

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Sejarah pariwisata bermula di Yunani kuno, di mana awalnya hanya kaum kaya yang bisa menikmati fasilitas resor mewah, seperti Delphi dan Balae, dan di Romawi, wisatawan mengunjungi tempat seperti Colosseum. Pada Zaman Penemuan, perjalanan wisata berkembang pesat dengan ekspedisi seperti Columbus pada 1492 dan James Cook yang memetakan Samudra Pasifik serta menjelajahi Australia dan Selandia Baru pada abad ke-18. Perkembangan teknologi transportasi seperti kereta api dan kapal uap di abad ke-19 semakin mendorong pariwisata, dengan pembangunan jalur kereta dan kapal uap yang memudahkan perjalanan lintas benua. Thomas Cook mendirikan biro perjalanan modern pertama pada 1845 di London, menyediakan paket perjalanan dengan kereta api dan kapal uap serta layanan wisata berpemandu, sementara di Amerika, Ward G. Foster mendirikan biro perjalanan wisata pertama pada 1882, yang kemudian berkembang menjadi Carlson Travel Group.

Ratusan juta orang menganggap pariwisata sebagai hak asasi manusia yang harus dihormati dan dilindungi karena fenomena global ini telah berkembang menjadi kebutuhan dasar mereka. Organisasi internasional seperti Organisasi Bangsa-Bangsa Bersatu, Bank Dunia, dan Organisasi Pariwisata Dunia (WTO) mengakui betapa pentingnya pariwisata untuk kehidupan ekonomi dan sosial manusia. Meskipun secara sederhana, "pariwisata" berarti perjalanan untuk

rekreasi, kata itu berasal dari bahasa Sanskerta, di mana "pari" berarti semua, "wis(man)" berarti rumah atau komunitas, dan "ata" berarti bepergian terus-menerus, yang berarti perjalanan jauh dari rumah. Pada awal tahun 60-an, Presiden Soekarno mengusulkan istilah "pariwisata" kepada Sultan Hamengku Buwono IX, Ketua Dewan Pariwisata Indonesia (DTI) saat itu.

Ada banyak perbedaan dan kesamaan dalam definisi "pariwisata". Kesamaan utama mereka adalah keinginan manusia untuk bepergian dari rumah ke tempat lain, biasanya karena rasa ingin tahu akan keindahan tempat wisata. Pandangan yang mengutamakan aspek tertentu menimbulkan perbedaan. Menurut ahli ekonomi Austria Herman V. Schulalard, pariwisata adalah kumpulan aktivitas ekonomi yang berkaitan dengan kedatangan, tinggal, dan pergerakan wisatawan di suatu tempat, dengan penekanan utama pada aspek ekonomi. Namun, definisi ini tidak mencakup aspek geografis, sosial, psikologis, atau seni budaya. Menurut definisi yang lebih teknis, Prof. Huzieker dan Prof. K. Krapf, pariwisata mencakup semua fenomena dan hubungan yang muncul dari perjalanan dan tinggal sementara orang asing, asalkan mereka tidak menetap secara permanen dan tidak mencari uang. Definisi ini secara resmi diakui oleh

Sementara itu, menurut Prof. Salah Wahab dalam bukunya *An Introduction on Tourism Theory*, definisi pariwisata harus mencerminkan tiga unsur utama: manusia, yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata; ruang, yang merujuk pada daerah atau ruang lingkup perjalanan; dan waktu, yaitu durasi perjalanan dan waktu yang dihabiskan di tempat tujuan wisata.

Secara singkat Asosiasi Bangsa-Bangsa Asia Tenggara (ASEAN) didirikan pada 8 Agustus 1967 di Bangkok, ibu kota Thailand, oleh lima negara anggota

pendiri, yaitu Malaysia, Thailand, Indonesia, Filipina, dan Singapura. Pembentukan ASEAN didasari oleh kesamaan yang dimiliki negara-negara di Asia Tenggara, seperti kesamaan geografis, budaya, pengalaman dijajah oleh negara asing (kecuali Thailand), serta kepentingan yang serupa di berbagai bidang. Asia Tenggara, yang terletak di wilayah khatulistiwa, memiliki curah hujan dan sinar matahari yang cukup, sehingga diberkahi dengan sumber daya alam yang melimpah, baik yang dapat diperbarui maupun yang tidak.

Sumber daya alam tersebut menjadi salah satu sumber mata pencaharian bagi penduduk di wilayah tersebut. Selain itu, ASEAN dibentuk karena keinginan kuat para pendiri untuk menciptakan kawasan Asia Tenggara yang damai, aman, stabil, dan makmur. Pada era 1960-an, situasi di wilayah tersebut diwarnai oleh konflik, terutama terkait perebutan pengaruh ideologi antara negara-negara besar serta perselisihan antar negara di kawasan, yang jika tidak diatasi bisa mengganggu stabilitas dan menghambat pembangunan.

