**BAB I**

**PENAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah.**

Pada era globalisasi saat ini, pariwisata menjadi salah satu industri terbesar dan terkuat dalam pembangunan perekonomian bangsa-bangsa di dunia. Sektor pariwisata merupakan sektor yang dikembangkan dan diandalkan sebagai salah satu sektor pendorong pertumbuhan ekonomi, dikarenakan sektor pariwisata berpengaruh signifikan terhadap perekonomian masyarakat.

Pariwisata merupakan salah satu sektor kehidupan yang mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa–bangsa di dunia. Kemajuan dan kesejahteraan yang makin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian dari gaya hidup manusia dan menggerakkan jutaan manusia untuk mengenal alam serta budaya ke belahan dunia lainnya. Pergerakan manusia tersebut mempengaruhi mata rantai ekonomi yang saling berkaitan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi bagi perekonomian dunia, perekonomian bangsa–bangsa, hingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal. (Rasulong, 2014)

Menurut UNWTO (*United Nations World Tourism Organization*), selama enam dekade terakhir, pariwisata merupakan industri yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang cepat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kedatangan wisatawan ke suatu negara atau kawasan (Prayini, 2013). Selain itu hasil kajian dari *World Economic Forum* (WEF) menyatakan pariwisata memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan penyedia lapangan kerja yang rata–rata mencapai 9% setiap tahunnya dan terus mengalami kenaikan yang sangat positif dari tahun ke tahun (Lesnussa, 2008). Selain itu pariwisata adalah sektor yang rentan dari krisis ekonomi dunia, seperti yang terjadi di Amerika Serikat dan Eropa pada krisis 2008-2009 yang tidak memberikan banyak dampak pada sektor pariwisata dengan penurunan hanya berkisar 2%-5% serta keinginan masyarakat untuk melakukan perjalanan masih tetap berlangsung dan mencatat kenaikan dari tahun ke tahun. (Nirmandar, 2014)

Di kawasan Asia Pasifik, UNWTO mencatat bahwa Asia Tenggara merupakan wilayah yang memiliki kunjungan wisatawan internasional terbesar di Asia (Prayini, 2013). Riset *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) menunjukkan bahwa sektor pariwisata Asia Tenggara tengah berkembang dengan sangat pesat, kedatangan wisatawan meningkat sebanyak 12% pada tahun 2019 dengan jumlah kunjungan 92,7 juta orang. Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke kawasan Asia Tenggara juga menunjukkan angka yang paling tinggi dibandingkan dengan kawasan-kawasan lainnya di dunia. (UNWTO, 2020)

Menanggapi besarnya potensi pariwisata negara–negara anggota ASEAN, pada tahun 1976 ASEAN membentuk *Bali Concord* yang merupakan kesepakatan kerja sama dengan negara anggota yang meliputi politik, keamanan, ekonomi dan pariwisata (Faustinus, 2015). Kerja sama ASEAN di bidang pariwisata ini menyusul pembentukan *Sub-Committee on Trade and Tourism* (SCOT). Kerja sama ini telah efektif dalam memulai proyek pariwisata regional di bidang fungsional promosi, pemasaran dan penulisan. (ASEAN, 2015)

Berjalannya waktu, kerjasama tersebut mengalami perkembangan. Pada tahun 1981, ASEAN membentuk suatu forum yang dinamai *ASEAN Tourism Forum* (ATF) di Genting Highland, Malaysia. Forum pariwisata ASEAN ini merupakan kunci pengembangan pariwisata di negara-negara ASEAN yang merupakan kerja sama regional untuk mempromosikan negara–negara ASEAN sebagai tujuan wisata yang terkenal dengan keramahan dan keragaman budayanya. (Rasulong, 2014)

