



Persiapan Sektor Pariwisata Indonesia

dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015

———— Editor: Agus Syarip Hidayat ————

Persiapan Sektor Pariwisata Indonesia

dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015

— Editor: Agus Syarip Hidayat —

Dilarang mereproduksi atau memperbanyak seluruh atau sebagian dari buku ini dalam bentuk atau cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

© Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang No. 28 Tahun 2014

All Rights Reserved

Persiapan Sektor Pariwisata Indonesia

dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015

— Editor: Agus Syarip Hidayat —

LIPI Press

© 2015 Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI)
Pusat Penelitian Ekonomi

Katalog dalam terbitan

Persiapan Sektor Pariwisata Indonesia dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015/
Agus Syarip Hidayat (Ed.). – Jakarta: LIPI Press, 2015.

xiv + 202 hlm.; 14,8 x 21 cm

ISBN 978-979-799-837-0

1. Pariwisata

2. Masyarakat Ekonomi ASEAN

338.479 1

Copy editor : Kamariah Tambunan
Proofreader : Sonny Heru Kusuma dan Risma Wahyu Hartiningsih
Penata Isi : Astuti Krisnawati dan Meita Safitri
Desainer sampul : Dhevi E.I.R. Mahelingga

Cetakan pertama : Desember 2015



Diterbitkan oleh:

LIPI Press, anggota of Ikapi

Jln. Gondangdia Lama 39, Menteng, Jakarta 10350

Telp: (021) 314 0228, 314 6942. Faks.: (021) 314 4591

E-mail: press@mail.lipi.go.id

Website: lipipress.lipi.go.id



LIPI Press



@lipi_press

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
PENGANTAR PENERBIT.....	xi
PRAKATA	xiii
BAB I PROLOG: PERSIAPAN SEKTOR PARIWISATA INDONESIA DALAM MENGHADAPI <i>ASEAN TOURISM INTEGRATION</i>	1
<i>Agus Syarip Hidayat</i>	
BAB II POTRET SEKTOR PARIWISATA ASEAN.....	7
<i>Zamroni Salim</i>	
BAB III RESPONS KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP LIBERALISASI SEKTOR PARIWISATA DALAM SKEMA <i>ASEAN TOURISM INTEGRATION</i>	33
<i>Agus Syarip Hidayat</i>	
BAB IV PERKEMBANGAN DAN PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR DAN INVESTASI SEKTOR PARIWISATA MENYIKAPI MEA.....	67
<i>Carunia Mulya Firdausy</i>	
BAB V PENGUATAN SUMBER DAYA MANUSIA PARIWISATA DALAM MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA).....	89
<i>Budi Kristianto</i>	

BAB VI	PENGUATAN KELEMBAGAAN PARIWISATA DALAM MENYONGSONG MEA	121
	<i>Agus Eko Nugroho</i>	
BAB VII	DAMPAK INTEGRASI PARIWISATA ASEAN TERHADAP PEREKONOMIAN NASIONAL DAN DAERAH	153
	<i>Dhani Agung Darmawan</i>	
BAB VIII	EPILOG: PERSIAPAN SEKTOR PARIWISATA INDONESIA DALAM MENGHADAPI <i>ASEAN TOURISM</i> <i>INTEGRATION</i>	185
	<i>Agus Syarip Hidayat</i>	
INDEKS	195
BIODATA PENULIS	199

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tingkat Daya Saing Faktor Pendukung Industri Pariwisata di ASEAN, 2011	15
Tabel 2.2	Rute Langsung dari Ibu Kota Negara di ASEAN.....	19
Tabel 2.3	Efektivitas Pemasaran di ASEAN	25
Tabel 2.4	Jumlah Wisatawan Indonesia yang Berkunjung ke Luar Negeri.....	29
Tabel 3.1	Daya Saing Pariwisata Indonesia dan Beberapa Negara ASEAN di Tingkat Internasional, Tahun 2009 dan 2011	48
Tabel 3.2	Peringkat Daya Saing Sektor Pariwisata Indonesia dalam Komponen Pilar Kebijakan dan Peraturan	49
Tabel 3.3	Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Menurut Negara Tempat Tinggal 2002–2010	52
Lampiran I	Kebijakan dan Peraturan dalam Dimensi Industri Kepariwisataan yang Dikeluarkan oleh Kemenparekraf ...	64
Lampiran II	Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Bidang Pariwisata	65
Tabel 5.1	Tingkat Pengangguran Terbuka Penduduk Usia 15 Tahun ke Atas Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan, 2010–2012 (Persen)	96
Tabel 5.2	Kontribusi Langsung dan Total Sektor Pariwisata terhadap Penyediaan Lapangan Kerja di Dunia.....	98
Tabel 5.3	Tingkat Pendaftaran Pendidikan Dasar.....	100
Tabel 5.4	Tingkat Pendaftaran Pendidikan Menengah.....	100

Tabel 5.5	Kualitas Sistem Pendidikan	101
Tabel 5.6	Ketersediaan Layanan Penelitian dan Pelatihan.....	102
Tabel 5.7	Tingkat Pelatihan dan Pengembangan Tenaga Kerja.....	102
Tabel 5.8	Pengaruh Regulasi terhadap Praktik Perekrutan dan Pemecatan Tenaga Kerja.....	103
Tabel 5.9	Pengaruh Regulasi terhadap Kemudahan Perekrutan Tenaga Kerja Asing.....	105
Tabel 5.10	Persentase Orang Dewasa (Berusia 15–49 Tahun) Terjangkit Penyakit HIV/AIDS	105
Tabel 5.11	Tingkat Keparahan Dampak Penyakit HIV/AIDS terhadap Perusahaan dalam Lima Tahun ke Depan.....	106
Tabel 5.12	Usia Harapan Hidup.....	106
Tabel 6.1	Kunjungan Wisatawan Antar-ASEAN dan dari Luar ASEAN 2007–2010	128
Tabel 6.2	Perkembangan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara 2001–2011	130
Tabel 6.3	Daya Saing Pariwisata Indonesia dalam Konteks ASEAN Tahun 2009.....	131
Tabel 6.4	Pengeluaran Pemerintah untuk Promosi dan Pembinaan Pariwisata (Rp Miliar)	135
Tabel 7.1	Klasifikasi I-O Nasional 19 Sektor.....	165
Tabel 7.2	Kontribusi Sektor Pariwisata (%) terhadap Perekonomian Nasional.....	169
Tabel 7.3	Distribusi <i>Output</i> , Permintaan Akhir, dan Nilai Tambah Bruto Sektor Pariwisata dalam Tabel I-O Tahun 2000, 2005, 2010.....	171
Lampiran 1	Agregasi Sektor-sektor dalam Analisis <i>Input-Output</i> 19 Sektor.....	182
Lampiran 2	Distribusi Struktur <i>Output</i> , Permintaan Akhir, dan Nilai Tambah Bruto Tabel I-O tahun 2000, 2005, dan 2010 (dalam persen).....	183
Lampiran 3	Dampak Pengganda <i>Output</i> Sektor Jasa Pariwisata Tabel I-O Tahun 2010.....	184

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke ASEAN, 1991–2011 (Juta Orang).....	10
Gambar 2.2 Negara Asal Wisatawan dan Jumlah Wisatawan ke ASEAN, 2011 (Juta).....	11
Gambar 2.3 Jumlah Penerimaan Sektor Pariwisata di ASEAN, 2005–2010 (Juta Dolar)	13
Gambar 2.4 Skema MRA untuk Tenaga Profesional Pariwisata di ASEAN.	21
Gambar 2.5 Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing ke Indonesia dan Negara ASEAN Lainnya.....	28
Gambar 3.1 Visi dan Arah Strategi Pengembangan Pariwisata ASEAN	38
Gambar 4.1 Pengaruh Infrastruktur terhadap Real GDP di Beberapa Negara pada Tahun 2007.....	78
Gambar 5.1 Distribusi PDB Industri Kepariwisataaan 2001–2010.....	92
Gambar 5.2 Kondisi Industri Kepariwisataaan Perhotelan.....	93
Gambar 5.3 Kondisi Industri Kepariwisataaan Restoran dan Jasa Perjalanan Wisata	94
Gambar 5.4 Jumlah Angkatan Kerja, Penduduk yang Bekerja dan Penganggur, 2010–2012 (Juta Jiwa).....	95
Gambar 5.5 Indonesia: Kontribusi Langsung Sektor Pariwisata terhadap Penyediaan Lapangan Kerja.....	97

Gambar 5.6 Indonesia: Kontribusi Total Sektor Pariwisata terhadap Penyediaan Lapangan Kerja.....	97
Gambar 5.7 Skema <i>Outline</i> Mutual Recognition Arrangement (MRA) pada Mekanisme Kepariwisataan Profesional.....	109
Gambar 6.1 Proporsi Perdagangan antar-ASEAN terhadap Total Perdagangan ASEAN 2000–2010 (%)	126
Gambar 6.2 Proporsi FDI Antar-ASEAN dan dari Negara Lain terhadap Total FDI di ASEAN, 2004–2010 (%)	126
Gambar 6.3 Kunjungan Wisatawan ke ASEAN Tahun 2005–2010 (juta Jiwa).....	127
Gambar 6.4 Kelembagaan dalam Pengembangan Pariwisata.....	135
Gambar 6.5 Pengeluaran Investasi Pariwisata Bersifat Langsung dan Tidak Langsung, 2010 (Rp Triliun).....	137
Gambar 6.6 Kontradiksi Antara Kekuatan Lembaga yang Menyebabkan Konflik	143
Gambar 7.1 Kerangka Pemikiran Dampak Integrasi Pariwisata ASEAN terhadap Perekonomian Nasional dan Daerah ...	164

PENGANTAR PENERBIT

Sebagai penerbit ilmiah, LIPI Press mempunyai tanggung jawab untuk menyediakan terbitan ilmiah yang berkualitas. Penyediaan terbitan ilmiah yang berkualitas adalah salah satu perwujudan tugas LIPI Press untuk ikut serta dalam mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana yang diamanatkan dalam Pembukaan UUD 1945.

Bunga rampai *Persiapan Sektor Pariwisata Indonesia dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015* ini mengkaji langkah-langkah yang dilakukan Pemerintah Indonesia guna menghadapi sektor pariwisata yang terintegrasi dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Selain itu, beberapa permasalahan terkait kondisi kepariwisataan Indonesia, kebijakan pengembangan pariwisata di ASEAN serta potensi pariwisata di Indonesia khususnya dan ASEAN pada umumnya juga dibahas di dalam bunga rampai ini.

Semoga buku ini bisa menjadi referensi yang bermanfaat, baik bagi masyarakat, pemerintah, maupun pihak-pihak yang terkait dalam

memberikan kontribusi bagi pengembangan sektor pariwisata di Indonesia.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penerbitan buku ini.

LIPI Press

PRAKATA

Sebagaimana tercantum dalam *blue print* Masyarakat Ekonomi ASEAN bahwa sektor pariwisata menjadi salah satu dari 12 sektor yang diprioritaskan untuk diliberalisasi pada akhir 2015. Hal ini, di satu sisi, merupakan peluang besar yang berpotensi meningkatkan kunjungan wisatawan ASEAN ke Indonesia. Namun, di sisi lain, pelaku usaha pariwisata domestik akan dihadapkan pada persaingan yang lebih ketat dengan sesama anggota ASEAN. Menghadapi situasi ini, peran pemerintah menjadi sangat penting, khususnya dalam menciptakan iklim usaha yang kondusif dan memberikan dukungan kebijakan yang memadai bagi perkembangan sektor pariwisata.

Buku ini diterbitkan dengan tujuan memberikan gambaran mengenai kesiapan sektor pariwisata Indonesia dalam menghadapi integrasi ekonomi kawasan dalam skema MEA. Analisis dalam buku ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam permasalahan pokok yang terkait dengan kondisi kepariwisataan Indonesia dibanding negara-negara ASEAN lainnya, respons kebijakan pemerintah pusat dan pemerintah daerah, kondisi infrastruktur, sumber daya manusia

(SDM) dan kelembagaan serta potensi manfaat liberalisasi sektor pariwisata ASEAN terhadap perekonomian Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penelitian dan penerbitan buku ini. Kami telah berusaha menuangkan hasil penelitian ke dalam buku ini secermat dan seobjektif mungkin untuk menghindari kesalahan, baik substansial maupun redaksional. Meskipun demikian, dengan tangan terbuka, kami menerima segala masukan dan kritik dari para pembaca yang budiman. Semoga buku ini bermanfaat untuk pembaca, khususnya pihak-pihak yang terkait dalam memberikan kontribusi pada upaya pembenahan dan peningkatan daya saing pariwisata nasional dalam menghadapi MEA.

Jakarta, 12 Juli 2015

Editor

BAB I
PROLOG:

PERSIAPAN SEKTOR PARIWISATA
INDONESIA DALAM MENGHADAPI
ASEAN TOURISM INTEGRATION

 Agus Syarip Hidayat

ASEAN telah meletakkan pijakan sejarah baru dalam pengembangan pola kerja sama ekonomi antaranggotanya dengan mendeklarasikan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dalam ASEAN Summit ke-13 yang berlangsung di Singapura pada November 2007. Berdasarkan cetak biru MEA, karakteristik kunci dari pembentukan MEA adalah transformasi ASEAN ke dalam sebuah pasar tunggal sekaligus menjadi tempat basis produksi (*a single market and production base*), kawasan yang mempunyai keunggulan kompetitif tinggi (*a highly competitive economic region*), kawasan yang memiliki kesetaraan dalam pembangunan ekonomi (*a region of equitable economic development*), dan kawasan yang sepenuhnya terintegrasi ke dalam ekonomi global (*a region fully integrated into the global economy*). Semua ini diharapkan akan mampu diimplementasikan pada tahun 2015 (cetak biru MEA, 2007).

Dari keempat target MEA itu, pembentukan pasar tunggal dan basis produksi ASEAN adalah isu utama yang mempunyai dampak signifikan terhadap perekonomian negara-negara ASEAN secara langsung. Lima komponen utama dalam proses pembentukan pasar

tunggal ASEAN ini meliputi: (1) aliran bebas barang-barang (*free flow of goods*); (2) aliran bebas jasa-jasa (*free flow of services*); (3) aliran bebas investasi (*free flow of investment*); (4) aliran bebas modal (*free flow of capital*); dan (5) aliran bebas untuk tenaga kerja terampil (*free flow of skilled labors*).

Pengaruh dari pembentukan pasar tunggal dan basis produksi ASEAN terhadap perekonomian Indonesia secara garis besar bisa terjadi melalui mekanisme transmisi berikut ini: tahap pertama, efek pembentukan pasar tunggal dan basis produksi ASEAN terhadap Indonesia akan terjadi melalui serangkaian perubahan regulasi dalam bidang perdagangan (kegiatan ekspor-impor) yang kemudian diikuti dengan perubahan regulasi kegiatan investasi di sektor primer, sekunder, dan tersier, lalu proses produksi dan selanjutnya migrasi tenaga kerja terdidik; tahap kedua, efek implementasi pasar tunggal dan basis produksi ASEAN akan mulai masuk ke dalam aktivitas perdagangan, investasi, industri, dan migrasi tenaga kerja; tahap ketiga, perubahan-perubahan dalam regulasi dan aktivitas perdagangan, investasi, industri, dan migrasi tenaga kerja akan berpengaruh pada regulasi dan aktivitas perekonomian lainnya yang mempunyai keterkaitan erat dengan kegiatan perdagangan, investasi, industri, dan migrasi tenaga kerja, seperti aktivitas di sektor keuangan, sektor pendidikan, dan sektor pariwisata.

Dinamika pariwisata ASEAN berjalan begitu cepat mengikuti irama pasar dan perkembangan global. Menurut cetak biru MEA, sektor pariwisata menjadi salah satu dari 12 sektor yang diprioritaskan untuk diliberalisasi pada tahun 2010. Liberalisasi sektor pariwisata ini ditargetkan bersamaan dengan tiga sektor jasa lainnya, yaitu sektor transportasi udara, *e*-ASEAN, dan perawatan kesehatan. Liberalisasi sektor jasa pariwisata meliputi *hotel and restaurant (central product classification (CPC) code 641-643)*, *travel agencies and tour operators services (CPC code 7471)*, *tourist guides services (CPC code 7472)*,

and other. Pesatnya pertumbuhan pariwisata dalam beberapa tahun terakhir telah menarik kepentingan calon investor untuk terlibat dalam industri ini. Salah satu langkah pelaksanaan *roadmap* bagi integrasi sektor pariwisata adalah insentif untuk pengembangan infrastruktur pariwisata. Tujuan insentif ini adalah untuk mendorong pengembangan infrastruktur pariwisata sehingga mendorong investasi swasta di negara-negara ASEAN baik yang berasal dari dalam maupun luar kawasan ASEAN.

Menghadapi liberalisasi sektor pariwisata ASEAN ini, respons yang cepat dari pemerintah, baik dalam bentuk regulasi, kebijakan, program, maupun aksi nyata, sangat penting dalam upaya menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan sektor pariwisata dan sektor lain yang terkait. Dalam konteks pengembangan sektor pariwisata di dalam negeri, respons cepat pemerintah sangat dibutuhkan untuk pengembangan empat dimensi pembangunan kepariwisataan sebagaimana tertuang dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yaitu dimensi industri, destinasi, pemasaran, dan kelembagaan.

Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk memajukan sektor kepariwisataan domestik agar memiliki daya saing, baik di tingkat regional (ASEAN) maupun di tingkat internasional. Namun, kinerja sektor pariwisata Indonesia masih belum optimal. Dalam kancah global tampaknya posisi pariwisata Indonesia masih jauh dari gambaran sektor pariwisata yang berdaya saing tinggi. Menurut laporan *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) 2011, saat ini sektor pariwisata Indonesia di tingkat internasional hanya berada di posisi ke-74 dari 139 negara. Hal yang cukup memprihatinkan adalah di tingkat ASEAN ternyata posisi Indonesia berada di bawah Singapura (10), Malaysia (35), Thailand (41), dan Brunei Darussalam (67).

Buku yang dikemas dalam bentuk bunga rampai ini ditujukan untuk bisa menjawab beberapa permasalahan pokok yang terkait dengan kondisi kepariwisataan Indonesia saat ini dibanding negara ASEAN lainnya; respons kebijakan pemerintah pusat dan pemerintah daerah terhadap liberalisasi sektor pariwisata dalam skema ASEAN *Tourism Integration*; kondisi infrastruktur, sumber daya manusia (SDM), kelembagaan dan pemasaran pariwisata Indonesia dalam konteks ASEAN *Tourism Integration*, dan strategi penguatan aspek-aspek tersebut; potensi manfaat liberalisasi sektor pariwisata ASEAN terhadap perekonomian Indonesia. Ringkasan setiap bab dalam buku ini disajikan sebagai berikut.

Dalam Bab II diuraikan tentang gambaran umum potret pariwisata ASEAN. Zamroni, selaku penulis, mengulas beberapa aspek yang terkait dengan kebijakan pengembangan pariwisata di ASEAN, potensi dan daya saing pariwisata ASEAN, potret infrastruktur dan investasi, potret SDM dan kelembagaan serta potret pemasaran pariwisata.

Selanjutnya pada Bab III, Agus Syarip Hidayat masuk pada sebuah analisis yang mengulas tentang respons pemerintah *terhadap liberalisasi sektor pariwisata dalam skema ASEAN Tourism Integration*. Fokus pembahasan pada bab ini akan ditekankan pada tiga aspek berikut ini, yaitu pertama, regulasi dan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah untuk menjawab dinamika pariwisata ASEAN dalam konteks MEA. Kedua, integrasi kebijakan sektor pariwisata dengan kebijakan di sektor lainnya untuk membangun keterkaitan antarsektor. Ketiga, efek dari respons kebijakan terhadap dinamika daya saing pariwisata Indonesia.

Analisis pada Bab IV–VII akan fokus pada aspek yang lebih spesifik, yaitu menyangkut infrastruktur, SDM, kelembagaan, dan pemasaran wisata. Carunia M. Firdausy memberikan pembahasan tentang aspek infrastruktur dan investasi di sektor pariwisata nasional

menyikapi MEA yang diulas pada Bab IV. Poin utama yang dibahas dalam bagian ini meliputi kondisi infrastruktur yang terkait sektor pariwisata dan rencana pengembangannya dalam beberapa tahun ke depan. Penulis juga memberikan uraian tentang investasi dan potensi investasi di sektor pariwisata. Lebih lanjut, mencermati pembangunan infrastruktur sektor pariwisata yang relatif lambat, penulis mencoba masuk pada ulasan tentang kendala, peluang, dan isu-isu serta tantangan dalam pembangunan infrastruktur sektor pariwisata.

Potret SDM pariwisata nasional dan kesiapannya memasuki arena liberalisasi pariwisata ASEAN diulas oleh Budi Kristianto pada Bab V. Pembahasan secara khusus ditujukan untuk mengulas kontribusi pariwisata nasional dalam penyerapan tenaga kerja, struktur tenaga kerja pariwisata nasional, dan tingkat daya saing tenaga kerja di sektor pariwisata. Lebih jauh, penulis juga menganalisis berbagai kendala dan tantangan SDM pariwisata Indonesia dalam kaitannya dengan pemberlakuan *Mutual Recognition Arrangement* (MRA) dan pengembangan standar kompetensi kerja tenaga kerja pariwisata dalam skema *ASEAN Tourism Integration*.

Analisis Bab V di atas menjadi lebih lengkap ketika pada Bab VI Agus Eko Nugroho mengulas tentang aspek kelembagaan pariwisata. Penulis menekankan pentingnya pengembangan kelembagaan sektor pariwisata dengan melibatkan tiga elemen utama, yaitu pemerintah, dunia usaha, dan individu/komunitas. Di sini, penulis memperkuat pembahasan bab sebelumnya bahwa penguatan kelembagaan pariwisata perlu dibarengi dengan penguatan SDM pariwisata di berbagai lapisan. Ulasan kelembagaan ini kemudian dipertajam dengan memasukkan pengaruh rezim global terhadap dinamika pengembangan sektor pariwisata.

Bagian akhir buku ini membahas potensi dampak integrasi sektor pariwisata ASEAN terhadap perekonomian nasional. Dhani Agung Darmawan, selaku penulis bagian ini memfokuskan analisis pada

penghitungan dan mekanisme transmisi potensi dampak integrasi sektor pariwisata ASEAN terhadap sektor-sektor ekonomi. Analisis sektoral ini juga mencakup dampaknya terhadap *output*, serapan tenaga kerja, dan investasi sektoral. Berangkat dari analisis sektoral ini, kemudian penulis menariknya ke dalam perhitungan yang lebih makro dengan memperkirakan dampak integrasi sektor pariwisata ASEAN terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN Secretariat. (2007). ASEAN *economic community blue print*.
Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisata*.
World Economic Forum (WEF). (2012). *Travel and tourism competitiveness index (TTCI) 2012. Fostering prosperity and regional integration through travel and tourism*. Geneva.

BAB II

POTRET SEKTOR PARIWISATA ASEAN

 Zamroni Salim

Pariwisata merupakan sektor yang strategis untuk dikembangkan di ASEAN. Sektor ini, secara umum, lebih mengandalkan potensi alam dan budaya negara-negara ASEAN. Objek wisata memang tidak hanya didukung oleh faktor sumber daya alam dan budaya, tetapi lebih dari itu, interaksi dan keterkaitan serta konektivitas ASEAN memegang peranan penting untuk tumbuh dan kembangnya sektor pariwisata di wilayah ASEAN.

Pariwisata merupakan salah satu sektor prioritas yang diintegrasikan dalam kerangka Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) tahun 2015. Sektor pariwisata merupakan sektor unggulan untuk dikembangkan di ASEAN karena adanya dukungan sumber daya alam, keanekaragaman budaya, dan kekhasan lain yang dimiliki oleh ASEAN. Sektor ini menjadi salah satu penggerak utama perekonomian ASEAN dengan semakin meningkatnya kunjungan wisatawan ke wilayah ASEAN, baik yang berasal dari luar ASEAN maupun negara ASEAN sendiri. Penciptaan ASEAN sebagai *brand* dalam dunia pariwisata menjadi tantangan tersendiri bagi negara ASEAN untuk secara bersama menciptakan *brand-image* ASEAN yang mengglobal.

Dengan kerja sama yang baik dan terarah (seperti yang dituangkan dalam ASEAN *Tourism Strategic Plan/ATSP*), diharapkan integrasi sektor pariwisata di ASEAN bisa diwujudkan dengan baik dan memberikan manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lainnya bagi negara anggota. Bagaimana sebenarnya tingkat kemampuan daya saing ASEAN sebagai satu entitas dan sebagai individu (masing-masing negara) dalam persaingan industri pariwisata secara global?

Tulisan ini mengkaji potensi, tingkat kemampuan daya saing, dan kebijakan pariwisata yang ada di ASEAN secara umum. Selain itu, kondisi infrastruktur dan investasi, sumber daya manusia (SDM) pendukung, kelembagaan yang ada serta dukungan SDM juga dibahas dalam bab ini. Secara umum, Bab II ini menguraikan potret pariwisata ASEAN umumnya dan pariwisata Indonesia pada khususnya. Indonesia sebagai negara terbesar di ASEAN dengan segala potensi mempunyai tantangan tersendiri dalam mengembangkan industri pariwisatanya dalam upaya mengintegrasikan diri ke dalam industri pariwisata ASEAN.

KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI ASEAN

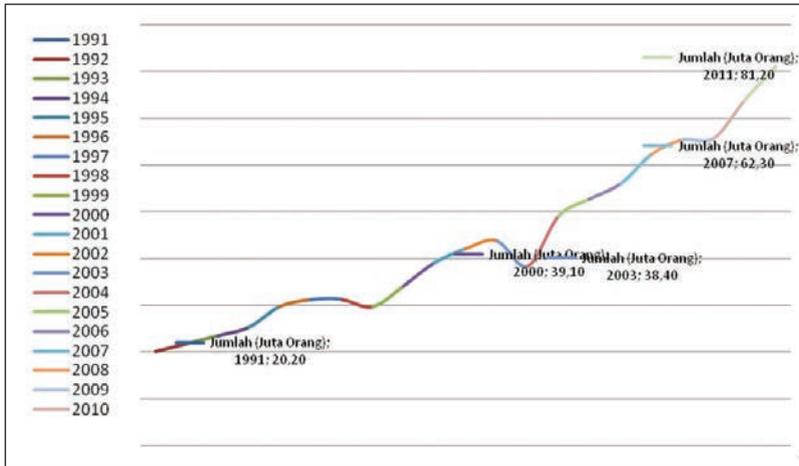
Kebijakan pengembangan pariwisata di ASEAN secara bersama telah dirumuskan dalam ASEAN *Tourism Strategic Plan (ATSP)*. Visi dari ATSP adalah mencapai jumlah kunjungan wisatawan yang meningkat pada tahun 2015 dengan produk pariwisata yang autentik dan beragam, terciptanya konektivitas, lingkungan yang aman dan nyaman serta meningkatnya kualitas jasa pariwisata. Pada saat yang bersamaan, terciptanya kesempatan dan kualitas hidup yang meningkat bagi penduduk ASEAN melalui pembangunan dan pengembangan industri pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, yaitu bekerja sama dengan semua pihak pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Perwujudan ATSP sebagai upaya pengintegrasian sektor pariwisata dalam wadah MEA penuh dengan tantangan tersendiri, baik yang menyangkut masalah khusus yang dihadapi oleh masing-masing negara dengan berbagai karakteristik yang berbeda maupun masalah persaingan yang umum terjadi dalam proses integrasi suatu sektor ekonomi. Untuk itu, negara anggota ASEAN berusaha mewujudkan integrasi pariwisata melalui beberapa strategi. Dalam wadah MEA, arah dan strategi pengembangan industri pariwisata di ASEAN dituangkan dalam beberapa langkah strategi, yaitu (ASEAN Secretariat, 2011): Strategi I: membangun strategi praktis untuk produk regional, *creative marketing*, dan investasi; Strategi II: Meningkatkan kualitas SDM, jasa dan fasilitas di wilayah ASEAN; Strategi III: Mengembangkan dan mengakselerasikan fasilitas perjalanan/wisata dan ASEAN *Connectivity*. Dalam pelaksanaannya ketiga arah strategi tersebut dirinci ke dalam berbagai langkah aksi secara bersama.

Untuk Strategi I – diwujudkan dalam tiga aksi strategi, yaitu membangun dan mengimplementasikan strategi pemasaran; membangun jaringan dan paket kreatif secara bersama dan dipadukan dengan strategi investasi; mengembangkan kebijakan hubungan eksternal dan prosedur pariwisata ASEAN. Strategi II dilaksanakan dengan membangun standar pariwisata ASEAN dengan proses sertifikasi; mengimplementasikan *Mutual Recognition Arrangements* (MRA) untuk para profesional pariwisata ASEAN dengan segala persyaratannya; menyediakan kesempatan untuk peningkatan pengetahuan dan pengembangan keahlian. Sementara itu, Strategi III dicapai dengan melakukan dua langkah aksi, yaitu mewujudkan visa tunggal ASEAN dan bekerja sama dengan kelembagaan ASEAN lainnya untuk mengembangkan konektivitas melalui transportasi udara, air, kereta api, dan darat.

POTENSI DAN DAYA SAING PARIWISATA ASEAN

Dilihat dari jumlah turis yang datang ke wilayah ASEAN, terlihat jumlah kunjungan mengalami pertumbuhan yang pesat. Dari tahun 2000–2011 pertumbuhannya cukup tinggi sekitar 107,67%, meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2003 sebesar 38,40 juta yang sebelumnya pada tahun 2002 sudah mencapai angka 43,80 juta orang (Gambar 2.1). Hal ini menunjukkan bahwa pasar pariwisata di ASEAN dinamis dan terus mengalami pertumbuhan dengan asal negara yang beragam dan juga peningkatan jumlah wisatawan dari wilayah ASEAN sendiri yang terus mengalami pertumbuhan dari sisi jumlah.

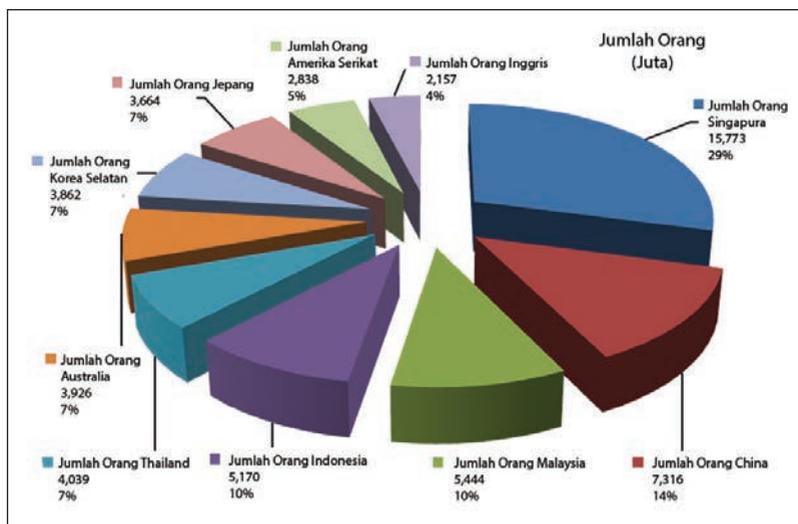


Gambar 2.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan ke ASEAN, 1991–2011 (Juta Orang)

Jumlah kunjungan wisata ke ASEAN yang berasal dari negara ASEAN sendiri (*intra-ASEAN travel*) secara rasio tidak banyak mengalami perubahan. Bila pada tahun 2000 sekitar 40,66% dan pada tahun 2011 sekitar 46,5%. Padahal pada tahun 2009 *intra-ASEAN travel* pernah menyentuh angka 48,25%. Dengan melihat tingginya jumlah total kunjungan wisata ke ASEAN dan relatif tidak berubahnya

intra-ASEAN travel, menunjukkan bahwa pertumbuhan wisatawan meningkat, baik wisatawan yang berasal dari ASEAN maupun luar ASEAN. Untuk kurun waktu 2000–2011, pertumbuhan rata-rata tahunan *intra-ASEAN travel* sekitar 8,18%. Suatu pertumbuhan yang cukup tinggi melebihi pertumbuhan rata-rata tahunan wisatawan non-ASEAN yang hanya sekitar 5,87%.

Intra-ASEAN travel didominasi oleh Singapura dengan sumbangan wisatawan sebesar 15,77 juta, kemudian disusul oleh Malaysia, Indonesia, dan Thailand dengan jumlah masing-masing 5,44 juta, 5,17 juta, dan 4,04 juta orang (Gambar 2.2). Data jumlah wisatawan yang berasal dari Singapura menunjukkan bahwa negeri tersebut dengan jumlah penduduk yang kecil (5,2 juta tahun 2011) mampu menyumbang lebih dari tiga kali lipat jumlah penduduknya. Ini berarti secara rata-rata, penduduk Singapura melakukan perjalanan di wilayah ASEAN lebih dari tiga kali dalam setahun.

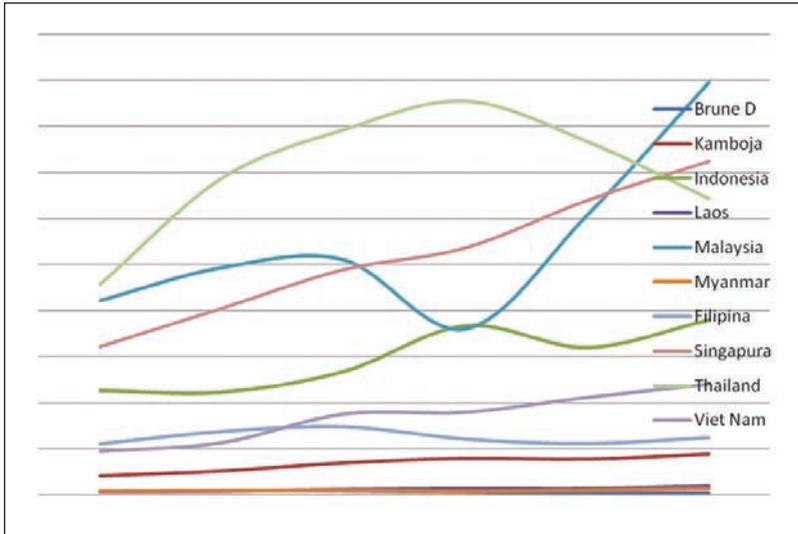


Gambar 2.2 Negara Asal Wisatawan dan Jumlah Wisatawan ke ASEAN, 2011 (Juta)

Negara di luar ASEAN yang menjadi penyumbang terbesar adalah Australia dengan jumlah turis sebesar 3,93 juta orang. Kemudian disusul oleh Korea, Jepang, Amerika Serikat, dan Inggris dengan masing-masing kunjungan sejumlah 3,86 juta, 3,66 juta, 2,84 juta, dan 2,16 juta orang. Angka non-ASEAN ini juga menarik untuk dilihat karena relatif tingginya kunjungan wisatawan yang berasal dari negara tetangga di ASEAN. Tampak terjadi pergeseran asal wisatawan dari *non-ASEAN oriented* menjadi *ASEAN oriented*. Meningkatnya arus pariwisata dalam *intra-ASEAN travel* tidak terlepas dari adanya kebijakan di ASEAN dengan membebaskan visa bagi penduduk negara ASEAN yang akan berkunjung di sejumlah negara ASEAN (Parikesit dkk., 2003). Lebih lanjut, untuk yang di luar ASEAN juga berasal dari kawasan Asia Timur, seperti Jepang dan Korea.

Integrasi regional bisa ditingkatkan melalui fasilitasi pergerakan manusia, pekerja terlatih, dan juga penguatan institusi di ASEAN (ASEAN Secretariat, 2014). Salah satu indikator integrasi ekonomi berupa adanya pergerakan arus barang dan jasa (termasuk pergerakan manusia). Integrasi sektor pariwisata bisa dilihat dari adanya pergerakan manusia (*travelers*) dan SDM (*human resources, migrant workers*) dari satu negara ke negara lainnya dalam satu kawasan. Integrasi sektor pariwisata bisa diamati melalui peningkatan jumlah turis dan berkembangnya pasar pariwisata di ASEAN, baik yang berasal dari dalam wilayah ASEAN (*intra-ASEAN*) maupun yang berasal dari luar ASEAN (*ekstra ASEAN*) (Chheang, 2013). Kondisi pergerakan manusia sebagai *travelers* ataupun profesional di bidang pariwisata merupakan salah satu indikasi perkembangan tingkat integrasi pariwisata di ASEAN. Bila melihat tingkat integrasi dari sisi jumlah wisatawan yang berasal dari ASEAN tampak bahwa industri pariwisata ASEAN lebih mudah terintegrasi dibandingkan integrasi ekonomi di sektor barang. *Intra-ASEAN trade* untuk barang di ASEAN hanya

sekitar 25% pada tahun 2011 (sementara *intra-ASEAN travel* sekitar 46,5% pada tahun 2011).



Gambar 2.3 Jumlah Penerimaan Sektor Pariwisata di ASEAN, 2005–2010 (Juta Dolar)

Tingkat kompetisi antarnegara ASEAN dalam bidang pariwisata bisa dilihat di antaranya melalui jumlah kunjungan wisatawan ke masing-masing negara dan jumlah penerimaan sektor pariwisata di masing-masing negara. Berdasarkan jumlah penerimaan, terlihat dominasi pariwisata pada tahun 2010 adalah Malaysia dengan jumlah penerimaan senilai US\$ 17,9 miliar. Sebelumnya sampai tahun 2009, Thailand memperoleh penerimaan yang jauh lebih besar dibandingkan Malaysia, Singapura, dan Indonesia. Sementara itu, Indonesia berada di urutan keempat dengan nilai US\$ 7,6 miliar.

Bila dilihat dari rata-rata pertumbuhan per tahun selama kurun waktu 2005–2010, untuk negara empat terbesar pertumbuhan rata-rata tahunan penerimaan sektor pariwisata Singapura masih menem-

pati posisi pertama dengan angka 17,65%; kemudian disusul oleh Malaysia, Indonesia, dan Thailand dengan pertumbuhan rata-rata per tahun masing-masing sebesar 16,24% dan 7,09%. Sementara itu, ada fenomena yang menarik khususnya di negara-negara Kamboja, Laos, Myanmar, dan Vietnam (CLMV). Laos mempunyai pertumbuhan rata-rata tahunan tertinggi dengan angka sebesar 21,06%. Kemudian Vietnam, Kamboja, dan Myanmar masing-masing tumbuh sekitar 20,62%, 16,51%, dan 10,70%. Secara umum, negara CLMV mampu tumbuh dengan lebih baik daripada enam negara ASEAN lainnya.

Berikut ditampilkan tingkat kemampuan daya saing negara ASEAN dalam industri pariwisata, baik secara relatif terhadap dunia maupun ASEAN sendiri, dilihat melalui *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) yang dikeluarkan oleh World Economic Forum (2012). TTCI yang tersusun dari tiga sub-indeks, yaitu aspek regulasi (*regulatory framework*), lingkungan bisnis dan infrastruktur (*business environment and infrastructure*), dan aspek manusia, budaya, dan sumber daya alam (*human, cultural, and natural resources*). Berbagai pilar tersebut merupakan faktor pendukung industri pariwisata. Posisi ASEAN secara umum berada pada urutan 75 dari 139 (tahun 2011). Sementara itu, bila dilihat per negara tampak bagaimana tingkat pembangunan sektor pariwisata di masing-masing negara ASEAN. Singapura berada di urutan 10. Setelah itu disusul Malaysia (35), Thailand (41), Brunei Darussalam (67), dan Indonesia (74). Sementara itu, negara ASEAN lainnya berada di atas 75, yang berarti secara keseluruhan tingkat kemampuan daya saingnya berada di bawah rata-rata negara ASEAN.

Sejumlah aspek yang ada dalam TTCI (Tabel 2.1), secara umum negara-negara ASEAN masih lemah dalam infrastruktur transportasi udara, infrastruktur transportasi di darat, infrastruktur pendukung kepariwisataan serta teknologi informasi dan komunikasi (*information and communication technology – ICT*).