ASEAN secara resmi terbentuk dengan ditandatanganinya Deklarasi Bangkok oleh lima menteri luar negeri, yaitu Narciso Ramos (Filipina), Adam Malik (Indonesia), Thanat Khoman (Thailand), Tun Abdul Razak (Malaysia), dan S. Rajaratnam (Singapura). Awalnya, ASEAN hanya terdiri dari lima negara, namun kemudian Brunei Darussalam bergabung pada 8 Januari 1984, diikuti oleh Vietnam pada 28 Juli 1995, Laos dan Myanmar pada 23 Juli 1997, serta Kamboja pada 30 April 1999. Dalam Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ASEAN di Phnom Penh pada November 2022, ASEAN secara prinsip menyetujui Timor Leste sebagai anggota ke-11, sehingga total anggota ASEAN menjadi 11 negara. Lambang ASEAN berupa seikat batang padi yang terdiri dari sepuluh batang, yang

mencerminkan solidaritas dan kesepakatan di antara negara-negara ASEAN, serta menggambarkan kerjasama untuk menciptakan kemakmuran bagi rakyat masing-masing negara anggota.

*ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016-2023* adalah kerangka kebijakan yang dirancang oleh negara-negara anggota ASEAN untuk memajukan sektor pariwisata di kawasan Asia Tenggara secara terpadu dan berkelanjutan (Sulistiawati, 2022). ATSP 2016-2023 merupakan kelanjutan dari rencana strategis sebelumnya, yang bertujuan untuk membangun kawasan ASEAN sebagai destinasi wisata yang kompetitif, terintegrasi, dan berkelanjutan di panggung global.

ATSP 2016-2023 disusun dengan mempertimbangkan tantangan dan peluang yang dihadapi sektor pariwisata di ASEAN. Salah satu tujuan utama dari rencana ini adalah meningkatkan jumlah kedatangan wisatawan internasional ke kawasan Asia Tenggara, sambil memastikan bahwa pertumbuhan pariwisata tidak merusak lingkungan dan budaya lokal. Untuk mencapai hal ini, ATSP mengedepankan empat pilar utama: peningkatan daya saing pariwisata ASEAN, pembangunan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan, pembentukan ASEAN sebagai destinasi tunggal, serta peningkatan konektivitas dan aksesibilitas di kawasan (Moenjr, 2021).

Dalam peningkatan daya saing pariwisata ASEAN, Negara-negara ASEAN telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan daya saing pariwisata mereka melalui branding bersama, pengembangan sumber daya manusia, dan peningkatan kualitas layanan. Namun, persaingan antar negara tujuan wisata masih cukup kuat, sehingga setiap negara berupaya menarik wisatawan dengan menawarkan pengalaman unik dan harga yang kompetitif. Dalam

pembangunan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan, Kesadaran akan pentingnya pariwisata berkelanjutan semakin meningkat, dengan berbagai negara ASEAN mempromosikan ekowisata, pariwisata komunitas, dan inisiatif-inisiatif yang mendorong keterlibatan masyarakat lokal. Beberapa negara juga telah membuat kebijakan yang mendukung perlindungan lingkungan dan pelestarian budaya.

Dalam pembentukan ASEAN sebagai destinasi tunggal, Usaha untuk mempromosikan ASEAN sebagai satu destinasi regional terus berlanjut, dengan strategi pemasaran bersama, paket wisata lintas negara, dan inisiatif pengembangan jaringan jalur wisata. Dalam peningkatan konektivitas aksesibilitas di kawasan, Investasi besar dalam infrastruktur transportasi, seperti bandara, jalan raya, dan jaringan kereta api, telah dilakukan untuk meningkatkan aksesibilitas ke destinasi wisata. Peningkatan konektivitas udara antar kota di ASEAN juga menjadi prioritas utama, termasuk penambahan rute penerbangan dan promosi penerbangan berbiaya rendah.

Implementasi ATSP 2016-2023 menunjukkan adanya kemajuan yang signifikan serta tantangan yang masih dihadapi di kawasan Asia Tenggara. Berdasarkan evaluasi terbaru, sekitar 76,6% dari kegiatan yang direncanakan dalam ATSP telah berhasil dilaksanakan. Kegiatan-kegiatan ini mencakup berbagai aspek, termasuk peningkatan infrastruktur pariwisata, peningkatan kualitas layanan, dan promosi ASEAN sebagai destinasi terpadu melalui upaya pemasaran strategis (ASEAN, 2024).

Salah satu fokus utama ATSP adalah pengembangan praktik pariwisata berkelanjutan, yang ditandai dengan pengenalan ASEAN Ecotourism Standard.

Standar ini bertujuan untuk menyeimbangkan pertumbuhan pariwisata dengan konservasi lingkungan. Selain itu, Kesepakatan Pengakuan Bersama tentang Profesional Pariwisata (Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals, MRA-TP) telah menjadi instrumen penting dalam membangun kapasitas profesional pariwisata di seluruh ASEAN, memastikan bahwa mereka tetap kompetitif dan siap menghadapi tuntutan industri yang terus berkembang (Klabbers, 2020).