Pada tahun 2002 komitmen kerja sama pariwisata ASEAN direalisasikan secara tertulis dengan ditandatanganinya *ASEAN Tourism Agreement* (ATA) (Tanaga, 2010). Perjanjian tersebut merupakan payung kerja sama pariwisata ASEAN antarnegara anggota ASEAN guna meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke negara anggota ASEAN dan antarnegara ASEAN, meningkatkan fasilitas kunjungan ke negara anggota ASEAN, meningkatkan daya saing pariwisata ASEAN, mengurangi kendala sektor pariwisata ASEAN dan menjadikan ASEAN sebagai tujuan wisata internasional. (ASEAN, 2013)

Forum kerja sama pariwisata ASEAN ini memiliki peran yang penting dalam pariwisata Indonesia. Peran ini dapat dilihat dari pariwisata Indonesia yang mendapat arahan dalam membangun sebuah kerja sama pariwisata serta memperkuat hubungan bilateral di antara Indonesia dengan negara–negara ASEAN lainnya, seperti Thailand dan Malaysia untuk kerja sama bebas visa yang dilakukan dalam sela kegiatan ATF. Selain itu ATF juga berperan dalam menyediakan aliran informasi dan kesempatan bernegosiasi bagi negara anggota ASEAN. (Sinta, 2014)

Indonesia merupakan negara terkaya akan keanekaragaman hayati di kawasan yang sangat sensitif, karena biota Indonesia tersebar di lebih dari 18.000 pulau. Ini harus disadari pemerintah, sehingga Indonesia dapat merumuskan suatu kebijakan dan membuat pendekatan yang berbeda di dalam pengembangan sistem pemanfaatan keanekaragaman hayatinya, terutama kebijakan dalam pengembangan pariwisata yang secara langsung memanfaatkan sumber daya alam sebagai aset. Karena Indonesia merupakan negara yang kaya akan keanekaragaman hayatinya konsep ekowisata cocok untuk mengembangkan pariwisata di Indonesia. Konsep ekowisata telah dikembangkan sejak tahun 80-an, sebagai pencarian jawaban dari upaya meminimalkan dampak negatif bagi kelestarian keanekaragaman hayati, yang diakibatkan oleh kegiatan pariwisata. Konsep ekowisata sebenarnya bermaksud untuk menyatukan dan menyeimbangkan beberapa konflik secara objektif, dengan menetapkan ketentuan dalam berwisata, melindungi sumber daya alam dan budaya, serta menghasilkan keuntungan dalam bidang ekonomi untuk masyarakat lokal. Konsep ekowisata yang terdiri dari komponen pelestarian lingkungan (alam dan budaya), peningkatan partisipasi masyarakat, dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal, telah diperkenalkan dan dikembangkan dengan sukses di banyak negara berkembang. Pengembangan ini selalu konsisten dengan dua prinsip dasar yaitu memberi keuntungan ekonomi langsung kepada masyarakat lokal serta turut andil dalam pelestarian alam. (Antariksa, 2011)

Pada era pengembangan pariwisata di Indonesia lebih diorientasikan pada peningkatan pendapatan, terutama pendapatan negara (*devisa*), pendapatan pemerintah (pajak) dan terlalu diwarnai oleh *komersialisme*. Dengan kata lain, pariwisata dipersepsikan sebagai alat untuk meningkatkan pendapatan saja, sementara faktanya sering terlihat mengabaikan upaya pelestarian lingkungan dan tidak memperhatikan masyarakat yang tinggal di sekitar daerah tujuan wisata. Sebagai suatu fenomena yang ditimbulkan oleh salah satu bentuk kegiatan yang bersifat konsumtif maka pariwisata memang memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan negara, pendapatan pemerintah baik pusat maupun daerah, pendapatan dunia usaha, bahkan pendapatan masyarakat, sehingga mempunyai nilai ekonomi dan nilai komersial yang tinggi. Disisi lain pariwisata memiliki berbagai potensi lain yang tidak bersifat ekonomi dan komersial, seperti peningkatan kualitas nilai-nilai sosial budaya, integritas dan jati diri, perluasan wawasan, persahabatan, konservasi alam dan peningkatan mutu lingkungan, dan sebagainya. Sektor swasta juga harus memberikan dorongan dalam pengembangan ekowisata. Karena produk ekowisata di tingkat dunia telah berkembang sangat pesat, sementara diversifikasi produk wisata Indonesia berjalan sangat lamban. Kementrian pariwisata juga harus bekerja sama dengan biro perjalanan swasta agar promosi serta pemanfaatan wisata alam sebagai aset produk berjalan optimal. Sementara Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dapat dilibatkan di dalam upaya mempersiapkan masyarakat penerima wisatawan. Kawasan-kawasan yang berpotensi perlu dikembangkan dengan melibatkan masyarakat sebagai bagian dari pengembangan, dan bukan sekedar menjadi objek wisata. (Yunaningsih, 2019)

