensi yang sangat besar terutama Bali dengan segala keanekaragaman obyek pariwisata, keindahan wisata alam, keanekaragaman budaya serta berbagai masakan yang mengandung nilai cita rasa yang tinggi (Suryawati, 2018). Harapan utama Indonesia khususnya Bali menjadi tujuan wisata peringkat pertama bagi turis ASEAN, namun kenyataannya pariwisata Indonesia masih peringkat ke keempat di ASEAN, setelah Thailand, Singapura, Malaysia dan Vietnam.

Tujuan dari penelitian ini, adalah : a) Mengetahui keberadaan atau posisi Indonesia dalam *ASEAN Tourism Forum*; b) Mengetahui strategi pengembangan parawisata nasional, khususnya di Bali, dan c) Mengetahui efektivitas *ASEAN Tourism Forum* bagi peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali.

Hasil pembahasan berdasarkan metode penelitian deskriptif analitis dan histori analitis, didapatkan bahwa : Usulan Indonesia pada pertemuan ASEAN Tourism Minister mengesahkan ASEAN Tourism Marketing Strategy (ATMS) 2017 - 2027 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.

Kesimpulan yang dapat penulis sampaikan, adalah : ASEAN Tourism Forum adalah kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan wilayah ASEAN sebagai salah satu tujuan wisatawan, sebagai kegiatan konvensi tahunan industri pariwisata ASEAN, ATF mempromosikan pertukaran gagasan, kajian perkembangan industri dan perumusan rekomendasi spesifik untuk mempercepat pertumbuhan pariwisata ASEAN. Selain itu saat ini ada 19 maskapai penerbangan internasional langsung ke Bali. Prediksinya, okupasi hotel di tahun 2022 di Bali bisa naik di angka 40 persen, bila diberlakukan bebas visa bagi negara-negara di ASEAN yang masuk Bali.

**Kata kunci : *ASEAN Tourism Forum* dan Pariwisata Bali.**

# *ABSTRACT*

# *Indonesia is one of the countries in the ASEAN region that has enormous tourism potential. However, looking at the position of Indonesian tourism, it only ranks number four in the ASEAN region and is below the ASEAN average value of 4.2 (ASEAN Secretaries, 2015); According to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO), until 2015 Indonesia designated eight locations as cultural heritage sites, which is one of Indonesia's advantages compared to other ASEAN countries (Wahyudi, 2020), and Indonesia as one of the ASEAN member countries, has enormous potential, especially Bali with all the diversity of tourism objects, the beauty of natural tourism, cultural diversity and various cuisines that contain high taste values ​​(Suryawati, 2018). Indonesia's main hope, especially Bali, is to become the first-ranked tourist destination for ASEAN tourists, but in fact Indonesian tourism is still ranked fourth in ASEAN, after Thailand, Singapore, Malaysia and Vietnam.*

# *The aims of this research are: a) To know the existence or position of Indonesia in the ASEAN Tourism Forum; b) Knowing the national tourism development strategy, especially in Bali, and c) Knowing the effectiveness of the ASEAN Tourism Forum for increasing foreign tourist visits to Bali.*

# *The results of the discussion based on analytical descriptive research methods and analytical history, it was found that: Indonesia's proposal at the ASEAN Tourism Minister meeting to ratify the ASEAN Tourism Marketing Strategy (ATMS) 2017-2027 to support and build world recognition of ASEAN as a tourism destination. Through this strategy, each member country will develop products and attractions to create regional packages, circuits and groups. The ASEAN Tourism Market Research Group (ATMRG) was established to analyze market trends, the situation and the future of ASEAN tourism in order to make decisions that have a solid basis in strengthening the Visit ASEAN campaign activities. A number of joint promotional activities to create brand equity and promote ASEAN as a region were also carried out in ASEAN member countries.*