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan pandemi COVID-19 pada Maret 2020, yang berasal dari wabah pneumonia di Wuhan, Tiongkok, pada Desember 2019 (Li et al., 2020). Hewan yang dijual di pasar diduga menjadi sumber wabah. Hingga akhir 2020, virus tersebut dengan cepat menyebar ke banyak negara. Pada Oktober 2020, COVID-19 telah menjangkau lebih dari 200 negara dengan tingkat kematian yang berbeda, dengan lebih dari 37 juta kasus positif dan 1 juta kematian di seluruh dunia (WHO, 2020).

Pandemi COVID-19 menyebar dengan cepat, membuat banyak negara kesulitan beradaptasi. WHO menyarankan isolasi dan pembatasan kerumunan untuk meningkatkan kesehatan, tetapi beberapa negara, termasuk Indonesia, merespons dengan lambat. Indonesia terlambat melakukan tes massal dan memberlakukan lockdown ketat dibandingkan dengan Vietnam dan Singapura. Kasus pertama ditemukan di Depok pada Maret 2020 dan meningkat menjadi lebih dari 1.500 dengan 139 kematian dalam satu bulan. Hingga Maret 2021, Indonesia mencatat lebih dari 1,3 juta kasus dan 40 ribu kematian, menjadikannya salah satu negara dengan jumlah kasus tertinggi di Asia Tenggara.

Pandemi ini berdampak besar tidak hanya pada kesehatan tetapi juga ekonomi dan sosial. Pembatasan sosial menghambat aktivitas ekonomi, termasuk sektor pariwisata, sehingga memicu perlambatan ekonomi dan peningkatan pengangguran. Dampaknya paling terasa pada kelompok miskin, dengan Bank Dunia memprediksi peningkatan jumlah penduduk miskin global selama pandemi. Selain itu, ATSP juga memainkan peran penting dalam mempromosikan pariwisata intra-ASEAN, yang semakin penting dalam fase pemulihan pascapandemi. Kampanye seperti Kampanye Pemulihan Pariwisata Intra-ASEAN telah diluncurkan untuk mendorong penduduk di kawasan ini untuk mengeksplorasi destinasi-destinasi ASEAN, sehingga mendukung perekonomian lokal (Beh & Lin, 2022).

Sektor pariwisata memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari perspektif makroekonomi maupun kesejahteraan sosial. Pariwisata tidak hanya berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, tetapi juga menciptakan lapangan kerja, meningkatkan devisa, dan mendukung pembangunan daerah. Sebagai negara kepulauan yang kaya akan keindahan alam, keberagaman budaya, dan warisan sejarah, Indonesia memiliki daya tarik yang luar biasa bagi wisatawan domestik dan internasional (Aminuddin, 2022).

Industri pariwisata di Indonesia terkenal akan pesona alamnya yang indah serta keunikan berbagai ragam budayanya, hal inilah yang menjadi salah satu daya Tarik bagi wisatawan mancanegara untuk datang berkunjung ke Indonesia. Sektor pariwisata juga berperan penting dalam upaya pembangunan nasional, maka dari itu pemerintah terus berupaya melakukan inovasi serta merancang strategi untuk

mengembangkan sektor pariwisata agar dapat bersaing dengan negara lain, serta menarik perhatian wisatawan mancanegara untuk datang berkunjung ke Indonesia (Adiningrum, 2021).

Karena sumber daya yang diperlukan untuk pertumbuhan ada di dalam negeri, pariwisata adalah cara terbaik untuk meningkatkan devisa Indonesia (Islamiyati, 2024). Sumber daya yang dimaksud selain sumber daya manusia (SDM) termasuk lokasi, luas, kekayaan alam, budaya, dan kuliner yang beragam. Kekayaan ini menjadi daya tarik utama bagi turis domestik dan asing (Islamiyati, 2024). Indonesia juga memiliki banyak tempat yang indah, mulai dari liburan alam hingga atraksi budaya dan sejarah yang menarik, didukung oleh keragaman suku bangsa yang tersebar dari Sabang hingga Merauke.

Dari sudut pandang ekonomi, pariwisata merupakan salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia (Yoety, 2008). Pendapatan dari pariwisata menjadi salah satu sumber devisa terbesar bagi negara, mengalahkan sektor-sektor tradisional seperti minyak dan gas. Pada tahun-tahun sebelum pandemi Covid-19, sektor pariwisata menyumbang lebih dari 4% terhadap PDB Indonesia dan menyerap jutaan tenaga kerja, baik secara langsung di industri pariwisata maupun secara tidak langsung melalui sektor-sektor pendukung seperti transportasi, akomodasi, kuliner, dan kerajinan tangan (Aryani, 2017). Selain itu, pariwisata juga memiliki multiplier effect yang kuat, dimana peningkatan jumlah wisatawan akan mendorong pertumbuhan sektor-sektor terkait, sehingga menciptakan dampak ekonomi yang lebih luas (Yakup, 2019).