Pengembangan pariwisata memerlukan perangkat kebijakan dari pemerintah pusat maupun daerah. Arah kebijakan secara nasional maupun arahan teknis pada tingkat daerah merupakan kebutuhan dasar yang sifatnya segera dipenuhi, hal ini dikarenakan lemahnya sumber daya manusia di wilayah yang mempunyai potensi wisata. Jika diera otonomi daerah ini selalu berlindung di balik peristiwa-peristiwa besar yang menyebabkan pariwisata nasional terus menurun, akan tetapi seharusnyalah daerah bisa memanfaatkan waktu kunjungan yang menurun ini untuk investasi termasuk untuk peningkatan sumber daya manusia dan persiapan diversifikasi produk yang lebih kompetitif di tingkat regional. (William, 2015)

Kementerian Pariwisata telah menetapkan target yang akan dicapai di tahun 2019 adalah target makro, yaitu kontribusi pariwisata terhadap produk domestik bruto nasional meningkat menjadi 8% di tahun 2019. Posisi tahun 2014 adalah 4%, dan kemudian devisa yang tercipta dari kunjungan wisman ditargetkan mencapai Rp. 240 triliun di tahun 2019. Posisi tahun 2014 adalah Rp. 120 triliun, serta bisa menyerap tenaga kerja mencapai 13 juta di tahun 2019. Posisi tahun 2014 adalah 11 juta tenaga kerja. Yang kedua adalah target mikro yaitu jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) meningkat menjadi 20 juta wisman di tahun 2019. Posisi tahun 2014 adalah 9 juta wisman, kemudian jumlah kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) meningkat menjadi 275 juta pergerakan. Posisi tahun 2014 adalah 250 juta pergerakan wisnus, serta peringkat 30 Daya Saing Pariwisata Dunia (TTCI) tahun 2019. Posisi tahun 2014 adalah peringkat 70. (Yunaningsih, 2019)

Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Tahun 2015 – 2019 ini disusun mengacu pada usulan Rencana Jangka Menengah yang disusun Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta Rencana Jangka Menengah Nasional, serta mengemban amanat visi dan misi Pemerintahan Joko Widodo sebagaimana tertuang dalam NAWA CITA. Sebagai industri jasa, sektor pariwisata telah memberikan kontribusi dan peran strategis dalam pembangunan perekonomian nasional. (Yunaningsih, 2019)

Data dari *Bali Tourism Statistics* yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata Daerah Bali selama lima tahun terakhir hingga akhir tahun 2020 yang lalu juga mengindikasikan adanya pergeseran yang signifikan dalam hal jumlah dan negara asal wisatawan yang berkunjung ke Bali. Perubahan-perubahan ini tidak terlepas dari dinamika yang terjadi, baik dilihat dari sisi permintaan (*demand side*) maupun dari sisi pasokan (*supply side*) produk-produk wisata dari berbagai negara atau daerah tujuan wisata. Perubahan-perubahan ini harus segera dapat diantisipasi agar tidak menimbulkan dampak yang kurang menguntungkan melalui sebuah rencana pengembangan pariwisata yang lebih komprehensif dan terpadu.