Tabel 2.1 Tingkat Daya Saing Faktor Pendukung Industri Pariwisata di ASEAN, 2011

	Singapura	Malaysia	Thailand	Brunei	Indonesia	Vietnam	Filipina	Kamboja	ASEAN
TTCI 2011	5.2	4.6	4.5	4.1	4.0	3.9	3.7	3.4	4.2
1. Kebijakan dan regulasi	6.0	5.1	4.4	3.7	4.2	4.4	4.4	3.4	4.4
2. Kelangsungan lingkungan	4.9	4.6	4.2	3.6	3.9	4.1	4.2	4.3	4.2
3. Keselamatan - keamanan	6.1	4.5	4.4	5.7	4.7	4.8	4.1	4.6	4.9
4. Kesehatan kebersihan	5.2	4.5	4.4	4.7	2.6	4.1	3.8	1.5	3.8
5. Prioritas par - perjalanan	6.4	4.8	4.9	3.3	5.7	4.0	4.5	5.8	4.9
6. Infrastruktur transp. udara	5.0	4.2	4.5	4.0	3.3	2.7	2.8	2.3	3.6
7. Infrastruktur darat	6.6	4.6	4.1	4.2	3.2	3.3	2.8	3.0	4.0
8. Infrastruktur pariwisata	5.1	3.6	4.9	2.8	2.0	2.1	2.6	1.4	3.1
9. Infrastruktur ICT	5.2	3.7	2.9	3.9	2.5	3.2	2.5	1.9	3.2
10. Daya saing harga	5.1	5.6	5.2	5.8	5.6	5.2	5.2	5.1	5.3
11. Sumber daya manusia	6.1	5.2	4.8	5.1	5.0	4.9	4.7	4.3	5.0
12. Keramahan par - perjalanan	5.7	5.4	5.3	4.5	4.2	4.5	4.6	5.3	4.9
13. Sumber daya alam	2.6	4.5	4.6	4.0	4.7	3.6	3.3	3.5	3.9
14. Sumber daya budaya	3.9	3.8	3.9	1.8	3.5	3.6	2.2	1.6	3.0

Sumber: World Economic Forum (2012)

Ket: Nilai skala 1-7

Sektor pariwisata di Indonesia masih mengalami kendala. Beberapa kendala besar yang masih belum mampu diatasi oleh Indonesia adalah infrastruktur pariwisata (skor 2 dari skala 1–7), infrastruktur ICT, kesehatan dan kebersihan, dan infrastruktur transportasi udara dan darat. Sementara itu, tiga negara tujuan wisata utama yang mempunyai permasalahan infrastruktur ICT adalah Thailand dan Malaysia, meski dengan tingkat permasalahan yang lebih kecil.

Bagi Indonesia, permasalahan infrastruktur mempunyai keterkaitan dengan sektor lain (tidak hanya pariwisata), tetapi semua sektor ekonomi menganggap bahwa infrastruktur menjadi permasalahan sentral yang harus segera ditangani dengan baik secara bersama, tidak hanya oleh pemerintah, tetapi juga swasta (melalui berbagai skema kerja sama investasi dan bisnis) dan masyarakat. Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan sektor pariwisata juga sangat menentukan. Bila melihat salah satu indikator keterlibatan masyarakat dalam pariwisata di Indonesia adalah masih relatif rendahnya nilai aspek kesehatan dan kebersihan. Di samping itu, bisa juga dilihat melalui bagaimana perilaku dan penerimaan (*attitude*) masyarakat terhadap turis asing yang masih di bawah rata-rata negara ASEAN secara keseluruhan (World Economic Forum, 2012).¹ Selain itu, kemungkinan perpanjangan perjalanan bisnis tidak begitu direkomendasikan. Nilai kemungkinan perpanjangan perjalanan bisnis di Indonesia (skor 5,1 dari skala 1–7) juga lebih rendah dari rata-rata ASEAN. Hal ini harus diperhatikan, mengingat biasanya kunjungan bisnis dan wisata saling terkait dan saling mendukung.

¹ Angka rata-rata ini adalah angka rata-rata negara ASEAN ditambah New Zealand, Prancis, Angola, dan Venezuela (World Economic Forum, 2012).

POTRET INFRASTRUKTUR DAN INVESTASI

Infrastruktur memegang peranan penting dalam upaya mengembangkan industri pariwisata nasional dan ASEAN. Jaringan infrastruktur menjadi penting karena menyangkut masalah mobilisasi atau pergerakan wisatawan dari satu tempat ke tempat lainnya, baik dalam satu negara maupun antarnegara di wilayah ASEAN.

Wilayah ASEAN yang sebagian besar merupakan kepulauan menjadi tantangan tersendiri bagi Indonesia khususnya dan ASEAN pada umumnya. Pada satu sisi, dominasi kepulauan ini tentu mempunyai potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai daerah tujuan wisata, khususnya wisata laut/bahari. Namun, di sisi lain, keterbatasan infrastruktur pendukung harus bisa diatasi dengan baik oleh negara masing-masing dan dalam wadah ASEAN. Investasi menjadi hal kunci untuk mengatasi keterisolasian daerah tujuan wisata dan konektivitas antara satu daerah tujuan wisata dan daerah tujuan lainnya.

Negara ASEAN mempunyai tingkat pembangunan (infrastruktur) yang berbeda-beda. Hal ini tentu saja terkait dengan tingkat pembangunan ekonomi masing-masing negara ASEAN. Ada daerah-daerah pariwisata yang secara geografis agak terisolasi di daratan (*land-locked*), seperti Kamboja, Laos, dan Myanmar; ada juga daerah yang terisolasi oleh laut (minimnya sarana transportasi), seperti di beberapa daerah di Indonesia. Dengan potensi alam yang indah dan menarik, sebenarnya bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk menanamkan modalnya di wilayah potensial tersebut. Namun, sektor swasta tidak bisa bergerak sendiri tanpa adanya dukungan fasilitas dan infrastruktur pendukung/dasar, seperti pelabuhan, jaringan air bersih, dan listrik.

Tingkat pembangunan infrastruktur pendukung industri pariwisata bisa dideteksi dari tingkat konektivitas kunjungan wisatawan di

ASEAN. Tingkat pembangunan infrastruktur dan konektivitas yang baik tentu akan menentukan tingkat kemampuan daya saing suatu negara, baik sebagai titik masuk maupun titik keluar. Di sini yang dimaksudkan dengan titik masuk adalah dilihat dari bandara tempat kedatangan turis tersebut di wilayah negara ASEAN. Sementara itu, titik keluar adalah destinasi terakhir yang dikunjungi oleh wisatawan untuk kemudian meninggalkan wilayah ASEAN. Dari titik awal ke titik akhir, wisatawan bisa berkunjung ke lebih dari satu tujuan di satu negara atau di negara yang berbeda.

Dalam Tabel 2.2 terlihat bagaimana wisatawan masuk dan keluar wilayah ASEAN dengan mengunjungi berbagai negara ASEAN lainnya. Dijelaskan pula bahwa wisatawan yang berkunjung bisa berasal dari negara lain, seperti Australia, China, Jepang, dan Korea, sebelum mereka melakukan kunjungan wisata ke wilayah ASEAN.

Dari Tabel 2.2 bisa dilihat bagaimana konektivitas udara antarnegara ASEAN dengan berbagai tingkatan pembangunannya. Dilihat dari koneksi langsung (*non-stop routes*), Singapura mempunyai konektivitas langsung dengan negara ASEAN sejumlah 45 jalur penerbangan, kemudian disusul oleh Malaysia dengan 31 dan Thailand 18. Sementara itu, Indonesia hanya 8 rute langsung ke wilayah ASEAN. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pembangunan infrastruktur pelabuhan antarnegara ASEAN juga berbeda-beda tingkatannya. Semakin baik infrastruktur pelabuhan udara, semakin banyak konektivitas langsung di negara yang bersangkutan.

POTRET SDM DAN KELEMBAGAAN

Kualitas SDM dan kelembagaan disorot dalam kaitannya dengan masalah mobilisasi tenaga profesional pariwisata di ASEAN melalui skema *mutual recognition arrangement* (MRA). Dalam upaya meningkatkan kualitas SDM di bidang pariwisata ASEAN, sudah dibentuk

Tabel 2.2 Rute Langsung dari Ibu Kota Negara di ASEAN

Kedatangan	Kota Keberangkatan									
	Bangkok	Singapura	K. Lumpur	Manila	Jakarta	Ho Chi Minh	Yangoon	B Seri Beg	Pnom Penh	Vientine
Brunei	1	1	1	1	1					
Kamboja	2	2	2		2	2	1	2	2	1
Indonesia	4	16	14	1	35	1		2		
Laos	3	1	1		1	1		1	1	8
Malaysia	2	11	15	1	3	1	1	5	2	1
Myanmar	1	1	1		1	1	9		1	
Filipina	2	4	2	36	1	1		1		
Singapura	1		1	1	2	1	1	1	1	1
Thailand	23	6	6	1	2	1	2	1	2	2
Vietnam	2	3	3	2	1	19	2	2	1	1
Australia	4	6	6	4	3	2		1		
China	17	20	12	6	6	5	3	2	4	1
India	9	11	8				2			
Jepang	4	4	2	4	1	4				
Korea	3	1	1	2	1	2			1	1
UAE	3	2	2	2	2			1		
AS	1	2		2						
Lainnya	54	31	32	11	8	11	2	4	3	2
Total rute-non stop	136	122	109	75	66	52	23	18	18	18
yang ke ASEAN	18	45	31	8	10	9	7	10	8	6
yang domestik	23		15	36	35	19	9	2	2	8

Sumber: *World Economic Forum* (2012)

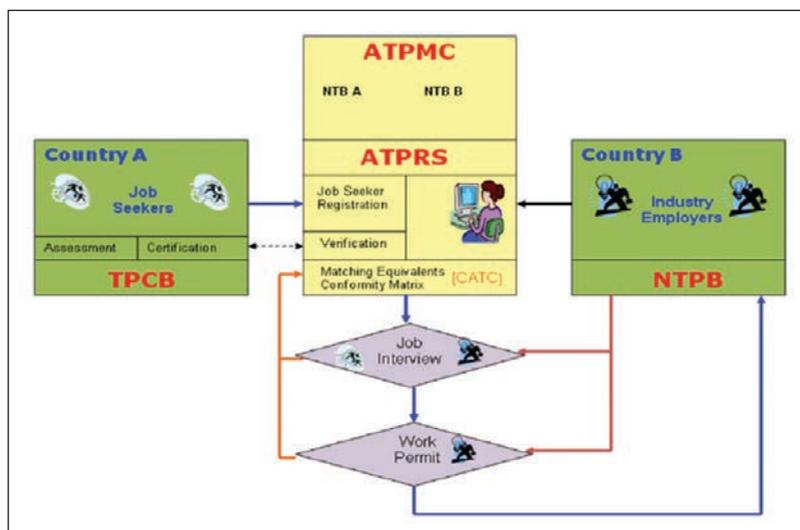
kelompok kerja (*working group* - WG) yang bertugas meningkatkan kualitas pelayanan pariwisata dan kualitas SDM. Kualitas SDM termasuk di dalamnya adalah kualitas pelayanan jasa pariwisata di daerah (negara tujuan). WG ini bertanggung jawab membangun dan membentuk standar, sertifikasi personel (profesional) yang dikeluarkan oleh pihak ketiga, dan upaya pembentukan standar di bidang yang lainnya.

Usaha mewujudkan MRA untuk para profesional di bidang pariwisata cukup kompleks karena melibatkan banyak *stakeholders*, mulai dari lembaga pemerintah (seperti kementerian ketenagakerjaan, pendidikan, dan lembaga sertifikasi) hingga pihak swasta sebagai pemakai jasa profesional tersebut. Kompleksitas tersebut juga ditambah dengan adanya sensitivitas mengenai pergerakan profesional antarnegara ASEAN yang berpengaruh terhadap penyerapan tenaga kerja profesional dan non-profesional di dalam negeri masing-masing negara ASEAN. Hal ini tentu saja menjadi tantangan tersendiri bagi masing-masing negara dan secara langsung bagi WG yang ada (*the Quality Tourism Working Group*) ataupun *task force* yang dibentuknya. Keterbatasan jumlah SDM di Sekretariat ASEAN yang membidangi sektor pariwisata juga dianggap sebagai permasalahan tersendiri.

Skema MRA dalam upaya menjembatani mobilisasi profesional pariwisata antarnegara ASEAN telah disepakati sesuai Gambar 2.4. Dalam Gambar 2.4 dijelaskan bahwa perpindahan tenaga kerja antarnegara ASEAN dimungkinkan setelah profesional di suatu negara telah memperoleh sertifikat kompetensi di negaranya. Kemudian melakukan registrasi melalui ASEAN *Tourism Professional Registration System* (ATPRS) yang dimonitor oleh ASEAN *Tourism Professional Monitoring Committee*. Setelah dilakukan verifikasi dan sesuai dengan lowongan pekerjaan yang ada (dari perusahaan perekrut tenaga kerja di negara lainnya), proses selanjutnya adalah proses dasar seleksi

pekerja (*job interview* dan lainnya). Setelah itu, baru dikeluarkan izin kerja di negara tujuan.

Rencana untuk menciptakan standar kompetensi umum ASEAN (*ASEAN Common Competency Standard for Touris Professionals - ACC-STP*) untuk para profesional di bidang pariwisata berada pada dua kelompok besar, yaitu jasa hotel dan jasa perjalanan yang terbagi dalam beberapa divisi pekerjaan, seperti: *front office*, *housekeeping*, produksi makanan (*food production*), pelayanan *food and beverage*, agen perjalanan (*travel agencies*), dan pelaksanaan perjalanan (*tour operation*).



Catatan: TPCB – Tourism Professional Certification Board, NTPB – National Tourism Professional Board, ATPMC – ASEAN Tourism Professional Monitoring Committee, ATPRS – ASEAN Tourism Professional Registration System.

Sumber: ATSP 2011 – 2015.

Gambar 2.4 Skema MRA untuk Tenaga Profesional Pariwisata di ASEAN

Meskipun sejumlah kompetensi (32 jenis pekerjaan dan 242 kompetensi) sudah berhasil diidentifikasi bersama dan kerja sama dalam skema MRA telah disepakati, namun dalam pelaksanaannya

masih bersifat sukarela. Hal ini dikarenakan menyangkut kompleksitas yang ada di berbagai lembaga pendidikan dan penyedia jasa pelatihan di berbagai negara ASEAN menyangkut kualitas, evaluasi, dan standar kurikulum yang ada. Namun, upaya pemenuhan standar yang diakui oleh negara ASEAN lainnya dalam kerangka MRA harus terus diupayakan melalui pengajuan kompetensi. Terkait dengan masalah kompetensi umum ini, tampak ada kesenjangan yang cukup lebar antar negara ASEAN untuk melakukan kerja sama. Kesenjangan tersebut muncul terkait dengan konsistensi penerapan standar kompetensi dalam pendidikan vokasi dan sistem *training* untuk sektor pariwisata di ASEAN (Hidayat, 2011). Standar kompetensi ini merujuk pada *The ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals (ACCSTP) Framework*. Dari berbagai pertemuan yang dilakukan ada kecenderungan bahwa Singapura enggan untuk ikut bergabung karena merasa sudah memiliki standar kompetensi tersendiri (Wong, Mistilis, dan Dwyer, 2011a).

Dari berbagai pertemuan konsultasi yang telah diadakan dalam wadah pariwisata ASEAN, diakui bahwa belum semua negara ASEAN bisa membentuk dan mengimplementasikan standar kompetensi (profesional) pariwisata, paling tidak sampai tahun 2015. Dengan demikian, komunikasi dan konsultasi di antara negara ASEAN masih sangat diperlukan dalam upaya pembentukan standar kompetensi umum di ASEAN.

POTRET PEMASARAN

Kerangka kerja sama pariwisata ASEAN pada dasarnya merupakan kerja sama dari lembaga kepariwisataan nasional dari semua anggota ASEAN (*ASEAN National Tourism Organization - NTOs*). Dalam hubungannya dengan pemasaran pariwisata ASEAN, berbagai kegiatan sudah dilakukan, seperti *Visit ASEAN Campaign*, berpartisipasi-

pasi dalam *international tourism and travel fairs*, membentuk ASEAN *Promotional Chapter for Tourism* (APCT), memproduksi berbagai material promosi (seperti *booklet* dan *phamplet*) (ATSP 2011–2015).

Dalam upaya meningkatkan dan mempromosikan industri pariwisata ASEAN, telah dibentuk kelompok kerja yang tergabung dalam *marketing and communication working group* yang bertanggung jawab menentukan arah (kebijakan) pemasaran dan juga membentuk protokol komunikasi (*communication protocols*). Dalam struktur kerja sama pariwisata ASEAN juga dibentuk tim pekerja (*task force*) untuk pengembangan tenaga kerja di bidang pariwisata.

Pemasaran pariwisata ASEAN belum merupakan pemasaran secara bersama sebagai suatu kelompok negara yang secara bersama mempromosikan diri dengan identitas ASEAN. Promosi yang ada selama ini lebih cenderung menonjolkan promosi pariwisata dari suatu negara secara individu. Promosi yang ada di media massa, misalnya, hanya berisikan pesan tentang industri pariwisata dengan segala kelebihanannya dalam lingkup negara tertentu.

Sebenarnya sudah ada perjanjian kerja sama antarnegara ASEAN dan lembaga pariwisata internasional dalam wadah Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) atau *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) pada Januari 2008. Nota kesepahaman ini merupakan langkah strategis untuk meningkatkan industri pariwisata di ASEAN ke dunia internasional. Namun, perlu dicermati bahwa perjanjian tersebut tidak mengikat dan lebih bersifat sukarela untuk berbagai aksi yang disepakati bersama.

ASEAN dan UNWTO sepakat untuk melakukan pertukaran informasi yang berkaitan dengan berbagai kebijakan pembangunan industri pariwisata, investasi, dan berbagi data ekonomi yang terkait di antara keduanya; memberikan pelatihan kepada masing-masing dalam upaya melakukan pelatihan/*training* untuk pengembangan kualitas

industri pariwisata. Karena sifatnya tidak mengikat maka tidak ada ukuran-ukuran keberhasilan kegiatan ataupun langkah-langkah riil yang didasarkan pada kerangka waktu tertentu dalam pencapaiannya. Namun, langkah ini perlu dilihat sebagai upaya promosi atau pemasaran pariwisata ASEAN secara bersama di dunia internasional.

Promosi industri pariwisata ASEAN melalui kampanye pemasaran bersama (*joint marketing campaign*) menjadi penting diperhatikan dalam upaya membangun industri pariwisata ASEAN secara bersama (World Economic Forum, 2012). Bila ditelusuri dalam dokumen perjanjian, terlihat bagaimana seharusnya masing-masing negara ASEAN dalam melakukan kerja sama dalam industri pariwisata. ASEAN *Tourism Agreement* yang sudah ditandatangani tahun 2002 menjelaskan berbagai tujuan diadakannya kerja sama pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan pemasaran pariwisata ASEAN secara bersama. Beberapa kegiatan yang dilakukan di antaranya adalah upaya melakukan pengembangan dan promosi ASEAN sebagai tujuan tunggal pariwisata dan upaya untuk menciptakan kondisi yang baik bagi dunia usaha dan lembaga publik untuk melakukan kerja sama secara lebih intensif. Namun dalam perkembangannya, keberadaan wilayah promosi pemasaran yang luas ini masih berjalan lambat (Wong, Mistilis, dan Dwyer, 2011b).

Bagaimana sebenarnya tingkat efektivitas promosi pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh masing-masing negara ASEAN (relatif terhadap dunia) bisa dilihat pada Tabel 2.3. Tabel tersebut menjelaskan bagaimana tingkat efektivitas yang sangat beragam dari masing-masing negara ASEAN. Singapura berada di puncak dengan posisi 4 (dunia), sedangkan Malaysia dan Thailand berada di urutan 15 dan 20. Indonesia berada di urutan ke-58 (dengan skor 4,6 dari skala 7) dengan tingkat efektivitas yang relatif sama dengan negara ASEAN lainnya, yaitu Kamboja, Brunei, dan Vietnam. Promosi pariwisata ini menjadi sesuatu yang sangat vital bagi pengembangan industri

Tabel 2.3 Efektivitas Pemasaran di ASEAN

	Ranking	Skor
Singapura	4	6.1
Malaysia	15	5.5
Thailand	20	5.5
Brunei	61	4.6
Indonesia	58	4.6
Vietnam	62	4.5
Filipina	99	3.8
Kamboja	52	4.8

Sumber: World Economic Forum (2012)

pariwisata di ASEAN. Tingkat efektivitas yang bisa dicapai secara bersama pada tingkat yang relatif sama akan lebih meningkatkan kualitas pembangunan industri pariwisata ASEAN.

Dalam media promosi pariwisata, masing-masing negara ASEAN belum memasukkan logo ASEAN dalam promosinya (Wong, Mistilis, dan Dwyer, 2011a). Hal ini terjadi karena belum adanya upaya promosi bersama secara lebih konkret, padahal sebagai suatu kesatuan, promosi ASEAN harus dilakukan bersama. Meskipun promosi dan pemasaran dilakukan oleh negara ASEAN secara individu, hendaknya semua negara yang ada mengikutsertakan logo ASEAN sebagai suatu kewajiban dan komitmen bersama untuk mewujudkannya. Belum terlaksananya promosi seperti itu dikarenakan masing-masing negara melihat bahwa negara lain sebagai kompetitornya.

Promosi bersama dalam wadah ASEAN sebagai satu tujuan pariwisata merupakan sesuatu yang sulit untuk diwujudkan atau bertentangan dengan perspektif pemasaran (Wong, Mistilis, dan Dwyer, 2011a). Namun, upaya pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN dengan dua pilar lainnya (yaitu sosial dan politik-keamanan) hendaknya bisa memberikan dorongan atau stimulus tersendiri bagi negara ASEAN agar kompetisi yang ada jangan sampai menjadi ham-

batan bersama dalam melakukan kerja sama untuk pengembangan industri pariwisata ASEAN.

Lebih lanjut, pemasaran bersama industri pariwisata ASEAN adalah dengan melihat keberadaan lembaga resmi dalam ASEAN, yaitu ASEAN *Tourism Association* (ASEANTA). Keberadaan asosiasi ini juga belum terlihat kerja samanya secara nyata dalam pembentukan tim pemasaran bersama (Wong, Mistilis, dan Dwyer, 2011a). Lebih lanjut UNWTO (2010) juga mencatat kurang signifikannya promosi pariwisata ASEAN sebagai tujuan tunggal pariwisata. Di sisi lain, kompetisi di antara negara ASEAN cukup dominan (berpengaruh) dibanding dengan kerja sama yang terjalin dalam upaya mempromosikan ASEAN sebagai daerah tujuan wisata tunggal. Hal ini tentu bisa dilihat bahwa upaya promosi bersama masih sulit terealisasi, baik dalam konteks negara maupun dalam konteks yang lebih mikro, yaitu antarperusahaan dalam industri pariwisata. Sementara itu, sebagian besar anggota ASEANTA adalah para asosiasi perdagangan dan pelaku bisnis dalam industri pariwisata termasuk asosiasi perusahaan penerbangan. Di pihak lain, para NTOs di masing-masing negara mengakui masih adanya kelemahan dan kekurangan terutama menyangkut dana operasional dan juga koordinasi yang kurang antara NTOs dan sektor swasta di ASEAN (ATSP 2011–2015).

SEKTOR PARIWISATA DI INDONESIA

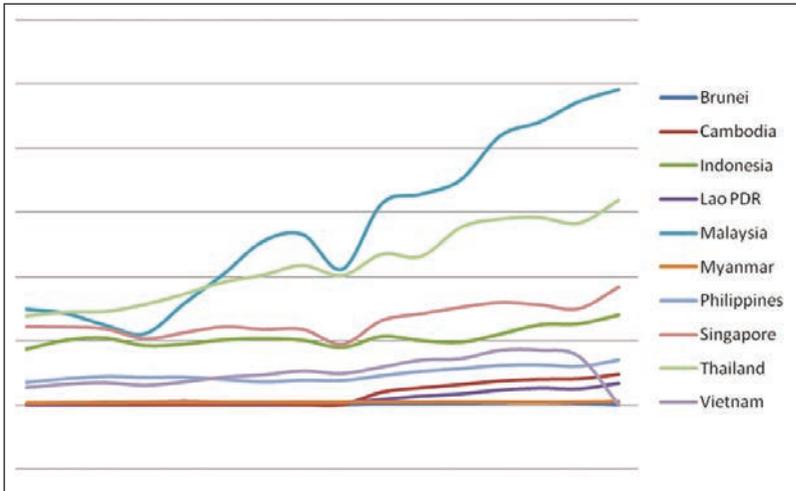
Dalam era globalisasi, kebijakan liberalisasi yang dibarengi dengan kebijakan pengembangan pariwisata mampu memberikan dampak positif bagi perekonomian Indonesia yang bisa mengontrol harga secara umum di Indonesia (Sugiyarto, Blake, dan Sinclair, 2003). Hal ini dikarenakan dengan adanya pertumbuhan wisatawan asing yang masuk ke Indonesia akan mampu menyeimbangkan neraca perdagangan (jasa) yang berasal dari sektor pariwisata.

Penerimaan pendapatan dari sektor pariwisata di Indonesia meningkat sekitar 6% tahun 2011 yang lebih disebabkan meningkatnya pengeluaran wisatawan domestik (Euromonitor, 2012a). Pertumbuhan konsumsi domestik Indonesia juga diharapkan bisa terus meningkatkan konsumsi masyarakat untuk tujuan wisata, tidak hanya wisata dalam negeri, tetapi juga luar negeri. Kebijakan penghapusan pajak fiskal pada tahun 2011 ikut mendorong pertumbuhan wisatawan Indonesia ke luar negeri. Di samping itu, adanya upaya untuk mewujudkan ASEAN Visa diharapkan dapat mendorong kunjungan wisatawan asing, khususnya ASEAN, ke Indonesia.

Kinerja pariwisata di Indonesia, sekilas, bisa dilihat melalui jumlah kunjungan wisatawan asing yang datang ke Indonesia. Sejauh mana tingkat pembangunan pariwisata di Indonesia bisa dibandingkan kondisi di negara lain dalam lingkup ASEAN? Grafik 2.5 menampilkan jumlah kunjungan wisatawan asing yang masuk ke Indonesia dan negara ASEAN lainnya.

Dari Gambar 2.5 tersebut terlihat bagaimana jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia yang masih tertinggal dari Malaysia, Thailand, dan Singapura. Jumlah kunjungan yang ada tidak terlepas dari upaya yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia yang bisa dilihat dari upaya pemasaran, pembangunan SDM, pembangunan infrastruktur, dan investasi di bidang pariwisata. Keberhasilan negara ASEAN lainnya menunjukkan bahwa mereka lebih baik dalam mengelola dan membangun berbagai instrumen penting pariwisata tersebut.

Besar tidaknya Indonesia menyumbang untuk pariwisata dunia dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan Indonesia ke luar negeri. Sejak krisis, terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan Indonesia ke kawasan regional, khususnya wilayah ASEAN. Singapura dan Malaysia merupakan daerah tujuan utama di wilayah ASEAN



Sumber: Data diolah dari World Bank (2013).

Gambar 2.5 Jumlah Kunjungan Wisatawan Asing ke Indonesia dan Negara ASEAN Lainnya

(Euromonitor, 2012b). Lebih rinci mengenai jumlah wisatawan Indonesia ke negara lain bisa dilihat dalam Tabel 2.4.

Ada hal yang sangat krusial yang harus diperhatikan dalam pengembangan industri pariwisata di Indonesia, yaitu masalah infrastruktur, baik infrastruktur yang terkait langsung dengan pariwisata, infrastruktur umum yang bisa memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk menuju lokasi wisata, maupun akses antartujuan wisata. Bila melihat infrastruktur yang ada Indonesia masih berada pada level 2 (skala 1–7), demikian juga masalah infrastruktur ICT, kesehatan kebersihan, dan infrastruktur transportasi udara dan darat (World Economic Forum, 2012). Integrasi jasa pariwisata juga menjadi hal penting yang harus diperhatikan sehingga sektor pariwisata di Indonesia mempunyai daya saing dari sisi harga yang lebih baik. Integrasi ini tidak bisa diwujudkan tanpa adanya dukungan infrastruktur yang baik. Dari sisi penyerapan tenaga kerja, pembangunan pariwisata di

Tabel 2.4 Jumlah Wisatawan Indonesia yang Berkunjung ke Luar Negeri

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Australia	0.083	0.084	0.083	0.085	0.087	0.088
China	0.413	0.462	0.529	0.545	0.599	0.665
Hong Kong	0.284	0.299	0.310	0.314	0.324	0.332
Jepang	0.062	0.065	0.068	0.070	0.073	0.069
Malaysia	1.203	1.403	1.407	1.415	1.432	1.453
New zealand	0.007	0.007	0.007	0.007	0.008	0.008
Filipina	0.023	0.025	0.027	0.028	0.029	0.031
Arab saudi	0.669	0.719	0.806	0.835	0.902	0.979
Singapura	1.876	1.999	1.847	1.878	1.964	2.032
Korea Selatan	0.030	0.031	0.031	0.032	0.032	0.033
Thailand	0.202	0.217	0.229	0.232	0.284	0.378
AS	0.056	0.058	0.061	0.063	0.067	0.070
Negara lainnya	0.999	0.841	0.759	0.767	0.739	0.673
Total	5.901	6.213	6.168	6.275	6.541	6.814

Sumber: Euromonitor (2012b).

Indonesia juga belum maksimal. Indonesia seharusnya lebih mampu menyerap tenaga kerja di sektor pariwisata karena selama ini masih belum memanfaatkan potensi yang ada (ILO, 2009).

Indonesia harus bisa memaksimalkan manfaat dari berbagai forum internasional, juga forum regional pariwisata yang ada. Sebagai contoh, *ASEAN Tourism Investment Forum (ATIF)* yang diadakan setiap tahun harus bisa dijadikan momentum bagi Indonesia untuk mengoreksi diri dan menarik investor dalam bidang pariwisata dari negara ASEAN, China, Jepang, dan Korea. *Business to business meeting* merupakan kata kunci bagi Indonesia untuk bisa menarik mereka dalam menanamkan modalnya di Indonesia (Indonesia Finance Today, 2012). ASEAN ATIF 2012 yang mengambil tema “*ASEAN Tourism Investment: Facing Global Market Demand*” seharusnya bisa menarik FDI pariwisata di Indonesia.

PENUTUP

Pariwisata di ASEAN berkembang lebih cepat dengan adanya kerja sama dalam kerangka AEC, pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi prioritas dalam proses integrasi ekonomi di ASEAN. Diharapkan dengan terciptanya AEC tahun 2015, pariwisata ASEAN bisa memberikan kontribusi yang lebih besar kepada masing-masing negara ASEAN dan bisa membangun *image* pariwisata ASEAN sebagai suatu *brand-image* tersendiri di dunia internasional.

Integrasi sektor pariwisata di ASEAN bisa dilakukan dengan lebih cepat dalam memasuki AEC, terutama menyangkut integrasi pemasaran, infrastruktur, dan kelembagaan. Namun, masih ada tantangan dalam upaya mengintegrasikannya terkait dengan aliran SDMnya. Industri pariwisata yang cenderung *country-specific* merupakan tantangan tersendiri dalam proses integrasi SDM di ASEAN. Masing-masing negara berusaha melindungi tenaga kerjanya dari persaingan dalam lingkup ASEAN. Kerangka kerja sama dalam mobilisasi tenaga profesional di bidang pariwisata ASEAN dalam kerangka MRA belum bisa diimplementasikan sepenuhnya karena berbagai kompleksitas yang ada baik dalam lingkup kelembagaan di masing-masing negara (baik lembaga pemerintah maupun swasta) seperti masalah standardisasi kurikulum pelatihan, sertifikasi, ataupun upaya perlindungan tenaga kerja dalam negeri (khususnya yang tidak terlatih, *unskilled workers*).

Dengan kondisi seperti tersebut di atas, promosi untuk membangun ASEAN sebagai *brand-image* di pasar pariwisata internasional harus dilakukan secara bersama dan terintegrasi. Promosi *brand-image* ini akan mengurangi hambatan-hambatan yang ada di ASEAN sehingga integrasi industri pariwisata bisa berjalan dengan baik dan memberikan dampak ekonomi yang besar kepada masing-masing negara. Dengan berbagai kendala yang ada, upaya perwujudan MRA

harus tetap diupayakan melalui koordinasi yang lebih baik untuk perwujudan standar kompetensi bersama ASEAN.

DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN Secretariat. (2011). *ASEAN tourism strategic plan 2011–2015*. Jakarta: ASEAN Secretariat.
- ASEAN Secretariat. (2014). *Thinking globally, prospering regionally—ASEAN Economic Community 2015*. Jakarta: ASEAN Secretariat, April.
- Chheang, Vannarith. (2013). Tourism and regional integration in South East Asia. *V.R.F Series No. 481*, May 2013. IDE-JETRO, Japan.
- Euromonitor. 2012a. *Country report: travel and tourism in Indonesia*. <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism-in-indonesia/report>. Diakses 3 Januari 2013.
- Euromonitor. (2012b). *Tourism flows outbound-Indonesia*. <http://marketing-db.tat.or.th:81/tourismstatistics/euro-monitor/Tourism%20Flows%20Outbound/Tourism%20Flows%20Outbound%20-%20Indonesia%20%28Jun%202012%29.PDF>. Diakses 5 Januari 2013.
- Hidayat, Nila Krisnawati. (2011). *Analysis of the adoption of ASEAN MRA on tourism professional at Jakarta five star hotel towards the human resources global competitiveness*. <http://ssrn.com/abstract=1971463> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1971463>. Diakses 12 Desember 2011.
- International Labour Organization-ILO. (2009). *Implications of the global economic crisis for tourism employment: Case Study For Indonesia*.
- Indonesia Finance Today. (2012). Tujuh negara ASEAN tawarkan investasi pariwisata. (2012, November 6).
- Parikesit, D., Karim, M.R. bin, Narupiti, S., dan Kushari, B. (2003). The development of an initial mobility model for intra-ASEAN travel. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, Vol. 5 (October):1.340-1.350.
- Sugiyarto, G., Blake, A., & Sinclair, M.T. (2003). Tourism and globalization: economic impact in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 30 (3): 683–701.
- World Bank. (2013). International tourism. <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>. Diakses 3 Januari 2013.

- World Economic Forum. (2012). *The ASEAN travel & tourism competitiveness report 2012: fostering prosperity and regional integration through travel and tourism*. Insight Report.
- Wong, E.P.Y, Mistilis, N., & Dwyer, L. (2011a). Progress in tourism management: A Framework for analyzing intergovernmental collaboration - The case of ASEAN tourism. *Tourism Management*, 32: 367–376.
- _____. (2011b). A Model of ASEAN collaboration in tourism. *Annals of Tourism Research*, 38 (3): 882–899.
- UNWTO. (2010). *ASEAN integration and its impact on tourism*. A technical paper prepared for the UNWTO member states belonging to ASEAN. UNWTO Regional Representation for Asia and the Pacific.

BAB III

RESPONS KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP LIBERALISASI SEKTOR PARIWISATA DALAM SKEMA ASEAN *TOURISM INTEGRATION*

 Agus Syarip Hidayat

Payung hukum pengembangan sektor pariwisata nasional telah diatur dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. UU ini memberikan batasan definisi pariwisata dan kepariwisataan sebagai berikut: “pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah”. Sementara, kepariwisataan didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha”.

Definisi pariwisata di atas memberikan gambaran bahwa pembangunan sektor pariwisata perlu dilakukan secara terintegrasi dengan sektor terkait lainnya dan dengan para pemangku kepentingan, baik pemerintah pusat, pemerintah daerah, pengusaha, maupun masyarakat. Secara khusus, UU ini juga telah mengatur dimensi pembangunan kepariwisataan nasional yang terbagi ke dalam empat bagian utama, yaitu (a) industri pariwisata, (b) destinasi pariwisata, (c) pemasaran, dan (d) kelembagaan kepariwisataan.

Lebih lanjut, sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 9 ayat 1 UU Kepariwisata, pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010–2025. Rencana induk ini kembali mempertegas empat dimensi tujuan pembangunan kepariwisataan sebagaimana disebutkan di atas. Sementara itu, sasaran pembangunan kepariwisataan diarahkan pada upaya peningkatan lima hal berikut ini: (a) jumlah kunjungan wisatawan mancanegara; (b) jumlah pergerakan wisatawan nusantara; (c) jumlah penerimaan devisa dari wisatawan mancanegara; (d) jumlah pengeluaran wisatawan Nusantara; (e) produk domestik bruto di bidang kepariwisataan.

Keseriusan pemerintah dalam menggarap sektor pariwisata agar menjadi salah satu mesin penggerak pembangunan juga diperlihatkan melalui konsep Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011–2025 (MP3EI). Dalam dokumen MP3EI ini sektor pariwisata dikategorikan sebagai sektor prioritas bersama tujuh sektor lainnya, yaitu pertanian, pertambangan, energi, industri, kelautan, dan telematika serta pengembangan kawasan strategis.

Regulasi dan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah tersebut tentu harus diapresiasi sebagai wujud perhatian pemerintah terhadap perkembangan sektor pariwisata nasional. Payung hukum kebijakan pengembangan sektor pariwisata ini juga sangat penting untuk pijakan para pelaku usaha sektor pariwisata dalam menangkap peluang pengembangan pariwisata di tingkat nasional, regional ASEAN, bahkan di pasar internasional. Dalam kancah global, tampaknya posisi pariwisata Indonesia masih jauh dari gambaran sektor pariwisata yang berdaya saing tinggi. Menurut laporan *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) 2011, saat ini sektor pariwisata Indonesia di tingkat internasional hanya berada di posisi ke-74 dari 139 negara. Hal yang cukup memprihatinkan adalah di tingkat ASEAN ternyata

posisi Indonesia berada di bawah Singapura, Malaysia, Thailand, dan Brunei Darussalam.

Dinamika pariwisata ASEAN berjalan begitu cepat mengikuti irama pasar dan perkembangan global. Dalam konteks seperti ini, pertanyaannya kemudian adalah apakah berbagai regulasi dan kebijakan yang dikeluarkan Pemerintah Indonesia tersebut sudah cukup untuk menjawab dinamika pariwisata ASEAN dalam konteks Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)? Mengingat sektor pariwisata sangat terkait erat dengan sektor lainnya, lantas pertanyaan lainnya adalah sejauh mana pemerintah telah mengintegrasikan kebijakan sektor pariwisata dengan kebijakan di sektor lainnya agar tercipta keterkaitan antarsektor? Dalam konteks perbandingan, perlu juga kiranya memahami sejauh mana respons kebijakan Pemerintah Indonesia bila dikomparasikan dengan kebijakan pengembangan pariwisata beberapa negara ASEAN. Hal-hal inilah yang akan menjadi fokus pembahasan dalam bagian ini. Harapannya tentu hal ini akan memberikan sumbangsih pemikiran untuk pengembangan pariwisata nasional yang lebih berdaya saing minimal di tingkat regional ASEAN.

KERANGKA KERJA SAMA PARIWISATA ASEAN

Kerja sama ASEAN dalam sektor jasa (termasuk pariwisata) telah berkembang lebih cepat sejak ditandatanganinya ASEAN *Framework Agreement on Services* (AFAS) pada bulan Desember 1995. Tujuan utama AFAS adalah (a) untuk meningkatkan kerja sama di bidang jasa antarnegara anggota dalam rangka meningkatkan efisiensi dan daya saing, diversifikasi kapasitas produksi dan pasokan serta distribusi jasa dari penyedia jasa dalam dan di luar ASEAN; (b) untuk menghilangkan hambatan-hambatan substansial dalam perdagangan di bidang jasa antarnegara anggota; (c) untuk meliberalisasi perdagangan jasa dengan memperluas kedalaman dan cakupan liberalisasi melebihi

yang sudah dilakukan oleh negara-negara anggota di bawah GATS dengan tujuan untuk mewujudkan suatu kawasan perdagangan bebas dalam bidang jasa.

Kerjasama sektor jasa di tingkat ASEAN yang semakin intensif ini telah berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pangsa sektor jasa dalam GDP ASEAN. Pada tahun 2000, sumbangan sektor jasa terhadap GDP ASEAN baru sebesar 39,1%. Pangsa sektor jasa ini meningkat menjadi 45,9% pada tahun 2009. Sejauh ini, beberapa produk sektor jasa yang cukup mendominasi dalam kerjasama ASEAN adalah transportasi, travel, dan jasa komersial lainnya.