Pariwisata juga memainkan peran penting dalam pembangunan daerah, terutama di daerah-daerah terpencil atau yang kurang berkembang (Abrori, 2021).

Dengan adanya destinasi wisata, daerah-daerah ini mendapatkan kesempatan untuk berkembang melalui investasi infrastruktur, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan pemberdayaan masyarakat lokal. Pariwisata berkelanjutan dapat menjadi pendorong utama dalam pengentasan kemiskinan, pelestarian lingkungan, dan pelestarian budaya, asalkan dikelola dengan baik (Boari, 2024).

Namun, pentingnya sektor pariwisata bagi perekonomian Indonesia juga mengharuskan pemerintah dan pemangku kepentingan untuk terus memperkuat kebijakan dan strategi yang mendukung keberlanjutan sektor ini. Tantangan seperti ketergantungan terhadap wisatawan asing, dampak lingkungan dari over-tourism, serta ketimpangan pembangunan antar daerah perlu menjadi perhatian serius.

Sektor pariwisata di Indonesia menjadi salah satu penyumbang devisa terbesar bagi negara, pada tahun 2018 Kemenparekraf mencatat hasil devisa dari sektor pariwisata mencapai \$19,29 miliar USD dengan total kunjungan mencapai 15,81 juta wisman, sektor pariwisata juga berkontribusi dalam mencapai 4,50% PDB pada 2018. Namun tidak hanya di sektor ekonomi, pariwisata juga pada hakekatnya mempengaruhi sektor lainnya seperti sosial, budaya dan juga lingkungan hidup (H.N, 2018; Maarif, 2019).

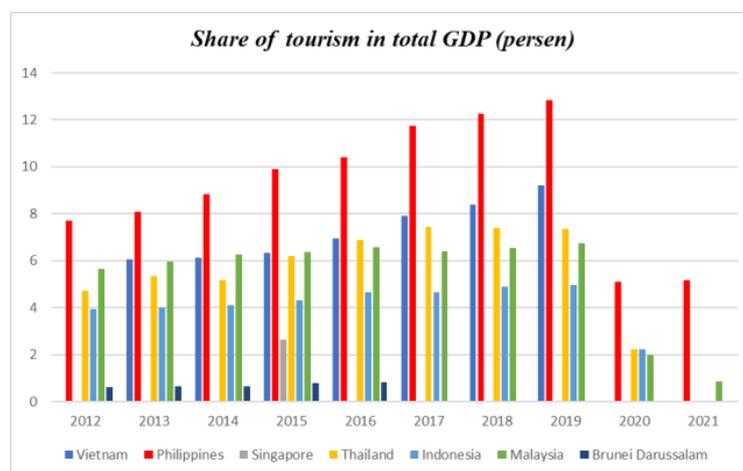
Pemerintah menargetkan devisa sebesar 20 miliar USD (Rp 2,8 triliun), peningkatan 3 miliar USD dari 17 miliar USD (Rp 2,3 triliun) pada tahun sebelumnya. Optimisme ini didorong oleh potensi besar industri pariwisata. Pada 2019, target kunjungan wisman sebanyak 20 juta, naik dari 16 juta pada tahun sebelumnya. Ini adalah peningkatan dari hanya 8,8 juta wisman pada tahun 2013. Menurut World Travel & Tourism Council (WTTC), pariwisata Indonesia mencatat pertumbuhan tertinggi ke-9 di dunia pada 2018.

Akan tetapi pada pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia masih sangat memprihatinkan. Dimana pada tahun 2007 The World Economic Forum (WEF) mengeluarkan sebuah data indeks daya saing pariwisata dunia yang menyatakan bahwa Indonesia berada pada urutan ke 60, sangat jauh tertinggal dibandingkan dengan Negara ASEAN, seperti Singapura yang menempati peringkat ke 8 dunia, Malaysia pada peringkat ke 31 dan Thailand pada peringkat ke 43 (Rahayu, 2010).

Dari uraian data diatas, terlihat bahwa dalam indeks daya saing di tingkat kawasan ASEAN, Negara Indonesia berada diposisi jauh 3 dibawah Negara singapura, Malaysia, dan Thailand. Indeks daya saing pariwisata dunia yang dirilis oleh The World Economic Forum (WEF) dinilai tidak hanya didasarkan pada keindahan objek pariwisata dan budaya yang dimiliki oleh sebuah Negara, melainkan terdapat 13 komponen penilaian yang menjadi pola dalam melihat indeks daya saing pariwisata di setiap Negara. Komponen yang dimaksud adalah peraturan, perundangan dan kebijakan yang memelihara dan mengembangkan pariwisata dan perjalanan wisatawan, keamanan destinasi, kebijakan lingkungan hidup, kebersihan, kesehatan, ketentuan travel dan tourism sebagai sebuah prioritas pembangunan, pengembangan infrastruktur perhubungan Udara, infrastruktur teknologi Informasi, infrastruktur pariwisata, daya saing harga, pandangan nasional terhadap pariwisata, serta sumber daya alam dan budaya (Kurniawan, 2015)