Pengembangan pariwisata Bali diarahkan melalui delapan faktor yang menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara memilih Bali sebagai daerah tujuan wisata untuk dikunjungi, yakni; (1) Harga (*price*); (2) Budaya (culture); (3) Pantai (*beach*); (4) Kenyamanan (*convenience*); (5) Relaksasi (*relaxation*), (6) Citra (*image*); (7) Keindahan alam (*natural beauty*), dan (8) Penduduk setempat (*people*). (Suradnya, 2005)

Selanjutnya penulis akan sampaikan kunjungan wistawan mancanegara ke bali dari tahun 2014 – 2020, sebagai berikut :



Berdasarkan table di atas, terlihat jumlah kunjungan wisatan dari negara-negara ASEAN lebih banyak dibandikang negara atau benua lain, hal ini tentunya karena Indonesia benar-benar memanfaatkan ASEAN Regional Forus sebagai sarana promosi wisata Bali.

Daya tarik alam termasuk pantai dengan segala bentuk atraksi yang ditawarkan serta keunikan budaya dalam arti luas dan keramahan penduduk setempat merupakan keunikan pariwisata Bali, karena itu perlu tetap dijaga kelestariannya. Perencanaan pariwisata yang efektif selanjutnya akan berdampak terhadap kenyamanan para wisatawan dalam menikmati kunjungan dan relaksasi selama mereka berwisata di Bali. Semua ini akan bermuara kepada peningkatan kualitas pariwisata Bali dan tetap terjaganya citra (*imge*) Bali sebagai salah satu daerah tujuan wisata dunia.

Berdasarkan latar belakang penulisan, penulis tertarik untuk mengambil judul : **“PENGARUH KEBERADAAN INDONESIA DALAM *ASEAN TOURISM FORUM* (ATF) TERHADAP PENGEMBANGAN PARIWISATA INDONESIA : STUDI KASUS BALI“.**

1. **Identifikasi Masalah.**

Melalui pemaparan di atas maka dapat ditarik identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keberadaan atau posisi Indonesia dalam *ASEAN Tourism Forum*?.
2. Bagaimana strategi pengembangan parawisata nasional, khususnya di Bali?.
3. Bagaimana keberadaan Indonesia dalam *ASEAN Tourism Forum* dapat mempengaruhi pengembangan pariwisata nasional guna meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali?.
   * + 1. **Pembatasan Masalah.**

Mengingat luasnya permasalahan, penulis membatasi pada program *ASEAN Tourism Forum* dan pariwisata Bali pada tahun 2015 – 2020.

* + - 1. **Perumusan Masalah.**

Untuk memudahkan penganalisaan dan penelaahan serta mendapat penjelasan yang didasarkan pada identifikasi dan pembatasan masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut : **“Bagaimanakah strategi Indonesia dalam memanfaatkan keberadaannya di *ASEAN Tourism Forum* dalam upaya pengambangan parawisata nasional khususnya menjadikan Bali sebagai tujuan utama wisatawan ASEAN?”**.

1. **Tujuan dan Kegunaan Penulisan.**
   * + 1. **Tujuan Penulisan.**

Adapun tujuan penulisan ini bagi penulis, adalah :

* 1. Mengetahui keberadaan atau posisi Indonesia dalam *ASEAN Tourism Forum*.
  2. Mengetahui strategi pengembangan parawisata nasional, khususnya di Bali.
  3. Mengetahui efektivitas *ASEAN Tourism Forum* bagi peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali.
     + 1. **Kegunaan Penulisan.**

1. Menambah kemampuan berpikir dan sebagai media untuk meningkatkan kemampuan penalaran pengetahuan dan teoritis yang diperoleh selama proses belajar di perguruan tinggi.
2. Penulisan ini dapat dipergunakan sebagai bahan bacaan yang bermanfaat bagi para peminat masalah-masalah kepariwisataan dan masalah internasional.
3. Sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang sarjana Strata Satu (S-1) pada Program Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.