Kerangka kerjasama dalam bidang pariwisata secara lebih mendalam dituangkan dalam sebuah perjanjian ASEAN *Tourism Agreement* (ATA) yang ditandatangani di Phnom Penh, Kamboja, pada tanggal 4 November 2002. Tujuan dari ATA ini adalah (a) membangun kerjasama dalam memudahkan perjalanan ke dan di dalam ASEAN; (b) Meningkatkan kerjasama dalam industri pariwisata antarnegara anggota ASEAN dalam rangka meningkatkan efisiensi dan daya saing sektor pariwisata; (c) mengurangi hambatan perdagangan dalam bidang pariwisata dan jasa perjalanan antarnegara anggota ASEAN; (d) membentuk jaringan terpadu jasa pariwisata dan perjalanan untuk memaksimalkan sifat komplementer tempat wisata daerah; (e) meningkatkan pengembangan dan promosi ASEAN sebagai destinasi wisata tunggal dengan standar fasilitas dan atraksi kelas dunia; (f) meningkatkan upaya saling bantu dalam pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan memperkuat kerjasama dalam membangun; (g) memperbaiki dan memperluas fasilitas dan jasa pariwisata dan perjalanan di ASEAN; (h) menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi sektor publik dan swasta untuk terlibat lebih jauh dalam pengembangan pariwisata, perjalanan intra-ASEAN, dan investasi di bidang jasa dan fasilitas pariwisata.

Kerja sama dan liberalisasi sektor jasa di tingkat ASEAN selanjutnya dituangkan dalam cetak biru MEA, di mana sektor jasa pariwisata menjadi salah satu dari 12 sektor yang diprioritaskan untuk diliberalisasi pada tahun 2010. Liberalisasi sektor pariwisata ini ditargetkan bersamaan dengan tiga sektor jasa lainnya, yaitu sektor transportasi udara, *e-ASEAN*, dan perawatan kesehatan. Liberalisasi sektor jasa pariwisata meliputi *hotel and restaurant (central product classification (CPC) code 641-643)*, *travel agencies and tour operators services (CPC code 7471)*, *tourist guides services (CPC code 7472)*, and *other*.

Dalam kerangka yang lebih operasional, pengembangan kerja sama pariwisata ASEAN dituangkan dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2011–2015*. ATSP ini berisi visi, arah strategi, dan strategi aksi dalam pengembangan sektor pariwisata ASEAN menjelang tahun 2015, yaitu tahun berlakunya liberalisasi ASEAN secara penuh dalam kerangka MEA.

Visi pengembangan pariwisata ASEAN sebagaimana tertuang dalam ATSP 2011–2015 adalah sebagai berikut:

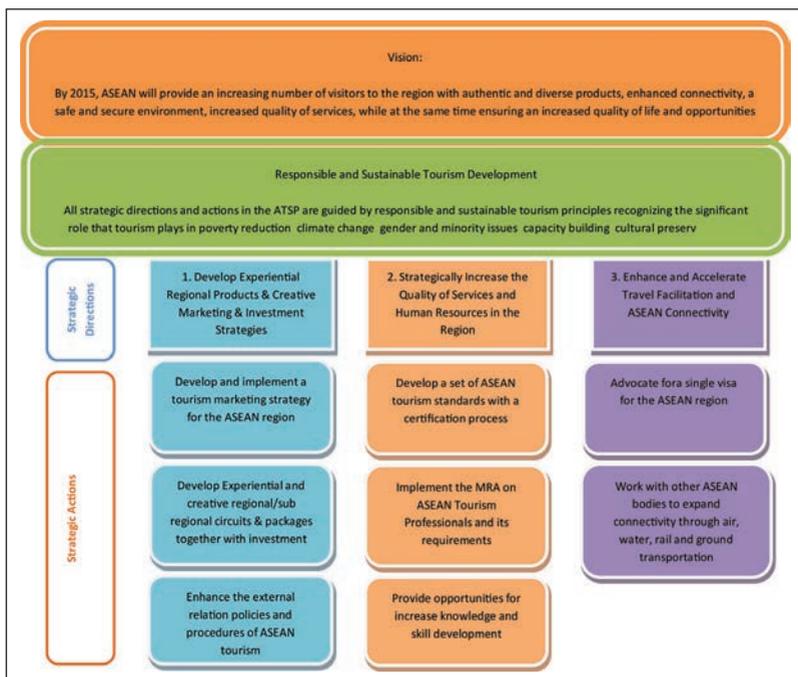
“Pada tahun 2015, ASEAN akan memberikan peningkatan jumlah pengunjung ke kawasan ini dengan produk autentik dan beragam, perluasan konektivitas, lingkungan yang aman dan nyaman, peningkatan kualitas pelayanan, sementara pada saat yang sama menjamin sebuah perbaikan kualitas hidup dan kesempatan bagi penduduk melalui pembangunan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan dengan bekerja secara efektif bersama para pemangku kepentingan”.

Ada tiga paket arah strategi ASEAN yang dipersiapkan untuk mencapai visi ATSP ini, yaitu

Pertama, pengembangan produk kawasan yang inovatif, pemasaran yang kreatif, dan strategi investasi. Ada tiga strategi aksi yang akan ditempuh dalam bagian ini, yaitu dengan cara mengembangkan dan

mengimplementasikan strategi pemasaran untuk kawasan ASEAN, mengembangkan kawasan dan subkawasan yang kreatif dan membina bersama dengan strategi investasi, memperluas kebijakan hubungan eksternal dan prosedur-prosedur kepariwisataan ASEAN.

Kedua, peningkatan kualitas SDM, pelayanan, dan fasilitas di kawasan ASEAN. Ini akan ditempuh melalui tiga strategi aksi dengan cara mengembangkan seperangkat standar-standar kepariwisataan ASEAN melalui proses sertifikasi, mengimplementasikan *mutual recognition arrangement* (MRA) dan persyaratan-persyaratannya terhadap para profesional bidang kepariwisataan serta menyediakan kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan pengembangan keterampilan.



Sumber: ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2011–2015

Gambar 3.1 Visi dan Arah Strategi Pengembangan Pariwisata ASEAN

Ketiga, perluasan dan percepatan fasilitasi perjalanan wisata dan konektivitas ASEAN. Dua hal yang menjadi fokus dan telah dimplementasikan untuk strategi ini adalah advokasi penerapan visa tunggal untuk kawasan ASEAN dan perluasan konektivitas melalui transportasi udara, air, darat, dan kereta api.

Paket arah strategi pengembangan pariwisata ini sejalan dengan arah pengembangan pariwisata Indonesia sebagaimana tertuang dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menyebutkan empat dimensi pembangunan sektor pariwisata, yaitu dimensi industri, destinasi wisata, pemasaran, dan kelembagaan. Kesamaan arah strategi pengembangan pariwisata ini sejatinya mampu dimanfaatkan oleh Indonesia dengan menurunkannya ke dalam berbagai kebijakan dan regulasi terkait sektor pariwisata.

RESPONS KEBIJAKAN PEMERINTAH TERHADAP LIBERALISASI SEKTOR PARIWISATA DALAM SKEMA ASEAN *TOURISM INTEGRATION*

Integrasi ASEAN dalam skema MEA, termasuk di dalamnya pemberlakuan pasar tunggal dan basis produksi ASEAN, sudah disepakati pembentukannya sejak bulan Oktober 2003 silam yang dituangkan dalam *The Bali Concord II*. Sementara itu, secara resmi deklarasi pemberlakuannya sendiri ditandatangani pada bulan November 2007. Idealnya, pada kurun waktu tersebut pemerintah sudah mempersiapkan berbagai regulasi dan kebijakan yang terkait langsung dengan integrasi ASEAN dalam skema MEA ini. Setidaknya penyiapan regulasi dan respons kebijakan atas hal ini perlu dilakukan pada 12 sektor yang menjadi prioritas MEA, termasuk di dalamnya sektor pariwisata.

Respons yang cepat dari pemerintah dalam bentuk regulasi, kebijakan, program, dan aksi nyata sangat penting dalam upaya

menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan sektor pariwisata dan sektor lain yang terkait. Dalam konteks pengembangan sektor pariwisata di dalam negeri, respons cepat pemerintah sangat dibutuhkan untuk pengembangan empat dimensi pembangunan kepariwisataan sebagaimana tertuang dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yaitu dimensi industri, destinasi, pemasaran, dan kelembagaan. Sementara itu, dalam konteks internasional, respons cepat dan perbaikan kerangka kebijakan dan regulasi (*regulatory framework*) sangat penting karena menjadi salah satu pilar dalam penilaian daya saing pariwisata di tingkat global.

Kebijakan Pemerintah yang Terkait dengan Pengembangan Industri Pariwisata

Salah satu kunci utama dalam pengembangan industri pariwisata adalah investasi. Dalam konteks makro, payung hukum yang mengatur investasi di Indonesia sudah diatur melalui UU no. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Kebijakan dasar penanaman modal dalam UU ini ditujukan untuk mendorong terciptanya iklim usaha yang kondusif bagi penanaman modal untuk penguatan daya saing perekonomian nasional serta mempercepat peningkatan investasi, tentu di dalamnya termasuk investasi di sektor pariwisata.

Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, UU ini memberikan ruang yang lebar dan perlakuan yang setara, baik bagi investor dalam maupun luar negeri untuk berinvestasi di berbagai bidang usaha. Hal ini dinyatakan dengan jelas dalam Pasal 4 ayat (2) yang menyatakan bahwa pemerintah: (a) memberi perlakuan yang sama bagi penanam modal dalam negeri dan penanam modal asing dengan tetap memperhatikan kepentingan nasional; (b) menjamin kepastian hukum, kepastian berusaha, dan keamanan berusaha bagi penanam modal sejak proses pengurusan perizinan sampai dengan berakhirnya kegiatan penanaman modal sesuai dengan ketentuan peraturan per-

undang-undangan; (c) membuka kesempatan bagi perkembangan dan memberikan perlindungan kepada usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi.

Untuk mendorong kegiatan investasi, UU ini juga memberikan ruang kepada para investor untuk mendapatkan berbagai fasilitas dalam berbagai bentuk, seperti: (a) pajak penghasilan melalui pengurangan penghasilan neto sampai tingkat tertentu terhadap jumlah penanaman modal yang dilakukan dalam waktu tertentu; (b) pembebasan atau keringanan bea masuk atas impor barang modal, mesin, atau peralatan untuk keperluan produksi yang belum dapat diproduksi di dalam negeri; (c) pembebasan atau keringanan bea masuk bahan baku atau bahan penolong untuk keperluan produksi selama jangka waktu tertentu dan persyaratan tertentu; (d) pembebasan atau penangguhan pajak pertambahan nilai atas impor barang modal atau mesin atau peralatan untuk keperluan produksi yang belum dapat diproduksi di dalam negeri selama jangka waktu tertentu; (e) penyusutan atau amortisasi yang dipercepat; (f) keringanan pajak bumi dan bangunan, khususnya untuk bidang usaha.

Mengacu pada UU Kepariwisata, investasi usaha pariwisata dikelompokkan menjadi 13 jenis usaha wisata yang meliputi daya tarik wisata; kawasan pariwisata; jasa transportasi wisata; jasa perjalanan wisata; jasa makanan dan minuman; penyediaan akomodasi; penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran; jasa informasi pariwisata; jasa konsultan pariwisata; jasa pramuwisata; wisata tirta; spa. Secara teknis, sejak tahun 2010, tata cara pendaftaran usaha-usaha tersebut sudah diatur melalui Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Lampiran I dan II).

Industri pariwisata sangat terkait erat dengan industri kreatif dalam berbagai bidang, seperti di industri hiburan (musik, film, tarian dll.), informasi, komunikasi dan teknologi (*information, communica-*

tion and technology (ICT)), industri kreatif souvenir dan atau kesenian tradisional. Perkembangan industri-industri ini sebagai pendukung sektor pariwisata telah mendapat perhatian serius dari pemerintah yang salah satunya dalam bentuk perlindungan atas Hak Kekayaan Intelektual (HaKI). Berikut ini adalah regulasi yang telah dikeluarkan oleh pemerintah terkait HaKI: (a) UU No 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta; (b) UU No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang; (c) UU No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri; (d) UU No. 32 Tahun 2000 tentang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu; (e) UU No. 14 Tahun 2001 tentang Paten (UU Paten); (f) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Sejalan dengan tuntutan bisnis yang menghendaki dibangunnya kawasan khusus, pemerintah juga memberikan kesempatan kepada daerah untuk membentuk Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) (*Special Economic Zone*) yang tidak hanya diperuntukkan bagi pengembangan industri pengolahan, tetapi juga untuk industri pariwisata. Saat ini, KEK yang sudah mendapat persetujuan untuk zona wisata adalah KEK Tanjung Lesung, Kabupaten Pandeglang, Banten, yang dasar hukumnya sudah diatur dengan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 26 Tahun 2012 tentang Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata Tanjung Lesung. KEK ini akan beroperasi paling lambat tiga tahun setelah dikeluarkannya PP ini. Selain KEK Banten, pemerintah juga sedang mempersiapkan pembentukan KEK pariwisata di NTB. Sebelumnya, salah satu lokasi Free Trade Zone (FTZ) di Bintan atau tepatnya di Lagoi juga secara khusus dikembangkan untuk destinasi wisata berkelas internasional.

Kebijakan Pemerintah yang Terkait dengan Destinasi Pariwisata

Menurut UU Kepariwisataan, destinasi pariwisata didefinisikan sebagai kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah

administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Sementara itu, dokumen Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional menyebutkan bahwa salah satu arah pengembangan destinasi pariwisata adalah dengan pembangunan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) dan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN). Ditargetkan Kemenparekraf akan bisa membangun 50 DPN dan 88 KSPN di wilayah-wilayah yang mempunyai potensi pariwisata.

Bila dikaitkan dengan salah satu perencanaan pembangunan nasional yang dikemas dalam bentuk MP3EI, terkesan bahwa kebijakan pengembangan sektor pariwisata terlihat kurang sinergi dan holistik, baik dalam cakupan geografis maupun sektoral. Secara geografis, dalam Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011–2025 (MP3EI), pengembangan sektor pariwisata berfokus pada koridor ekonomi Bali dan Nusa Tenggara Barat (NTB). Kecuali itu, dalam penjelasan MP3EI hanya Bali yang disebutkan sebagai gerbang untuk mempromosikan kunjungan ke daerah tujuan wisata lain. Pemilihan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) dalam MP3EI yang hanya bertumpu pada pariwisata Bali dan NTB telah mereduksi perencanaan pembangunan DPN yang disusun oleh Kemenparekraf dalam dokumen Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional.

Dalam konteks pembangunan pariwisata daerah, menetapkan lokus pengembangan pariwisata hanya di dua provinsi tersebut berpotensi menjadikan pariwisata di daerah lain menjadi kurang diperhatikan oleh pemerintah pusat. Potensi destinasi pariwisata Indonesia mempunyai nilai dan keunikan budaya, keindahan alam, dan keanekaragaman flora-fauna yang bernilai jual tinggi, baik bagi wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik yang tersebar di banyak provinsi. Hanya menyebut beberapa contoh, di Pulau Sumatra

ada wisata alam dan wisata bahari yang sangat mengesankan seperti di Kepulauan Bangka Belitung. Sementara itu, Pulau Kalimantan memiliki objek wisata alam dan habitat orang utan, seperti kawasan wisata Tanjung Puting dan Pulau Jawa sudah jelas mempunyai beragam destinasi wisata kelas dunia, di antaranya Keraton Yogyakarta, wisata yang dibalut dengan nuansa keunikan tradisi budaya Jawa. Demikian halnya dengan Candi Borobudur dan Prambanan yang memperlihatkan gabungan tradisi religi Buddha dan Hindu dan mahakarya seni masa lalu. Selain itu, Pulau Sulawesi mempunyai wisata alam dan bahari kelas dunia, seperti Bunaken. Demikian juga halnya dengan Pulau Papua yang memiliki objek wisata Raja Ampat.

Dengan *grand design* pembangunan pariwisata yang parsial, motivasi pemerintah pusat untuk membangun infrastruktur penunjang sektor pariwisata di daerah-daerah potensial bisa terabaikan.

Kebijakan Pemerintah yang Terkait dengan Pemasaran Pariwisata

Arah kebijakan dan strategi pemasaran pariwisata nasional sebagaimana dituangkan dalam cetak biru pemasaran pariwisata 2007 difokuskan kepada tiga kebijakan utama, yaitu (1) Kebijakan pemantapan citra dan kondisi pariwisata Indonesia. Strateginya meliputi evaluasi *branding* dan *market repositioning*, operasionalisasi kantor perwakilan pemasaran dan promosi di 15 pasar strategis, pembentukan *Tourism Communication Center* (TCC) yang pusat informasi dan komunikasinya tanggap dan cepat beroperasi selama 365 hari secara terus-menerus; (2) Kebijakan pemusatan perhatian pada konsep pemasaran destinasi. Strateginya adalah dengan meningkatkan kerja sama promosi dan pemasaran yang terfokus pada produk-produk *lifestyle* di Bali, promosi produk minat khusus untuk destinasi di luar Bali; (3) Kebijakan peningkatan efektivitas, efisiensi, dan sinergi

pemasaran. Kebijakan ini akan dilakukan dengan strategi meningkatkan kerja sama pemasaran dan promosi lintas sektor dan lintas pelaku dan menerapkan perencanaan pemasaran serta promosi secara terpadu dan berkesinambungan.

Kebijakan kemudahan dan pembebasan visa juga menjadi salah satu andalan pemasaran pariwisata nasional. Setelah dikeluarkannya *ASEAN Tourism Agreement (ATA)* pada tahun 2002, respons tercepat yang diambil pemerintah adalah keluarnya Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 2003 tentang Bebas Visa Kunjungan Singkat. Salah satu esensi dari Keppres ini dalam konteks kerja sama pariwisata ASEAN adalah memberikan bebas visa kunjungan selama maksimum 30 hari kepada lima negara ASEAN (Thailand, Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, dan Filipina). Dalam Keppres ini, ada enam negara lain (Hong Kong, Makau, Cile, Maroko, Turki, dan Peru) yang juga mendapatkan bebas visa dalam kunjungan singkat ke Indonesia.

Hingga saat ini, Keppres ini telah mengalami dua kali revisi menjadi Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2003 dan yang berlaku saat ini adalah Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 2003 tentang Bebas Visa Kunjungan Singkat. Dalam Perpres yang baru ini terdapat tambahan satu negara ASEAN, Vietnam, yang diberikan bebas visa kunjungan singkat.

ATA sendiri baru diratifikasi pada bulan Januari 2007 melalui Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 20 Tahun 2007 tentang Penge-sahan *ASEAN Tourism Agreement (Persetujuan Pariwisata ASEAN)*. Indonesia menjadi negara yang paling akhir dalam meratifikasi ATA ini. Sebelumnya tercatat ratifikasi ATA dilakukan oleh Singapura (18 Januari 2003), Filipina (5 Mei 2003), Brunei Darussalam (2 Juni 2003), Vietnam (10 Juli 2003), Myanmar (7 Januari 2004), Malaysia (13 Januari 2004), Kamboja (10 Februari 2004), Thailand (18 Juni 2004), dan Laos (6 Agustus 2004). Lebih lanjut, pada tanggal 4

Juni 2009, Indonesia telah meratifikasi *ASEAN Framework Agreement on Visa Exemption*. Perjanjian bebas visa intra-ASEAN sendiri ditandatangani pada tanggal 28 Juli 2006 di Kuala Lumpur, Malaysia.

Pemasaran dan promosi wisata nasional di tingkat ASEAN dan internasional dilakukan secara bersama oleh pemerintah pusat melalui Kemenparekraf, pemerintah daerah melalui dinas pariwisata, dan oleh Badan Promosi Pariwisata Indonesia (BPPI). BPPI adalah lembaga swasta yang ditetapkan melalui Keppres Nomor 22 Tahun 2001. Tugas utamanya meliputi: (a) meningkatkan citra kepariwisataan Indonesia; (b) meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan penerimaan devisa; (c) meningkatkan kunjungan wisatawan Nusantara dan pembelanjaan; (d) menggalang pendanaan dari sumber selain APBN dan APBD sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; (e) melakukan riset dalam rangka pengembangan usaha dan bisnis pariwisata.

RESPONS KEBIJAKAN PEMERINTAH DAN PENGARUHNYA TERHADAP DINAMIKA SEKTOR PARIWISATA NASIONAL

Salah satu cara untuk menilai pengaruh sebuah kebijakan adalah dengan melihat *output* yang tercipta dalam jangka pendek dan jangka menengah, yang akan menjadi dasar perubahan yang mungkin terjadi dalam jangka panjang (Reisman dkk., 2007). Dalam konteks kebijakan pariwisata, khususnya respons kebijakan pemerintah atas pemberlakuan *ASEAN Tourism Integration* sebagaimana dikemukakan di atas maka salah satu *output* yang bisa dijadikan dasar evaluasi dampak kebijakan pariwisata adalah pencapaian tingkat daya saing pariwisata Indonesia di tingkat ASEAN dan global. Dengan mencermati tingkat daya saing pariwisata, dampak kebijakan pengembangan pariwisata di dalam negeri dan di tingkat global bisa dilihat secara menyeluruh.

World Economic Forum (WEF) secara rutin memublikasikan hasil perhitungan daya saing pariwisata setiap negara dalam bentuk *Travel*

✧ Tourism Competitiveness Report. Menurut laporan ini, tingkat daya saing sektor pariwisata sebuah negara dipotret melalui 14 pilar yang mempunyai keterkaitan erat dengan sektor pariwisata.

Berdasarkan laporan WEF dalam *Travel & Tourism Competitiveness Report 2012*, diketahui bahwa pada tahun 2011 daya saing pariwisata Indonesia berada di peringkat 74 dari 139 negara. Posisi peringkat daya saing pariwisata Indonesia pada tahun 2011 ini jauh lebih baik daripada peringkat dua tahun sebelumnya yang berada di urutan 81. Sementara itu, dalam konteks perbandingan dengan negara-negara ASEAN maka posisi Indonesia yang berada di papan tengah ini lebih unggul dari Filipina, Kamboja, Laos, Myanmar, dan Vietnam. Namun, pada tahun 2011 peringkat daya saing beberapa negara ASEAN lebih unggul dari Indonesia, seperti Singapura (10), Malaysia (35), dan Thailand (41).

Membaiknya posisi daya saing pariwisata Indonesia pada tahun 2011 ini disumbangkan oleh semakin membaiknya beberapa pilar utama pembentuk daya saingnya. Di antara 14 pilar tersebut, daya saing harga (*price competitiveness*) menjadi pilar dengan peringkat terbaik, yaitu berada di posisi empat dunia. Hal ini mengindikasikan bahwa sebenarnya biaya berwisata di Indonesia sangat kompetitif dan terjangkau. Untuk pilar daya saing harga ini, Indonesia bersaing ketat dengan Malaysia yang pada tahun 2011 berada di urutan 3. Sementara itu, dua pilar yang mengalami perbaikan paling signifikan adalah kebijakan dan peraturan (perbaikan 35 peringkat) dan keamanan-keselamatan (perbaikan 47 peringkat).

Tabel 3.1 Daya Saing Pariwisata Indonesia dan Beberapa Negara ASEAN di Tingkat Internasional, Tahun 2009 dan 2011

No.	Pilar/Indikator	Indonesia		Singapura		Malaysia		Thailand		Philippina	
		2009	2011	2009	2011	2009	2011	2009	2011	2009	2011
	Peringkat Internasional	81	74	10	10	32	35	39	41	86	94
<i>A. Regulatory Framework</i>											
1	Kebijakan dan Peraturan	123	88	1	1	9	21	62	76	72	70
2	Pariwisata Berkelanjutan	130	127	42	41	54	64	99	97	73	94
3	Keamanaan dan Keselamatan	119	72	10	13	59	83	118	94	113	109
4	Kesehatan dan Higienis	110	115	53	55	69	75	71	80	87	97
5	Prioritas Travel dan Pariwisata	10	15	2	2	23	46	22	38	59	70
<i>B. Lingkungan Bisnis dan Infrastruktur</i>											
6	Infrastruktur Transportasi Udara	60	58	15	14	35	34	25	23	73	80
7	Infrastruktur Transportasi Darat	89	82	4	2	28	36	56	56	90	114
8	Infrastruktur Pariwisata	88	116	37	33	77	74	39	40	96	98
9	Infrastruktur ICT	102	96	17	20	46	52	71	81	92	98
10	Daya Saing Harga	3	4	27	29	4	3	19	15	16	20
<i>C. Sumber Daya Manusia, Alam dan Budaya</i>											
11	Sumber Daya Manusia	42	51	1	2	30	37	57	74	69	86
12	<i>Affinity for Travel & Tourism</i>	78	121	10	12	21	17	22	24	53	66
13	Sumber Daya Alam	28	17	94	96	21	22	24	21	65	70
14	Sumber Daya Budaya	37	39	29	30	32	33	33	32	63	76

Sumber: *Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 and 2012, World Economic Forum.*

Tabel 3.2 Peringkat Daya Saing Sektor Pariwisata Indonesia dalam Komponen Pilar Kebijakan dan Peraturan

No.	Komponen Pilar Kebijakan dan Peraturan	2009	2011
1	Tingkat kepemilikan asing	24	54
2	Hak kekayaan intelektual (HaKI)	117	84
3	Pengaruh peraturan bisnis terhadap PMA	42	49
4	Persyaratan visa	89	94
5	Keterbukaan perjanjian bilateral jasa udara	31	32
6	Keterbukaan pembuatan kebijakan pemerintah	121	91
7	Waktu yang dibutuhkan untuk memulai bisnis	122	119
8	Biaya untuk memulai bisnis	114	98

Sumber: *Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 and 2012, World Economic Forum*

Sebagaimana terlihat dalam Tabel 3.2 bahwa dari delapan komponen pilar kebijakan dan peraturan, pada tahun 2011 Indonesia telah mampu memperbaiki posisi empat komponen, yaitu HaKI, keterbukaan pembuatan kebijakan pemerintah, waktu untuk memulai bisnis, dan biaya untuk memulai bisnis. Sementara komponen lainnya mengalami penurunan dibandingkan tahun 2009 silam. Mengingat daya saing ini bersifat dinamis dan komparatif maka perlu dicatat bahwa penurunan kualitas beberapa komponen ini adalah dalam konteks perbandingan dengan negara lain. Dengan kata lain, jika Indonesia mengalami penurunan peringkat, dua kemungkinan terbesar adalah (a) Indonesia memang mengalami degradasi dalam komponen-komponen kebijakan dan peraturan, sedangkan negara lain relatif konstan dan atau memperbaiki regulasi; (b) Indonesia telah memperbaiki komponen-komponen kebijakan dan peraturan, namun akselerasi dan dampaknya jauh lebih rendah dari yang dilakukan oleh negara lain yang melakukan perbaikan di pilar yang sama.

Walaupun pilar kebijakan dan peraturan telah menunjukkan perbaikan secara cepat, namun bila dikomparasikan dengan pilar sejenis di beberapa negara ASEAN, lagi-lagi, Indonesia masih kalah

tertinggal. Sebagai contoh, untuk pilar kebijakan dan peraturan, posisi Singapura (1), Malaysia (21), Thailand (76), dan Filipina (70). Beberapa komponen dari pilar daya saing Singapura yang mampu mengangkat negara ini menduduki posisi pertama adalah transparannya proses pembuatan kebijakan pemerintah, kepastian hukum dan peraturan bagi kalangan bisnis, terjaminnya HakI dan waktu yang cepat dalam proses pengurusan investasi dan kegiatan komersial lainnya.

Satu hal yang perlu dicermati dari Tabel 3.2 bahwa ternyata komponen-komponen dalam pilar kebijakan dan peraturan daya saing pariwisata tidaklah hanya berisi kebijakan dan peraturan bidang pariwisata. Akan tetapi, pilar daya saing ini lebih jauh justru memotret kebijakan lain, baik yang mempunyai kaitan langsung maupun tidak langsung dengan sektor pariwisata. Hal ini menegaskan bahwa untuk pengembangan dan perbaikan citra pariwisata Indonesia di tingkat internasional, koordinasi dan integrasi kebijakan adalah salah satu kuncinya.

Sebanyak lima komponen dalam pilar kebijakan dan peraturan daya saing pariwisata sangat terkait langsung dengan pengembangan industri pariwisata, khususnya dalam upaya menarik investasi di sektor pariwisata. Kelima komponen tersebut adalah tingkat kepemilikan asing, HakI, pengaruh peraturan bisnis terhadap PMA, waktu, dan biaya yang dibutuhkan untuk memulai bisnis. Membaiknya sebagian komponen daya saing pariwisata Indonesia dalam pilar kebijakan dan peraturan ini tidak terlepas dari kebijakan pemerintah dalam bidang investasi yang lebih *business friendly*, egaliter, dan menjamin adanya kepastian hukum sebagaimana dikemukakan di atas.

Perbaikan kebijakan dan peraturan yang terkait pariwisata ini telah direspons oleh sektor swasta melalui masuknya arus investasi ke sektor pariwisata. Pada tahun 2009, jumlah investasi swasta termasuk BUMN dan BUMD di sektor pariwisata yang masuk ke sektor pari-

wisata sebesar Rp76,26 triliun. Nilai investasi swasta ini meningkat hingga mencapai Rp87,58 triliun, atau setara dengan 99,78% dari total investasi di sektor pariwisata (Neraca Satelit Pariwisata Nasional/ Nesparnas, 2011). Nilai investasi terbesar masuk ke bidang hotel, akomodasi dan bangunan, alat angkutan, infrastruktur (jalan, jembatan, dan pelabuhan), bangunan rekreasi, hiburan, seni dan budaya.

Beberapa studi dan laporan dari Dethier (2010), ERIA (2014), dan World Bank (2014) menunjukkan bahwa perbaikan dalam waktu dan biaya memulai investasi turut berkontribusi terhadap meningkatnya jumlah investasi yang masuk ke Indonesia, termasuk ke sektor pariwisata. Menurut catatan Doing Business World Bank (2011), waktu yang dibutuhkan untuk memulai bisnis di Indonesia cenderung mengalami perbaikan. Pada tahun 2008, seorang investor membutuhkan waktu minimal 76 hari untuk memulai bisnis di Indonesia. Untuk memangkas jumlah hari ini, pemerintah telah mencoba melakukan reformasi dan perbaikan pelayanan investasi di antaranya melalui program Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP). Hasilnya cukup signifikan, pada tahun 2011 investor hanya butuh 47 hari untuk memulai bisnis. Tentu pencapaian ini masih jauh dari memuaskan bila dibandingkan rata-rata jumlah hari memulai bisnis di East Asia & Pacific Countries yang hanya 36 hari.

Perbaikan kebijakan dan peraturan bidang kepariwisataan juga telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Pemberian bebas visa kunjungan singkat ke beberapa negara ASEAN telah meningkatkan kunjungan wisatawan ASEAN ke Indonesia. Pada tahun 2007, setelah Indonesia meratifikasi pemberlakuan bebas visa bagi seluruh penduduk ASEAN, kunjungan wisatawan yang berasal dari ASEAN melonjak menjadi 2,49 juta orang. Jumlahnya semakin melonjak hingga mencapai 3,05 juta wisatawan pada tahun 2010.

Potensi untuk menarik lebih banyak lagi wisatawan asal ASEAN masih terbuka lebar. Pada tahun 2010, wisatawan intra ASEAN yang berkunjung ke negara-negara ASEAN mencapai 34,82 juta orang. Dari jumlah tersebut, yang berkunjung ke Indonesia hanya 3,05 juta orang. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia baru mampu meraup pasar ASEAN sebesar 8,76%. Di sisi lain, Malaysia, Singapura, dan Thailand mampu memikat lebih banyak wisatawan dari sesama negara ASEAN. Perkembangan detail jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia disajikan dalam Tabel 3.3.

Demikian halnya, Indonesia masih mempunyai peluang besar untuk menarik wisatawan mancanegara non-ASEAN. Pada tahun 2011 tercatat bahwa total wisatawan mancanegara yang berkunjung ke

Tabel 3.3 Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Berdasarkan Negara Tempat Tinggal 2002–2010

Negara Asal	2006	2007	2008	2009	2010
Amerika Total	184.525	220.202	239.678	229.824	258.584
Eropa Total	730.398	796.730	924.745	978.369	1.038.420
Afrika	22.655	27.777	29.753	28.375	27.200
Timur Tengah	55.033	55.348	67.271	122.069	144.661
Brunei	8.965	11.209	12.134	15.709	39.063
Malaysia	769.988	891.353	1.117.454	1.179.366	1.277.476
Filipina	74.982	137.317	159.003	162.463	189.486
Singapura	1.401.804	1.352.412	1.397.056	1.272.862	1.373.126
Thailand	42.155	68.050	76.842	109.547	123.825
Vietnam	9.229	9.754	12.215	14.456	28.196
ASEAN Lainnya	21.222	19.981	19.903	18.281	21.113
ASEAN Total	2.328.345	2.490.076	2.794.607	2.772.684	3.052.285
Asia Pasifik Total	1.550.395	1.915.626	2.178.443	2.192.409	2.481.794
Total Keseluruhan	4.871.351	5.505.759	6.234.497	6.323.730	7.002.944

Sumber: BPS, 2011

kawasan ASEAN berjumlah 76,94 juta orang. Indonesia sendiri hanya dikunjungi oleh turis mancanegara sekitar 7,65 juta orang atau setara dengan 9,94% dari total wisatawan mancanegara yang berkunjung ke wilayah ASEAN. Bandingkan dengan beberapa negara ASEAN lain yang mampu menarik kunjungan wisatawan mancanegara jauh lebih banyak dari Indonesia, misalnya Malaysia 24,71 juta orang (32,12%), Thailand 19,10 juta orang (24,82%), dan Singapura 10,39 juta orang (13,66%).

Ada beberapa faktor yang diduga kuat menyebabkan tingkat kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan kunjungan ke beberapa negara ASEAN lainnya. *Pertama*, pemasaran dan promosi pariwisata Indonesia belum optimal. Pada tahun 2010, pemerintah mengalokasikan dana promosi wisata sebesar Rp1.035,98 miliar. Dana ini terdiri atas alokasi pemerintah pusat sebesar Rp581,58 miliar dan pemerintah daerah Rp454,40 miliar. Promosi pariwisata dilakukan melalui beragam kegiatan, mulai dari pemasangan iklan di televisi nasional, regional dan internasional, hingga pameran pariwisata tingkat daerah, nasional, regional dan internasional.

Dibandingkan beberapa negara ASEAN lain, dana promosi pariwisata Indonesia terbilang kecil. Pemerintah Pusat Malaysia menggelontorkan dana promosi pariwisata lebih dari US\$ 100 juta atau mencapai Rp1 triliun pada tahun 2010. Begitupun dengan Pemerintah Singapura yang membelanjakan dana promosi pariwisata yang besar untuk menggenjot sektor pariwisatanya. Thailand juga melakukan hal serupa untuk menarik wisatawan mancanegara, dana yang dikucurkan oleh Pemerintah Thailand pada tahun 2011 untuk promosi pariwisata di luar negeri mencapai US\$ 95 juta atau sekitar Rp900 miliar (<http://news.inbangkok.org>).

Kedua, *branding image* pariwisata Indonesia belum dikemas secara menarik dan merefleksikan kekayaan wisata budaya, wisata

alam, wisata belanja, wisata MICE, dan lain-lain. Salah satu yang terkait dengan *branding image* ini adalah slogan. Saat ini, slogan yang diusung Indonesia adalah *Wonderful Indonesia*. Beberapa negara ASEAN mampu membuat *branding image* yang betul-betul menggambarkan daya pikat wisatanya, seperti Malaysia yang mengusung *brand Malaysia Truly Asia*, atau Singapura dengan slogan *Uniquely Singapore* yang kemudian berganti menjadi *Your Singapore*.

Ketiga, masih banyak produk wisata Indonesia yang sebenarnya mempunyai nilai jual sangat tinggi, namun belum dikemas dan dipromosikan secara global. Hanya menyebut beberapa contoh, seperti wisata bahari di Kepulauan Bangka Belitung, wisata alam dan bahari di Raja Ampat, dan wisata budaya di pedalaman Kalimantan.

Keempat, faktor geografis. Malaysia, Thailand, dan Singapura harus diakui mempunyai keunggulan komparatif dalam hal lokasi geografis yang relatif dekat dari jangkauan wisatawan asal Asia Tengah, Asia Timur, Asia Selatan, Eropa, Amerika, dan Afrika. Kondisi geografis yang dekat dan menyatu dalam satu daratan menjadikan faktor penarik bagi wisatawan untuk berwisata menjelajah beberapa negara ASEAN sekaligus. Kondisi geografis yang dekat dan menyatu ini juga dapat menghemat biaya berwisata. Di sisi lain, lokasi geografis Indonesia yang berada di kawasan paling selatan ASEAN menjadi kurang menarik bagi sebagian wisatawan, khususnya bagi wisatawan yang sensitif terhadap biaya berwisata. Pada kelompok wisatawan seperti ini, ketika mereka berwisata ke Malaysia, maka ada potensi mengunjungi Thailand dan atau Singapura pada saat yang sama. Namun, kecil kemungkinan berkunjung ke Indonesia karena harus mengeluarkan biaya tambahan penerbangan yang relatif lebih mahal jika dibandingkan mengunjungi Thailand atau Singapura. Salah satu strategi untuk mengatasi masalah ini adalah aktif membangun paket-paket wisata melalui kerja sama dengan negara ASEAN lain.

KOORDINASI KEBIJAKAN SEKTOR PARIWISATA DENGAN KEBIJAKAN SEKTOR LAIN

Koordinasi kebijakan secara horizontal (lintas sektor dan lintas daerah) dan vertikal (antartingkatan pemerintahan) dalam pembangunan kepariwisataan menjadi sangat urgen dilakukan mengingat sebagian permasalahan yang dihadapi oleh sektor pariwisata ternyata sangat bergantung pada pengembangan di sektor dan bidang lain. Sebagaimana dikemukakan dalam cetak biru pemasaran pariwisata tahun 2007 disebutkan ada empat isu strategis yang saat ini dihadapi pariwisata Indonesia, yaitu (1) rendahnya aksesibilitas ke destinasi-destinasi sekunder; (2) stagnasi produk hampir di semua daerah tujuan wisata di Indonesia; (3) keterbatasan anggaran pemerintah untuk mendukung pengembangan pariwisata; (4) belum terintegrasinya secara baik kebijakan dan program pengembangan lintas daerah dan pusat-daerah.

Dalam konteks pengembangan industri pariwisata, koordinasi kebijakan dengan sektor lain juga perlu dilakukan mengingat sektor pariwisata adalah salah satu generator untuk membangkitkan sektor ekonomi lainnya. Hal ini bisa dilihat dari dimensi pengembangan sektor pariwisata yang mempunyai keterkaitan langsung yang luas, baik dalam bentuk keterkaitan ke belakang (*backward linkages*) maupun keterkaitan ke depan (*forward linkages*) dengan sektor ekonomi lain. Keterkaitan ke belakang sektor pariwisata terjalin kuat dengan sektor pertanian, industri pengolahan, industri kerajinan, komunikasi dan perhubungan. Sektor pariwisata juga mampu menjadi mesin penggerak untuk menciptakan keterkaitan ke depan dengan sektor perdagangan, hotel dan restoran, jasa-jasa komersial serta perbankan dan lembaga keuangan lainnya. Pada tahun 2010, sektor pariwisata mampu menyerap *input* secara langsung dari seluruh sektor ekonomi pembentuk PDB sebesar Rp491,53 triliun (Nesparnas, 2011).

Isu strategis pertama di atas sangat terkait dengan pembangunan infrastruktur. Di Indonesia, masalah infrastruktur adalah isu klasik yang hingga kini penyelesaiannya jauh dari tuntas. Salah satu contoh adalah infrastruktur jalan raya, yang menjadi salah satu konektivitas utama di Indonesia, kondisinya masih jauh dari memadai. Porsi jalan yang belum diaspal mencapai 43% pada tahun 2000. Sembilan tahun kemudian, atau tepatnya pada tahun 2009, persentasenya tidak mengalami perubahan yaitu tetap di angka 43%. Dengan kondisi seperti ini, upaya untuk membangun konektivitas destinasi pariwisata primer dan sekunder di satu daerah atau antardaerah akan cukup sulit. Pembahasan tentang infrastruktur akan diulas lebih lanjut di bab berikutnya. Sementara itu, isu strategis kedua berhubungan dengan kemampuan industri pariwisata dan industri pendukungnya (termasuk UMKM) dalam memasok produk inovatif di tempat-tempat wisata.