Pertumbuhan ekonomi suatu negara diukur menggunakan product domestic regional bruto atau PDRB. PDRB digunakan sebagai standar dalam mengukur perkembangan ekonomi dari periode hitung hingga periode sebelumnya (Maimunah, 2013). Salah satu parameter pertumbuhan ekonomi adalah pendapatan

nasional dan pendapatan perkapita yang dilihat dari sisi Gross Domestic Product (GDP) (Agustin, 2022). Berikut ini adalah kontribusi sektor pariwisata terhadap GDP negara ASEAN:



**Gambar 1. 1 Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap GDP Negara ASEAN**

**Tahun 2012-2022 (persen)**

Sumber: Choirunnisa (2024)

Dari ilustrasi yang disajikan dalam Gambar 1.1, dapat diamati bahwa kontribusi pariwisata terhadap GDP mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Terdapat titik dimana GDP mengalami penurunan yang cukup pesat. Pada tahun 2020 perekonomian ASEAN mengalami penurunan disebabkan oleh resesi ekonomi akibat pandemi global Covid-19. Namun, selama pandemi pariwisata domestik membantu menopang perekonomian negara dengan menyumbang 50% dari pengeluaran pariwisata untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia, Malaysia, Filipina dan Thailand (OECD, 2023).

Lalu, pada ASEAN Tourism Forum (ATF) 2024 yang berlangsung di Vientiane, Laos, beberapa data penting mengenai daya saing pariwisata ASEAN

disoroti. Salah satu indikator utama adalah peningkatan jumlah kedatangan wisatawan internasional di kawasan Asia Tenggara, yang menunjukkan tren pemulihan dan pertumbuhan meskipun ada tantangan global. Selain itu, peningkatan konektivitas antara negara-negara anggota ASEAN melalui infrastruktur transportasi yang lebih baik dan peningkatan kerjasama di sektor pariwisata menjadi faktor penting yang mendukung daya saing kawasan ini (ATF, 2024).

ATF (2024) juga menyoroti peningkatan kualitas produk dan layanan pariwisata di ASEAN, termasuk pengembangan destinasi baru dan peningkatan standar layanan yang sesuai dengan permintaan wisatawan global. Dalam keberlanjutan, forum ini menegaskan komitmen ASEAN untuk mempromosikan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, dengan tujuan menjaga kelestarian lingkungan dan budaya di tengah meningkatnya jumlah wisatawan.

ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata regional dengan mengedepankan integrasi dan kolaborasi antara negara-negara anggotanya (Sahban, 2018). Sebagai organisasi regional yang terdiri dari sepuluh negara di Asia Tenggara, ASEAN menyadari bahwa kawasan ini memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata global. Oleh karena itu, ASEAN telah mengambil berbagai inisiatif untuk meningkatkan kerjasama di bidang pariwisata, dengan tujuan menjadikan Asia Tenggara sebagai salah satu tujuan wisata utama di dunia.

Salah satu upaya utama ASEAN dalam mengembangkan pariwisata regional adalah melalui peningkatan integrasi antara negara-negara anggotanya (Dap, 2016). ASEAN bekerja untuk mengurangi hambatan dalam pergerakan

wisatawan lintas negara, yang diwujudkan melalui kebijakan seperti penghapusan visa bagi beberapa negara anggota dan peningkatan konektivitas transportasi (Wangke, 2020). Kebijakan ini mempermudah wisatawan untuk melakukan perjalanan antar negara di kawasan Asia Tenggara, sehingga memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi berbagai destinasi wisata yang ada di seluruh wilayah ini. Integrasi yang lebih baik ini tidak hanya meningkatkan arus wisatawan, tetapi juga mendorong pertumbuhan pariwisata yang lebih merata di seluruh kawasan.

Selain meningkatkan integrasi, ASEAN juga berfokus pada promosi bersama yang menampilkan Asia Tenggara sebagai satu kesatuan destinasi dengan keberagaman budaya dan alam yang kaya. Kampanye pemasaran kolektif ini dirancang untuk memperkuat citra kawasan secara global dan meningkatkan daya saing pariwisata di antara negara-negara anggota. Melalui promosi bersama, ASEAN mampu menarik lebih banyak wisatawan internasional dengan menawarkan pengalaman yang unik dan beragam di seluruh wilayah Asia Tenggara (Choirunnisa, 2023). Kondisi ini tidak hanya menguntungkan negara-negara dengan destinasi wisata yang sudah terkenal, tetapi juga membantu negara-negara anggota yang lebih kecil untuk mengembangkan sektor pariwisatanya.