# *The conclusions that the author can convey are: ASEAN Tourism Forum is a regional collaboration that seeks to promote the ASEAN region as a tourist destination, as an annual convention for the ASEAN tourism industry, ATF promotes the exchange of ideas, studies on industrial developments and formulates specific recommendations to accelerate tourism growth. ASEAN. In addition, there are currently 19 direct international airlines to Bali. The prediction is that hotel occupancy in 2022 in Bali could increase to 40 percent, if visa-free for ASEAN countries entering Bali are applied.*

# *Keywords: ASEAN Tourism Forum and Bali Tourism.*

# *RINGKESAN*

# *Indonésia mangrupa salah sahiji nagara di wewengkon ASEAN anu ngabogaan poténsi pariwisata anu gedé pisan. Najan kitu, nilik kana posisi pariwisata Indonésia ngan ukur réngking nomer opat di wewengkon ASEAN sarta sahandapeun nilai rata-rata ASEAN 4,2 (Sekertaris ASEAN, 2015); Nurutkeun United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO), nepi ka taun 2015 Indonésia nunjuk dalapan lokasi minangka situs warisan budaya, anu mangrupa salah sahiji kaunggulan Indonésia dibandingkeun jeung nagara-nagara ASEAN séjénna (Wahyudi, 2020), sarta Indonésia minangka salah sahiji anggota ASEAN. Nagara-nagara, ngabogaan poténsi anu kacida gedéna, hususna Bali kalayan sagala rupa karagaman objék wisata, kaéndahan wisata alam, karagaman budaya jeung rupa-rupa masakan anu ngandung ajén rasa anu luhur (Suryawati, 2018). Harepan utama Indonésia, hususna Bali, bisa jadi tujuan wisata réngking kahiji pikeun wisatawan ASEAN, tapi nyatana pariwisata Indonésia masih rengking kaopat di ASEAN, sanggeus Thailand, Singapura, Malaysia jeung Vietnam.*

# *Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta: a) Pikeun mikanyaho ayana atawa posisi Indonésia dina Forum Pariwisata ASEAN; b) Mengetahui strategi pengembangan pariwisata nasional khususnya di Bali, dan c) Mengetahui efektivitas Forum Pariwisata ASEAN dalam meningkatkan kunjungan wisatawan asing ke Bali.*

# *Hasil diskusi dumasar kana métode panalungtikan deskriptif analitik jeung sajarah analitik, kapanggih yén: Usul Indonésia dina rapat Menteri Pariwisata ASEAN pikeun ngaratifikasi Strategi Pemasaran Pariwisata ASEAN (ATMS) 2017-2027 pikeun ngarojong jeung ngawangun pangakuan dunya ASEAN salaku tujuan wisata. Ngaliwatan strategi ieu, unggal nagara anggota bakal ngamekarkeun produk jeung atraksi pikeun nyieun bungkusan régional, sirkuit jeung grup. ASEAN Tourism Market Research Group (ATMRG) diadegkeun pikeun nganalisis tren pasar, kaayaan jeung mangsa nu bakal datang pariwisata ASEAN dina raraga nyieun kaputusan anu boga dasar padet dina nguatkeun kagiatan kampanye Visit ASEAN. Sajumlah kagiatan promosi babarengan pikeun nyiptakeun ekuitas merek sareng ngamajukeun ASEAN salaku daérah ogé dilaksanakeun di nagara-nagara anggota ASEAN.*

# *Kacindekan anu tiasa ditepikeun ku pangarang nya éta: ASEAN Tourism Forum mangrupa gawé bareng régional anu narékahan pikeun ngamajukeun wewengkon ASEAN salaku tujuan wisata, salaku konvénsi taunan pikeun industri pariwisata ASEAN, ATF ngamajukeun pertukaran gagasan, studi ngeunaan kamajuan industri jeung ngarumuskeun rekomendasi husus pikeun ngagancangkeun pertumbuhan pariwisata ASEAN. Salaku tambahan, ayeuna aya 19 maskapai internasional langsung ka Bali. Prediksina, occupancy hotél di taun 2022 di Bali bisa ngaronjat nepi ka 40 persén, lamun visa-gratis pikeun nagara ASEAN asup ka Bali dilarapkeun.*

# *Konci: Forum Pariwisata ASEAN jeung Pariwisata Bali.*