Dalam banyak kasus, lambatnya perkembangan industri pariwisata daerah dan industri pendukungnya atau kurang menariknya destinasi pariwisata daerah lebih disebabkan minimnya sentuhan kebijakan dari sektor lain kepada sektor pariwisata. Terlebih bidang usaha pendukung pariwisata yang berskala UMKM sering kali lambat untuk berkembang dan menciptakan produk yang inovatif karena di satu sisi kurang mendapat sentuhan yang tepat dari kebijakan pemerintah. Di sisi lain juga kurang dilirik oleh sektor swasta skala besar, termasuk perbankan untuk urusan permodalan.

Temuan studi Hidayat (2008) tentang kondisi UMKM di sektor pariwisata menunjukkan bahwa UMKM yang bergerak dalam jasa pendukung pariwisata di Yogyakarta mengalami perlambatan usaha karena kebijakan dalam pengembangan pariwisata kurang bersinergi dengan kebijakan perbankan. Akibatnya, UMKM jasa pendukung pariwisata mempunyai akses yang relatif sulit untuk mendapatkan tambahan modal dari perbankan untuk ekspansi usahanya. Dalam

periode 1998–2008, perkembangan UMKM bidang jasa pendukung pariwisata di Yogyakarta mengalami fluktuasi yang cukup berat. Banyak pengusaha bidang jasa travel yang hanya mengandalkan kendaraan-kendaraan tua karena ketiadaan modal untuk peremajaan angkutan. Begitupun halnya dengan pengusaha jasa warnet yang tidak mampu meng-*upgrade* komputer-komputer lamanya karena keterbatasan modal usaha, sedangkan pinjaman dari bank cukup sulit didapatkan.

Bidang usaha yang dijalankan UMKM pendukung jasa pariwisata ini tersebar di semua sektor ekonomi yang langsung bersentuhan dengan sektor pariwisata dan di sektor-sektor yang terkait tidak langsung dengan kegiatan jasa pariwisata. UMKM jasa pendukung sektor pariwisata lebih banyak bermain di bidang usaha kerajinan, restoran dan jasa pendukung pariwisata, seperti jasa biro perjalanan lokal, jasa penukaran uang, jasa penyewaan transportasi (mobil, perahu, sepeda motor, sepeda), jasa penyediaan internet (warnet) dan telepon, dan jasa persewaan alat musik.

Koordinasi kebijakan juga sangat diperlukan untuk semakin menghidupkan destinasi-destinasi pariwisata potensial di daerah. Beberapa destinasi wisata yang potensial yang berada di Pulau Sumatra, Kalimantan, Nusa Tenggara, Sulawesi, dan Papua akhirnya hanya menjadi destinasi sekunder karena frekuensi penerbangan domestik dan internasional yang masih sedikit dan infrastruktur pendukung ke lokasi wisata yang masih belum memadai. Sebagai contoh, penerbangan internasional ke NTB yang sudah ditetapkan sebagai koridor pengembangan pariwisata sesuai MP3EI ternyata hanya dari dan ke Singapura dan Malaysia. Jika sejak awal sudah ada koordinasi kebijakan penerbangan dengan Kementerian Perhubungan dan sektor swasta atau BUMN misalnya Garuda Indonesia, seharusnya sejak awal bisa dibuka rute penerbangan dari Australia yang secara geografis cukup dekat letaknya dengan NTB.

Mendorong UMKM untuk terus berperan dalam sektor pariwisata diharapkan mampu menjawab isu strategis kedua, yaitu stagnasi produk yang terjadi hampir di semua daerah tujuan wisata. Dalam banyak kasus seperti di beberapa sentra wisata di Yogyakarta dan NTB, stagnasi produk wisata yang terjadi lima tahun silam bukan hanya terjadi karena destinasinya yang kurang menarik, melainkan juga disebabkan oleh dua hal pokok lainnya, yaitu *pertama*, minimnya produk-produk cenderamata (*merchandise*) yang unik hasil sentuhan tangan-tangan kreatif dan inovatif; *kedua*, kurang berkembangnya jasa-jasa pendukung kegiatan pariwisata dengan fasilitas memadai dan harga terjangkau.

Dalam dua tahun terakhir ini, salah satu contoh menarik koordinasi kebijakan antara sektor pariwisata dan UMKM adalah yang dipraktikkan oleh Pemprov NTB dalam bentuk kerja sama sektoral. Pemprov NTB mengeluarkan kebijakan yang mengharuskan hotel-hotel di Provinsi NTB untuk menggunakan produk lokal yang diproduksi oleh UMKM. Produk-produk yang dikerjasamakan antara UMKM dan perhotelan adalah produk olahan berbasis sapi, jagung, dan rumput laut (pijar). Produk berbasis Pijar ini merupakan hasil dari program pembangunan NTB yang salah satunya dikemas dalam program pijar.

Program Pijar di NTB secara efektif mulai dilaksanakan pada awal tahun 2009. Model implementasinya dilakukan melalui beberapa tahapan yang dimulai dengan pembangunan tahap produksi hulu di sektor pertanian untuk tiga komoditas terpilih sapi, jagung, dan rumput laut. Tahap ini ditargetkan bisa terbangun pada tiga tahun pertama setelah program Pijar diluncurkan (2009–2011). Selanjutnya, pada tahun 2012, program Pijar mulai mengintegrasikan pembangunan di bagian hulu dengan pengembangan di bagian hilir (industri pengolahan) dan proses distribusinya. Pemerintah Provinsi NTB menugaskan Dinas Industri dan Perdagangan sebagai ujung

tombak pengembangan industri berbahan baku komoditas pijar. Sementara itu, untuk promosi dan pemasaran produk olahannya dipercayakan kepada Unit Pelaksana Teknis Dinas-Balai Pengembangan, Pelatihan dan Promosi Ekspor Daerah (UPTD-BP3ED). Selain itu, Dinas Koperasi-UMKM dan Dinas Pariwisata ditugaskan untuk membangun kerja sama antara UMKM dan usaha-usaha dalam bidang pariwisata.

PENUTUP

Liberalisasi sektor pariwisata di tingkat ASEAN telah memacu persaingan yang semakin ketat di antara negara-negara ASEAN untuk meningkatkan daya saing sektor pariwisatanya. Kecepatan dan ketepatan diperlakukan dalam membuat kebijakan dan peraturan yang mampu menumbuhkan iklim bisnis dan iklim wisata yang kondusif. Hal tersebut merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan kinerja sektor pariwisata nasional. Sejauh ini, pemerintah cukup responsif dalam mempersiapkan liberalisasi sektor pariwisata ASEAN dengan mengeluarkan serangkaian kebijakan dan peraturan di bidang kepariwisataan dalam dimensi industri, destinasi, pemasaran, dan kelembagaan.

Respons pemerintah melalui berbagai kebijakan dan regulasi tersebut telah berkontribusi positif terhadap posisi daya saing pariwisata Indonesia. Pada tahun 2008, posisi daya saing pariwisata Indonesia masih berada di peringkat 81 dari 139 negara. Tiga tahun kemudian atau tahun 2011, posisi Indonesia mengalami perbaikan dengan menduduki peringkat 74. Di antara 14 pilar pembentuk daya saing pariwisata, pilar kebijakan dan peraturan memberikan kontribusi perbaikan yang sangat signifikan terhadap peningkatan posisi daya saing pariwisata Indonesia.

Kebijakan dan peraturan kepariwisataan yang dibuat oleh pemerintah sudah cukup kondusif untuk merangsang masuknya investasi ke sektor swasta. Penanaman modal di sektor pariwisata menunjukkan tren yang menggembirakan. Begitupun halnya pembangunan beberapa destinasi wisata, seperti di Bali dan NTB, cukup memberikan hasil yang memuaskan. Namun, satu hal yang tampaknya masih perlu dibenahi adalah masalah koordinasi dan sinergi kebijakan lintas sektor. Koordinasi kebijakan dalam pembangunan kepariwisataan menjadi sangat urgen dilakukan mengingat sebagian permasalahan yang dihadapi oleh sektor pariwisata ternyata sangat bergantung pada pengembangan di sektor dan bidang lain.

Dalam banyak kasus, lambatnya perkembangan industri pariwisata daerah dan industri pendukungnya atau kurang menariknya destinasi pariwisata daerah lebih disebabkan minimnya sentuhan kebijakan dari sektor lain kepada sektor pariwisata. Terlebih bidang usaha pendukung pariwisata yang berskala UMKM sering kali lambat untuk berkembang dan menciptakan produk yang inovatif karena di satu sisi kurang mendapat sentuhan yang tepat dari kebijakan pemerintah. Di sisi lain juga kurang dilirik oleh sektor swasta skala besar, termasuk perbankan untuk urusan permodalan.

Dalam pengembangan dimensi industri pariwisata, investasi perlu digenjot bukan hanya pada pembangunan lokasi wisatanya saja, melainkan juga investasi di bidang usaha pendukung jasa pariwisata, khususnya yang berada di skala UMKM. Masih minimnya investasi UMKM di bidang usaha pendukung jasa pariwisata salah satu kendala utamanya adalah terbatasnya akses permodalan untuk investasi baru dan atau perluasan usaha.

Dalam pengembangan dimensi industri, beberapa hal mendasar yang bisa menjembatani dalam mengatasi masalah permodalan UMKM bidang jasa pendukung pariwisata di antaranya: (1) Kebijakan kredit lunak dengan bunga terjangkau dan sistem pengembalian yang

fleksibel. Bagi UMKM bidang jasa pendukung pariwisata, fleksibilitas waktu pengembalian dan besarnya pembayaran cicilan sangat penting mengingat fluktuasi bisnisnya bersifat musiman. Bagi bank yang mempunyai divisi khusus penyaluran kredit UMKM bisa mencoba melakukan terobosan dengan sistem pemberian kredit satu paket yang terintegrasi dengan pendampingan serta promosi usaha. Kegiatan pendampingan tidak selalu harus dilakukan oleh bank, tetapi bisa bekerja sama dengan pihak ketiga; (2) Menyederhanakan proses pengajuan kredit dengan tetap memperhatikan kebijakan kehati-hatian bank (*prudent policy*). Penyederhanaan kredit ini bisa meniru pola sebagaimana yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan *leasing* kendaraan bermotor; (3) Mengintensifkan sosialisasi program KUR kepada para pengusaha UMKM bidang jasa yang belum *bankable*. Selama ini, para pengusaha UMKM bidang jasa pariwisata lebih familiar dengan dinas pariwisata, dinas perindustrian, dan dinas tenaga kerja daripada dengan bank. Koordinasi dan penyebaran informasi kepada instansi-instansi tersebut akan memudahkan para pengusaha UMKM bidang jasa dalam mendapatkan informasi seputar KUR.

Dalam pengembangan dimensi destinasi, perlu kiranya bagi pemerintah untuk membangun lokus pengembangan sektor pariwisata dengan memperhatikan cakupan letak geografis. Perencanaan pembangunan dengan menempatkan lokus pembangunan sektor pariwisata di Bali dan NTB sudah tepat karena dua provinsi ini mempunyai destinasi wisata berkelas internasional. Namun, potensi pariwisata Indonesia tidak hanya tersebar di dua provinsi tersebut, terdapat banyak destinasi wisata berkelas yang tersebar di Pulau Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, hingga Papua.

Untuk menarik wisatawan mancanegara pada hal-hal yang unik dan yang semakin peduli pada aspek kelestarian lingkungan, perlu kiranya pemerintah membangun sektor pariwisata dengan konsep pariwisata berkelanjutan. Dalam konteks pariwisata internasional,

Indonesia masih dipandang sebagai negara yang kurang memperhatikan isu-isu terkait pariwisata berkelanjutan. Sebagaimana terlihat dalam pilar daya saing pariwisata bahwa pilar pariwisata berkelanjutan Indonesia jauh berada di posisi 127.

DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN Secretariat. (2007). *ASEAN economic community blue print*.
- ASEAN Secretariat. (TT). *ASEAN tourism strategic plan (ATSP) 2011–2015*.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. (2007). *Executive summary: review cetak biru pemasaran pariwisata*. Jakarta: DKP.
- Dethier, J-J, Hirn, M. & Straub, S. (2010). Explaining enterprise performance in developing countries with business climate survey data. *The World Bank Research Observer*, 26: 258–309.
- Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA). (2014). *ASEAN SME policy index towards competitive and innovative ASEAN SMEs*. Jakarta: ERIA.
- Hidayat, Agus Syarip. (2008). Permasalahan dan tantangan UMKM bidang jasa pendukung sektor pariwisata di Yogyakarta. *Peran intermediasi perbankan dalam pemberdayaan UMKM* (pp. 27–64). Jakarta: P2E LIPI.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2011). *Neraca satelit pariwisata nasional 2011 (Naspernas)*. Jakarta: KPEK.
- Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 2003 tentang *Bebas Visa Kunjungan Singkat*.
- Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2012 tentang *Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata Tanjung Lesung*.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2008 tentang *Perubahan Kedua atas Keputusan Presiden Nomor 18 Tahun 2003 tentang Bebas Visa Kunjungan Singkat*.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2007 tentang *Pengesahan ASEAN Tourism Agreement (Persetujuan Pariwisata ASEAN)*.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2011 tentang *Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011–2025*.

- Reisman, J., Gienapp, A., & Stachowiak, S. (2007). *A Guide to measuring advocacy and policy*. Baltimore, Maryland, USA: The Annie E. Casey Foundation.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang *Penanaman Modal*.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisata*.
- United Nations Environment Programme (UNEP) & World Tourism Organization (WTO). (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. UNEP & WTO.
- Michael. (2010). Thailand tourism authority budget allocation 2011. <http://news.inbangkok.org/?p=2748>, diakses 15 November 2012.
- World Economic Forum (WEF). (2012). *Travel and tourism competitiveness index (TTCI) 2012. Fostering prosperity and regional integration through travel and tourism*. Geneva: WEF.
- World Bank. (2014). *Ease of doing business 2014*. Washington DC: World Bank.

Lampiran I Kebijakan dan Peraturan dalam Dimensi Industri Kepariwisataaan yang Dikeluarkan oleh Kemenparekraf

Kebijakan dan Peraturan	Subjek dan Objek yang Diatur
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.85/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Perjalanan Wisata
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.86/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Penyediaan Akomodasi
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.87/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Makanan dan Minuman
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.88/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Kawasan Pariwisata
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.89/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Transportasi Wisata
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.90/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Daya Tarik Wisata
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.91/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan Rekreasi
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.92/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Pramuwisata
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.93/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konferensi dan Pameran
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.94/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Konsultan Pariwisata
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.95/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Jasa Informasi Pariwisata
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.96/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Wisata Tirta
Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.97/HK.501/MKP/2010	Tata Cara Pendaftaran Usaha Spa

Sumber: <http://www.budpar.go.id/>

Lampiran II Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Bidang Pariwisata

Kebijakan dan Peraturan	Subyek dan Obyek yang Diatur
Kepmen NO. KEP. 62/MEN/III/2009	Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Pariwisata Bidang Kepemanduan Arung Jeram
Kepmen NO. KEP. 61/MEN/III/2009	Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Pariwisata Bidang Kepemanduan Ekowisata
Kepmen NO. KEP. 58/MEN/III/2009	Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Pariwisata Bidang Kepemanduan Museum
Kepmen NO. KEP. 57/MEN/III/2009	Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Pariwisata Bidang Kepemanduan Wisata
Kepmen NO. KEP. 56/MEN/III/2009	Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Pariwisata Bidang Kepemanduan Wisata Selam
Kepmen NO. KEP. 55/MEN/III/2009	Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Pariwisata Bidang Pimpinan Perjalanan Wisata
Kepmen NO. : KEP.318/MEN /IX/2007	Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Penyedia Makanan dan Minuman Sub Sektor Restoran, Bar dan Jasa Boga Bidang Industri Jasa Boga
Kepmen NO. : KEP.141/MEN /V/2005	Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Pariwisata Sub Sektor Spa
Kepmen NO. : KEP.238/MEN /X/2004	Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Pariwisata Sub Sektor Biro Perjalanan Wisata

Sumber: <http://www.budpar.go.id/>

BAB IV

PERKEMBANGAN DAN PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR DAN INVESTASI SEKTOR PARIWISATA MENYIKAPI MEA

 Carunia Mulya Firdausy

Komitmen untuk membangun dan menjadikan ASEAN (*The South East Asian Nations*) sebagai komunitas dunia yang maju, beradab, dan berdaya saing belakangan ini tidak henti-hentinya dikumandangkan para pemimpin ASEAN. Salah satu argumentasi pentingnya pembentukan komunitas ASEAN ini, yakni “*by working together, countries in ASEAN can unlock their vast economic potential, achieve sustained, rapid growth, and reduce poverty*” (Bhattacharyay, 2009).

Untuk merealisasikan pembentukan komunitas ASEAN, khususnya di bidang ekonomi dideklarasikanlah ASEAN Economic Community (AEC) atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Adapun visinya yakni “*to have a single market production based, to be a highly competitive economic region, to be a region of equitable economic development, and to operate as a region fully integrated into the global economy*” (Goh, 2008). Selanjutnya, untuk mencapai visi dimaksud ditetapkanlah *blue print* MEA 2015.

Paling tidak terdapat enam komponen yang ditekankan untuk mendapat perhatian dalam *blue print* MEA 2015. Keenam komponen dimaksud, yakni berkaitan dengan kebijakan *Non-tariff Barriers* (NTBs) dalam lingkup ASEAN sendiri (*intra-ASEAN Trade*), integrasi

ekonomi regional dalam kegiatan usaha, investasi, kebijakan persaingan, pengembangan infrastruktur, dan jaringan produksi internasional (ASEAN Studies Centre, 2009).

Dari keenam komponen di atas, salah satu langkah konkret yang direncanakan untuk dilakukan yakni menjadikan ASEAN pada tahun 2015 sebagai pilihan utama untuk dikunjungi para wisatawan dunia. Sebagai langkah lanjut dari rencana kerja tersebut, pada awal tahun tepatnya tanggal 8–16 Januari 2012 digelar *ASEAN Tourism Forum* (ATF) ke-31 di Manado, Sulawesi Utara dengan agenda membahas langkah strategis yang harus dirumuskan. Hasil rumusan utama dari pertemuan tersebut adalah disepakatinya *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2015.

Untuk mendukung pelaksanaan ATSP 2015 ditetapkanlah tujuh poin berikut, yaitu (1) negara anggota ASEAN sepakat mengupayakan kemajuan integrasi pariwisata ASEAN; (2) peningkatan konektivitas ASEAN; (3) peningkatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pariwisata yang ada di kawasan ASEAN; (4) kepastian kualitas layanan pariwisata yang prima di ASEAN; (5) membuat strategi pemasaran pariwisata ASEAN; (6) pengembangan produk pariwisata ASEAN; dan (7) menyetujui kerja sama mitra wicara ASEAN dalam bidang pariwisata.

Dalam forum tersebut juga dibicarakan mengenai pengembangan infrastruktur, khususnya komunikasi dan transportasi, yang diperuntukkan bagi kemudahan perpindahan wisatawan. Salah satunya adalah liberalisasi penerbangan yang akan membuat maskapai penerbangan dunia membuka rute penerbangan yang dapat menghubungkan ASEAN (*Sriwijaya Magazine*, Februari 2012).

Mempertimbangkan kesepakatan di atas, tentu Indonesia mutlak perlu melakukan pembenahan diri. Pembenahan diri di bidang pariwisata ini sangat penting agar dampak dari kesepakatan dimaksud memberikan keuntungan optimal bagi perekonomian nasional khu-

susnya dan kesejahteraan rakyat umumnya, dan bukan sebaliknya. Hal ini disebabkan berbagai pengalaman selama ini menunjukkan bahwa kesepakatan ekonomi bilateral, regional, multilateral, dan global yang ditetapkan cenderung hanya memberikan keuntungan bagi negara lain di atas kerugian negeri ini. Sementara itu, kerja sama dan integrasi regional berguna sebagai salah satu platform dalam membantu setiap negara. Dari berbagai contoh kesepakatan ekonomi dimaksud, antara lain kesepakatan dalam wadah ASEAN-*China Free Trade Agreement* (ACFTA), ASEAN *Free Trade Area* (AFTA) serta kesepakatan liberalisasi perdagangan dan investasi dunia (Revrison dan Baswir, 2012 dan Hill and Menon, 2012).

Dari sekian langkah pembenahan diri yang mutlak perlu dilakukan Indonesia, yakni meningkatkan kuantitas dan kualitas infrastruktur dan investasi sektor pariwisata. Peningkatan kuantitas dan kualitas infrastruktur dan pengembangan investasi ditekankan di sini karena fakta dan data menunjukkan masih lemahnya masalah ini. Kecuali itu, telah terjadi gejala semakin besarnya jumlah wisatawan domestik yang kini berwisata ke luar negeri dibandingkan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia. Jumlah ini semakin menjadi-jadi sejak dihapuskannya pungutan fiskal bagi penduduk Indonesia yang berpergian ke luar negeri (*Kompas*, 23 Agustus 2012). Hal ini semakin bertambah karena jumlah penduduk kelas menengah di Indonesia yang menurut Asian Development Bank (ADB) pada tahun 2012 mencapai 56,5% dari 237 juta penduduk Indonesia dengan nilai pengeluaran minimal US\$ 20 per hari.

Jika gejala ini dibiarkan, tentu dalam jangka waktu tertentu dan tidak terlalu lama dapat membuat pertumbuhan ekonomi nasional terganggu. Hal ini antara lain karena derasnya wisatawan domestik ke luar negeri dapat “menyedot” devisa yang diperlukan untuk mendorong ekonomi nasional. Apalagi defisit neraca perdagangan di luar

sektor pariwisata juga telah terjadi belakangan ini akibat derasnya arus impor barang dan jasa dibandingkan ekspor nasional.

Bab ini ditujukan untuk mendiskusikan tentang bagaimana perkembangan dan pengembangan infrastruktur dan investasi infrastruktur sektor pariwisata nasional dalam menyikapi komitmen pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015 umumnya dan khususnya untuk mendukung pelaksanaan ASEAN *Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2015. Namun, sebelum hal tersebut diungkapkan, berikut ini dikemukakan secara singkat peran dan besarnya kontribusi sektor pariwisata dalam pembangunan ekonomi nasional sebagai latar belakang dan sebagai *the state of the art* dari posisi sektor pariwisata dalam perekonomian nasional pada subbab 2. Kemudian, pada subbab 3 diberikan penjelasan tentang kondisi dan perkembangan infrastruktur dan investasi infrastruktur sektor pariwisata selama ini.

Pembahasan menyangkut kondisi dan rencana pengembangan infrastruktur dan investasi infrastruktur sektor pariwisata diberikan pada subbab 4. Pada subbab 5 diungkapkan tentang kendala, peluang, dan isu-isu serta tantangan pengembangan infrastruktur dan investasi sektor pariwisata menyikapi komitmen MEA. Akhirnya, di subbab 6 diberikan catatan kesimpulan dan rekomendasi dalam mengembangkan infrastruktur dan investasi sektor pariwisata dalam menyikapi komitmen MEA 2015.

PERAN DAN KONTRIBUSI SEKTOR PARIWISATA DALAM PEREKONOMIAN NASIONAL

Sektor pariwisata merupakan sektor yang “tahan banting” terhadap ketidakpastian perekonomian dunia dan kelesuan ekonomi global. Hal ini telah terbukti tidak saja pada saat Indonesia mengalami krisis multidimensi tahun 1997/1998, tetapi juga pada saat terjadi krisis keuangan di Amerika tahun 2008 dan krisis utang pemerintah negarane-negara di Eropa yang masih berlangsung sampai kini. Daya tahan

sektor ini terhadap krisis mengisyaratkan betapa pentingnya sektor ini untuk terus dikembangkan, baik kualitas maupun kuantitasnya di Indonesia. Apalagi krisis ekonomi merupakan suatu normalitas yang dapat terjadi setiap saat dan tidak dapat ditentukan datangnya (Roubini, 2010).

Daya tahan sektor pariwisata nasional ditunjukkan dari data pertumbuhan dalam beberapa tahun belakangan ini. Badan Pusat Statistik (2012) mencatat bahwa sepanjang Januari–April 2012, kunjungan wisatawan mancanegara masih tumbuh 8,9%. Pada periode tersebut, jumlah wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia sebanyak 3.876.310 orang, meningkat dibandingkan periode yang sama tahun 2011 sebanyak 3.597.632 orang. Angka tersebut melampaui pertumbuhan rata-rata turis dunia sebesar 5%.

Peningkatan jumlah wisatawan mancanegara tersebut bukan saja terjadi pada dua tahun belakangan ini, melainkan juga pada tahun-tahun sebelumnya. Kenaikan jumlah wisatawan mancanegara sejak tahun 2004 terus meningkat, kecuali pada tahun 2005 dan 2006. Pada tahun 2004, misalnya, jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia sebanyak 5,32 juta orang. Kemudian, pada tahun 2005 menurun menjadi 5 juta orang dan 4,87 juta pada tahun 2006. Namun, sejak tahun 2007, jumlah wisatawan mancanegara terus meningkat jumlahnya dari 5,51 juta menjadi 6,23 juta orang. Selanjutnya, jumlah wisatawan mancanegara meningkat menjadi 7,65 juta orang pada tahun 2010, kemudian menurun menjadi 7 juta pada tahun 2011. Umumnya negara asal dari wisatawan mancanegara tersebut adalah dari China (42,6%), Bahrain (39,3%), Mesir (35,2%), Arab Saudi (21,5%) serta Thailand dan Hong kong masing-masing sebesar 12,2% (*Kompas*, 5 Juni 2012).

Dari 19 pintu masuk, Bandara Husein Sastranegara Bandung, Jawa Barat, mengalami pertumbuhan tertinggi, yakni 24,6%. Hal ini antara lain terkait dengan gencarnya promosi serta membaiknya

konektivitas penerbangan terutama dari pasar terdekat, seperti Malaysia dan Singapura (*Kompas*, 5 Juni 2012). Dengan demikian, pembangunan konektivitas dalam arti umum dan infrastruktur khususnya memiliki pengaruh dalam menarik wisatawan mancanegara untuk berwisata ke Indonesia.

Implikasi dari peningkatan jumlah atau volume wisatawan mancanegara di atas telah meningkatkan penerimaan devisa negara. Kontribusi devisa dari wisatawan mancanegara ini tercatat terbesar setelah minyak dan gas bumi, kelapa sawit serta karet olahan. Tambahan pula, dalam lima tahun terakhir, peringkat devisa pariwisata terus bersaing dengan komoditas ekspor lainnya. Tahun 2006, misalnya, peringkat devisa sektor pariwisata berada di urutan keenam dengan nilai US\$ 4,45 miliar. Kemudian pada tahun 2007, kontribusi sektor ini meningkat ke urutan kelima dengan nilai sebesar US\$ 5,34 miliar. Pada tahun 2008, kontribusinya melaju ke peringkat keempat sebesar US\$ 7,37 miliar. Selanjutnya, menempati peringkat ketiga pada tahun 2009 dengan nilai US\$ 6,29 miliar. Tahun 2010, devisa pariwisata berada di urutan keempat dengan nilai US\$ 7,60 miliar. Kemudian Tahun 2011, devisa pariwisata menembus angka US\$ 8,5 miliar dan menempatkannya di peringkat kelima penyumbang devisa nasional (*Kompas*, 23 Agustus 2012).

Berbeda dengan peningkatan jumlah wisatawan mancanegara, jumlah warga Indonesia atau wisatawan yang berwisata ke daerah wisata Indonesia, seperti ke Padang, Medan, Makassar, Bali, dan terlebih ke Papua ataupun ke Pulau Komodo, Nusa Tenggara Timur, menunjukkan penurunan. Kondisi ini jika dibiarkan tentu cepat atau lambat akan merongrong konstelasi neraca transaksi berjalan sehingga dapat merapuhkan landasan pertumbuhan ekonomi yang semestinya perlu dipertahankan untuk penciptaan lapangan kerja. Apalagi sektor pariwisata memiliki keterkaitan ke depan dan ke

belakang terhadap sektor ekonomi lainnya, seperti dengan sektor perdagangan, perhotelan, jasa keuangan, dan pertanian.

Berdasarkan data Bank Indonesia dalam *Kompas* (23 Agustus 2012), pada triwulan II tahun 2012, misalnya, surplus jasa travel hanya tinggal US\$ 197 juta. Angka ini lebih rendah dibandingkan surplus pada triwulan I tahun 2012 sebesar US\$ 678 juta. Penurunan tersebut dikarenakan lebih banyak warga Indonesia yang bepergian ke luar negeri dibandingkan warga mancanegara datang ke Indonesia. Berdasarkan volume, jumlah warga Indonesia yang bepergian keluar negeri meningkat 10% pada triwulan II dibandingkan triwulan sebelumnya. Jumlah warga Indonesia yang bepergian ke luar negeri meningkat dari 1,72 juta orang menjadi 1,89 juta orang. Sementara itu, wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia hanya tumbuh 3%. Dari 1,92 juta orang pada triwulan I-2012 menjadi 1,99 juta orang pada triwulan II-2012. Namun, penerimaan jasa perjalanan turun dari US\$ 2,1 miliar menjadi US\$ 1,8 miliar.

Semakin besarnya kecenderungan warga Indonesia untuk melakukan wisata atau pergi ke luar negeri tentu harus disikapi pemerintah. Apalagi wisatawan Nusantara (wisnus) dari segi pengeluaran menyumbang lebih dari dua kali lipat perolehan devisa wisatawan mancanegara (wisman). Pada tahun 2011 perolehan devisa dari wisman mencapai Rp80 triliun (US\$ 8,5 miliar), sedangkan total pengeluaran wisnus sebesar Rp156,89 triliun. Ini berarti potensi wisnus sangat besar sehingga perlu diberikan perhatian serius. Perhatian serius tersebut semakin mutlak karena semakin dekatnya rencana pembukaan pasar dan basis tunggal produksi di ASEAN tahun 2015. Terlebih jika dikaitkan dengan rencana pemerintah untuk melaksanakan program yang dituangkan dalam Masterplan Perluasan dan Percepatan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2025.

Tentu caranya tidak sederhana. Hal ini dikarenakan fluktuasi jumlah wisatawan sangat dipengaruhi berbagai faktor. Selain terletak

pada kemampuan mengemas dan memasarkan objek wisata, juga dipengaruhi oleh banyaknya *event* tetap berskala besar yang harus diadakan dan fokus dalam penggarapannya. Hal lain yang juga memengaruhinya yakni wisata konvensi atau MICE (*meeting, incentive, convention, and exhibition*). Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, faktor infrastruktur tidak dapat diabaikan. Hal itu dikarenakan ketersediaan infrastruktur tidak saja berkaitan dengan lama tinggal, tetapi juga berkaitan dengan daya tarik, aksesibilitas, kenyamanan, dan besarnya biaya untuk berwisata itu sendiri.

Pembangunan infrastruktur dan perluasan investasi dapat menarik wisnus atau wisatawan lokal untuk berwisata di dalam negeri. Selain itu, juga untuk menarik wisatawan mancanegara, baik dari negara-negara ASEAN maupun wisatawan dari negara non-ASEAN. Bertambahnya jumlah wisatawan domestik dan mancanegara ini selanjutnya dapat memberikan nilai tambah dalam bentuk lain yaitu pendistribusian dana dari kota ke daerah. Semakin banyaknya uang beredar di daerah, semakin menumbuhkan kegiatan ekonomi di daerah wisata. Ujung dari hal ini yakni peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional di satu pihak dan kesejahteraan masyarakat di daerah serta pengurangan pemborosan devisa keluar negeri di lain pihak. Lantas, bagaimana kondisi dan perkembangan kekinian infrastruktur dan investasi sektor pariwisata dalam menyikapi MEA?

KONDISI DAN PERKEMBANGAN INFRASTRUKTUR DAN INVESTASI INFRASTRUKTUR SEKTOR PARIWISATA

Kondisi dan perkembangan kekinian infrastruktur dan investasi infrastruktur sektor pariwisata secara umum dan khususnya menyikapi komitmen MEA masih jauh dari yang diharapkan. Keterbatasan dalam kondisi dan perkembangannya tidak hanya dalam bentuk fisik, tetapi juga non-fisik pendukung sektor pariwisata. Infrastruktur fisik

meliputi pelabuhan, jalan, rel kereta api, telekomunikasi, listrik, dan air. Adapun infrastruktur non-fisik meliputi kebijakan, peraturan perundang-undangan, kelembagaan, mekanisme pemerintahan, jaringan sosial, transparansi dan akuntabilitas keuangan, sistem pengadaaan, dan lain-lain yang berkaitan dengan prosedur infrastruktur. Jika harus dihitung lama masalah ini, usianya, tidak berlebihan jika dikatakan telah melebihi usia kemerdekaan bangsa ini.

Salah satu faktor penyebab dari rendahnya perkembangan infrastruktur dan investasi infrastruktur sektor pariwisata adalah karena sejak krisis ekonomi tahun 1998 perkembangan investasi lebih banyak dalam bentuk portofolio dan bukan pada investasi langsung di sektor pariwisata. Menurut Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM, 2012), total realisasi investasi kuartal II-2012 dalam kedua bentuk di atas adalah sebesar Rp76,9 triliun. Dibandingkan nilai total investasi kuartal yang sama pada tahun 2011, nilai tersebut memang menunjukkan peningkatan sebesar 24%. Kontribusi terbesar dari total nilai investasi tersebut bersumber dari realisasi investasi asing (PMA) dibandingkan nilai realisasi penanaman modal dalam negeri (PMDN). Kondisi ini sudah terjadi sejak tahun 2008 (Siwage dan Firdausy, 2010).

Sayangnya data untuk dapat mengukur kondisi kekinian infrastruktur dan investasi infrastruktur pariwisata, khususnya yang berkaitan dengan infrastruktur fisik daerah dan nasional belum tersedia. Hal ini dapat dimengerti karena infrastruktur dan investasi dalam sektor pariwisata biasanya tidak berdiri sendiri, tetapi berkaitan dengan berbagai sektor ekonomi lainnya. Dengan kata lain, ketersediaan infrastruktur dan investasi infrastruktur fisik pariwisata, seperti jalan, air, listrik, komunikasi, dan transportasi pada suatu daerah wisata, misalnya, tidak dapat dikatakan “murni” sebagai peruntukan pariwisata saja, tetapi juga berperan untuk menghidupkan sektor ekonomi lainnya di daerah tersebut.

Kelemahan infrastruktur dan investasinya mengakibatkan indeks daya saing global Indonesia pada tahun 2012–2013 nyaris tidak pernah berubah secara signifikan. Tambahan pula, World Economic Forum (WEF)(Carunia, 2012) dalam laporannya baru-baru ini menetapkan posisi daya saing global Indonesia dari 144 negara lainnya lebih buruk dibandingkan posisi di tahun sebelumnya. Jika pada tahun 2011, indeks daya saing global Indonesia menempati urutan 46 dari 144 negara, pada tahun 2012 menempati posisi ke-50.

Peringkat indeks daya saing global Indonesia pada tahun 2012 tersebut lebih buruk dibandingkan pada tahun 2010 yang berada pada posisi 44 dari 144 negara. Ini mengindikasikan upaya keras untuk mendongkrak posisi daya saing Indonesia oleh pemerintah masih belum menggembirakan. Dengan demikian, upaya keras yang dilakukan pemerintah untuk mencapai posisi daya saing nasional yang lebih baik masih lebih rendah dibandingkan upaya dari negara lain.

Ada tiga faktor atau variabel yang memberikan kontribusi buruk dalam mengangkat posisi daya saing global Indonesia, sebagai berikut: 1) buruknya infrastruktur, 2) faktor inefisiensi birokrasi pemerintahan, dan 3) persoalan korupsi yang masih menggurita. Khusus faktor infrastruktur, kembali WEF (Carunia, 2012) memberikan peringkat ke-78 pada tahun 2012 dari 144 negara yang diperhitungkan. Peringkat infrastruktur tersebut berada jauh di bawah negara ASEAN, seperti Malaysia, Thailand, Brunei, dan apalagi dibandingkan Singapura. Posisi keempat negara ASEAN tersebut dalam hal infrastruktur yakni peringkat 57 untuk Brunei, 46 untuk negara Thailand, dan 32 untuk Malaysia. Adapun peringkat Singapura berada pada peringkat 2 yang terbaik dibandingkan 144 negara yang dihitung.

Dengan memperhatikan peringkat infrastruktur yang buruk tersebut, khususnya perbandingan antara empat negara ASEAN (Singapura, Malaysia, Thailand, dan Brunei), kemajuan ekonomi Indonesia (termasuk sektor pariwisata) tidak pernah akan lebih baik

dibandingkan kemajuan ekonomi keempat negara tersebut (*ceteris paribus*). Hal ini bukan tanpa alasan. Berbagai studi tidak saja telah meyakinkan pentingnya infrastruktur bagi kemajuan ekonomi suatu negara, tetapi juga telah banyak yang menjustifikasi temuan tersebut. Lagi pula, tidak saja berperan penting dalam memfasilitasi perdagangan dan investasi, tetapi juga untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dan mengurangi kemiskinan (lihat, misalnya, Kumar dan De, 2008; Barrios, 2008; Ang, 2007). Baru-baru ini, UN-ESCAP (2011) juga telah membuktikan kembali bahwa kemajuan ekonomi suatu negara sangat dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur. Dengan kata lain, negara yang memiliki infrastruktur yang baik memiliki tingkat kemajuan ekonomi yang baik, *vice versa*.

Pada Gambar 4.1 dapat diperhatikan negara-negara di kawasan Asia Pasifik, seperti Jepang (JP), Korea Selatan (KR), Australia (AU), Selandia Baru (NZ), dan Singapura (SG) yang memiliki indeks infrastruktur di atas 0,5 memiliki pendapatan per kapita per tahun di atas US\$ 20.000. Dengan demikian, pengembangan infrastruktur berperan penting dalam meningkatkan pendapatan per kapita. Hal ini diperlukan untuk mewujudkan kesejahteraan penduduk Indonesia di satu pihak dan merealisasikan tujuan perdagangan dan integrasi ekonomi ASEAN untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di lain pihak.

Hasil estimasi pengaruh infrastruktur terhadap GDP per kapita yang dirumuskan dalam persamaan regresi terindikasi pada Grafik 4.1 bahwa tanpa adanya infrastruktur, tingkat GDP per kapita negara akan negatif. Secara matematis rumusan persamaan regresi dimaksud adalah $Y = - 2,66 + 73,7 X$, di mana Y adalah *Real GDP per capita* dan X adalah *infrastructure compositive score*. Dari estimasi tersebut, sekali lagi infrastruktur memainkan peranan positif signifikan dalam meningkatkan pendapatan per kapita suatu negara.

KONDISI DAN RENCANA PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR DAN INVESTASI INFRASTRUKTUR SEKTOR PARIWISATA

Hasil temuan tentang mutlak pentingnya infrastruktur dan investasi infrastruktur dalam kemajuan ekonomi sekaligus untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang didiskusikan di atas belum mampu dipenuhi secara memadai. Seperti yang dijelaskan dalam subbab berikut ini, kendalanya antara lain karena persoalan dana, lahan, dan peraturan daerah, juga kendala koordinasi antarpemangku kepentingan (*stakeholders*).

Rendahnya rasio dan infrastruktur terhadap PDB di atas suka atau tidak suka telah memengaruhi daya tarik investasi tidak saja di sektor pariwisata, tetapi juga sektor ekonomi pendukung lainnya. Kontribusi sektor industri manufaktur sebagai salah satu sektor pendukung pariwisata, misalnya, mengalami penurunan belakangan ini. Pada tahun 2000 kontribusi industri manufaktur pada ekspor mampu mencapai angka 76%, namun pada caturwulan pertama tahun 2012 ini hanya mencapai 59,5% (*Kompas*, 12 Agustus 2012). Sebenarnya sektor industri manufaktur memiliki kemampuan dalam menekan angka pengangguran, menciptakan lapangan kerja formal, dan menjaga pertumbuhan ekonomi.