Bagi negara berkembang seperti Indonesia, pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting bagi peningkatan perekonomian nasional, melalui penciptaan ribuan lapangan pekerjaan, mengembangkan infrastruktur suatu negara dan menanamkan rasa pertukaran budaya antara wisatawan mancanegara dan domestik. Keuntungan terbesar pariwisata adalah masuknya devisa kedalam perekonomian suatu negara, terutama bagi negara-negara berkembang. Sebagaimana yang tertulis

dalam Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (Kemenpar) bahwa sektor pariwisata memiliki posisi strategis dalam berbagai kebijakan pembangunan, khususnya bagi negara Indonesia yang memiliki aset kepariwisataan sehingga menjadikan sektor ini sebagai pilar ekonomi Negara (Rahayu dan Sulisyawati, 2021: 252).

Perekonomian nasional tidak bisa bergantung pada sektor minyak dan gas sebagai andalan penyumbang devisa negara, karena cadangan minyak dan gas pada saatnya akan habis dan mengalami krisis. Maka pariwisata dapat membantu meringankan kondisi industri yang lemah dan menghentikannya agar tidak berdampak besar pada ekonomi negara. Sektor pariwisata merupakan jaring pengaman bagi Negara-negara dan menghasilkan keuntungan ekonomi yang sangat besar, terutama bagi negara-negara berkembang (Katja, 2020).

Industri pariwisata Indonesia memiliki potensi untuk bersaing di tingkat global dari segi kekayaan alam, budaya, serta keunikan masyarakatnya. Dalam rapat terbatas pada 15 Oktober 2015 mengenai peningkatan pembangunan pariwisata, Presiden Jokowi menyampaikan bahwa peningkatan kunjungan wisatawan asing ke Indonesia harus dimanfaatkan untuk memperkuat sektor pariwisata dan menarik lebih banyak wisatawan. Menurutnya, pemerintah perlu memfokuskan upaya pembangunan dan revitalisasi pada beberapa destinasi wisata pilihan guna memperkuat pariwisata nasional. Arahan presiden untuk memprioritaskan pembangunan di 10 destinasi ini kemudian ditindaklanjuti melalui Surat Sekretariat Kabinet Nomor: B-652/Seskab/Maritim/11/2015 pada 6 November 2015. Seiring waktu, fokus pembangunan tersebut dipersempit menjadi 5 Destinasi Super Prioritas, yaitu Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, Danau

Toba, dan Likupang yang ditambahkan pada 2019. Langkah ini selaras dengan meningkatnya persaingan dalam industri pariwisata dunia. Oleh karena itu, Indonesia perlu bersiap menghadapi perkembangan industri pariwisata baik di tingkat regional ASEAN maupun global.

Pembangunan di 5 Destinasi Super Prioritas (DSP) secara umum mencakup pengembangan infrastruktur baik fisik maupun non-fisik. Pembangunan fisik lebih diarahkan pada pembangunan amenitas (*amenity*), aksesibilitas (*accessibility*), dan daya tarik wisata (*attractions*). Sedangkan pembangunan non-fisik meliputi peningkatan kualitas sumber daya manusia, penyusunan pola perjalanan untuk keperluan promosi, serta pengembangan ekonomi kreatif di setiap destinasi.

Dalam menindaklanjuti kerangka kerja ASEAN *Tourism Strategic Planning* (ATSP) 2016-2023 dan pembangunan 5 Destinasi Super Prioritas (DSP), Pemerintah Indonesia berkomitmen untuk mengembangkan sektor pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan. Sebagai bagian dari upaya ini, diterbitkanlah Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPKN) Tahun 2010-2023 (Indonesia, 2011).

Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 menjadi panduan komprehensif dalam mengelola dan mengembangkan kepariwisataan di Indonesia, sejalan dengan tujuan ATSP untuk meningkatkan daya saing, mendorong pembangunan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan, serta meningkatkan konektivitas dan aksesibilitas. RIPKN memuat strategi-strategi pengembangan destinasi, pemasaran, industri, dan kelembagaan pariwisata di Indonesia hingga tahun 2023, guna mendukung pertumbuhan pariwisata nasional yang berkelanjutan

dan berdaya saing tinggi di tingkat regional maupun global (Katja, 2020). Melalui kebijakan ini, Pemerintah Indonesia berharap dapat mengoptimalkan potensi pariwisata yang ada, meningkatkan kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional, serta memperkuat posisi Indonesia dalam kerangka kerja sama pariwisata ASEAN.

Presiden Indonesia memberikan tujuh arahan utama yang menjadi landasan percepatan pembangunan pariwisata nasional. Arahan tersebut meliputi penataan kawasan wisata agar lebih tertata dan menarik, peningkatan infrastruktur yang memadai untuk mendukung aksesibilitas, serta penyiapan Sumber Daya Manusia (SDM) berkualitas dan keterlibatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam ekosistem pariwisata. Selain itu, penanganan sampah di destinasi wisata menjadi fokus utama untuk menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan. Penyediaan bahan baku yang berkelanjutan juga ditekankan guna mendukung industri pariwisata yang ramah lingkungan. Untuk memberikan rasa aman bagi wisatawan, keamanan menjadi prioritas yang diperhatikan secara serius. Terakhir, promosi terintegrasi dilakukan secara menyeluruh untuk meningkatkan daya tarik dan citra Indonesia sebagai destinasi wisata unggulan di kawasan ASEAN dan dunia (Indonesia, 2011).

Pemerintah, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta berbagai kementerian dan lembaga terkait, akan memastikan bahwa pembangunan pariwisata di lima DSP harus menerapkan prinsip pariwisata berkualitas, berkelanjutan, serta mengutamakan pemberdayaan masyarakat lokal di setiap kawasan DSP. Pengembangan 5 Destinasi Super Prioritas (DSP) dilakukan melalui kolaborasi dan kerja sama berbagai pihak. Kerja sama antara kementerian, lembaga,

pemerintah daerah, badan otorita, hingga sektor swasta sangat penting untuk mewujudkan 5 DSP sebagai destinasi wisata bertaraf internasional. Berikut ini adalah ringkasan singkat mengenai berbagai pihak yang terlibat dalam pembangunan lima DSP di Indonesia.

Sebelum pandemi Covid-19 melanda, Indonesia mengalami peningkatan jumlah wisatawan mancanegara setiap tahun dari 2010 hingga 2019. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa pada 2019, Indonesia dikunjungi oleh 16,11 juta turis asing, meningkat pesat dibandingkan dengan 7 juta kunjungan pada 2010. Namun, kunjungan wisatawan asing masih didominasi oleh Bali. Bahkan dalam RPJMN 2020-2024, disebutkan bahwa 41 persen pariwisata Indonesia masih terpusat di Bali. Data dari BPS juga menunjukkan bahwa Bandara Internasional Ngurah Rai di Bali tetap menjadi pintu masuk utama bagi wisatawan asing setiap tahunnya. Oleh karena itu, pengembangan destinasi prioritas di luar Bali menjadi semakin krusial untuk menciptakan pemerataan dan pertumbuhan ekonomi dari sektor pariwisata di luar Pulau Dewata.

Penelitian tentang efektivitas ASEAN *Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2016-2023 di Indonesia memegang peran penting, mengingat pariwisata merupakan salah satu tulang punggung perekonomian nasional dan Indonesia berperan sebagai salah satu pilar utama dalam ASEAN. Sebagai salah satu negara yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang melimpah, Indonesia berpotensi meraih manfaat besar dari inisiatif ini. Namun, pemahaman mendalam tentang penerapan ATSP dan dampaknya melalui Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 terhadap peningkatan jumlah wisatawan serta kontribusi ekonomi perlu dikaji untuk

membantu para pembuat kebijakan dan pelaku industri dalam mengoptimalkan potensi yang ada.

Kebutuhan untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang dirumuskan dalam ATSP melalui Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 semakin terasa ketika mempertimbangkan luasnya wilayah Indonesia serta keberagaman destinasi wisatanya (Alwi, 2023). Implementasi kebijakan pariwisata yang tidak selalu seragam di seluruh nusantara membuka ruang bagi penelitian ini untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perhatian lebih. Hasil penelitian ini dapat berfungsi sebagai landasan bagi perbaikan kebijakan dan strategi di masa depan (Bagus, 2023).

ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016–2023 dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional saling berkaitan dalam membangun pariwisata Indonesia yang berdaya saing di tingkat ASEAN dan global. ATSP dirancang sebagai kerangka kerja untuk meningkatkan daya tarik pariwisata kawasan Asia Tenggara dengan tujuan menjadikannya destinasi wisata yang terintegrasi, kompetitif, dan berkelanjutan, sementara PP No. 50 Tahun 2011 berfungsi sebagai panduan nasional bagi Indonesia dalam mengembangkan sektor pariwisata secara menyeluruh hingga tahun 2023.

ATSP menetapkan empat pilar utama, yaitu peningkatan daya saing pariwisata, pembangunan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan, pembentukan ASEAN sebagai destinasi tunggal, dan peningkatan konektivitas dan aksesibilitas di kawasan. Pilar-pilar ini diadopsi dalam PP No. 50 Tahun 2011 yang memprioritaskan pengembangan destinasi unggulan di Indonesia seperti Bali,

Lombok, dan destinasi lainnya, serta upaya diversifikasi ke daerah lain guna mengurangi tekanan di destinasi wisata populer. Sejalan dengan ATSP, PP No. 50 Tahun 2011 juga menekankan pentingnya infrastruktur pendukung seperti transportasi, aksesibilitas, dan fasilitas umum yang ramah wisatawan, yang bertujuan memudahkan wisatawan menjangkau berbagai tujuan di Indonesia.