Untuk menyikapi masalah tersebut, Presiden SBY dalam pidato kenegaraan di parlemen pada tanggal 16 Agustus 2012 menyatakan bahwa pembangunan infrastruktur merupakan salah satu isu penting, selain isu pemberantasan korupsi, reformasi birokrasi dan *good governance*, kekerasan dan benturan sosial, iklim investasi dan kepastian hukum serta kebijakan fiskal menghadapi ekonomi global. Sayangnya, meskipun kata infrastruktur disebut sebanyak 14 kali dalam pidato kenegaraan tersebut, fakta di lapangan lagi-lagi masih menunjukkan kesenjangan pembangunan infrastruktur, baik lintas

sektor maupun lintas daerah di Indonesia. Apalagi pemerintah juga mengajukan Master Plan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2025.

Alokasi anggaran infrastruktur dalam APBN sejak tahun 2010 mengalami peningkatan lebih dari dua kali lipat pada tahun 2013. Pada tahun 2010, misalnya, besarnya alokasi anggaran infrastruktur dalam APBN mencapai angka Rp99,4 triliun atau sebesar 1,5% PDB. Namun, pada tahun 2011 meningkat nilai nominalnya menjadi Rp128,7 triliun. Adapun dalam hal proporsi terhadap PDB menurun menjadi 1,3% PDB. Kemudian tahun 2012, alokasi anggaran untuk infrastruktur meningkat, baik dalam nilai nominal maupun persentase terhadap PDB. Nilai nominalnya sebesar Rp174,9 triliun atau 2,04% PDB. Pada tahun 2013 alokasi anggaran infrastruktur dalam APBN meningkat menjadi Rp188,4 triliun atau sebesar 2,03% PDB.

Walaupun pada tahun 2013 anggaran pembangunan infrastruktur secara nominal dan pertumbuhannya mengalami peningkatan seperti tahun-tahun sebelumnya, persentase anggaran tersebut relatif masih jauh dari yang diharapkan. Nilai dari anggaran infrastruktur masih jauh di bawah belanja subsidi energi dan belanja pegawai. Belanja pegawai tumbuh 13,6% menjadi Rp241,12 triliun, sedangkan pertumbuhan subsidi energi mencapai 35,8% menjadi Rp274,7 triliun pada RAPBN 2013. Beberapa pihak mengherani, mengapa masalah infrastruktur seperti diabaikan, sedangkan subsidi energi justru tetap tinggi (*Kompas*, 23 Agustus 2012). Sebenarnya persentase ideal minimal infrastruktur terhadap PDB yakni 5% sehingga mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Lantas apa rencana yang akan dilakukan dengan anggaran infrastruktur tersebut khususnya untuk sektor pariwisata?

Secara eksplisit terlalu sulit untuk mendapatkan data besarnya anggaran yang khusus didistribusikan bagi pengembangan sektor pariwisata. Dalam Rancangan Anggaran Pendapatan dan Belanja

Negara (RAPBN) 2013 hanya disebutkan enam sasaran pembangunan infrastruktur. *Pertama*, pembangunan jaringan rel kereta api 383,37 km jalur ganda dan pengadaan 92 lokomotif kereta rel diesel (KRD), kereta rel listik (KRL), trem, dan *railbus*. *Kedua*, pengembangan dan rehabilitasi 120 bandar udara (bandara) dan pembangunan 15 bandara baru. Dalam kaitan bandara ini telah diresmikan pengembangan Terminal 3 Bandara Soekarno-Hatta di Banten. Setelah Terminal 3 selesai, kemudian akan dikembangkan Terminal 1 dan 2 dengan peningkatan kapasitas masing-masing 18 dan 19 juta penumpang per tahun. Proyek ini adalah bagian dari peningkatan kapasitas bandara menjadi 62 juta penumpang pada tahun 2014. Proyek ini juga dimaksudkan untuk menyikapi permintaan yang pesat akan transportasi udara di dalam negeri dan dalam upaya meningkatkan konektivitas domestik.

Ketiga, terbangunnya transmisi sepanjang 3.625 kilometer sirkuit (kms), gardu induk sebesar 4.740 megavolt ampere (MVA) serta peningkatan kapasitas pembangkit 188 megawatt. *Keempat*, jumlah jalan yang dipreservasi 35.017 km dan jembatan yang dipreservasi 247.692 m. Selain itu, pemerintah merencanakan menambah kapasitas jalan-jalan nasional sepanjang 4.278 km dari yang sudah ada. Indonesia juga merencanakan membangun jalan-jalan baru sepanjang 559 km. Untuk pengangkutan barang melalui angkutan laut, pemerintah akan segera meresmikan koridor laut pendulum Nusantara pada akhir tahun 2012. *Kelima*, pembangunan 110 rumah susun sederhana (rusunawa), 1.088 rumah khusus, dan rumah sejahtera yang terbangun melalui penyediaan prasarana, sarana, dan utilitas umum kawasan sebanyak 65.000 unit. *Keenam*, luas layanan irigasi sekitar 107.302 ha, mengembangkan jaringan dan optimasi air sepanjang 524.084 ha serta membangun 164 embung dan situ.

Dari uraian di atas semakin jelas bahwa data dan informasi yang spesifik menjelaskan kondisi dan perkembangan infrastruktur dan

investasi infrastruktur dengan segala rencananya belum secara eksplisit menyatakan peruntukan tiap sektor dalam perekonomian nasional. Dengan demikian, sulit untuk melakukan justifikasi menyangkut perkembangan infrastruktur dan investasi infrastruktur di sektor pariwisata dengan segala rencananya ke depan. Apalagi jika ingin melakukan justifikasi terhadap kesiapan infrastruktur dan rencana investasi infrastruktur dalam menghadapi komitmen Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. Lagi pula, untuk yang disebut terakhir ini tidak berlebihan jika dikatakan negeri ini belum memiliki persiapan menghadapinya.

KENDALA, PELUANG, DAN ISU-ISU SERTA TANTANGAN DALAM PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR SEKTOR PARIWISATA

Terbatasnya kemampuan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas infrastruktur secara umum disebabkan, antara lain persoalan dana, lahan, dan peraturan daerah, juga kendala koordinasi antarpemangku kepentingan. Untuk masalah dana ini, Presiden SBY dalam konferensi dan pameran internasional yang dilangsungkan di Jakarta pada tanggal 28 Agustus 2012 lalu menyatakan masalah dana sebagai tantangan berat pembangunan infrastruktur. Akibatnya, besarnya rasio anggaran infrastruktur terhadap PDB belum mampu dinaikkan secara signifikan. Pada periode sebelum krisis multidimensi tahun 1997/1998, misalnya, rasio anggaran investasi infrastruktur terhadap PDB mencapai jumlah sebesar 7,2% PDB. Namun, pada tahun 2012 rasio dana investasi tersebut menjadi 2,1%.

Persentase dana investasi infrastruktur terhadap PDB pada tahun 2012 tersebut dilingkup negara Asia sangat rendah. China, misalnya, menganggarkan dana untuk infrastruktur sebesar 9% dari PDB. Demikian pula dengan India yang menganggarkan dana infrastruktur terhadap PDB-nya sebesar 8% , Vietnam dengan besaran 10%, dan

Filipina sebesar 3% dari PDB negara tersebut (Bangun Infrastruktur Maritim, 29 Agustus, dan Infrastruktur Indonesia 7 September 2012).

Secara total, Indonesia memerlukan investasi tidak kurang dari US\$ 250 miliar. Investasi sebesar ini antara lain diperlukan untuk pembangunan infrastruktur listrik dan energi, jalan, jalur kereta api, bandar udara dan pelabuhan laut, serta sistem teknologi informasi dan komunikasi. Dari jumlah tersebut, pada tahun 2013 pemerintah telah menyiapkan US\$ 20 miliar untuk pembangunan infrastruktur, khususnya untuk sektor energi dan transportasi (Bangun Infrastruktur Maritim, 29 Agustus 2012).

Selain kendala dana, kendala yang juga tidak kalah pentingnya yakni masalah penyediaan lahan untuk pembangunan infrastruktur fisik yang memadai. Tingginya permintaan lahan tersebut dimungkinkan tidak saja karena iklim investasi yang semakin kondusif, tetapi juga karena situasi krisis ekonomi global yang mendorong perusahaan asing merelokasi usahanya ke Indonesia. Tingginya permintaan lahan untuk infrastruktur tersebut telah mendorong gelombang kenaikan harga. Akibatnya, izin investasi senilai Rp2.000 triliun selama tahun 2008–2011 sejauh ini baru terealisasi sebesar Rp600 triliun. Sisanya, Rp1.400 triliun ditunda karena alasan infrastruktur tidak siap dan ketidakpastian hukum (Bangun Infrastruktur Maritim, 29 Agustus 2012 dan Pariwisata Turis Lokal Itu, 6 September 2012).

Kendala lain yakni berkaitan dengan masih rendahnya dukungan kerja sama dan koordinasi antara pelaku usaha dan pemerintah untuk menata dan menyiapkan kawasan investasi. Dalam hal infrastruktur jalan tol, misalnya, dari 36 ruas jalan tol yang dijual, hanya tiga jalan tol yang kini bisa dioperasikan. Enam ruas jalan tol lain masih sampai tahapan konstruksi. Adapun 15 jalan tol yang hendak dibangun masih sebatas ditandatangani investor. Selebihnya masih dalam proses negosiasi atau revisi perjanjian perusahaan jalan tol (PPJT). Beberapa proyek terbengkalai atau telantar setelah dilakukan peletakan batu

pertama, di antaranya ruas Tol Cikampek-Palimanan sepanjang 116 km yang antara lain didanai investor Malaysia. Di luar itu ada ruas lingkaran luar Jakarta dari Ulujami-Puri Indah, Kebun Jeruk (W2), tol Bekasi-Cawang-Kampung Melayu, Tol Cikampek-Palimanan, Tol Pasuruan-Probolinggo, Tol Semarang Solo, Tol Waru Wonokromo-Tanjung Perak, dan Tol Ciawi-Sukabumi. Di luar proyek jalan tol, ada lima proyek infrastruktur unggulan yang juga pernah ditawarkan kepada investor untuk dilanjutkan dan dijalankan, namun hingga sekarang proyek tersebut terbengkalai dan belum dijalankan (Infrastruktur Indonesia, 7 September 2012: 33).

Adanya kendala di atas diyakini akan memberikan pengaruh pada upaya menangkap peluang wisnus dan wisman kini dan mendatang. Sementara itu, pada tahun 2011 jumlah perjalanan wisnus saja mencapai 236,752 juta dengan total pengeluaran mencapai Rp156,89 triliun. Jika pada tahun 2012 jumlah perjalanan wisnus ditargetkan mencapai 345 juta perjalanan dengan target pengeluaran mencapai Rp171,5 triliun, target ini diperkirakan sulit terpenuhi jika infrastruktur pariwisata belum tersedia secara memadai. Apalagi daya tarik wisata di negara lain juga semakin meningkat. Peluang besar wisnus ini seharusnya ditangkap oleh pemerintah dan industri pariwisata dengan cara antara lain pengembangan infrastruktur.

Peluang yang juga tidak kalah pentingnya dengan pembangunan infrastruktur pariwisata di sini yakni mengurangi persoalan defisit neraca perdagangan sebagai akibat krisis ekonomi global yang belum menentu. Hal ini dikarenakan jika infrastruktur pariwisata dibangun sedemikian rupa, tidak saja sektor pariwisata Indonesia dengan ASEAN semakin terbuka, tetapi juga dapat menguntungkan Indonesia dengan semakin terbukanya pasar, peluang investasi, dan menurunkan biaya wisata di ASEAN serta penciptaan lapangan kerja. Apalagi lebih dari 600 juta penduduk berada di ASEAN dan sebagian besar masih berada dalam kemiskinan.

Tentu banyak lagi peluang yang terbuka dan dapat dimanfaatkan Indonesia dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas infrastruktur sektor pariwisata dalam menyikapi komitmen MEA ini. Namun, semua itu diakui memang bukan pekerjaan mudah dan sederhana. Paling tidak, terdapat empat isu dan tantangan, sebagai berikut. *Pertama*, menyangkut bagaimana memperoleh dan atau memobilisasi dana yang diperlukan dalam pengembangan infrastruktur sektor pariwisata. *Kedua*, menyangkut bagaimana koordinasi dan sinergi yang efektif harus dilakukan oleh setiap pihak yang berkepentingan, tidak saja pemerintah pusat dan daerah serta pihak swasta, tetapi juga dengan masyarakat dalam membangun infrastruktur pariwisata. *Ketiga*, bagaimana mengidentifikasi, mengembangkan, dan melakukan prioritas terhadap program infrastruktur sektor pariwisata yang *bankable* atau layak komersial. *Keempat*, menyangkut bagaimana mengevaluasi proyek-proyek infrastruktur pariwisata yang mampu memberikan distribusi simetris antara biaya dan manfaatnya, baik dalam arti ekonomi maupun non-ekonomi.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Sektor pariwisata nasional belakangan ini mengalami keterpurukan khususnya dengan semakin meningkatnya wisatawan domestik atau wisatawan Nusantara yang berwisata ke luar negeri. Dari berbagai penyebab terjadinya hal tersebut, keterbatasan infrastruktur menjadi salah satu penyebab utamanya. Jika ini dibiarkan, upaya untuk memanfaatkan komitmen pembangunan ekonomi melalui forum Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) akan lebih banyak menguntungkan negara lain. Sementara itu, pengembangan infrastruktur dan investasi sektor pariwisata memiliki peran kunci dan strategis bagi setiap negara ASEAN dalam mengoptimalisasi potensi sosial-budaya dan ekonomi, pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, dan peningkatan kesejahteraan rakyatnya. Hal ini terutama terkait dengan “kuatnya”

sektor ini dan cenderung tidak banyak dipengaruhi oleh krisis yang sedang berlangsung di Amerika dan juga di negara Eropa.

Persiapan Indonesia dalam pengembangan infrastruktur dan investasi pariwisata, baik secara nasional maupun pada tingkat ASEAN dalam komitmen MEA umumnya dan khususnya dalam mendukung pelaksanaan ASEAN *Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2015 masih jauh dari yang diharapkan. Sementara itu, waktu yang tersisa untuk merealisasikan MEA tinggal dua tahun lagi. Hal ini diindikasikan dari semakin menurunnya jumlah warga Indonesia yang berwisata di negaranya sendiri. Akibatnya, devisa negara menjadi semakin terkuras dan dapat berimplikasi bagi keberlanjutan pertumbuhan ekonomi nasional di satu pihak dan kesejahteraan rakyat di pihak lain.

Untuk membangun infrastruktur secara umum dan infrastruktur sektor pariwisata dalam menyikapi MEA diperlukan upaya keras dan cerdas untuk mendorong kerja sama pembangunan infrastruktur dengan negara ASEAN dan lainnya. Selain itu, juga perlu melakukan kemitraan pemerintah-swasta (KPS) atau *public private partnership* (PPP). Namun, kerja sama dengan pihak asing dan KPS tersebut harus pula memberikan jaminan kepastian hukum agar kemauan pihak asing dan swasta untuk mempercepat pembangunan infrastruktur dapat tercapai.

Dana infrastruktur dari sumber APBN pun sangat dibutuhkan. Hal ini dikarenakan proses untuk mendorong pembangunan infrastruktur pariwisata melalui KPS tidak sederhana terutama untuk proyek infrastruktur yang marginal secara finansial. Sementara itu, investor cenderung berhasrat membangun infrastruktur yang layak finansial. Selain itu, pemerintah juga harus berusaha turun ke lapangan menggandeng, membimbing, dan memfasilitasi KPS di level proyek agar dapat berjalan.

Hal lain yang juga penting diperhatikan yakni upaya pemerintah dalam mengurangi berbagai hambatan dan kendala pengembangan infrastruktur dan investasi infrastruktur. Masalah ini tidak saja menyangkut masalah pertanahan, tetapi juga yang berkaitan dengan koordinasi dan regulasi daerah objek wisata. Peran presiden sangat diperlukan dalam tiap proses jika ingin berjalan segera. Tambahan pula, arahan presiden dibutuhkan mulai perencanaan hingga pengimplementasian di lapangan dan dalam mengarahkan penyelesaian tiap hambatan. Jika tidak, pembangunan infrastruktur akan jalan di tempat.

Akhirnya, infrastruktur non-fisik sebagai pendukung penting dari infrastruktur fisik seperti kebijakan, peraturan dan kelembagaan, mekanisme tata kelola, transparansi dan akuntabilitas sistem keuangan, tidak boleh luput untuk dipersiapkan dalam menyikapi MEA 2015. Barangkali banyak lagi pekerjaan rumah yang harus dipersiapkan dan dilakukan Indonesia dalam membangun infrastruktur pariwisata menyikapi MEA yang tidak mungkin disebutkan satu per satu di sini. Belum lagi yang menyangkut *cross-border infrastructure* dengan negara anggota ASEAN. Tentu semua itu harus dirumuskan secara matang sekarang. Sekarang atau tidak sama sekali. Jika tidak, sektor pariwisata yang bukan hanya akan tergilas, melainkan juga sektor ekonomi lainnya turut terperosok dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015.

DAFTAR PUSTAKA

- Ang, J. (2007). Determinants of foreign direct investment in Malaysia. *Journal of Policy Modelling*, 30 (1): 185–189.
- Asean Studies Centre. (2009). *ASEAN Economic Community blue print*. Singapore: Asean Studies Centre, Institute of Southeast Asian Studies.
- Badan Koordinasi Penanaman Modal. (2012). *Perkembangan investasi nasional 2009–2011*. Jakarta: BKPM.

- Bangun Infrastruktur Maritim. (2012, 29 Agustus). *Kompas*.
- Bhattacharyay, B.N. (2009). *Achieving an integrated ASEAN Economic Community: The role of infrastructure development*. Singapore: Asean Studies Centre, ISEAS.
- Carunia. (2012, 12 Agustus). Melirik ke dalam negeri. *Kompas*.
- Goh Ching Yin. (2008). *ASEAN infrastructure financing mechanism: concepts and progress*. Makalah disampaikan dalam Konferensi ASEAN infrastructure financing mechanism. Kuala Lumpur, 10 November 2008.
- Hill, H. & J. Menon. Asia's financial safety net: Missing in action. (2012, 21 Juni). *Jakarta Post*.
- Infrastruktur Indonesia: yang dibutuhkan, tetapi diabaikan. (2012, 7 September). *Kompas*.
- Jadikan ASEAN tujuan utama wisata dunia, 2015. (2012). *Sriwijaya Magazine*, Special Report, Jakarta.
- Kumar, N. & Prabir De. (2008). East Asian infrastructure development in a comparative global perspective: An analysis of RIS infrastructure index. *Discussion Papers no. RIS DP 35*, March 2008.
- Pariwisata: Turis ke Indonesia tumbuh 8,9 persen. (2012, 5 Juni). *Kompas*.
- Pariwisata: Turis lokal itu. (2012, 6 September). *Kompas*.
- Revrison, B. Nasionalisme ekonomi. (2012, 16 Agustus). *Kompas*.
- Roubini, N. (2010). *Crisis economics*. New York, USA.
- Siwage, D.N., & C.M. Firdausy. (2011). Foreign direct investment in Indonesia dalam Kim, P. (ed.). *Foreign direct investment in Asia*. Mc. Millan, USA.
- UN-ESCAP. (2010). *Regional connectivity and economic integration*, United Nation for Economic and Social Commission in Asia Pacific, Bangkok.

BAB V

PENGUATAN SUMBER DAYA MANUSIA PARIWISATA DALAM MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)

 Budi Kristianto

Kualitas sumber daya manusia (SDM) yang andal menjadi aset terpenting bagi suatu negara dalam era globalisasi saat ini. Hal senada juga pernah diutarakan oleh Robert B. Reich, sekretaris mantan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton, untuk urusan buruh. Kualitas SDM suatu negara yang baik merefleksikan tingginya kemampuan warga negaranya dalam mendefinisikan masalah, menciptakan solusi, dan menciptakan nilai tambah (*creative*).

Keunggulan kompetitif sebuah negara dalam memasuki peraturan kompetisi global yang semakin ketat tidak hanya tergantung pada kapasitas, kualitas, dan kompetensi¹ SDM-nya saja, tetapi juga bagaimana mengatur dan mengelola SDM itu secara baik dan benar. Oleh karena itu, adanya peningkatan kompetensi kerja² bagi pekerja melalui optimalisasi dan revitalisasi balai latihan kerja (BLK), bim-

¹ Kompetensi meliputi kemampuan pekerja dalam mengaplikasikan pengetahuan (*knowledge*), pengalaman (*experience*), dan keahlian (*skill*) terhadap tugas dan peranan (ILO, 2006).

² Kompetensi kerja adalah kemampuan kerja setiap individu yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan (Peraturan Menakertrans Nomor PER.21/MEN/X/2007).

bingan dan pelatihan serta adanya sertifikasi profesi menjadi mutlak untuk dilakukan.

Dalam era globalisasi dan integrasi ekonomi yang tengah berlangsung saat ini memungkinkan terjadinya perpindahan tenaga kerja dari suatu negara dengan tingkat upah yang rendah ke negara lain dengan tingkat upah yang relatif lebih tinggi. Perpindahan juga bisa terjadi dari suatu negara yang memiliki kelebihan jumlah tenaga kerja ke negara yang relatif kekurangan tenaga kerja. Perpindahan tenaga kerja ini berpotensi memberikan manfaat sekaligus biaya, baik terhadap individu tenaga kerja, negara, maupun bagi perekonomian global.

Bagi individu, perpindahan tenaga kerja akan memberikan peluang kesempatan kerja yang lebih tinggi serta adanya perbaikan kondisi ekonomi tenaga kerja. Bagi negara penerima, kedatangan tenaga kerja asing diharapkan dapat memenuhi atau mengisi sektor-sektor yang tidak dapat diisi atau relatif kurang diminati oleh pekerja domestik. Bagi negara asal, pengiriman tenaga kerja ke luar negeri akan memberikan dampak positif bagi upaya pengurangan tingkat pengangguran dalam negeri. Sementara itu, bagi perekonomian regional, perpindahan tenaga kerja intra-kawasan diharapkan akan meningkatkan efisiensi sumber daya, produktivitas pekerja, pendapatan, dan penciptaan lapangan kerja secara keseluruhan.

Kebutuhan tenaga kerja migran untuk mengisi lapangan kerja yang tersedia terjadi di wilayah regional ASEAN, seperti Singapura, Malaysia, Thailand, dan Brunei Darussalam, disebabkan angkatan kerja di kawasan tersebut tumbuh sangat lambat dan tidak mencukupi untuk mengisi lapangan pekerjaan yang ada sehingga praktis membutuhkan tenaga kerja migran. Oleh karena itu, keempat negara ASEAN tersebut memiliki rezim yang relatif terbuka terhadap penerimaan tenaga kerja profesional dari luar negeri (Erman Suparno, 2009).

Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar di kawasan ASEAN ini memiliki peluang besar untuk menjadi negara pendonor tenaga kerja bagi negara-negara yang membutuhkan tenaga kerja migran tersebut, sehubungan dengan adanya integrasi ekonomi kawasan ASEAN. Kebutuhan untuk dapat menyalurkan tenaga kerja tersebut semakin mendesak mengingat saat ini lapangan kerja di Indonesia sudah tidak mampu lagi menampung seluruh angkatan kerja yang tersedia. Akibatnya, tingkat pengangguran menjadi tinggi dan berdampak pada timbulnya masalah ekonomi, seperti kemiskinan. Tercatat, berdasarkan data BPS pada bulan Februari 2012 menyatakan bahwa tingkat pengangguran terbuka di Indonesia mencapai 6,32% serta jumlah angkatan kerja yang menganggur sebesar 7,61 juta jiwa.

Bersamaan dengan peluang tersebut, integrasi kawasan ASEAN ini juga sekaligus menghadirkan ancaman serius bagi tenaga kerja sektor pariwisata di Indonesia. Melalui kerangka *mutual recognition arrangement* (MRA), tenaga kerja sektor pariwisata ASEAN diwajibkan untuk memenuhi standar profesi tenaga kerja pariwisata sesuai dengan ketentuan yang disepakati bersama melalui sertifikasi profesi tenaga kerja yang diakui sesama negara anggota ASEAN. Ancaman tersebut timbul dikarenakan hingga saat ini sebagian tenaga kerja sektor pariwisata di Indonesia belum memiliki sertifikasi profesi tersebut. Akibatnya, jika tidak memiliki sertifikasi profesi, akan sulit untuk berkompetisi dengan tenaga kerja dari negara ASEAN lainnya, bukan hanya di negara ASEAN lain, melainkan juga di Indonesia sendiri.

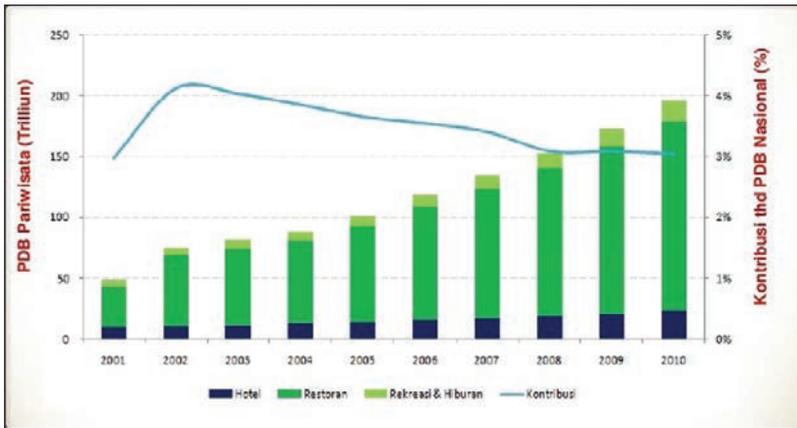
Kunci utama agar tenaga kerja pariwisata Indonesia dapat bersaing dan terserap oleh pasar kerja, baik di dalam negeri maupun di kawasan ASEAN adalah melalui pembenahan SDM sektor pariwisata itu sendiri. Pertanyaannya kemudian adalah bagaimanakah dinamika SDM pariwisata di Indonesia? Apa saja kendala pengembangan SDM pariwisata di Indonesia? Bagaimana strategi yang harus diterapkan untuk menguatkan SDM pariwisata di Indonesia? Penulisan pada

bab ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penting tersebut.

GAMBARAN UMUM KEPARIWISATAAN NASIONAL

Kontribusi PDB pariwisata terhadap PDB nasional masih sangat rendah, yaitu hanya mencapai 3,05% (Rp78,83 triliun) pada tahun 2010. Dari jumlah tersebut, restoran memiliki kontribusi terbesar mencapai Rp52,88 triliun (2,41% terhadap PDB). Meskipun demikian, dalam satu dekade terakhir laju pertumbuhan PDB pariwisata cenderung lebih cepat jika dibandingkan laju pertumbuhan PDB nasional. Pada tahun 2010, laju pertumbuhan PDB pariwisata mencapai 6,56%, sedangkan laju pertumbuhan PDB nasional hanya mencapai 6,10% (BPS, 2011). Kontribusi PDB pariwisata terhadap PDB nasional dapat dilihat pada Gambar 5.1.

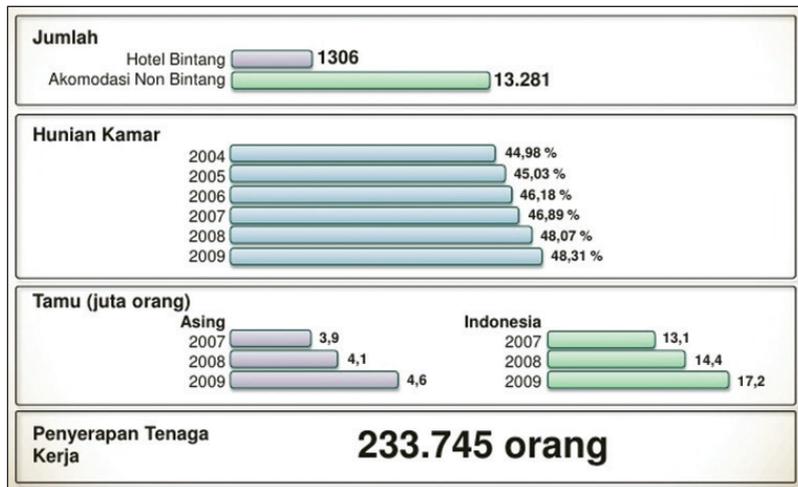
Pada industri kepariwisataan subsektor perhotelan, jumlah hotel berbintang yang terdapat di Indonesia berjumlah 1.306 unit, sedangkan untuk akomodasi non-bintang berjumlah 13.281 unit. Tingkat hunian kamar menunjukkan tren yang terus meningkat dari 44,98%



Sumber: BPS, 2011

Gambar 5.1 Distribusi PDB Industri Kepariwisataan 2001–2010

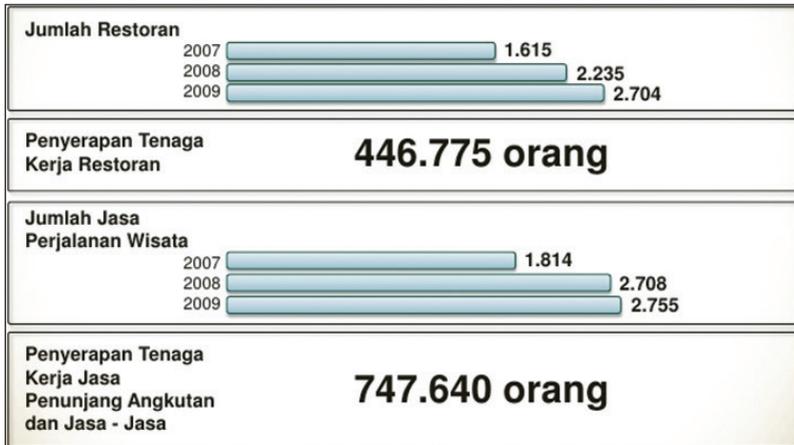
pada tahun 2004 menjadi 48,31% pada tahun 2009. Jumlah tamu asing juga menunjukkan peningkatan dari 3,9 juta orang pada tahun 2007 menjadi 4,6 juta orang pada tahun 2009. Sementara itu, tamu domestik meningkat dari 13,1 juta orang pada tahun 2007 menjadi 17,2 juta orang pada tahun 2009. Subsektor perhotelan juga berhasil menyerap tenaga kerja sebesar 233.745 orang. Statistik kondisi perhotelan di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 5.2.



Sumber : BPS, 2011

Gambar 5.2 Kondisi Industri Kepariwisata Perhotelan

Gambaran kondisi industri kepariwisataan subsektor restoran menunjukkan adanya peningkatan jumlah restoran dari 1.615 pada tahun 2007 menjadi 2.704 pada tahun 2009. Subsektor ini berhasil menyerap tenaga kerja sebesar 446.775 orang. Sementara itu, untuk subsektor jasa perjalanan wisata menunjukkan adanya peningkatan jumlah jasa perjalanan wisata dari 1.814 pada tahun 2007 menjadi 2.755 pada tahun 2009. Tingkat penyerapan tenaga kerja pada subsektor ini mencapai 747.640 orang. Statistik kondisi industri kepariwisataan subsektor restoran dan jasa perjalanan wisata dapat dilihat pada Gambar 5.3.



Sumber: BPS, 2011

Gambar 5.3 Kondisi Industri Kepariwisata Restoran dan Jasa Perjalanan Wisata

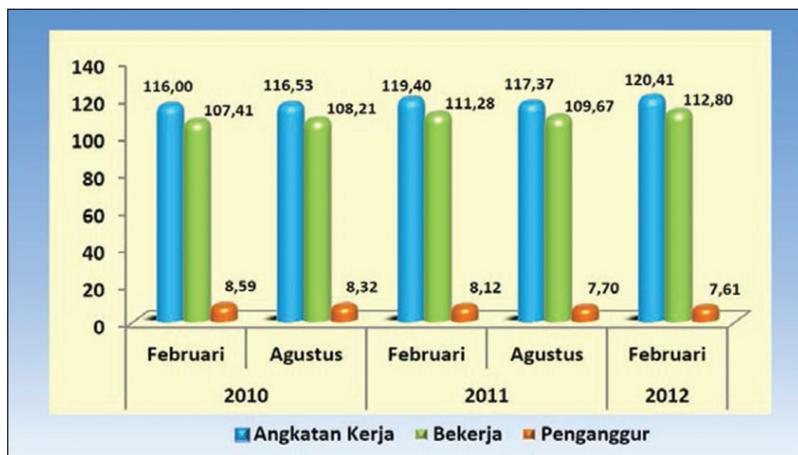
Sektor pariwisata termasuk dalam lima besar kontributor penyumbang devisa terbesar pada tahun 2010. Adapun jumlah kontribusi devisa sektor pariwisata nasional mencapai US\$ 7.603,45 dan menduduki peringkat keempat kontributor devisa terbesar di bawah komoditas minyak dan gas bumi (US\$ 28.039,60), minyak kelapa sawit (US\$ 13.468,97), dan karet olahan (US\$ 9.314,97).

DINAMIKA SDM PARIWISATA INDONESIA

Kondisi ketenagakerjaan di Indonesia pada bulan Februari 2012 menunjukkan adanya perbaikan dibandingkan pada periode sebelumnya. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah angkatan kerja dan jumlah penduduk yang bekerja serta turunnya tingkat pengangguran di Indonesia. Jumlah angkatan kerja pada bulan Februari 2012 bertambah tiga juta jiwa dibandingkan bulan Agustus 2011 serta bertambah satu juta jiwa dibandingkan periode tahun sebelumnya (Februari 2011). Penduduk yang bekerja pada bulan Februari 2012 pun mengalami peningkatan sebesar 3,1 juta jiwa dibandingkan bulan

Agustus 2011 serta bertambah 1,5 juta jiwa dibandingkan keadaan setahun sebelumnya (Februari 2011).

Jumlah pengangguran pada bulan Februari 2012 mengalami penurunan sekitar 90 ribu jiwa jika dibandingkan kondisi pada bulan Agustus 2011 serta mengalami penurunan sebesar 510 ribu jiwa jika dibandingkan kondisi pada bulan Februari 2011. Meskipun jumlah angkatan kerja bertambah, dalam satu tahun terakhir terjadi penurunan tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) sebesar 0,30%. Kondisi ketenagakerjaan Indonesia selama dua tahun terakhir dapat dilihat berdasarkan Gambar 5.4.



Sumber: Berita Resmi Statistik No. 33/05/Th. XV, 7 Mei 2012

Gambar 5.4 Jumlah Angkatan Kerja, Penduduk yang Bekerja, dan Penganggur, 2010–2012 (Juta Jiwa)

Jumlah pengangguran pada bulan Februari 2012 mencapai 7,6 juta jiwa, dengan tingkat pengangguran terbuka (TPT) sebesar 6,32%. Pada bulan Februari 2012, TPT untuk pendidikan menengah masih tetap menempati posisi tertinggi, yaitu TPT sekolah menengah atas sebesar 10,34% dan TPT sekolah menengah kejuruan sebesar 9,51%. Jika dibandingkan keadaan bulan Agustus 2011, TPT pada

hampir semua tingkat pendidikan cenderung turun, kecuali TPT untuk tingkat pendidikan SD ke bawah naik 0,13% dan TPT untuk tingkat pendidikan Diploma I/II/III naik 0,34%. Distribusi TPT penduduk usia 15 tahun ke atas berdasarkan tingkat pendidikan tertinggi yang ditamatkan selama dua tahun terakhir dapat dilihat melalui Tabel 5.1.

Tabel 5.1 Tingkat Pengangguran Terbuka Penduduk Usia 15 Tahun ke Atas Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan, 2010–2012 (Persen)

Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan	2010		2011		2012
	Februari	Agustus	Februari	Agustus	Februari
1	2	3	4	5	6
SD Ke Bawah	3,71	3,81	3,37	3,56	3,69
Sekolah Menengah Pertama	7,55	7,45	7,83	8,37	7,80
Sekolah Menengah Atas	11,90	11,90	12,17	10,66	10,34
Sekolah Menengah Kejuruan	13,81	11,87	10,00	10,43	9,51
Diploma I/II/III	15,71	12,78	11,59	7,16	7,50
Universitas	14,24	11,92	9,95	8,02	6,95
Jumlah	7,41	7,14	6,80	6,56	6,32

Sumber: Berita Resmi Statistik No. 33/05/Th. XV, 7 Mei 2012

Sektor pariwisata tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja. Kontribusi tersebut dapat berupa penyediaan lapangan kerja secara langsung, tidak langsung, dan penyediaan lapangan kerja yang terpengaruh dari penyediaan lapangan kerja secara langsung dan tidak langsung tersebut. Pada tahun 2011, sektor pariwisata Indonesia memiliki kontribusi langsung dengan menyediakan 2.900.000 pekerjaan atau 2,6% dari jumlah angkatan kerja (Gambar 5.5).

Secara tidak langsung sektor pariwisata juga menyediakan 3.664.000 lapangan kerja serta lapangan kerja lain yang juga terpengaruh oleh penyediaan lapangan kerja langsung dan tidak langsung sejumlah 2.045.000 pekerjaan. Secara total jumlah lapangan kerja di

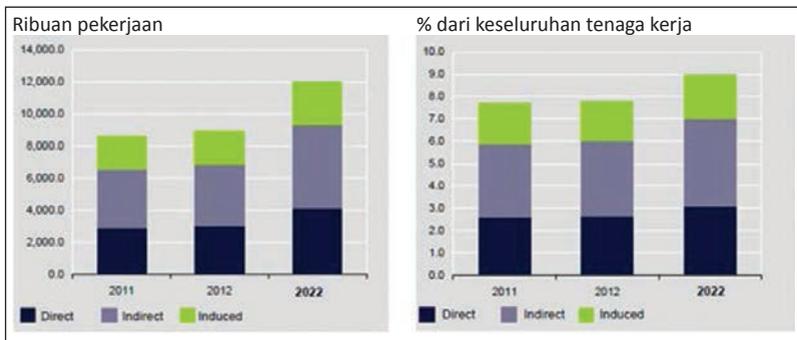
sektor pariwisata Indonesia dapat menyerap 8.609.500 tenaga kerja atau 7,7% dari jumlah tenaga kerja (Grafik 5.6). Jumlah ini diprediksi akan naik sebesar 3,5% pada tahun 2022 menjadi sebesar 8.907.500 pekerjaan (World Travel & Tourism Council, 2012). Kontribusi sektor pariwisata terhadap penyediaan lapangan kerja dapat dilihat pada Gambar 5.5 dan Gambar 5.6.

Kontribusi sektor pariwisata Indonesia terhadap penyediaan lapangan kerja menempati peringkat lima besar penyediaan lapangan



Sumber: World Travel & Tourism Council, 2012

Gambar 5.5 Indonesia: Kontribusi Langsung Sektor Pariwisata terhadap Penyediaan Lapangan Kerja



Sumber: World Travel & Tourism Council, 2012

Gambar 5.6 Indonesia: Kontribusi Total Sektor Pariwisata terhadap Penyediaan Lapangan Kerja

kerja melalui sektor pariwisata terbesar di dunia. Jumlah penyediaan lapangan kerja pariwisata Indonesia berada di bawah China dan India, namun berada jauh di atas rata-rata penyediaan lapangan kerja pariwisata dunia. Rincian kontribusi negara-negara penyedia lapangan kerja pariwisata terbesar dapat dilihat pada Tabel 5.2.

Tabel 5.2 Kontribusi Langsung dan Total Sektor Pariwisata terhadap Penyediaan Lapangan Kerja di Dunia

No.	Kontribusi Langsung Sektor Pariwisata Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja	2011 (ribu pekerjaan)	No.	Kontribusi Total Sektor Pariwisata Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja	2011 (ribu pekerjaan)
1	India	24.974,9	1	China	61.937,2
2	China	22.081,4	2	India	39.351,9
5	Indonesia	2.900,2	4	Indonesia	8.609,3
7	Thailand	1.832,8	7	Thailand	4.468,5
8	Vietnam	1.832,3	9	Vietnam	4.296,6
	Rata-Rata Dunia	782,4	12	Filipina	3.547,7
20	Filipina	778,0		Rata-Rata Dunia	1.959,2
21	Malaysia	753,3	25	Malaysia	1.559,1
24	Kamboja	607,0	26	Kamboja	1.449,8
30	Australia	468,2	28	Australia	1.358,3
48	Sri Langka	236,5	48	Sri Langka	589,9

Sumber : World Travel & Tourism Council, 2012

KENDALA DAN TANTANGAN SDM PARIWISATA INDONESIA DI KAWASAN ASEAN

Tantangan pengembangan di sektor pariwisata dinilai sangat kompleks, mulai dari ketatnya persaingan hingga tuntutan konsumen dan pengaruh globalisasi. Oleh karena itu, pendidikan dan pelatihan sumber daya manusia (SDM) di bidang pariwisata serta adanya manajemen kompetensi kepariwisataan sangat dibutuhkan guna menghasilkan SDM pariwisata yang profesional dan berdaya saing tinggi dalam pemberian pelayanan jasa pariwisata secara komprehensif.