ATSP juga mendorong peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) di sektor pariwisata melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan guna mencapai standar pelayanan yang lebih tinggi di seluruh negara ASEAN. PP No. 50 Tahun 2011 mendukung hal ini dengan memberikan perhatian khusus pada pengembangan SDM di sektor pariwisata Indonesia, termasuk pelatihan keahlian di bidang hospitality dan pengelolaan destinasi, sehingga Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara ASEAN lainnya dalam memberikan layanan yang berkualitas. Dengan demikian, ATSP dan PP No. 50 Tahun 2011 menciptakan sinergi untuk meningkatkan standar SDM dan menjamin daya tarik destinasi yang unggul.

Strategi pemasaran dalam ATSP juga diterjemahkan dalam PP No. 50 Tahun 2011, di mana Indonesia berkolaborasi dengan negara-negara ASEAN dalam promosi pariwisata bersama. ATSP mengusung branding regional untuk ASEAN sebagai destinasi wisata tunggal, memungkinkan negara anggota untuk berbagi pangsa pasar wisatawan global. Melalui PP No. 50 Tahun 2011, Indonesia berpartisipasi dalam kampanye regional ini, memanfaatkan momentum untuk mempromosikan destinasi unggulan dan budaya Indonesia dalam konteks ASEAN.

Keterkaitan antara ATSP dan PP No. 50 Tahun 2011 memberikan dasar bagi Indonesia untuk memenuhi target kunjungan wisatawan internasional yang

berkelanjutan dan ramah lingkungan, sesuai dengan prinsip keberlanjutan yang digariskan dalam kedua dokumen. ATSP menggarisbawahi pentingnya pariwisata berkelanjutan dalam melestarikan lingkungan dan budaya lokal, dan PP No. 50 Tahun 2011 menetapkan pengelolaan lingkungan dan pengembangan komunitas sebagai komponen penting dalam proyek wisata di seluruh Indonesia. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip ini, PP No. 50 Tahun 2011 memungkinkan Indonesia untuk memaksimalkan manfaat ekonomi dari pariwisata sambil meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan.

Melalui ATSP dan PP No. 50 Tahun 2011, Indonesia memperkuat peranannya sebagai bagian dari jaringan pariwisata ASEAN yang berfokus pada keberlanjutan dan integrasi regional. Dengan demikian, sinergi antara kedua kebijakan ini berkontribusi pada upaya Indonesia untuk meningkatkan daya saing pariwisata nasional, memperkuat jaringan pemasaran regional, dan memastikan pertumbuhan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan di tingkat ASEAN.

Selain itu, penelitian ini memainkan peran penting dalam memastikan bahwa pertumbuhan pariwisata yang didorong oleh ATSP sejalan dengan prinsip keberlanjutan dan inklusivitas. Dampak negatif dari pengelolaan pariwisata yang kurang optimal, seperti degradasi lingkungan dan marginalisasi masyarakat lokal, menjadi pertimbangan penting dalam menilai keberhasilan ATSP. Oleh karena itu, fokus tidak hanya pada peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga pada dampak jangka panjang terhadap lingkungan dan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Kebijakan Pariwisata Indonesia Melalui Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Dalam ASEAN Tourism**

**Strategic Plan (ATSP) 2016-2023 Untuk Meningkatkan Wisatawan Asing ke Indonesia”.**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Mengacu pada latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut **“Bagaimana Implementasi Kebijakan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Dalam ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016-2023 di Indonesia Melalui 5 Destinasi Super Prioritas?”**

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi pada ruang lingkup penerapan kebijakan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP)* periode 2016-2023 di Indonesia, dengan fokus utama pada 5 Destinasi Super Prioritas dalam meningkatkan daya saing pariwisata nasional, serta dampaknya terhadap sektor pariwisata di berbagai wilayah di Indonesia.

## **1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitiannya adalah:

1. Untuk mengetahui penerapan kebijakan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP)* 2016-2023 di Indonesia

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan Kebijakan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016-2023* di Indonesia
3. Untuk mengetahui dampak kebijakan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016-2023* terhadap peningkatan wisatawan asing di Indonesia
4. Untuk mengetahui efektivitas kebijakan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 Dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016-2023* di Indonesia.

#### **1.4.2 Kegunaan Penelitian**

Berikut adalah kegunaan penelitian secara praktis dan teoritis.

##### **1. Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi para pembuat kebijakan, pelaku industri pariwisata, dan pihak terkait lainnya di Indonesia. Dengan mengevaluasi penerapan *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2016-2023*, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi yang konkret dan aplikatif untuk meningkatkan efektivitas kebijakan pariwisata nasional. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan dalam menyusun strategi yang lebih tepat dalam mengoptimalkan potensi pariwisata di berbagai daerah, serta membantu mengatasi tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan kebijakan tersebut.

## 2. Kegunaan Teoritis

Dari perspektif teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur tentang kebijakan pariwisata regional, khususnya dalam konteks ASEAN. Penelitian ini juga memperkaya kajian mengenai implementasi kebijakan lintas negara dan dampaknya terhadap sektor pariwisata di tingkat nasional. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam tentang strategi regional dalam mengembangkan pariwisata, serta interaksi antara kebijakan regional dan nasional dalam konteks ekonomi dan pembangunan pariwisata.