Berdasarkan data peringkat daya saing negara dalam World Economic Forum 2011, daya saing SDM Indonesia di bidang pariwisata berada pada peringkat 51 dari 139 negara. Peringkat tersebut turun dari tahun sebelumnya yang ada pada peringkat 42. Penurunan peringkat daya saing ini mengindikasikan masih rendahnya produktivitas tenaga kerja sektor pariwisata Indonesia untuk menghasilkan *output* kepariwisataan yang tinggi dan berkelanjutan dibandingkan negara lainnya.

Daya saing SDM pariwisata merujuk pada dua hal. *Pertama*, pendidikan dan pelatihan SDM pariwisata, di mana Indonesia menempati peringkat ke-51 dari 139 negara di dunia. *Kedua*, merujuk pada ketersediaan SDM berkualitas, dimana Indonesia menempati urutan ke-59. Namun, apabila ditelaah lebih lanjut, daya saing SDM pariwisata berdasarkan data yang dikeluarkan oleh World Economic Forum dalam The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011 memiliki beberapa kriteria penilaian. Kriteria penilaian tersebut, antara lain tingkat pendaftaran pendidikan dasar, tingkat pendaftaran pendidikan menengah, kualitas sistem pendidikan, ketersediaan layanan penelitian dan pelatihan lokal, tingkat pelatihan staf, praktik perekrutan dan pemecatan, kemudahan perekrutan tenaga kerja asing, keterjangkitan HIV, dampak HIV/AIDS terhadap bisnis serta usia harapan hidup.

Di tingkat ASEAN, SDM pariwisata Singapura relatif lebih unggul dibandingkan Indonesia serta negara ASEAN lainnya. Ini terlihat pada berbagai kriteria penilaian World Economic Forum 2011. Pada kriteria tingkat pendaftaran pendidikan dasar dan menengah, Singapura menjadi negara terbaik di ASEAN mengungguli Malaysia, Indonesia, dan negara ASEAN lainnya (lihat Tabel 5.3 dan Tabel 5.4). Ini menunjukkan bahwa Singapura mampu menyediakan tenaga kerja terdidik untuk mengisi berbagai lapangan kerja di sektor pariwisata ASEAN.

Tabel 5.3 Tingkat Pendaftaran Pendidikan Dasar

Negara	Peringkat ASEAN	Peringkat Dunia	Nilai
Singapura	1	43	96,8
Malaysia	2	47	96,1
Indonesia	3	52	95,7
Vietnam	4	69	94,0
Brunei Darussalam	5	74	92,9
Filipina	6	80	91,7
Thailand	7	94	90,1
Kamboja	8	103	88,6

Sumber: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011

Tabel 5.4 Tingkat Pendaftaran Pendidikan Menengah

Negara	Peringkat ASEAN	Peringkat Dunia	Nilai
Singapura	1	18	103,0
Brunei Darussalam	2	34	98,2
Filipina	3	83	82,5
Thailand	4	95	75,6
Indonesia	5	97	74,4
Malaysia	6	100	68,2
Vietnam	7	102	66,9
Kamboja	8	120	40,4

Sumber: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011

Pada kriteria tingkat pendaftaran pendidikan dasar, Indonesia menempati peringkat ketiga di ASEAN dengan nilai 95,7, di mana hanya tertinggal oleh Singapura dan Malaysia. Namun, untuk kriteria pendaftaran pendidikan menengah, Indonesia hanya menempati urutan kelima dengan nilai 74,4, di bawah Singapura, Brunei Darussalam, Filipina, dan Thailand. Ini menunjukkan bahwa minat SDM pariwisata Indonesia untuk melanjutkan pendidikan ke tingkat menengah masih sangat minim. Kecenderungan tersebut mengakibatkan masih langkanya SDM pariwisata yang terdidik di Indonesia.

Kriteria selanjutnya mencoba untuk melihat bagaimana pemerintah masing-masing negara *concern* terhadap pengembangan SDM kepariwisataan. Dalam hal ini terdapat tiga kriteria penilaian, yakni kualitas sistem pendidikan, ketersediaan layanan penelitian dan pelatihan serta investasi dalam pelatihan dan pengembangan tenaga kerja. Kualitas sistem pendidikan pariwisata di Singapura merupakan yang terbaik, baik dalam regional kawasan ASEAN itu sendiri maupun di seluruh dunia. Sementara itu, kualitas sistem pendidikan di Indonesia hanya menempati peringkat ke-4 di kawasan ASEAN, di bawah Singapura, Malaysia, dan Brunei Darussalam (lihat Tabel 5.5).

Tabel 5.5 Kualitas Sistem Pendidikan

Negara	Peringkat ASEAN	Peringkat Dunia	Nilai
Singapura	1	1	6,1
Malaysia	2	23	4,9
Brunei Darussalam	3	31	4,5
Indonesia	4	40	4,3
Vietnam	5	61	3,8
Thailand	6	66	3,7
Filipina	7	69	3,7
Kamboja	8	82	3,4

Sumber: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011

Pada kriteria ketersediaan layanan penelitian dan pelatihan, Singapura juga lebih unggul dibandingkan negara ASEAN lainnya karena berbagai fasilitas penelitian dan pelatihan tersedia secara luas di negara tersebut. Sementara itu, Indonesia menempati urutan ketiga di ASEAN, berada di bawah Singapura dan Malaysia (lihat Tabel 5.6).

Kriteria selanjutnya merupakan penilaian terhadap pelatihan dan pengembangan tenaga kerja. Investasi di bidang pelatihan dan pengembangan tenaga kerja di Singapura juga lebih unggul dibandingkan negara ASEAN lainnya. Indonesia menempati peringkat ketiga di bawah Singapura dan Malaysia dalam investasi pelatihan tenaga kerja bidang kepariwisataan di ASEAN (lihat Tabel 5.7).

Tabel 5.6 Ketersediaan Layanan Penelitian dan Pelatihan

Negara	Peringkat ASEAN	Peringkat Dunia	Nilai
Singapura	1	19	5,3
Malaysia	2	25	5,0
Indonesia	3	52	4,4
Thailand	4	69	4,1
Filipina	5	77	4,0
Vietnam	6	104	3,4
Kamboja	7	111	3,3
Brunei Darussalam	8	115	3,2

Sumber: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011

Tabel 5.7 Tingkat Pelatihan dan Pengembangan Tenaga Kerja

Negara	Peringkat ASEAN	Peringkat Dunia	Nilai
Singapura	1	4	5,5
Malaysia	2	13	5,0
Indonesia	3	36	4,4
Filipina	4	46	4,3
Vietnam	5	58	4,1
Brunei Darussalam	6	60	4,1
Thailand	7	62	4,1
Kamboja	8	92	3,7

Sumber: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011

Kriteria selanjutnya melihat bagaimana regulasi yang ditetapkan oleh pemerintah masing-masing negara mampu berpengaruh terhadap iklim ketenagakerjaan. Dalam hal ini terdapat dua poin yang menjadi penilaian, yaitu pengaruh regulasi terhadap praktik perekrutan dan pemecatan tenaga kerja serta kemudahan perekrutan tenaga kerja asing.

Dalam hal pengaruh regulasi terhadap praktik perekrutan dan pemecatan tenaga kerja, Singapura memiliki iklim ketenagakerjaan yang paling kondusif dibandingkan negara-negara kawasan ASEAN dan negara lainnya di seluruh dunia. Ini terlihat pada praktik perekrutan dan pemecatan di Singapura relatif tidak terhambat oleh adanya regulasi, tetapi ditentukan langsung oleh pihak manajemen

perusahaan. Berbeda dengan Singapura, praktik perekrutan dan pemecatan tenaga kerja Indonesia relatif lebih dihambat oleh adanya regulasi dari pemerintah yang lebih berpihak pada perlindungan tenaga kerja.³ Dalam hal ini, daya saing SDM pariwisata Indonesia menempati urutan kelima di bawah Singapura, Thailand, Vietnam, dan Brunei Darussalam. Namun, hambatan regulasi terbesar dalam praktik perekrutan dan pemecatan tenaga kerja di kawasan ASEAN dimiliki oleh negara Filipina (lihat Tabel 5.8).

Tabel 5.8 Pengaruh Regulasi terhadap Praktik Perekrutan dan Pemecatan Tenaga Kerja

Negara	Peringkat ASEAN	Peringkat Dunia	Nilai
Singapura	1	2	5,9
Thailand	2	31	4,5
Vietnam	3	34	4,5
Brunei Darussalam	4	37	4,4
Indonesia	5	38	4,4
Kamboja	6	45	4,2
Malaysia	7	50	4,2
Filipina	8	116	3,2

Sumber: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011

Pola serupa juga terlihat pada pengaruh regulasi terhadap kemudahan untuk merekrut tenaga kerja asing. Singapura merupakan negara di kawasan ASEAN yang paling mudah dalam merekrut tenaga kerja asing. Ini disebabkan regulasi perburuhan di Singapura yang tidak membatasi jumlah tenaga kerja asing untuk bekerja di sana. Setali tiga uang dengan Singapura, Indonesia juga kurang membatasi

³ Penyelesaian perselisihan hubungan industrial diatur dalam UU Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2004. Adapun yang termasuk dalam perselisihan hubungan industrial ini meliputi perselisihan mengenai hak, kepentingan, pemutusan hubungan kerja, serta perselisihan antarserikat pekerja dalam satu perusahaan yang dapat diselesaikan melalui bipartit, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.

jumlah tenaga kerja asing yang bekerja di sana.⁴ Akibatnya, setiap tenaga kerja yang memiliki daya saing tinggi, baik SDM asing maupun SDM domestik, dapat bekerja di negara tersebut. Persaingan tenaga kerja dalam merebut lapangan kerja kepariwisataan yang ada sangat tinggi. Hal ini mampu menjadi lampu kuning bagi SDM domestik yang kurang berdaya saing dalam memperoleh pekerjaan di negara tersebut. Namun, untuk beberapa spesialisasi pekerjaan tertentu, seperti pemandu wisata, halangan untuk masuk kepada lapangan pekerjaan yang tersedia tergolong sangat sulit. Hal ini dikarenakan pemandu wisata domestik memiliki pengetahuan dan pengalaman terhadap pariwisata dalam negeri yang lebih mendalam daripada pemandu wisata asing.

Hal berbeda ditunjukkan oleh Filipina dan Brunei Darussalam, di mana negara tersebut memberlakukan regulasi yang menghambat perekrutan tenaga kerja asing. Kedua negara tersebut merupakan dua negara dengan regulasi paling ketat di kawasan ASEAN dalam perekrutan tenaga kerja asing yang mampu meningkatkan peluang penyerapan SDM pariwisata domestik dalam mengisi lapangan kerja pariwisata yang ada (lihat Tabel 5.9).

Masalah kesehatan juga tidak luput menjadi perhatian dalam penilaian kriteria daya saing SDM pariwisata dari World Economic Forum. Dalam hal ini penyakit HIV/AIDS yang melanda orang dewasa berusia 15–49 tahun menjadi fokus perhatian dalam kriteria penilaian.

Brunei Darussalam dan Filipina merupakan negara di kawasan ASEAN yang memiliki persentase terkecil bagi orang dewasa (berusia 15–49 tahun) untuk terjangkit penyakit HIV/AIDS. Sementara itu, Thailand merupakan negara di kawasan ASEAN dengan kemungkin-

⁴ Regulasi yang mengatur mengenai penggunaan tenaga kerja asing terdapat pada UU Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan Pasal 42–49.

an orang dewasa terjangkit penyakit HIV/AIDS paling besar (lihat Tabel 5.10).

Tabel 5.9 Pengaruh Regulasi terhadap Kemudahan Perekrutan Tenaga Kerja Asing

Negara	Peringkat ASEAN	Peringkat Dunia	Nilai
Singapura	1	8	5,1
Indonesia	2	35	4,5
Kamboja	3	40	4,5
Vietnam	4	60	4,2
Malaysia	5	77	4,0
Thailand	6	85	3,9
Brunei Darussalam	7	98	3,7
Filipina	8	117	3,5

Sumber: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011

Tabel 5.10 Persentase Orang Dewasa (Berusia 15-49 Tahun) Terjangkit Penyakit HIV/AIDS

Negara	Peringkat ASEAN	Peringkat Dunia	Nilai
Brunei Darussalam	1	1	< 0,1
Filipina	2	1	< 0,1
Singapura	3	20	0,1
Indonesia	4	56	0,2
Vietnam	5	79	0,4
Kamboja	6	88	0,5
Malaysia	7	88	0,5
Thailand	8	114	1,13

Sumber : The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011

Terjangkitnya penyakit HIV/AIDS pada tenaga kerja diyakini akan memberikan dampak pada perusahaan, baik pada kematian maupun cacat fisik tenaga kerja, melonjaknya biaya medis dan pemakaman, ketidakhadiran tenaga kerja dan menurunnya produktivitas perusahaan, pengeluaran terhadap perekrutan dan pelatihan tenaga kerja, hingga berkurangnya pendapatan perusahaan. Terkait hal ini, Singapura memiliki ekspektasi dampak paling rendah apabila perusahaan memiliki tenaga kerja yang terjangkit oleh penyakit HIV/AIDS di kawasan ASEAN. Sementara itu, Kamboja memiliki dampak paling

besar apabila perusahaan memiliki tenaga kerja yang terjangkit HIV/AIDS di kawasan ASEAN. Demikian pula halnya dengan Indonesia yang juga memiliki dampak relatif besar (lihat Tabel 5.11).

Tabel 5.11 Tingkat Keparahan Dampak Penyakit HIV/AIDS terhadap Perusahaan dalam Lima Tahun ke Depan

Negara	Peringkat ASEAN	Peringkat Dunia	Nilai
Singapura	1	47	5,8
Brunei Darussalam	2	77	5,2
Filipina	3	83	5,0
Vietnam	4	84	5,0
Malaysia	5	93	4,8
Indonesia	6	95	4,7
Thailand	7	106	4,4
Kamboja	8	114	3,9

Sumber: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011

Kriteria terakhir dalam penilaian daya saing SDM pariwisata terkait dengan usia harapan hidup. Di kawasan ASEAN, Singapura memiliki usia harapan hidup paling tinggi, yakni mencapai 81 tahun. Sementara itu, Indonesia hanya satu peringkat di atas Kamboja dengan usia harapan hidup paling rendah di kawasan ASEAN, yakni 67 tahun (lihat Tabel 5.12).

Tabel 5.12 Usia Harapan Hidup

Negara	Peringkat ASEAN	Peringkat Dunia	Nilai
Singapura	1	7	81
Brunei Darussalam	2	38	76
Malaysia	3	64	73
Vietnam	4	64	73
Filipina	5	87	70
Thailand	6	87	70
Indonesia	7	100	67
Kamboja	8	111	62

Sumber: The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011

Di samping penilaian terhadap daya saing SDM pariwisata di atas, sebenarnya SDM pariwisata Indonesia juga memiliki keunggulan dan kelemahan dibandingkan SDM di negara ASEAN lainnya. Berdasarkan hasil wawancara terhadap Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Pariwisata serta dari Sekolah Tinggi Pariwisata Indonesia, keunggulan tersebut meliputi aspek keramahtamahan, aspek pelayanan serta penampilan. Ketiga aspek keunggulan tersebut sebenarnya merupakan kunci sukses tenaga kerja jasa pariwisata yang menjadi ciri khas tenaga kerja Indonesia. Namun, kedua lembaga di atas juga menyebutkan potensi kelemahan yang dimiliki oleh sebagian besar SDM pariwisata Indonesia di pasar tenaga kerja global. Beberapa kelemahan yang dimiliki oleh SDM Indonesia, antara lain lemahnya penguasaan bahasa asing serta lemahnya tingkat kedisiplinan. Jadi, SDM pariwisata Indonesia lemah dalam teori, namun sangat baik dalam praktik.

Untuk menciptakan SDM yang berkualitas dan profesional di bidang pariwisata maka peran lembaga pendidikan dan pelatihan menjadi sangat menentukan. Masalah yang berkaitan dengan kompetensi, khususnya dalam bidang kepariwisataan, merupakan salah satu perhatian nasional bahkan global untuk menunjang pembangunan berkelanjutan di bidang pariwisata. Untuk mengantisipasi dampak yang mungkin muncul dari adanya perpindahan tenaga kerja maka arah pengembangan SDM pariwisata harus ditekankan pada penguasaan kompetensi di masing-masing bidang agar dapat bersaing di tingkat lokal, regional, nasional bahkan di tingkat internasional.

Mutual Recognition Arrangement (MRA)

Guna menciptakan suatu kawasan yang mempunyai keunggulan kompetitif tinggi, MEA menghendaki adanya aliran bebas bagi tenaga kerja terampil untuk dapat berkompetisi mengisi lapangan

pekerjaan yang tersedia di seluruh negara-negara di kawasan ASEAN tersebut (*free flow of skilled labors*). Namun, tentu saja proses tersebut memerlukan regulasi serta standar profesi yang berlaku menyeluruh bagi seluruh negara anggota ASEAN. Oleh karena itu, ASEAN Tourism Task Force on Manpower Development yang dikepalai oleh Indonesia telah melakukan berbagai upaya pengembangan *Mutual Recognition Arrangement* (MRA) hingga tersusunlah standar kompetensi terhadap 32 jenis pekerjaan di bidang pariwisata beserta 242 unit kompetensi yang ada di dalamnya. MRA yang disepakati antaranggota ASEAN tersebut merupakan ikatan bagi para anggota ASEAN untuk memenuhi standar profesi tenaga kerja pariwisata sesuai ketentuan yang disepakati bersama melalui sertifikasi profesi tenaga kerja yang diakui sesama negara anggota ASEAN.

Liberalisasi jasa pariwisata ASEAN pada tahun 2015 memungkinkan adanya perpindahan tenaga kerja pariwisata dari satu negara ke negara sesama anggota ASEAN lainnya. Untuk itu, diharapkan seluruh tenaga kerja pariwisata ASEAN telah memenuhi standar profesi tenaga kerja yang telah diakui tersebut.

Untuk meminimalisasi kemungkinan membanjirnya tenaga kerja tidak terampil yang masuk ke dalam suatu negara, penerapan MRA *on Tourism Professionals* akan mengontrol mobilitas tenaga kerja yang datang. Melalui mekanisme ini, penerapan hukum dan peraturan negara-negara anggota untuk memberikan izin bekerja masih berlaku.

MRA *on Tourism Professionals* juga menyepakati bahwa berbagai kompetensi yang telah diidentifikasi sebelumnya dapat diaplikasikan oleh berbagai pendidikan dan pelatihan tenaga kerja secara cuma-cuma. Hal ini berlaku dalam hal kualitas pengajaran, evaluasi, dan standar pengembangan kurikulum. Namun, dianjurkan bagi lembaga-lembaga yang ingin memiliki lulusan yang diakui oleh negara-negara anggota ASEAN untuk menggunakan MRA sehingga penerapan kompetensi akan menjadi suatu kewajiban. Skema MRA pada me-

itu akan semakin sulit untuk berkompetisi mendapatkan pekerjaan, baik di negara sendiri maupun negara lain yang telah bersepakat dalam MRA. Minimnya kepemilikan sertifikasi profesi oleh tenaga kerja domestik akan menyebabkan lapangan kerja dalam negeri, yang memang menuntut adanya kepemilikan sertifikasi profesi, berpotensi lebih banyak diisi oleh tenaga kerja profesional asing yang telah memiliki sertifikat profesi tersebut, kecuali atas beberapa spesialisasi pekerjaan tertentu yang memang kualifikasinya lebih banyak dikuasai oleh tenaga kerja domestik. Dengan demikian, ketidakmampuan penyerapan tenaga kerja domestik dalam lapangan kerja yang tersedia ini berpotensi mengakibatkan semakin melonjaknya tingkat pengangguran terbuka di negara tersebut.

MRA juga mempersyaratkan setiap negara untuk membentuk lembaga Tourism Professional Certification Board (TPCB) atau Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) di Indonesia yang antara lain bertugas menetapkan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) berbagai bidang keprofesionalan, termasuk jasa pariwisata. Dalam pelaksanaannya, pelatihan dan penilaian untuk mendapat sertifikat kompetensi profesi dilakukan oleh Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) yang terdaftar yang kemudian akan divalidasi dan diakreditasi oleh BNSP.

Pembangunan kepariwisataan perlu didukung dengan SDM yang kompeten dalam rangka memberikan pelayanan prima bagi wisatawan. Atas dasar tersebut, pemerintah menyusun Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata guna mengamankan tenaga kerja di bidang kepariwisataan wajib memiliki standar kompetensi melalui sertifikasi. Hal ini bertujuan agar tenaga kerja Indonesia mampu menghadapi persaingan tenaga kerja, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Upaya yang dilakukan Pemerintah Indonesia dalam memberikan pengakuan terhadap kompetensi tenaga kerja di bidang pariwisata

serta guna meningkatkan kualitas dan daya saing tenaga kerja pun kian terlihat nyata seiring diterbitkannya Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2012 tentang Sertifikasi Kompetensi dan Sertifikasi Usaha di Bidang Pariwisata. Sertifikat tenaga kerja bidang pariwisata ini diberikan kepada tenaga kerja pariwisata yang telah memenuhi SKKNI, yang disusun oleh instansi pemerintah bidang pariwisata bersama-sama asosiasi usaha pariwisata, asosiasi profesi, dan akademisi. Sertifikat ini diberikan melalui uji kompetensi sesuai SKKNI, baik standar nasional maupun standar khusus.

PROSPEK PENGEMBANGAN SDM PARIWISATA

Dalam pengembangan SDM pariwisata terdapat berbagai kendala yang mampu menghambat pencapaian *output* yang diinginkan. Hal tersebut dikarenakan jumlah, jenis, dan kualitas SDM di bidang pariwisata saat ini masih terbatas. Selain itu, faktor penghambat pengembangan SDM bidang pariwisata juga disebabkan oleh kurang memadainya sarana dan prasarana pendidikan pariwisata serta kurang optimalnya penerapan standar dan kurikulum pendidikan pariwisata berbasis kompetensi dan berstandar internasional.

Standar kompetensi yang telah dijalankan secara formal beberapa tahun belakangan ini ternyata masih belum menyentuh mayoritas SDM di bidang pariwisata. Selama ini kesadaran akan pentingnya standar kompetensi hanya dimiliki oleh pimpinan atau pemilik usaha pariwisata dan belum disosialisasikan kepada seluruh pekerjanya. Hal tersebut dikarenakan biaya sertifikasi profesi jasa pariwisata di kalangan tenaga kerja cenderung mahal. Oleh karena itu, tantangan terbesar pengembangan SDM adalah bagaimana cara untuk meyakinkan para pekerja pariwisata agar mau berinvestasi pada pengembangan SDM melalui pendidikan dan pelatihan berstandar internasional sehingga bisa menciptakan SDM yang berdaya saing di tingkat global.

Meskipun diakui bahwa perhatian pada perlunya pembenahan sektor SDM semakin besar, kelemahan mendasar di tataran implementasi masih banyak ditemukan. Dalam hal ini, kebijakan pengembangan SDM sektor pariwisata terlalu berat sebelah ke penanganan *front liners* (industri). Memang strategi ini memiliki keunggulan karena sasaran yang dipilih adalah menciptakan mutu pelayanan yang sesuai dengan standar industri pariwisata internasional. Namun, pembenahan SDM yang terfokus pada *front liners* tanpa memperhatikan sumber daya birokrasi (berkaitan dengan penyusunan strategi, regulasi, manajemen, koordinasi lintas sektoral, dan perencanaan kepariwisataan) tidak dapat menghasilkan kualitas produk pariwisata yang sesuai dengan tuntutan pasar. Oleh karena itu, pengembangan SDM pariwisata dalam konteks perdagangan bebas juga perlu diarahkan pada pembenahan SDM di tingkat birokrasi agar dapat menghasilkan produk wisata yang berdaya saing tinggi di pasar internasional.

Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI)

Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) bidang pariwisata merupakan uraian kemampuan yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja yang relevan dengan pelaksanaan tugas dan syarat jabatan yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan yang berlaku. Penerapan SKKNI tersebut mengacu pada unjuk kerja dan syarat kerja.

Standar kompetensi bagi tenaga kerja meliputi pengetahuan dan keterampilan untuk mengerjakan suatu tugas dalam kondisi normal di tempat kerja serta kemampuan untuk memecahkan masalah, mentransfer, dan juga menerapkan keterampilan dan pengetahuan pada situasi yang berbeda. Apabila seseorang telah menguasai kompetensi kerja tertentu sesuai dengan SKKNI bidang pariwisata, baik itu standar internasional maupun standar khusus, orang tersebut berhak untuk

memperoleh bukti tertulis berupa sertifikat kompetensi di bidang pariwisata yang diakui, baik secara nasional maupun internasional.

Untuk mengembangkan program pendidikan dan pelatihan secara efektif serta dalam proses pembelajaran melalui pengalaman di tempat kerja dan dalam masyarakat dibutuhkan suatu acuan kerja dalam bentuk Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) yang berbasis kompetensi. KKNI ini dimaksudkan menjadi kerangka kerja sistem sertifikasi yang mengintegrasikan sistem sertifikat bidang pendidikan dan sistem sertifikat bidang pelatihan dalam rangka pemberian pengakuan terhadap kompetensi tenaga kerja.

Secara umum, KKNI memiliki peran yang nyata terhadap pembangunan SDM pariwisata (<http://hpijakarta.wordpress.com/skkn-paniwisata/>). Berbagai peranan KKNI tersebut antara lain:

- 1) Sebagai pengakuan nasional atas sistem pendidikan dan pelatihan
an
Dengan banyaknya jenis sertifikasi dan kualifikasi yang berkembang di berbagai sektor saat ini mengakibatkan sulit untuk menetapkan dan mendapatkan pengakuan nasional. Untuk itu, diperlukan acuan yang dirumuskan dan ditetapkan bersama oleh semua pemangku kepentingan atau pihak terkait sehingga dapat diakui, diterima, dan dilaksanakan oleh semua pihak.
- 2) Mengintegrasikan antara jenjang karier dan jenjang kualifikasi
KKNI sangat bermanfaat untuk digunakan membangun sistem perencanaan dan pengembangan karier, yaitu dengan mengintegrasikan kualifikasi yang dimiliki seseorang dengan rencana pengisian jabatan dan jenjang kariernya.
- 3) Fleksibilitas paket pendidikan dan pelatihan
KKNI membuka fleksibilitas pembinaan SDM dalam rangka memenuhi kualifikasi dan kompetensi melalui kombinasi sistem pendidikan, sistem pelatihan, dan pengembangan di berbagai tempat.

- 4) Memberi arah yang jelas kepada setiap individu untuk mengembangkan kompetensinya.
KKNI memudahkan setiap individu menetapkan pilihan secara dini untuk memilih jalur pengembangan kompetensi dan juga memberi peluang untuk melakukan perpindahan jalur dari pelatihan ke jalur pendidikan atau pekerjaan dan sebaliknya.
- 5) Mendorong optimalisasi peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan.
Apabila pihak terkait memberikan komitmen yang tinggi menerapkan KKNI, pendayagunaan sumber daya akan lebih optimal.
- 6) Menumbuhkan pengakuan nasional dan internasional terhadap kualifikasi SDM Indonesia.
SDM Indonesia yang telah memiliki sertifikat sesuai dengan KKNI, lambat laun akan memperoleh pengakuan nasional dan internasional.

Program Pengembangan Kompetensi Kerja

Standardisasi dan sertifikasi kompetensi sebagai alat pengendalian kualitas SDM, khususnya yang telah mengikuti pelatihan, harus ditangani oleh lembaga yang independen. Independensi lembaga standardisasi dan sertifikasi adalah untuk mewakili keinginan pengguna tenaga kerja. Untuk itu, *stakeholders* lembaga standardisasi dan sertifikasi adalah para profesional di bidangnya dan berpengalaman bekerja di industri.

Untuk meningkatkan akselerasi pengembangan kelembagaan ini maka setiap sektor perlu didorong dan difasilitasi dalam mengembangkan lembaga standardisasi dan sertifikasi di setiap sektor sebagai penanggung jawab kompetensi pada sektor yang bersangkutan.

Standar kompetensi nasional yang telah mendapatkan pengakuan oleh semua sektor harus dijadikan acuan dalam pengembangan

program pelatihan di berbagai sektor. Demikian pula dengan tenaga kerja Indonesia, mereka harus memenuhi standar kualifikasi nasional melalui sertifikasi kompetensi.

Berikut ini adalah kegiatan-kegiatan yang perlu dilaksanakan dalam rangka pengembangan kompetensi kerja:

- 1) Pengembangan Pola *Networking* Standardisasi dan Sertifikasi
Standar kompetensi merupakan keinginan pengguna tenaga kerja terkait tingkat dan kualitas tenaga kerja yang diinginkan agar dapat berproduksi secara optimal di perusahaan. Untuk mewujudkan hal ini maka harus dikembangkan jaringan kerja dengan negara-negara tetangga. Melalui hal ini, dapat diperoleh model standar kompetensi untuk diterapkan di berbagai sektor dan juga dapat digunakan sebagai sarana pertukaran informasi mengenai perkembangan dunia kerja di masing-masing sektor dimaksud.
- 2) Pengembangan Sistem Standardisasi dan Sertifikasi
Penciptaan sistem standardisasi dan sertifikasi yang dapat mengakomodasi kebutuhan semua bidang pekerjaan merupakan tugas yang sangat krusial untuk dilaksanakan. Salah satu subsistem yang perlu dipikirkan adalah pengintegrasian antara sistem pendidikan umum dan sistem pelatihan. Untuk itu, perlu dibuat satu pola atau kerangka kualifikasi nasional sebagai acuan pendidikan dan pelatihan. Dengan demikian, tenaga kerja yang menempuh jalur pelatihan dapat memasuki jalur pendidikan dengan memperhatikan bobot masa kerja dan kompetensinya.
- 3) Pembinaan Sumber Daya Manusia
Agar pengembangan standar kompetensi dan penyelenggaraan kompetensi dapat berjalan secara efektif, haruslah ditunjang oleh SDM yang kompeten. Untuk itu, Kemenakertrans terus berupaya mengembangkan program pembinaan SDM guna menunjang

operasionalisasi sistem standarisasi dan kompetensi, terutama tenaga penguji atau *assessor* dan tenaga profesional lainnya yang terkait.

d. Penyesuaian Standar Kompetensi yang Dinamis

Memperhatikan pesatnya perkembangan teknologi yang berdampak langsung pada standar kompetensi tenaga kerja yang diperlukan dunia kerja maka diperlukan kerja sama yang baik antara para pakar, tenaga ahli, lembaga penyelenggara pelatihan, dan terutama asosiasi profesi.

Program Pengembangan Hukum Bidang Pembinaan Pelatihan dan Produktivitas

Pengembangan hukum di bidang pembinaan pelatihan dan produktivitas bertujuan melindungi tenaga kerja melalui peningkatan keterampilan, keahlian, kompetensi, produktivitas dan kualitas tenaga kerja serta pelatihan kerja dan pengembangan di tempat kerja sebagai satu kesatuan sistem pengembangan SDM. Guna mendukung pelaksanaan kegiatan, program pengembangan hukum ketenagakerjaan di bidang pembinaan pelatihan dan produktivitas tenaga kerja adalah dengan melakukan pengembangan standar kompetensi kerja dan sistem sertifikasi kompetensi tenaga kerja, penyelenggaraan program-program pelatihan kerja berbasis kompetensi, fasilitas pelaksanaan uji kompetensi yang terbuka bagi semua tenaga kerja, penguatan lembaga Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP), peningkatan relevansi dan kualitas lembaga pelatihan kerja, peningkatan profesionalisme tenaga kepelatihan dan instruktur latihan kerja serta peningkatan sarana dan prasarana lembaga latihan kerja.

Adapun program pengembangan hukum bidang pembinaan pelatihan dan produktivitas yang akan disempurnakan mendatang, antara lain menyangkut kebijakan/ketentuan mengenai pembentukan

sebuah lembaga koordinasi pelatihan kerja nasional, kerangka kualifikasi nasional Indonesia, tata cara perizinan penyelenggaraan program pemagangan di luar wilayah Indonesia serta pendidikan dan pelatihan kerja bagi calon TKI ke luar negeri.

PENUTUP

Liberalisasi jasa perdagangan ibarat pisau bermata dua yang dapat menjadi peluang serta dapat juga menjadi ancaman. Liberalisasi jasa perdagangan dapat menjadi peluang bagi tenaga kerja profesional yang memiliki sertifikat standar profesi bertaraf internasional atau minimal regional kawasan ASEAN karena mereka bisa diterima bekerja di mana pun dalam lingkungan negara yang bersepakat. Bagi negara, para tenaga kerja profesional yang mampu bekerja di luar Indonesia juga merupakan peluang sebagai sumber penghasil devisa negara serta meningkatnya daya saing jasa pariwisata negara tersebut.

Pelaksanaan liberalisasi jasa perdagangan juga akan berdampak buruk bagi negara yang tenaga kerjanya banyak yang belum memiliki sertifikasi profesi. Hal itu dikarenakan mereka akan semakin sulit untuk berkompetisi mendapatkan pekerjaan, baik di negara sendiri maupun negara lain yang bersepakat. Dengan demikian, lapangan kerja dalam negeri akan lebih banyak diisi oleh tenaga kerja profesional asing yang telah memiliki sertifikat profesi tersebut. Hal ini dapat mengakibatkan semakin melonjaknya tingkat pengangguran terbuka di negara tersebut.

Investasi di bidang pengembangan SDM mutlak diperlukan guna meminimalisasi dampak negatif atas liberalisasi jasa perdagangan tersebut. Mungkin investasi yang diperlukan untuk itu cenderung mahal bagi para tenaga kerja, namun mereka juga harus melihat peluang hasil yang didapatkan akan jauh lebih besar dibandingkan tidak mengikuti pelatihan kompetensi standar tersebut. Selain itu,

pemerintah juga harus mempersiapkan secara matang sejak dini dalam menyambut adanya liberalisasi jasa perdagangan tersebut melalui perbaikan regulasi, subsidi sertifikasi profesi dengan standar internasional, sosialisasi pentingnya kepemilikan sertifikasi serta kompetensi berstandar internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN Secretariat. (2008a). *ASEAN economic community blue print*.
_____. (2008b). *ASEAN tourism investment guide*. Jakarta, Indonesia.
_____. (2009a). *Roadmap for an ASEAN community 2009–2015*.
_____. (2009b). *ASEAN integration in services*.
_____. (2010a). *ASEAN tourism strategic plan 2011–2015*.
_____. (2010b). *ASEAN economic community scorecard*.
_____. (2011). *ASEAN tourism strategic plan 2011–2015*.
_____. (2012). *ASEAN tourism marketing strategy 2012–2015*.
- Himpunan Pramuwisata Indonesia DPD DKI Jakarta. (2011). Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI). <https://hpijakarta.wordpress.com/skkni-pariwisata/>. (Diakses pada tanggal 14 November 2012 pukul 08.34)
- Kartajaya, H. & Yuswohady. (2005). *Attracting Tourists Traders Investors*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI. (2011a). *Perencanaan Tenaga Kerja Nasional Tahun 2012–2013*. Jakarta: KTKT.
_____. (2011b). *Pedoman Penyusunan Perencanaan Tenaga Kerja Mikro di Perusahaan Edisi II*. Jakarta: KTKT.
- Santoso, O.S. (1999). *Pariwisata Indonesia menghadapi abad xxi*. Bandung: Pusat Penelitian Kepariwisata Lembaga Penelitian Institut Teknologi Bandung.
- Sugiyarto, G., Blake, A., & Sinclair, M.T. (2007). *Economic impact of tourism and globalization in Indonesia*. Working paper at Tourism and TRAVEL Research Institute, Noringham University.
- Suparno, E. (2009). *Grand strategy manajemen pembangunan negara bangsa*. Empowering Society Institute.

- _____. (2009). National manpower strategy. *Kompas*.
- _____. (2011). *The ASEAN travel & tourism competitiveness report 2011: Beyond the downturn*. Geneva.
- World Economic Forum. (2012). The ASEAN travel & tourism competitiveness report 2012: Fostering prosperity and regional integration through travel and tourism. *Insight Report*.
- World Travel and Tourism Council. (2011). *Travel and tourism 2011*. London: WTTC.
- Yoeti, O.A. (2002). *Perencanaan strategis pemasaran daerah tujuan wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita Jakarta.

BAB VI

PENGUATAN KELEMBAGAAN PARIWISATA DALAM MENYONGSONG MEA

✍ Agus Eko Nugroho

Masyarakat melakukan aktivitas kepariwisataan bukanlah hal yang baru. Kegiatan pariwisata ini dapat ditelusuri sejak era Kolonialisme pada awal abad ke-19. Fokus kegiatan tersebut, antara lain mencakup eksplorasi alam, perdagangan, dan perburuan di wilayah penjajahan. Sisi kelam kegiatan pariwisata pada era ini ditandai oleh pengambilalihan secara paksa sumber daya alam (SDA) dan tanah milik masyarakat lokal, rasialisme dan stratifikasi kelas masyarakat (kelas penjajah dan kelas terjajah) di wilayah koloni. Konsekuensinya, sebagian besar nilai tambah dari aktivitas pariwisata di wilayah penduduk dikontrol dan didistribusikan kepada korporasi, pemilik kapal ekspedisi, dan pemerintah kolonialis. Setelah era kolonialisme berakhir, sejak tahun 1950/1960–an sampai sekarang, pertumbuhan kelas menengah di negara-negara maju mendorong perkembangan kegiatan pariwisata massal di negara berkembang. Kegiatan mengeksplorasi alam tropis, *hiking*, *trekking*, dan ekowisata di negara berkembang tidak jauh berbeda dengan masa penjajahan. Negara berkembang sebagai pemilik sumber alam tidak memiliki kuasa untuk mengontrol nilai tambah dari kegiatan pariwisata. Konsekuensinya, sebagian besar nilai tambah ditransfer kembali kepada pemilik modal di negara maju

melalui kepemilikan bisnis yang terkait dengan kepariwisataan, seperti penerbangan, hotel, dan restoran (Wiliam, 2002).

Menurut The World Tourism Organization, kepariwisataan/ pariwisata adalah kegiatan bepergian individu atau kelompok untuk tinggal di suatu tempat di luar tempat tinggalnya selama kurang dari satu tahun untuk tujuan berlibur, bisnis, dan lain sebagainya (World Tourism Organization, 1995: 14). Sementara itu, Pemerintah RI menyebutkan bahwa kepariwisataan adalah semua kegiatan yang terkait dengan pariwisata yang bersifat multidimensi yang muncul sebagai kebutuhan setiap orang dan negara serta menghasilkan interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah pusat, pemda, dan pengusaha (Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif, 2010).

Pariwisata sebagai suatu industri karena melibatkan berbagai aktivitas bisnis yang saling terkait untuk mendukung kebutuhan wisatawan. Kegiatan bisnis ini mencakup jasa transportasi, akomodasi (hotel dan restoran), jasa promosi, komunikasi dan telekomunikasi, industri kerajinan, pertunjukan, pramuwisata, dan sebagainya. Lembaga pemerintah juga terkait dengan pariwisata, seperti kepabeanan, pelayanan umum, utilitas kota/wilayah, dan perpajakan. Saat ini kepariwisataan cenderung dicermati, baik oleh negara maju maupun negara berkembang sebagai peluang bisnis untuk mendorong pembangunan ekonomi. The World Travel and Tourism Council (WTTC) memperkirakan bahwa sektor pariwisata memberikan kontribusi sekitar 9,2% terhadap pembentukan pendapatan (GDP) dunia tahun 2010 (WTTC, 2010). Pertumbuhan pendapatan dan kelas menengah meningkatkan permintaan agregat terhadap sektor pariwisata ini. Implikasinya adalah akselerasi kegiatan kepariwisataan, seperti pembukaan tujuan wisata baru, transportasi lokal dan antarnegara, dan penyerapan tenaga kerja.

Di kawasan Asia, terutama Asia Tenggara, pertumbuhan sektor pariwisata terus mengalami peningkatan. Selama lima tahun terakhir, kunjungan wisata meningkat dari 52,8 juta pada tahun 2005 menjadi 73,7 juta wisatawan tahun 2010. Dalam perencanaan, kepariwisataan ASEAN memperkirakan bahwa kunjungan wisatawan ke wilayah ini akan mencapai sekitar 86,7 juta wisatawan pada tahun 2015 atau mengalami peningkatan sekitar 25% per tahun, meskipun perkiraan optimistis ini masih akan tergantung pada faktor stabilitas sosial-politik kawasan ASEAN, adanya bencana alam, harga minyak dunia, dan sebagainya. Pengembangan sektor pariwisata ini telah menjadi salah satu pilar penting dalam menyongsong pembentukan masyarakat ASEAN tahun 2015 (The ASEAN Secretariat, 2012).

Dalam upaya mendorong pembangunan kepariwisataan ASEAN, Perjanjian Kerja Sama Pariwisata (ASEAN *Tourism Agreement/ATA*) telah disepakati oleh pemimpin negara-negara anggota ASEAN di Kamboja tahun 2002. ATA ini secara umum bertujuan memfasilitasi perjalanan intra-ASEAN, kerja sama pembangunan pariwisata untuk mendorong efisiensi dan daya saing, penurunan hambatan perdagangan jasa pariwisata, mempromosikan ASEAN sebagai satu paket tujuan wisata (*single tourism destination*) serta meningkatkan kerja sama bantuan teknis dan *training* (The ASEAN Secretariat, 2012).

Dalam konteks bisnis, kerja sama pariwisata ASEAN ini memberikan peluang sekaligus tantangan bagi pembangunan pariwisata Indonesia. Ketidakmampuan Indonesia untuk bersaing dengan sesama negara ASEAN dalam memberikan jasa pelayanan pariwisata akan berdampak bagi kemunduran sektor ini. Banyak faktor yang menghambat daya saing sektor pariwisata Indonesia, seperti kebijakan dan peraturan yang kurang mendukung, ketidak-stabilan sosial politik, masalah keamanan, dan kualitas pelayanan jasa pariwisata. Sementara itu, dari sisi kelembagaan, masalah kepabeaan termasuk birokrasi, kesiapan aparat pusat dan pemda dalam mendukung promosi pariwisata,

dan sebagainya. Kelembagaan masyarakat dalam menerima wisatawan yang memiliki budaya berbeda akan sangat berpengaruh pada daya saing sektor pariwisata Indonesia. Bab ini bertujuan untuk menganalisis aspek kelembagaan pariwisata Indonesia dalam mendukung daya saing sektor ini dalam konteks pengembangan kepariwisataan ASEAN menyongsong pembentukan masyarakat ASEAN tahun 2015.

PARIWISATA INDONESIA DALAM KONTEKS PEMBENTUKAN MASYARAKAT EKONOMI ASEAN

Lebih dari empat dekade dibentuknya ASEAN tahun 1967, kerja sama antarnegara Asia Tenggara ini telah memasuki babak baru dengan disusunnya rencana pembentukan masyarakat ASEAN. Deklarasi Bali II tahun 2003 menyepakati terbentuknya masyarakat ASEAN tahun 2020. Namun, percepatan pembentukan masyarakat ASEAN tahun 2015 disepakat dalam Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) pemimpin ASEAN pada bulan Januari 2007 di Cebu, Filipina. Masyarakat ASEAN ini akan dibentuk melalui tiga pilar utama, yaitu Komunitas Politik dan Keamanan ASEAN (*ASEAN Political-Security Community/APSC*), Masyarakat Ekonomi ASEAN (*ASEAN Economic Community/AEC*), dan Komunitas Sosial Budaya ASEAN (*ASEAN Socio-Cultural ASEAN/ASCC*).

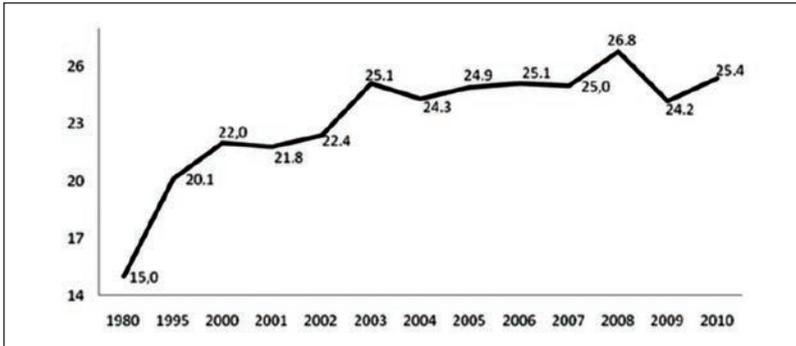
Pembentukan masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) tampaknya akan menjadi pilar utama dalam pembentukan masyarakat ASEAN tahun 2015 yang didukung oleh kedua pilar lainnya. MEA merupakan tujuan akhir dari integrasi ekonomi yang saling menguntungkan antarnegara ASEAN, melalui pembentukan pasar tunggal dan basis produksi yang saling terintegrasi yang dapat memfasilitasi pergerakan barang, kapital, dan sumber daya manusia (SDM) antarnegara ASEAN. Dalam konteks ini, tantangan utama adalah percepatan integrasi dari negar-negara yang relatif kurang berkembang seperti Lao PDR, Kamboja, Vietnam, dan Myanmar ke dalam komunitas ekonomi ASEAN.

Pembentukan ASEAN *Free Trade Area* (AFTA) telah memberikan pengaruh signifikan terhadap penurunan tarif sehingga mendorong aktivitas perdagangan antarnegara ASEAN. Sebagai contoh, dalam kerja sama regional AFTA ini telah disepakati pengenaan tarif 0–5% terhadap sekitar 90% total jenis tarif yang ada tahun 2000. Sebagai implikasinya, perdagangan antarnegara ASEAN mengalami peningkatan secara konsisten selama satu dekade terakhir. Data statistik menunjukkan bahwa proporsi perdagangan antarnegara ASEAN menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan, dari sekitar 15% tahun 1980 meningkat menjadi 22% tahun 2000. Pascaimplementasi AFTA tahun 2003, proporsi perdagangan antarnegara ASEAN mencapai titik tertinggi tahun 2008, yaitu sekitar 26,8%. Kemudian, proporsi ini menurun kembali tahun 2009 menjadi 24,5% dan meningkat lagi tahun 2010 sebesar 25,4%. Selama tahun 2000 hingga 2010, proporsi perdagangan antarnegara ASEAN meningkat rata-rata sekitar 1,6% per tahun. Pada tahun 2010, perdagangan antarnegara ASEAN telah mencapai sekitar US\$ 519,8 miliar (ASEAN Trade Statistic Database, 2011).

Perdagangan antarnegara ASEAN yang cenderung meningkat ini terjadi sejalan dengan upaya memperkuat jaringan produksi regional ASEAN (*ASEAN Production Network/APN*). Pengembangan APN ini sebagai upaya negara-negara anggota ASEAN untuk membentuk basis produksi tunggal melalui integrasi vertikal yang dilakukan oleh perusahaan multinasional (MNCs) dengan perusahaan-perusahaan lokal di negara-negara kawasan ASEAN (Soesastro, 2005 dalam Hidayat, 2010). Hal ini juga dapat dilakukan dengan integrasi antara perusahaan independen dalam satu kawasan yang memiliki keterkaitan produksi untuk menjadi pemasok (*supplier*), jaringan pemasaran (*retailer*), dan sebagainya (Hidayat, 2010). Perkembangan APN ini dapat dilihat dari semakin besarnya investasi asing antarnegara ASEAN dalam beberapa tahun terakhir. Gambar 6.2 menunjukkan bahwa proporsi

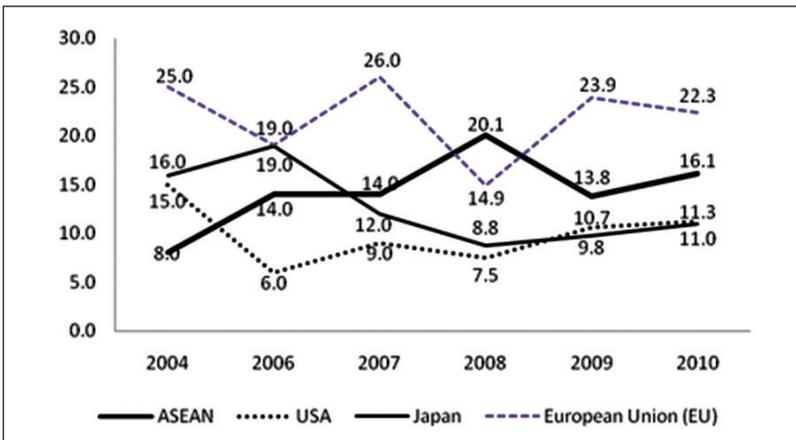
investasi asing langsung (FDI) antarnegara ASEAN terus mengalami peningkatan dari sekitar 8% tahun 2004 menjadi 16,1% tahun 2010.

Maraknya perdagangan dan investasi antarnegara ASEAN menyebabkan wilayah ini sebagai *emerging economy* utama dunia yang menarik investasi global. Implikasinya, kunjungan wisata internasional ke kawasan ini bukan hanya untuk tujuan berlibur, melainkan



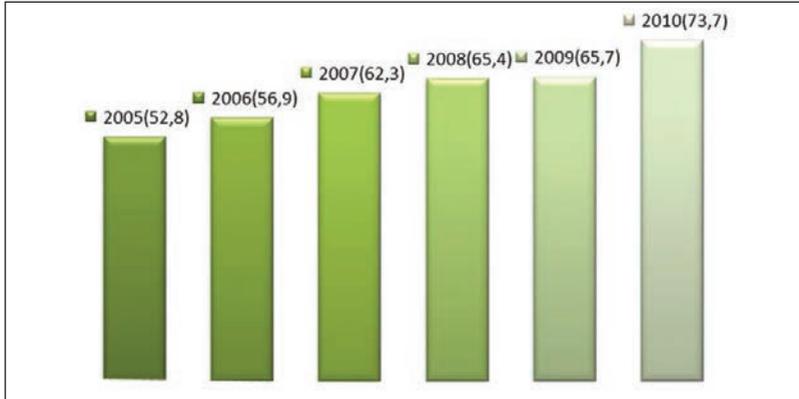
Sumber: Hidayat (2010), ASEAN Trade Statistic Database (2011)

Gambar 6.1 Proporsi Perdagangan antar-ASEAN terhadap Total Perdagangan ASEAN 2000–2010 (%)



Sumber: ASEAN Trade Statistic Database (2011)

Gambar 6.2 Proporsi FDI Antar-ASEAN dan dari Negara Lain terhadap Total FDI di ASEAN, 2004–2010 (%)



Sumber: Sekretariat ASEAN (2011), ASEAN Tourism Statistics Database 2011.

Gambar 6.3 Kunjungan Wisatawan ke ASEAN Tahun 2005–2010 (juta Jiwa)

juga untuk melakukan aktivitas bisnis. Kunjungan wisata antarnegara ASEAN meningkat cukup signifikan dari sekitar 27,3 juta tahun 2007 menjadi sekitar 34,8 juta tahun 2010. Sementara itu, kunjungan wisata dari luar ASEAN meningkat dari sekitar 34,9 juta menjadi 38,9 juta pada tahun yang sama. Kunjungan wisatawan antarnegara ASEAN dan dari luar ASEAN mencapai 73,7 juta pada tahun 2010 (lihat Gambar 6.3). Malaysia menempati posisi tertinggi dalam menerima arus wisatawan dari dalam ASEAN dan dari luar ASEAN. Hal ini sangat mungkin terkait dengan besarnya arus pekerja migran dalam jangka pendek dari kawasan sekitar, termasuk Indonesia, yang tercatat sebagai wisatawan. Namun, kunjungan wisatawan dari luar ASEAN sebagian besar masuk ke Singapura sebagai pusat bisnis di kawasan ini. Sarana dan prasarana kota yang baik menyebabkan Singapura telah tumbuh sebagai pusat perkantoran Multinational Corporation (MNC) yang memiliki jangkauan bisnis di wilayah ASEAN.

Arus masuk wisatawan ke Indonesia juga cenderung mengalami peningkatan yang cukup signifikan selama tahun 2007–2010. Kunjungan wisatawan dari ASEAN meningkat dari sekitar 1,5 juta pada

Tabel 6.1 Kunjungan Wisatawan Antar-ASEAN dan dari Luar ASEAN 2007–2010

Negara	2007			2009			2010		
	Intra-ASEAN	Extra-ASEAN	Total	Intra-ASEAN	Extra-ASEAN	Total	Intra-ASEAN	Extra-ASEAN	Total
Brunei	84.6	93.9	178.5	77.7	79.7	157.5	109.9	104.4	214.3
Kambodia	410.1	1,605.0	2,015.1	692.8	1,468.8	2,161.6	853.2	1,655.1	2,508.3
Indonesia	1,523.4	3,982.3	5,505.8	2,101.8	4,221.9	6,323.7	2,338.5	4,664.4	7,002.9
Lao PDR	1,272.7	351.2	1,623.9	1,611.0	397.4	2,008.4	1,990.9	522.1	2,513.0
Malaysia	15,620.3	4,615.7	20,236.0	18,386.4	5,259.8	23,646.2	18,937.2	5,640.0	24,577.2
Myanmar	53.0	679.1	732.1	524.0	238.5	762.5	512.3	279.2	791.5
Philippina	235.6	2,856.4	3,092.0	255.6	2,761.5	3,017.1	298.2	3,222.3	3,520.5
Singapura	3,724.7	6,562.9	10,287.6	3,650.9	6,030.3	9,681.3	4,779.6	6,859.0	11,638.7
Thailand	3,755.6	10,708.7	14,464.2	4,074.7	10,075.2	14,149.8	4,534.2	11,402.2	15,936.4
Vietnam	661.2	3,488.3	4,149.5	318.9	3,453.3	3,772.3	465.9	4,584.0	5,049.9
ASEAN	27,341.3	34,943.4	62,284.8	31,693.8	33,986.5	65,680.3	34,820.0	38,932.7	73,752.6

Sumber: Sekretariat ASEAN (2011).

tahun 2007 menjadi 2,3 juta pada tahun 2010. Begitu juga, kunjungan wisatawan dari luar ASEAN meningkat dari sekitar 3,9 juta tahun 2007 menjadi 4,6 juta pada tahun 2010. Total kunjungan wisatawan, baik dari dalam ASEAN maupun dari luar ASEAN mencapai 7,0 juta wisatawan tahun 2010. Namun, kunjungan wisatawan di Indonesia ini masih di bawah Thailand, Malaysia, dan Singapura.

Perkembangan arus wisatawan Nusantara juga menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan selama sepuluh tahun terakhir. Wisatawan Nusantara meningkat dari sekitar 103,8 juta pada tahun 2001 menjadi sekitar 122,3 juta tahun 2010. Sampai dengan triwulan ke-I dan III 2011, kunjungan wisatawan Nusantara mencapai 89,1 juta. Selama tahun 2001–2011, pertumbuhan wisatawan Nusantara mencapai sekitar 1,9% per tahun. Total pengeluaran yang dilakukan wisatawan Nusantara diperkirakan sekitar Rp58,7 triliun tahun 2001. Data ini kemudian meningkat tiga kali lipat mencapai Rp150,4 triliun tahun 2011. Besarnya pengeluaran wisatawan ini merupakan faktor penting dalam mendorong berbagai bisnis terkait dengan kepariwisataan, seperti biro perjalanan, hotel, restoran, dan penerbangan (lihat Tabel 6.2). Hal ini dikarenakan, kegiatan pariwisata bukan hanya pergerakan sekelompok individu, melainkan juga berimplikasi pada permintaan terhadap berbagai macam produk dan jasa pelayanan, seperti souvenir, makanan dan minuman, akomodasi, penerbangan, dan rekreasi.

Pemerintah merupakan salah satu kelembagaan terpenting dalam mendorong daya saing sektor pariwisata. Dalam konteks ini, peran pemerintah diarahkan untuk menyinergikan berbagai kelembagaan terkait pembangunan pariwisata. Koordinasi lintas sektoral, seperti pembangunan sarana dan prasarana transportasi, kesehatan, promosi tujuan wisata, dan berbagai jasa pelayanan publik lainnya mutlak diperlukan. Sayangnya, permasalahan mendasar dari sisi pemerintah

Tabel 6.2 Perkembangan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara 2001–2011

Tahun	Wisatawan Nusantara			Wisatawan Mancanegara		
	Jumlah (000 orang)	Pertumbuhan (%)	Pengeluaran (triliun Rp)	Jumlah (000 orang)	Pertumbuhan (%)	Devisa (milyar USD)
2001	103.884	-	58,71	5.153,6	-	5,4
2002	105.379	1,4	68,82	5.033,4	-2,3	4,5
2003	110.030	4,4	70,87	4.467,0	-11,2	4
2004	111.353	1,2	71,70	5.321,2	19,1	4,8
2005	112.701	1,2	74,72	5.002,1	-6,0	4,5
2006	114.270	1,4	88,21	4.871,3	-2,6	4,4
2007	115.335	0,9	102,01	5.505,8	13,0	5,3
2008	117.213	1,6	123,17	6.234,5	13,2	7,3
2009	119.944	2,2	137,91	6.323,7	1,4	6,3
2010	122.312	2,0	150,41	7.002,9	10,7	7,6
2011	89.112 ^a	2,2	114,59	7.649,7	9,2	8,6
Pertumbuhan rata-rata 2001–2011		1,9			4,5	

Catatan: ^{a)} Data sampai Triwulan I-III

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif (2012)

adalah masih lemahnya koordinasi antarkementerian dalam mendukung sektor pariwisata.

Tabel 6.3 menunjukkan bahwa dari sisi aspek kebijakan dan peraturan, peringkat daya saing Indonesia masih sangat rendah, yaitu pada posisi 123, jauh di bawah Malaysia dan Singapura yang masing-masing mampu mencapai level 9 dan 1 dari 133 negara yang disurvei. Begitu juga untuk aspek keamanan, pariwisata berkelanjutan, kesehatan, dan infrastruktur pariwisata, transportasi darat serta informasi dan telekomunikasi. Seperti diketahui pengembangan aspek-aspek tersebut bukan menjadi tanggung jawab kementerian pariwisata, melainkan tugas pokok kementerian yang berbeda-beda. Dalam konteks ini, pemerintah daerah (pemda) juga sangat penting dalam pengem-

Tabel 6.3 Daya Saing Pariwisata Indonesia dalam Konteks ASEAN Tahun 2009

Negara	Pilar														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
Singapura	2	1	42	10	53	2	15	4	37	17	27	1	10	94	29
Malaysia	7	9	54	59	69	23	35	28	77	46	4	30	21	21	32
Thailand	8	62	99	118	71	22	25	56	39	71	19	57	22	24	33
Brunei	12	88	131	19	105	99	32	35	86	55	2	52	100	31	86
Indonesia	15	123	130	119	110	10	60	89	88	102	3	42	78	28	37
Philipina	16	72	73	113	87	59	73	90	96	92	16	69	53	65	63
Vietnam	17	96	100	100	95	61	84	80	109	79	11	82	81	52	68
Kamboja	21	122	107	88	126	18	106	107	125	122	21	108	15	58	77

Sumber: *Travel & Tourism Competitiveness Report 2009, World Economic Forum (2009)*.

Keterangan:

Pilar:

1. Kebijakan dan Peraturan
2. Pariwisata Berkelanjutan
3. Keamanan dan Keselamatan
4. Kesehatan
5. Prioritas Sektor Pariwisata
6. Infrastruktur Transportasi Udara
7. Infrastruktur Transportasi Darat
8. Infrastruktur Pariwisata
9. Infrastruktur InfoKomTek
10. Daya saing harga
11. Sumber daya Manusia
12. Afinitas
13. Sumberdaya Alam
14. Sumberdaya Budaya

bangan infrastruktur pendukung pariwisata. Menurut Antariksa (2010), penurunan daya saing sektor pariwisata Indonesia dalam beberapa waktu terakhir adalah terkait dengan aspek peraturan dan kebijakan di sektor pariwisata, infrastruktur transportasi, dan masih lemahnya aspek keamanan dan keselamatan serta aspek kesehatan dan kebersihan.¹ Jelas sekali bahwa upaya memecahkan permasalahan di kelima aspek tersebut perlu adanya sinergi di berbagai kementerian. Kegiatan pariwisata juga akan melibatkan berbagai profesi, mulai dari pramuniaga, periklanan, keuangan, jasa pendukung pariwisata, dan sebagainya.

KELEMBAGAAN PARIWISATA

Dalam konteks dinamika perekonomian, pengembangan pariwisata merupakan permasalahan yang kompleks. Kompleksitas permasalahan ini muncul karena adanya sinergi dan kontradiksi dalam proses bekerjanya perekonomian. Kegiatan ekonomi pada tataran produksi, distribusi, dan pertukaran melibatkan berbagai agen/kelembagaan yang memiliki kepentingan yang berbeda-beda, bahkan saling bertentangan. Pandangan bahwa bekerjanya perekonomian sebagai suatu proses harmonis dari satu atau dua kelembagaan sangat menyederhanakan permasalahan yang ada. Dalam pendekatan ekonomi kelembagaan, bekerjanya suatu perekonomian ditandai oleh kompleksitas permasalahan yang saling terkait dan bersifat kumulatif.² Kontradiksi antara berbagai kepentingan dari lembaga yang beragam akan menyebabkan proses pembangunan berjalan dinamis yang ditandai

¹ Pada tahun 2010, daya saing sektor pariwisata Indonesia berada pada urutan ke-81 dari 133 negara. Posisi ini menurun berturut-turut dari posisi 60 tahun 2007 dan 80 pada tahun 2008. Meskipun pada tahun 2011 posisi Indonesia meningkat menjadi urutan ke-74 dari 139 negara.

² Pendekatan sirkular kausalitas kumulatif (*circular cumulative causation*) dalam ekonomi politik dapat dilihat dalam studinya Myrdal (1968); Kaldor (1972); and Bush (1987) dan sebagainya.

dengan tahapan meningkat (*upswing*) dan menurun (*downswing*) serta proses menyatu (*embedded*) dan keterpisahan (*disembedded*) tujuan ekonomi dengan tujuan lainnya, sosial, budaya, dan lingkungan. Ada kondisi di mana sinergi dan kolaborasi yang baik antara kelembagaan pasar, pemerintah, dan komunitas akan memperkuat stabilitas sistem sehingga proses kegiatan akan cenderung menyatu dan meningkat. Sebaliknya, pada saat terjadi kontradiksi dan konflik yang menguat antarkelembagaan tersebut akan menyebabkan keterpisahan dan cenderung menurunkan produktivitas.

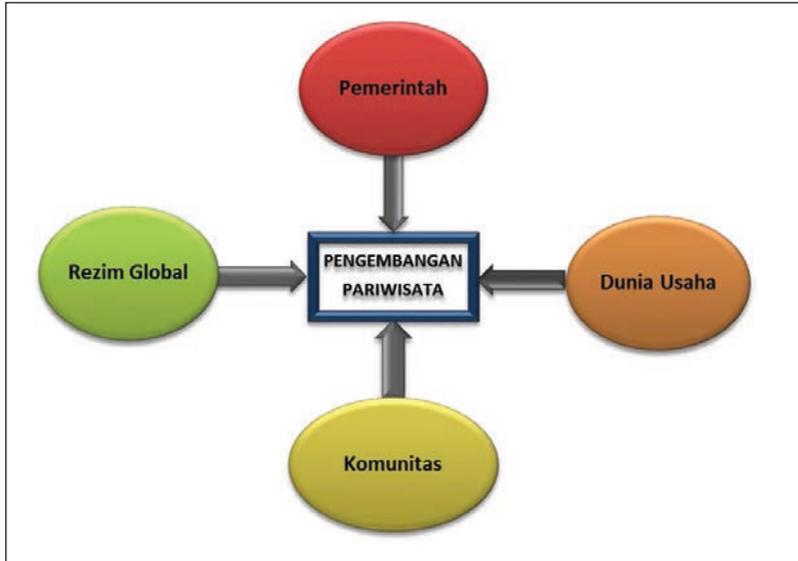
Terlalu dominannya kepentingan ekonomi/bisnis dibanding kepentingan sosial-budaya dan lingkungan akan menyebabkan keterpisahan kegiatan ekonomi/bisnis dari kegiatan sosial budaya masyarakat dan kelestarian lingkungan. Polanyi (1944) menyebutkan bahwa proses keterpisahan kegiatan ekonomi dari kehidupan sosial-budaya masyarakat terjadi bila dominasi tujuan ekonomi merepresikan tujuan sosial-budaya masyarakat. Tidak jarang bahwa kepentingan bisnis menyebabkan disharmoni sosial dan konflik dalam masyarakat. Di sinilah, tanggung jawab lembaga pemerintah untuk mereduksi konflik sangat penting melalui penyeimbangan antara tujuan ekonomi/bisnis dengan tujuan sosial-budaya dan lingkungan.³ Hal ini tidak mudah dilakukan karena pemerintah sering kali gagal berada pada posisi yang tidak memihak antara kepentingan ekonomi/bisnis kepentingan sosial masyarakat dan lingkungan. Pemerintah terutama di negara berkembang sering kali lebih memihak kepentingan bisnis dibandingkan kepentingan sosial karena kontribusi mereka pada pertumbuhan ekonomi. Masyarakat sendiri sering kali lebih mementingkan tujuan jangka pendek dari kegiatan bisnis, seperti penyerapan tenaga kerja,

³ Munculnya berbagai program tanggung jawab sosial perusahaan dewasa ini juga merupakan upaya korporasi untuk meredam konflik tersebut, melalui moderasi akses negatif kegiatan ekonomi terhadap kehidupan sosial, budaya masyarakat, dan lingkungan.

daripada mengorbankan tujuan jangka panjang, seperti aspek pelestarian lingkungan.

Dapatlah dipahami bahwa struktur kelembagaan dalam sistem produksi kapitalisme dewasa ini adalah kompleks. Kelembagaan dominan tidak lagi hanya mencakup pemerintah dan pasar, tetapi termasuk juga kelembagaan masyarakat sipil, korporasi, dan rezim global. Gambar 6.4 menunjukkan bagaimana masalah pengembangan pariwisata dipengaruhi oleh empat kelembagaan penting yang saling berkaitan: (1) kelembagaan pemerintah, (2) rezim global, (3) dunia usaha pariwisata, dan (4) kelembagaan individu dan masyarakat. Kompleksitas kelembagaan ini berimplikasi bahwa kebijakan tunggal dalam pengembangan pariwisata, seperti penguatan peran korporasi (dunia usaha) melalui berbagai deregulasi, tidak lagi realistis. Bisa jadi bahwa deregulasi akan mendorong kinerja bisnis pariwisata. Namun, bila hal ini menyebabkan gejala sosial dan kerusakan lingkungan maka ketidakberlanjutan kegiatan sektor pariwisata tersebut tidak dapat dipertahankan. Artinya, dalam jangka panjang, produktivitas sektor pariwisata dapat terdegradasi karena munculnya konflik sosial yang terjadi dan penurunan kualitas lingkungan.

Merujuk pada Gambar 6.4, kelembagaan pemerintah memiliki peran strategis dalam proses pengembangan sektor pariwisata. Lembaga pemerintah ini mencakup kementerian-kementerian yang terkait dengan kegiatan pariwisata dan pemerintah daerah. Peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata terkait dengan (1) kebijakan dan peraturan dan (2) pengeluaran investasi untuk pembangunan infrastruktur. Bukan hanya infrastruktur fisik seperti jalan dan jembatan serta bandara udara atau pengembangan kawasan wisata, melainkan juga kegiatan promosi pariwisata. Bagaimana promosi pariwisata Indonesia oleh pemerintah pusat dan daerah dapat dilihat pada Tabel 6.3. Kedua aspek ini akan memengaruhi berbagai kegiatan yang terkait dengan pariwisata, termasuk persaingan



Gambar 6.4 Kelembagaan dalam Pengembangan Pariwisata

Tabel 6.4 Pengeluaran Pemerintah untuk Promosi dan Pembinaan Pariwisata (Rp Miliar)

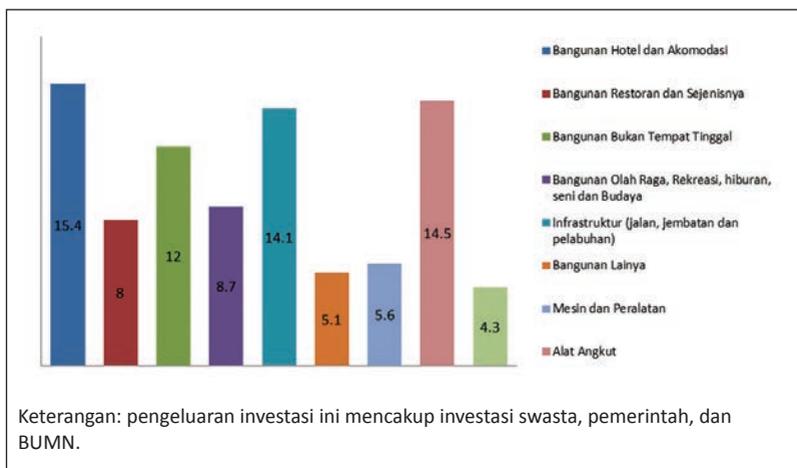
Jenis Kegiatan	Pengeluaran Pemerintah			Distribusi (%)
	Pusat	Daerah	Jumlah	
Promosi Pariwisata	581,58	454,40	1.035,98	16,07
Koordinasi Pembangunan Pariwisata	895,92	765,67	1.661,59	25,78
Penyusunan Statistik Pariwisata	536,83	459,99	996,82	15,47
Penelitian dan Pengembangan	777,45	576,31	1.353,76	21,00
Pelayanan Informasi Pariwisata	438,61	413,46	852,07	13,22
Keamanan dan Perlindungan Wisatawan	106,85	71,84	178,69	2,78
Pengawasan dan Pengaturan	117,68	94,83	212,51	3,30
Lainnya	84,31	69,21	153,52	2,38
Jumlah	3.539,23	2.905,71	6.444,94	100
Distribusi (%)	(54,91)	(45,09)	(100)	

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif (2011).

usaha antarkorporasi, mobilitas penduduk, pengembangan kawasan tujuan wisata, konflik resolusi antarkorporasi atau antara korporasi dengan masyarakat, perubahan alih fungsi lahan, dan sebagainya. (3) Tidak sedikit bahwa pemerintah juga secara langsung terlibat dalam kegiatan bisnis di sektor pariwisata, melalui badan usaha yang dimilikinya (BUMN dan BUMD). Di Indonesia, BUMN di sektor transportasi (seperti Garuda, Perum DAMRI, dan kepemilikan hotel) menunjukkan keterlibatan langsung pemerintah dalam kegiatan bisnis di sektor pariwisata.

Korporasi merupakan kelembagaan yang penting dalam mendorong kegiatan sektor pariwisata. Sebagai entitas bisnis, korporasi ini akan tumbuh sejalan dengan profitabilitas yang dapat dihasilkan dari kegiatan pariwisata yang berkembang. Semakin besar profitabilitas yang dihasilkan, akan semakin besar pula keinginan korporasi untuk melakukan investasi di sektor pariwisata. Dengan kata lain, akumulasi profit menjadi faktor utama dalam mendorong kegiatan korporasi di sektor ini. Dalam sistem persaingan pasar, proses kompetisi-inovasi-kompetisi akan menyebabkan korporasi mampu menciptakan efisiensi alokasi sumber daya sektor pariwisata. Korporasi yang tidak mampu melakukan inovasi akan tersingkir dari pasar dan diganti oleh korporasi yang inovatif. Korporasi yang inovatif ini akan mampu menghasilkan profitabilitas yang besar. Selanjutnya, reinvestasi profit ditambah dengan dukungan kredit perbankan akan mendorong proses akumulasi kapital semakin besar di sektor ini. Akumulasi kapital ini yang termanifestasikan dalam proses pertumbuhan sektor pariwisata terjadi.

Gambar 6.5 menunjukkan pengeluaran pariwisata di Indonesia, baik bersifat langsung maupun tidak langsung tahun 2010. Pada tahun 2010, pengeluaran investasi di sektor pariwisata mencapai Rp87,7 triliun dibandingkan tahun 2009 sebesar Rp76,3 triliun. Proporsi investasi tahun 2010 ini tertinggi adalah untuk pembangunan hotel



Sumber: Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif (2011).

Gambar 6.5 Pengeluaran Investasi Pariwisata Bersifat Langsung dan Tidak Langsung, 2010 (Rp Triliun)

dan akomodasi lainnya (Rp15,4 triliun), alat angkutan (Rp14,4 triliun), infrastruktur jalan, jembatan, dan pelabuhan (Rp14,1 triliun) serta bangunan rekreasi, hiburan, seni, dan budaya (Rp8,7 triliun). Sebagian besar pelaku dalam investasi ini adalah korporasi swasta penuh dan BUMN, mencapai 99% dari total investasi yang ada (Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif, 2011).

Setidaknya beberapa manfaat ekonomi dari pertumbuhan sektor pariwisata adalah peningkatan *output* (PDB), peningkatan upah/gaji, peningkatan pajak tidak langsung dan penyerapan tenaga kerja serta perbaikan sarana dan prasarana kota/wilayah (modernitas). Penyerapan tenaga kerja akan semakin membesar bila pertumbuhan sektor pariwisata ini memiliki efek keterkaitan ke depan dan ke belakang yang kuat.

Dari hasil analisis I-O yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif, dinamika kegiatan pariwisata memberikan dampak yang cukup signifikan dalam pembentukan PDB, yaitu se-

besar 4,06% (Rp261,06 triliun) tahun 2010. Sementara itu, sektor pariwisata memberikan dampak pada peningkatan pengeluaran upah/gaji sebesar 4,63% dan dampaknya terhadap penerimaan pajak tidak langsung sebesar 4,16%. Adapun peningkatan penyerapan tenaga kerja yang dihasilkan dari kegiatan pariwisata adalah sekitar 6,87%, atau mencapai 7,44 juta tenaga kerja yang mampu diserap oleh sektor ini (Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif, 2011).

Di balik manfaat korporatisasi sektor pariwisata memiliki konsekuensi negatif dalam perekonomian. Akumulasi profit yang berlebihan pada korporasi menyebabkan eksploitasi sumber daya alam yang berlebihan. Dalam konteks pariwisata misalnya, penguasaan area wisata untuk tujuan komersial menyebabkan semakin terbatasnya masyarakat lokal terhadap ruang terbuka umum, seperti pantai, situ, dan hutan. Tidak sedikit bahwa pembangunan resor, lapangan golf, dan hotel berdampak pada perubahan alih fungsi lahan pertanian/hutan masyarakat. Pada saat masyarakat lokal tidak memiliki keterampilan yang diperlukan oleh kegiatan sektor pariwisata, hal ini akan menyebabkan munculnya pengangguran dan aktivitas bisnis informal di masyarakat. Artinya, masyarakat lokal dapat termarginalisasikan oleh proses kegiatan pariwisata yang tumbuh di daerahnya. Pariwisata yang identik dengan hiburan dan rekreasi mendorong munculnya transaksi seksual (prostitusi), narkoba, perdagangan manusia, dan sebagainya. Hal ini tidak otomatis menyimpulkan bahwa sektor pariwisata menyebabkan munculnya perilaku negatif tersebut. Penyebab dari perilaku negatif ini lebih disebabkan adanya interaksi individu-individu dengan berbagai budaya dan latar belakang yang berbeda.

Dewasa ini, sektor pariwisata telah berkembang menjadi industri besar dunia. Peningkatan standar hidup, kemajuan teknologi komunikasi dan transportasi serta proses globalisasi yang terjadi telah mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan nasional dan internasional, baik untuk tujuan bisnis maupun rekreasi (Mpofu,

2009). Menurut Organisasi Pariwisata Dunia (UN-World Tourism Organization/UNWTO) kunjungan turis mancanegara global meningkat dari hanya sekitar 25,3 juta tahun 1950 menjadi 435 juta tahun 1990. Pada tahun 2010, kunjungan wisatawan global ini telah mencapai 940 juta. Angka ini belum memperhitungkan kunjungan wisatawan domestik, yang diperkirakan sepuluh kali lebih besar dibandingkan kunjungan wisatawan global. Pada tahun 2011 pendapatan yang dihasilkan dari sektor pariwisata ini dapat mencapai US\$ 1,2 triliun mencakup pengeluaran untuk akomodasi, perjalanan, aktivitas, pembelian souvenir, dan sebagainya. Oleh karena itu, cukup beralasan bila investasi di sektor pariwisata ini mencapai sekitar 4,5% dari total investasi global tahun 2011 atau sekitar US\$ 650 miliar. Besarnya potensi pasar sektor pariwisata ini yang mendorong pelaku bisnis global (perusahaan multinasional/MNCs) untuk terlibat dalam berbagai kegiatan bisnis terkait dengan sektor pariwisata (WTTC, 2011). Hal ini didorong oleh transformasi perekonomian global yang semula berbasis produksi barang manufaktur kepada produksi jasa. Bank Dunia (2000) mencatat bahwa 60% dari GDP dunia bersumber dari sektor jasa.

Rezim pengelolaan global sebagai kelembagaan yang mampu menekan negara atau lembaga untuk menyepakati kesepakatan tertentu (Commission on Global Governance, 1995). Dalam konteks ini, rezim Neo-liberalisme merupakan institusi inti yang mampu menekan suatu negara atau lembaga tertentu untuk memenuhi kesepakatan-kesepakatan global, misalnya kesepakatan WTO, blok liberalisasi perdagangan, dan investasi regional. Artinya, rezim global ini telah menurunkan peran negara sebagai satu-satunya institusi pengatur pengelolaan sumber daya melalui berbagai bentuk kesepakatan regional dan global. Rezim global juga berperan penting dalam mendorong perkembangan sektor pariwisata dunia. Seperti dikemukakan oleh Neth *et al.* (2008), strategi pembangunan Neo-

liberalisme ini adalah bagaimana mendiversifikasikan sektor-sektor ekonomi, terutama kegiatan ekspor dari komoditas non-tradisional termasuk sektor pariwisata. Rezim Neo-liberalisme global yang menekankan pada liberalisasi perdagangan dan investasi juga secara tidak langsung mendorong aktivitas bisnis dan mobilitas manusia antar-negara. Mobilitas manusia ini yang kemudian menjadi pasar utama dari kegiatan sektor pariwisata. Oleh karena itu, cukup beralasan bahwa strategi liberalisasi perdagangan dan investasi yang dimotori oleh lembaga keuangan asing, seperti ADB, Bank Dunia, dan IMF, menjadi faktor pendorong pesatnya perkembangan sektor pariwisata sejak awal tahun 1990-an (Milne dan Ateljevic, 2001). Pada saat yang bersamaan, perusahaan multinasional (MNCs) menjadi pelaku utama dalam berbagai kegiatan bisnis global termasuk pengembangan sektor pariwisata.

Dewasa ini, banyak perusahaan jasa operator perjalanan telah berkembang menjadi MNCs yang mampu melayani pergerakan berjuta pelanggan antarnegara (Burns and Holden, 1995; Cooper *et al.*, 1998 in Mpofu, 2009) melalui kepemilikan sendiri perusahaan penerbangan dan hotel, dan didukung dengan persewaan alat transportasi darat (Demenech, 2006). Peran MNCs dalam bisnis pariwisata global ini juga didukung dengan pola bisnis lisensi dan waralaba, seperti Best Western, Marriott, Sheraton, Hyatt, Holiday Inn, Hilton, Accor, Club Mediterrance, Inter-continental, dan Avis Rent-a-Car (Mpofu, 2009).

Globalisasi industri pariwisata memberikan banyak manfaat kepada masyarakat lokal, antara lain pembangunan kawasan wisata berstandar internasional, perbaikan infrastruktur pendukung (telekomunikasi, bandar udara, transportasi darat dan laut), potensi pasar bagi produk lokal, dan penyerapan tenaga kerja. Bagi dunia bisnis lokal, di satu sisi mereka berkepentingan bagaimana menjalin bisnis dengan MNCs di sektor pariwisata sehingga dapat masuk dalam

jaringan pelayanan (*business chain*). Di sisi lain, kekhawatiran muncul dari bisnis lokal apakah ekspansi bisnis MNCs melalui pola merger dan akuisisi akan memarginalisasikan bisnis di tengah pertumbuhan industri pariwisata. Burn dan Holden (2005) menyebutkan bahwa MNCs berpotensi memarginalisasikan dunia usaha lokal yang biasanya berskala kecil, yang dikenal dengan *displacement effect*. Sebagian besar kelembagaan masyarakat berkepentingan terhadap berbagai dampak negatif dari globalisasi industri pariwisata dari sisi sosial-budaya dan lingkungan. Disadari bahwa kedatangan wisatawan mancanegara dalam jumlah yang besar berpotensi mendegradasi nilai-nilai sosial yang ada di masyarakat.

Belajar dari beberapa negara Afrika bahwa berkembangnya sektor pariwisata telah menyebabkan masyarakat terutama di kawasan wisata menghadapi penurunan nilai kebersamaan di dalam masyarakat. Mpofu (2009) menyinyalir bahwa praktik prostitusi, perdagangan narkoba, dan pasar gelap muncul sedikit banyak sebagai eksek negatif dari dinamika industri pariwisata, yang selanjutnya berdampak pada penurunan nilai kekeluargaan, kerja sama sosial, komitmen pada keluarga, agama, dan budaya lokal.

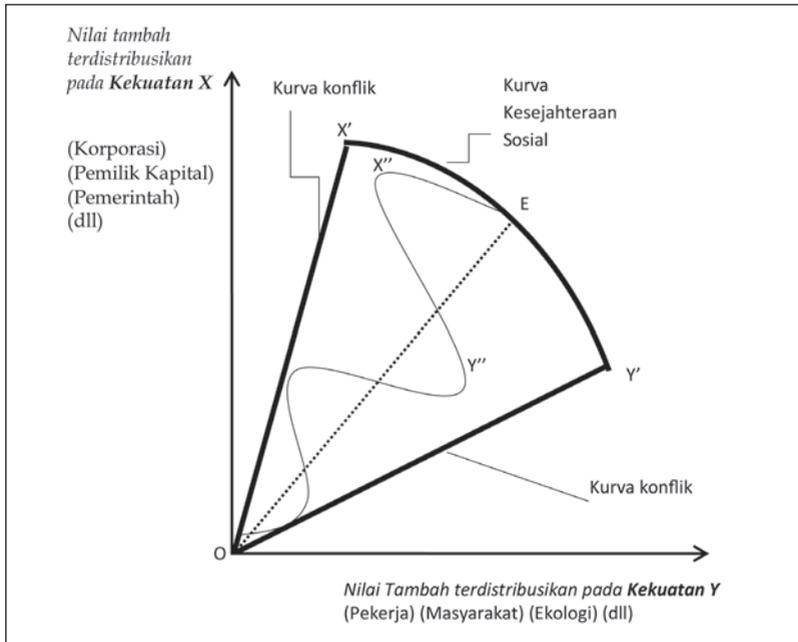
Dalam kasus di Puerto Rico, Macleod (2006) mengungkapkan bahwa kontrol oleh masyarakat lokal terhadap ruang terbuka, seperti pantai, semakin sempit karena kedatangan wisatawan asing mendominasi tempat tersebut. Tempat terbuka yang biasanya menjadi ruang privasi dan ketenangan masyarakat lokal berinteraksi menjadi tergantikan oleh aktivitas wisatawan asing. Konsekuensinya adalah makin menurunnya interaksi sosial antarmasyarakat, sedangkan interaksi bisnis semakin intens sebagai respons dari tingginya aktivitas bisnis terkait dengan pariwisata. Menurut Suparlan (1990), perkembangan pariwisata dapat melahirkan “polusi budaya”. Selain itu, studi dari Erik Crystal dalam Astina (2009) menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke Toraja menyebabkan polusi budaya dalam

arti memudarkan fungsi sosial budaya dari upacara penguburan tradisional di daerah tersebut.

BAGAIMANA STRATEGI PENGUATAN KELEMBAGAAN PARIWISATA NASIONAL?

Seperti telah dikemukakan di muka, bisnis pariwisata sebagai sub-sistem dari kapitalisme modern merupakan sistem yang kompleks, yang melibatkan bukan hanya pelaku bisnis (korporasi), melainkan juga kelembagaan rezim global, pemerintah (baik pemerintah pusat maupun daerah) serta individu dan masyarakat. Konflik kepentingan antarlembaga muncul karena berbagai kelembagaan yang terlibat tersebut memiliki tujuan yang berbeda-beda. Kontradiksi ini sebagai faktor yang berpotensi menciptakan perubahan dan konflik sosial yang memerlukan penyesuaian dan kerja sama antarlembaga. Dalam konteks ini, manfaat (kerugian) perkembangan sektor pariwisata tidak dapat dilihat hanya dari aspek bisnis, yaitu akumulasi profit yang diperoleh pelaku bisnis, tetapi juga aspek manfaat (kerugian) sosial-budaya dan lingkungan. Artinya, dampak negatif dan positif bagi masyarakat dan lingkungan harus diungkapkan dalam pengembangan sektor pariwisata. Dalam kerangka kontradiksi ini, dominasi kekuatan salah satu lembaga terhadap lembaga lainnya berpotensi menurunkan kesejahteraan sosial di masyarakat.

Secara konseptual, O'Hara (1999; 2012) menggambarkan dominasi kekuatan satu lembaga terhadap lembaga lainnya dalam memperoleh nilai tambah akan menurunkan kesejahteraan sosial secara agregat. Seperti diungkapkan dalam Gambar 6.6, Kurva OX' adalah batas distribusi nilai tambah kepada kekuatan X yang menyebabkan munculnya konflik, sedangkan kurva OY' adalah batas distribusi nilai tambah kepada kekuatan Y. Sementara itu, kurva X'EY' adalah kurva kesejahteraan sosial, dengan maksimum kesejahteraan sosial



Gambar 6.6 Kontradiksi Antara Kekuatan Lembaga yang Menyebabkan Konflik
 Sumber: Diadopsi dari O'Hara (1999; 2012)

terjadi pada titik E. Distribusi nilai tambah terdistribusikan secara sama kepada kekuatan X dan kekuatan Y. Pada titik ini kondisi ideal tidak mungkin tercapai. Oleh karena itu, distribusi nilai tambah yang mungkin terjadi yang tidak memunculkan adanya krisis adalah di area dalam Gambar OX'EY'. Sebagai contoh, pergerakan distribusi nilai tambah dari titik X'' menuju titik Y'' tidak akan menyebabkan munculnya konflik.

Pada dasarnya, kegiatan ekonomi adalah bagaimana menciptakan nilai tambah yang dihasilkan oleh *input* mencakup keterampilan, pengetahuan, kelembagaan, dan kapital serta permintaan pasar oleh masyarakat. Nilai tambah ini selanjutnya akan terdistribusi kepada kapital atau tenaga kerja, industri atau lembaga keuangan, individu atau masyarakat, ataupun masyarakat dengan pemerintah serta kor-

porasi atau ekologi. Bila sebagian besar nilai tambah terdistribusikan ke salah satunya akan menyebabkan konflik, yang dapat berlanjut pada munculnya krisis dan ketidakstabilan sistem perekonomian itu sendiri. Pada saat krisis inilah degradasi kesejahteraan sosial terjadi secara signifikan. Dalam kondisi *booming*, konflik juga berpotensi terjadi apabila distribusi nilai tambah kepada salah satu lembaga dapat memunculkan besarnya ketimpangan pendapatan, kesempatan, dan kekuatan, yang pada akhirnya akan menghambat proses pertumbuhan dan pembangunan itu sendiri.

Salah satu kontradiksi utama (*core contradiction*) dalam sistem kapitalisme termanifestasi pada relasi antara kapital dan tenaga kerja. Kapital merujuk pada kepentingan bisnis, mencakup penguasaan alat-alat produksi, gedung, lahan, arus keuangan kepada korporasi, dan stok barang ke pergudangan dan toko-toko. Kelompok individu yang mengontrol bisnis ini mencakup pemilik kapital, jajaran manajemen puncak (CEO), dewan direksi, dan investor. Tenaga kerja merujuk pada pekerja yang telah menjual tenaganya kepada korporasi, tetapi tidak memiliki kontrol yang kuat kepada bisnis. Relasi antara kapital dan tenaga kerja ini dalam proses produksi, distribusi, dan pertukaran akan menghasilkan nilai tambah yang terbagi ke dalam upah dan profit. Upah diterima oleh kelas pekerja dan profit diterima kelas pengontrol bisnis. Pola distribusi nilai tambah ini yang kemudian menentukan standar hidup dan kesejahteraan keluarga dan masyarakat (*sosial welfare*). Namun, pola distribusi ini akan melahirkan kontradiksi antara pekerja dan korporasi, apabila satu di antaranya mendapatkan bagian nilai tambah yang tidak sesuai. Maraknya konflik perburuhan di Indonesia dewasa ini karena pekerja mengklaim bahwa mereka mendapatkan distribusi nilai tambah (upah) yang kecil, sedangkan dominasi korporasi semakin kuat dengan pola kontrak kerja tidak permanen dan *outsourcing*. Kontradiksi ini juga sangat

berpotensi terjadi dalam pengembangan sektor pariwisata sebagai subsistem yang penting dalam sistem produksi kapitalisme modern.

Kontradiksi kedua adalah antara pemerintah dan individu atau masyarakat. Pada saat dominasi kekuatan oleh pemerintah terhadap masyarakat terjadi maka masyarakat tidak memiliki kekuatan untuk terlibat langsung dalam proses perencanaan pembangunan. Dalam sistem demokratisasi yang belum mapan seperti di Indonesia, kepentingan politik pemerintah dan parlemen sering kali mengorbankan kepentingan masyarakat dalam upaya mendorong proses pertumbuhan dan akumulasi kapital. Relasi yang kuat antara korporasi dengan pemerintah dan parlemen sering kali mengutamakan kepentingan bisnis dibandingkan kepentingan umum masyarakat. Di sebagian besar wilayah yang kaya sumber daya alam dan mineral, seperti Pulau Kalimantan, Sumatra, dan Papua, pelaksanaan desentralisasi lebih memfasilitasi kepentingan korporasi dalam mengeksploitasi sumber daya tersebut.

Konflik sosial, kemiskinan, dan ketimpangan yang masih tinggi dan kualitas hidup yang tidak banyak berubah di wilayah dengan skala eksploitasi sumber daya alam yang besar menandakan bahwa kepentingan bisnis dan politik pemerintah lebih dominan dibanding dengan kepentingan masyarakat. Kontradiksi ini juga berpotensi terjadi dalam pengembangan pariwisata. Sebagai contoh, Provinsi Bali yang dikenal dengan pusat pariwisata Indonesia masih menghadapi permasalahan kemiskinan. Persentase penduduk miskin di Bali masih sekitar 168 ribu jiwa, meskipun dari tahun 2007–2012 terjadi penurunan tingkat kemiskinan yang konsisten 6,63% menjadi 4,18% dari total penduduk. Artinya, dengan besarnya nilai tambah yang dihasilkan sektor pariwisata di Bali masih belum menghilangkan masalah kemiskinan di wilayah tersebut. Gubernur Bali mengaku, kemiskinan adalah masalah yang tidak bisa diabaikan. Asia Calling (2012) menyadur ungkapan Gubernur Bali I Made Mangku Pastika,

“...pariwisata adalah bencana bagi orang miskin karena industri itu malah menaikkan biaya hidup warga setempat [di Bali]. “Para wisatawan tidak apa-apa. Mereka orang-orang yang baik tapi para investor yang rakus, ... mengeksploitasi lingkungan, tanah, masyarakat, dan budaya...”.

Kontradiksi ketiga adalah antara korporasi skala besar (perusahaan multinasional/MNCs) dan bisnis skala kecil dalam perekonomian secara umum, termasuk di sektor pariwisata. Industri pariwisata secara umum dapat dibedakan ke dalam dua kelompok besar, yaitu (1) industri perjalanan mencakup operator perjalanan dan perusahaan penerbangan. Pemain utama dalam kelompok ini adalah perusahaan multinasional, dan (2) perusahaan skala kecil yang memiliki kegiatan bisnis terkait pariwisata di tempat wisata. Persaingan global dalam industri pariwisata mendorong pelaku usaha untuk memberikan kualitas pelayanan, harga yang terjangkau, dan efisiensi waktu kepada pelanggan mulai dari tempat asal hingga di tujuan wisata. Tuntutan lain dari pelanggan termasuk juga keamanan, risiko perjalanan, dan kegiatan di lokasi wisata. Konsekuensinya, profitabilitas dalam industri pariwisata cenderung kecil dengan ketidakpastian yang tinggi.

Dalam merespons kuatnya persaingan inilah MNCs di sektor pariwisata melakukan ekspansi pasar mencakup bisnis akomodasi, hiburan, asuransi, produk suvenir, layanan informasi pariwisata dan sebagainya, terutama di tempat kunjungan wisata utama. Untuk melakukan ekspansi pasar pola akuisisi dilakukan oleh MNCs karena akuisisi terhadap perusahaan yang sudah mapan lebih mudah dibanding dengan membuka cabang atau usaha baru di lokasi wisata. MNCs juga dapat menggunakan kekuatan finansial untuk mendapatkan kontrol pasar melalui penetapan harga yang rendah dengan kualitas pelayanan yang baik. Konsekuensinya, bila pelaku bisnis skala kecil tidak mampu memberikan harga yang kompetitif, mereka akan tergeser ke luar dari pasar (Calvek, 2002). Seperti dikemukakan oleh Calvec (2002),

“negotiating and purchasing power of MNCs [in tourism industry] today is so great that they mainly dictate their business partners [SMEs] in receiving destinations and not vice versa”. Dari sini dapat dikatakan bahwa dominasi MNCs menyebabkan mereka mendapatkan alokasi nilai tambah yang lebih besar dibandingkan usaha mikro-kecil dan menengah (UMKM) dalam industri pariwisata.

Mencermati kontradiksi yang berpotensi muncul dalam industri pariwisata, pengembangan kelembagaan pariwisata mengharuskan beberapa hal sebagai berikut: *Pertama*, peran pembuat kebijakan di sektor pariwisata semestinya menyadari bahwa kontradiksi yang terjadi mengharuskan adanya sistem tata kelola yang lebih akomodatif terhadap berbagai institusi yang terkait dengan proses akumulasi dan (re) distribusi nilai tambah yang dihasilkan dari sektor pariwisata. Harus disadari bahwa sistem pasar bukan sebagai satu (re)solusi kelembagaan dari kontradiksi tersebut, melainkan mencakup juga pemerintah, masyarakat, korporasi, ekologi, dan sebagainya. Dalam tataran teoretis, pendekatan adanya keseimbangan pasar (*single equilibrium market*) tampaknya tidak realistis karena terlalu menyederhanakan kompleksitas permasalahan. Artinya, kebijakan dan peraturan dalam mendorong perkembangan sektor pariwisata harus diarahkan dalam mencapai keseimbangan kekuatan dari berbagai kepentingan yang terkait dengan redistribusi nilai tambah yang dihasilkan. Tata kelola sektor pariwisata tidak semata-mata diserahkan kepada pemerintah dan legislatif, tetapi lebih pada bagaimana ketentuan umum yang mampu mengintegrasikan berbagai kepentingan lembaga (*embedded process*) untuk memecahkan kompleksitas permasalahan yang ada dalam sektor tersebut.

Kedua, peran pemerintah yang besar lebih realistis dibanding dengan minimnya peran pemerintah dalam meredam berbagai konflik kepentingan dalam proses (re)produksi dan (re)distribusi nilai tambah di sektor pariwisata. Peran pemerintah yang besar dalam

konteks global dan kerja sama regional, seperti pembentukan masyarakat ASEAN, sangat penting sehingga kepentingan nasional dapat terakomodasi dalam setiap (re)negosiasi kesepakatan terkait dengan pengembangan sektor pariwisata dalam skala regional dan global. *Ketiga*, dalam konteks bisnis, kerja sama, dan koordinasi antarberbagai kementerian berkaitan dengan sangat pentingnya mendorong daya saing pariwisata nasional dalam konteks regional dan global. Harus disadari bahwa Kementerian Pariwisata bukan satu-satunya lembaga pemerintah yang dapat mendorong perbaikan daya saing pariwisata nasional, melainkan harus didukung oleh kementerian yang terkait dengan pembangunan infrastruktur kota dan wilayah, seperti Kementerian Kesehatan, Kementerian Pekerjaan Umum, Kementerian Tenaga Kerja, dan pemda.

Keempat, kerja sama antarpemerintah dan dunia usaha terkait dengan kepariwisataan sangat penting untuk membentuk standar-disasi produk pariwisata dan kualitas profesi/tenaga kerja di sektor pariwisata. Standardisasi nasional terhadap kualitas profesi pemandu wisata, pramusaji di restoran, dan berbagai profesi dalam bisnis perhotelan sangat penting untuk mendukung kualitas pelayanan pariwisata nasional.

Lebih jauh lagi, peran kelembagaan pemerintah dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan mengharuskan adanya empat komponen penting (ILO, 2012). *Pertama*, pemerintah harus menyusun strategi pembangunan industri pariwisata yang inklusif terhadap berbagai kepentingan lembaga terkait, bukan hanya pelaku usaha pariwisata, melainkan juga kelembagaan sosial masyarakat, pemerintah daerah, lembaga adat, lembaga pendidikan, LSM penggerak lingkungan hidup, dan sebagainya. Strategi pengembangan pariwisata ini harus berangkat dari suatu konsensus kerja sama yang saling menguntungkan (*pro-job/business*), berorientasi pada ramah lingkungan (*pro-environment*), dan inklusif terhadap

masyarakat dan budaya lokal (*pro-poor*). Dalam konteks kebijakan, pemerintah harus mampu membuat suatu struktur kelembagaan dan aturan main (peraturan hukum) yang mampu memberikan landasan untuk terjadinya koordinasi, sinergi, dan kerja sama yang baik antar kelembagaan tersebut.

Kedua, perubahan pola pikir semua aktor kunci di masing-masing kelembagaan terkait menjadi elemen penting untuk mewujudkan suatu pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif. Hal ini mencakup juga upaya membangun pola pikir baru bagi aktor kunci tersebut mengenai bagaimana pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan inklusif dapat diimplementasikan. Perubahan pola pikir ini harus mengarah bahwa keberhasilan pembangunan pariwisata bersifat multidimensional dan multisektoral. Artinya, kelembagaan sektoral seperti kelembagaan yang terkait dengan pembangunan infrastruktur, kesehatan, pendidikan, komunikasi dan informasi, keamanan, budaya dan lingkungan hidup harus saling bersinergi untuk mendukung pembangunan pariwisata (ILO, 2012). *Ketiga*, pengembangan indikator-indikator keberhasilan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif serta penyesuaian dan pemberlakuan indikator-indikator tersebut untuk menilai kinerja berbagai program pembangunan pariwisata yang dilakukan. Catatan penting dalam penyusunan indikator kinerja ini adalah bahwa (1) indikator keberhasilan harus bersifat multidimensional, mencakup ekonomi, sosial-budaya, lingkungan, keamanan, dan sebagainya. (2) Oleh karena itu, indikator yang disusun harus merupakan kesepakatan berbagai kelembagaan yang ada. (3) Indikator ini juga harus mampu menjadi alat untuk mengevaluasi konsistensi peraturan hukum terkait dan implementasi program-program pariwisata, baik yang dilakukan oleh sektor publik, dunia usaha, LSM, maupun masyarakat (ILO, 2012).

Keempat, memperkuat implementasi strategi untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan inklusif. Dalam konteks implementasi, program-program pembangunan pariwisata nasional harus diarahkan pada upaya mempromosikan kualitas pekerjaan yang layak dan berkontribusi pada upaya pengentasan kemiskinan melalui pemberdayaan UMKM berbasis sumber daya lokal. Dalam upaya pengembangan pariwisata ini juga mengharuskan adanya strategi pemasaran yang selektif dan kreatif terhadap berbagai destinasi wisata unggulan. Oleh karena itu, pengembangan SDM di sektor pariwisata juga harus didukung pelaksanaan pendidikan dan pelatihan yang baik melalui lembaga pelatihan pariwisata dan universitas-universitas yang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha pariwisata (*link and match*) (ILO, 2012).

KESIMPULAN

Sektor pariwisata di ASEAN mengalami peningkatan yang signifikan selama satu dasawarsa terakhir. Hal ini sejalan dengan semakin kuatnya perdagangan dan investasi antar-ASEAN serta besarnya arus modal global masuk ke wilayah ASEAN. Pelaksanaan kerja sama ekonomi ASEAN, AFTA, Pembentukan Komunitas Ekonomi ASEAN, dan berbagai kesepakatan antara ASEAN di sektor pariwisata telah mendukung arus wisatawan intra dan dari luar ASEAN. Dinamika perkembangan kerja sama ekonomi dan sosial serta politik antarnegara di ASEAN inilah yang kemudian mendorong pemimpin negara-negara ASEAN untuk mempercepat terwujudnya masyarakat ASEAN pada tahun 2015.

Dalam konteks bisnis, pembentukan masyarakat ASEAN tahun 2015 akan berpengaruh secara signifikan terhadap kemajuan sektor pariwisata nasional. Masih rendahnya daya saing sektor pariwisata nasional dibandingkan negara-negara tetangga, seperti Malaysia, Si-

ngapura, dan Thailand, berpotensi menggerus pangsa pasar Indonesia di sektor pariwisata ASEAN. Oleh karena itu, kelembagaan pariwisata merupakan aspek penting yang perlu terus dikaji oleh pemerintah sebagai kelembagaan kunci dalam mendukung daya saing pariwisata nasional. Namun, harus disadari bahwa pengembangan kelembagaan pariwisata ini sangat kompleks karena banyaknya kelembagaan yang terkait dengan tujuan dan orientasi yang berbeda-beda. Dominasi salah satu lembaga terhadap lembaga lainnya berpotensi menimbulkan konflik dan produktivitas sektor pariwisata tersebut. Sebagai contoh, terlalu dominannya sektor korporasi terhadap kelembagaan buruh dan ekologi dapat menyebabkan eksploitasi tenaga kerja dan sumber daya alam secara berlebihan. Misalnya, konflik sosial akan muncul karena hilangnya ruang publik, seperti pantai dan hutan, yang dapat digunakan oleh masyarakat karena dialihfungsikan untuk tujuan bisnis oleh korporasi.

Mencermati hal tersebut, peran kelembagaan pemerintah sangat penting dalam mereduksi konflik melalui penyeimbangan berbagai kepentingan atau tujuan dari lembaga-lembaga yang berbeda. Pemerintah tidak dapat sepenuhnya berpihak kepada kelompok bisnis (korporasi). Sementara itu, mengorbankan kepentingan masyarakat dan ekologi. Dari sisi bisnis, koordinasi antara lembaga pemerintah dan kerja sama antara lembaga pemerintah di tingkat pusat dan daerah sangat penting untuk memperkuat infrastruktur serta berbagai peraturan yang kondusif bagi kemajuan dan daya saing sektor pariwisata. Kerja sama antarlembaga pemerintah dan dunia usaha juga sangat penting melalui pembentukan standardisasi berbagai profesi yang terkait dengan bisnis pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Antariksa, B. (2010). *Pengaruh liberalisasi perdagangan jasa terhadap daya saing kepariwisataan Indonesia*. Makalah disampaikan pada Kegiatan Pendidikan dan Pelatihan Pariwisata Tingkat Lanjutan, Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif, Jakarta, 29 Juli.
- Bahri, F. (1997). *Strategi peningkatan keunggulan daya saing sektor pariwisata Indonesia (Pendekatan model “diamond” Michael E. Porter)*. (Tesis S2). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Burns, P. & Holden, A. (1996). *Tourism: A new perspective*. Hitchin: Prentice-Hall.
- Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif. (2010). *Rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional tahun 2010 – 2025*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif.
- _____. (2011). *Neraca satelit pariwisata nasional*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif.
- ILO. (2012). *Rencana strategis pariwisata berkelanjutan dan green jobs untuk Indonesia*. Jakarta. Indonesia: ILO.
- O’Hara, P. (2009). Political economy of climate change, ecological destruction and uneven development. *Ecological Economics*, 69: 223–234.
- _____. (2012). Principles of political economy applied to policy and governance: disembedded economy, contradictions, circular cumulation and uneven development. *Journal of Economic and Sosial Policy*, 15 (1): 1–38.
- The ASEAN Secretariat. (2009). *ASEAN tourism strategic plan 2011–2015*, Jakarta: Sekretariat ASEAN.
- _____. (2010). *Roadmap for an ASEAN community 2009–2015*. Jakarta: Sekretariat ASEAN.
- _____. (2012). *ASEAN tourism marketing strategy 2012–2015*. Jakarta: Sekretariat ASEAN.
- World Trade Organization. (TT). *UNWTO technical manual: Collection of tourism expenditure statistics*. World Tourism Organization.
- World Travel and Tourism Council. (2011). *Travel and tourism 2011*. London: WTTC.

BAB VII

DAMPAK INTEGRASI PARIWISATA ASEAN TERHADAP PEREKONOMIAN NASIONAL DAN DAERAH

 Dhani Agung Darmawan

Pariwisata saat ini sudah menjadi kebutuhan pokok sehingga terus mengalami tren pertumbuhan yang positif. Berdasarkan data World Tourism Organization (2000), wisatawan mancanegara (wisman) internasional mencapai 698 juta orang dengan menciptakan pendapatan sebesar US\$ 476 miliar. Pertumbuhan jumlah wisatawan pada dekade 1990-an sebesar 4,2%, sedangkan pertumbuhan penerimaan dari wisman sebesar 7,3%, bahkan di 28 negara, pendapatan tumbuh 15% per tahun. Adapun jumlah wisatawan dalam negeri di masing-masing negara jumlahnya lebih besar lagi. Kelompok ini merupakan penggerak utama dari perekonomian nasional. Selanjutnya, pada tahun 2004, kontribusi pariwisata pada PDB dunia mencapai 10,4%, penyerapan tenaga kerja 8,1%, ekspor 12,2%, dan penanaman modal 9,4%. Pariwisata telah terbukti dan teruji mampu menjadi motor penggerak ekonomi dan menciptakan lapangan kerja serta menyejahterakan masyarakat. Di samping itu, pariwisata juga menjadi satu dari lima kategori ekspor utama dari 83% negara-negara di dunia, dan telah menjadi sumber devisa utama sedikitnya 38% dari negara-negara itu. Lagi pula, pada tahun 2020, WTO memprediksi jumlah wisatawan di seluruh dunia akan meningkat hingga sekitar 1,6 miliar wisatawan mancanegara.

Indonesia sebagai salah satu anggota Association of South East Asian Nations (ASEAN) telah ikut meratifikasi berbagai perjanjian terkait dengan liberalisasi, salah satunya penyatuan ekonomi ASEAN yang dilaksanakan pada tahun 2015. Dalam *blue print* pedoman pembentukan masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) tersebut ditetapkan sejumlah sektor sebagai prioritas utama integrasi ekonomi regional, di antaranya komoditas barang (berbasis agro, otomotif, elektronik, karet, tekstil dan *apparel*, perikanan, dan produk kayu) sektor jasa (penerbangan, kesehatan, pariwisata, teknologi informasi, dan jasa logistik). Liberalisasi sektor jasa pariwisata sebagai akibat dari globalisasi dan integrasi pariwisata ASEAN merupakan suatu potensi dan peluang bagi terciptanya nilai tambah ekonomi, penyerapan tenaga kerja, pembangunan infrastruktur, jasa konstruksi perhotelan, hiburan dan rekreasi serta sekaligus meningkatkan ekonomi lokal. Integrasi pariwisata ASEAN merupakan salah satu bentuk kerja sama regional yang akan memberikan manfaat yang besar kepada negara-negara anggota ASEAN.

Berbagai kebijakan ekonomi terkait dengan integrasi ASEAN akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap jasa perjalanan (biro dan tur) dan pariwisata. Viner (1950) dan Estrada (2008) menjelaskan bahwa kunci keberhasilan dalam kerja sama ini adalah berbagai perjanjian pengurangan restriksi, reduksi, ataupun penghapusan berbagai hambatan nontarif dan tarif. Di samping itu, Sulaeman (2007) mengutarakan bahwa penyatuan MEA membuka peluang terjadinya peningkatan arus kunjungan wisatawan serta peningkatan dalam investasi dan kesempatan kerja. Oleh karena itu, integrasi tersebut akan diikuti dengan berbagai penghapusan restriksi yang memberikan keleluasan bagi perjalanan orang, barang, dan jasa di kawasan ASEAN.

Industri pariwisata saat ini mampu memberikan dampak positif terhadap perekonomian nasional dan daerah. Hal ini terlihat dari

kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional dan daya serap lapangan kerja di sektor industri pariwisata. Data Depbudpar (2008) menunjukkan, kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional terus meningkat sejak tahun 2004 sampai 2007. Pada tahun 2004 kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional sebesar Rp113,78 triliun atau 5,01% dari total PDB meningkat menjadi Rp169,67 triliun atau 5,22% dari total PDB. Adapun kontribusi pariwisata menciptakan lapangan kerja mengalami pasang-surut, tetapi dengan tren yang terus meningkat dengan total lapangan kerja nasional pada tahun 2007 sebesar 99,93 juta orang. Berdasarkan data neraca satelit pariwisata nasional (2011), tren kontribusi pariwisata terhadap produk domestik bruto (PDB) selama kurun waktu 2000–2011 terus mengalami penurunan, tetapi penyerapan tenaga kerja dan nilai total pendapatannya terus mengalami peningkatan.

Peranan pariwisata terhadap perekonomian daerah sangat ditentukan oleh tujuan (destinasi) wisata, kekayaan alam, latar belakang budaya, dan keunikan yang ada di masing-masing daerah. Dampak positif bagi daerah terlihat pada perkembangan ekonomi daerah yang pesat di beberapa daerah yang menjadi tujuan utama wisatawan mancanegara, seperti Bali, DKI Jakarta, Kepulauan Riau, dan Sumatra Utara. Sektor pariwisata menjadi salah satu penggerak ekonomi lokal seperti kerajinan dan industri rumah tangga berbasis budaya. Akan tetapi, potensi dan peluang dari integrasi pariwisata ASEAN saat ini belum menjadi prioritas dalam pengembangan pariwisata nasional dan daerah. Di samping itu, dinamika liberalisasi pariwisata yang sudah terjadi dan akan segera diimplementasi di ASEAN melalui integrasi pariwisata ASEAN (*ASEAN Tourism Integration-ATI*) 2014, saat ini kurang mendapatkan perhatian utama dari pelaku industri pariwisata. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengkajian terhadap peranan sektor jasa pariwisata dan pengaruh integrasi pariwisata ASEAN ATI terhadap perekonomian nasional dan daerah, khususnya

terhadap pertumbuhan *output*, kesempatan kerja dan investasi serta keterkaitannya terhadap sektor lainnya dalam perekonomian.

LIBERALISASI SEKTOR PARIWISATA DAN INTEGRASI PARIWISATA ASEAN

Pengertian, Tujuan, dan Fungsi Pariwisata

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Selain memiliki fungsi, kepariwisataan juga mempunyai tujuan, yaitu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan mempererat persahabatan antarbangsa. Lebih lanjut, kepariwisataan dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 50 Tahun 2011 merupakan kegiatan pariwisata yang di dalamnya terdapat interaksi seluruh elemen yang ada. Sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1;

“Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha”

Liberalisasi Sektor Pariwisata dalam Kerangka ASEAN Community

Liberalisasi sektor jasa pariwisata tidak dapat dilepaskan dari sejarah berdirinya tiga pilar ekonomi dunia; International Monetary Fund (IMF), International Bank for Reconstruction and Development (IBRD), dan *General Agreement on Trade in Services* (GATT) yang kemudian berubah menjadi World Trade Organization (WTO) setelah penyelenggaraan Putaran Uruguay di tahun 1994. Sebagai respons untuk mencapai tujuan liberalisasi dan dalam upaya meraih legitimasi, Putaran Uruguay 1994 kemudian menetapkan suatu aturan main pada bidang perdagangan jasa yang kemudian dikenal GATS.

Sistem dan proses dalam GATS menghendaki setiap negara anggota menyusun komitmen liberalisasi jasa, jangka waktu pelaksanaannya, dan kedalaman serta ruang lingkup beroperasinya suatu pemasok jasa asing di suatu wilayah negara tertentu. Komitmen ini meliputi sektor-sektor jasa, seperti perbankan, telekomunikasi, konsultasi, pariwisata, dan pengangkutan. Prinsip-prinsip utama dari persetujuan yang mulai berlaku efektif sejak 1 Januari 1995 ini, antara lain prinsip *Most Favoured Nation* (MFN), *National Treatment*, Transparansi dan *Progressive Liberalization* atau liberalisasi secara bertahap (Kartadjomona, 1996).

Ratifikasi aturan tersebut oleh Indonesia dilakukan dengan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1994. Sebagai konsekuensi, Indonesia harus siap menghadapi tak hanya liberalisasi

perdagangan, tetapi juga liberalisasi jasa, investasi, bahkan hak atas kekayaan intelektual (HaKI). Berbagai organisasi internasional, antara lain PBB, Bank Dunia, dan World Tourism Organization (WTO), telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, utamanya menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20 (Pitana, 2005), kini telah berkembang menjadi bagian dari hak asasi manusia sebagaimana diutarakan oleh John Naisbitt dalam bukunya *Global Paradox* menyatakan bahwa “*where once travel was considered a privilege of the money elite, now it is considered a basic human right*”. Kecenderungan ini terjadi tidak hanya di negara maju, tetapi juga di negara berkembang, termasuk Indonesia (Santosa, 2004). Oleh karena itu, pariwisata saat ini menjadi sektor yang menarik untuk diliberalisasi.

MEA merupakan salah satu langkah ASEAN dalam menghadapi globalisasi dan liberalisasi dunia, dimana integrasi pariwisata ASEAN menjadi bagian dari integrasi ekonomi ASEAN. Ide mengenai integrasi telah dimulai sejak ASEAN *Tourism Forum* (ATF) tahun 2000. Pertemuan ASEAN ke-14 di Hua Hin/Cha-am mengenai *blueprint* ASEAN *Socio-Cultural Community* (ASSC) menjadi pijakan dalam melangkah ke depan terkait ATI di Singapura tahun 2007. Integrasi pariwisata ASEAN merupakan ratifikasi dari berbagai aturan liberalisasi internasional terkait dengan sektor-sektor jasa. Nilai-nilai dasar ASSC adalah saling menghormati budaya dan agama masing-masing negara serta bersama dalam perbedaan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dari kesempatan dan peluang yang ada di era globalisasi.

Secara lebih khusus ASSC terkait dengan pariwisata menekankan pada peningkatan dan penguatan pendidikan pariwisata, investasi sumber daya manusia (SDM), pemberdayaan manusia, penguatan kapasitas kelembagaan, pengurangan kemiskinan, jaring pengaman

sosial dan proteksi terhadap dampak negatif dari globalisasi dan integrasi ekonomi, aksesibilitas terhadap fasilitas kesehatan dan gaya hidup yang sehat, promosi dan perlindungan terhadap hak dan kesejahteraan wanita, anak, manula dan orang cacat, CSR, pembangunan berkelanjutan di bidang pendidikan dan transportasi publik, keberlanjutan di bidang kelautan dan perikanan, promosi dan melestarikan warisan budaya dunia ASEAN, promosi industri kreatif dan budaya lokal, pemberdayaan masyarakat dan pengurangan disparitas regional. Bagian yang terpenting adalah membangun identitas ASEAN berdasarkan budaya, norma, keyakinan, keunggulan dalam semangat bersatu dalam keberagaman di semua aspek.

Liberalisasi pariwisata di ASEAN pada awal tahun 2000 mengalami kendala terkait dengan penentuan sektor-subsektor pariwisata. Perdebatan mengenai sektor dan subsektor yang diliberalisasi terus terjadi di ASEAN mulai dari pertemuan ATF tahun 2000 di Thailand hingga pertemuan ATF tahun 2010 di Singapura. Secara internasional, definisi sektor dan subsektor jasa dalam AFAS mengacu pada GATS/WTO (W/120) dan *central product classification* (CPC). WTO mengklasifikasi sektor yang masuk ke dalam liberalisasi pariwisata sebagai berikut:

- 1) Jasa pelayanan hotel dan penginapan dengan kode CPC 64110.
- 2) Jasa pelayanan hidangan dengan pelayanan lengkap restoran (termasuk di dalamnya anggur dan minuman beralkohol) dengan kode CPC 64210
- 3) Jasa pelayanan minuman dengan hiburan (termasuk di dalamnya *live music*, karaoke, tari, dan dansa serta pertunjukan lainnya) dengan kode CPC 64310.

Definisi mengenai sektor dan subsektor yang akan diliberalisasi dalam jangka pendek dan panjang masih menjadi kendala utama

terkait kesamaan klasifikasi yang dipakai dalam GATS oleh WTO. Hal ini dikarenakan CPC yang digunakan oleh WTO tidak menunjukkan produk dan jasa pariwisata di ASEAN. Sebagai contoh, sebagian negara ASEAN (khususnya Indonesia dan Malaysia) tidak menyajikan minuman beralkohol di setiap restoran. Di samping itu, perlu adanya penambahan definisi dari CPC yang dipakai seperti perlunya memasukkan *meeting, international conference, exhibition* (MICE) ke dalam sektor jasa pelayanan hotel.

Dampak Liberalisasi Pariwisata dan Integrasi Pariwisata ASEAN terhadap Perekonomian.

Pariwisata sebagai kegiatan perjalanan antardaerah/negara akan memberikan manfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung beserta dampak positif ataupun negatif dalam perekonomian. Ryan (2001) mengemukakan bahwa berbagai keuntungan dapat diperoleh dari adanya aktivitas pariwisata, antara lain terbukanya lapangan pekerjaan, peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar destinasi pariwisata, meningkatkan nilai/citra suatu wilayah geografis, termasuk yang miskin akan sumber daya ekonomi dan mendorong revitalisasi suatu wilayah geografis yang telah kehilangan daya tariknya, misalnya kota tua atau wilayah bekas pertambangan. Di samping itu, selain pariwisata dapat mengurangi ketergantungan impor barang modal dan barang habis pakai melalui kerajinan tangan, makanan, minuman, dan daya tarik wisata, juga dapat digunakan sebagai sumber devisa dan mengurangi tingkat kemiskinan di daerah destinasi wisata (Antasari, 2011). Adapun Wahab (2003) menjelaskan dampak utama kegiatan pariwisata dari segi ekonomi terhadap level nasional (makro) dan daerah (mikro) dapat ditinjau dari dua segi, yaitu.

- 1) Dampak langsung yang ditimbulkan oleh pariwisata terhadap bidang ekonomi meliputi dampak terhadap neraca pembayaran, kesempatan kerja, dan mendistribusikan pendapatan.
- 2) Dampak tidak langsung yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata mencakup hasil ganda, manfaat dari pemasaran produk-produk pariwisata, pajak, dan manfaat langsung dan tidak langsung yang diterima oleh masyarakat.

Chaves (1999) mengemukakan bahwa globalisasi yang disertai aktivitas pariwisata tidak selalu berdampak negatif terhadap perekonomian domestik. Manfaat yang dapat diperoleh, yaitu menekan laju tingkat inflasi domestik, meningkatkan jumlah transaksi perdagangan luar negeri, dan ketersediaan barang di dalam negeri serta menstimulus produksi dalam negeri. Dampak globalisasi dan pariwisata dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perekonomian domestik. Sugiyarto dkk. (2007) mengemukakan bahwa kinerja makroekonomi dan kesejahteraan dapat meningkat sebagai akibat adanya globalisasi dan pariwisata yang ditunjukkan oleh penciptaan barang dan jasa domestik dan peningkatan konsumsi domestik. Di samping itu, World Tourism Organization/WTO (2010) melaporkan bahwa kinerja perekonomian ASEAN yang baik akan memberikan berbagai kemudahan dan pengembangan terhadap sistem transportasi terpadu ASEAN.

Salah satu yang menjadi penunjang pariwisata ASEAN adalah sistem transportasi terpadu di antaranya ASEAN Railways dan Highways yang rencananya akan segera diimplementasikan pada tahun 2015 sehingga dapat menunjang aktivitas pariwisata di kawasan tersebut. Oleh karena itu, integrasi pariwisata ASEAN merupakan salah satu upaya untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi ASEAN berdasarkan tradisi dan warisan nilai sosial budaya dan kekayaan/keragaman alam.

Liberalisasi sektor jasa pariwisata yang disertai dengan terintegrasi-nya pariwisata ASEAN akan sangat berperan dalam mendorong perekonomian, meningkatkan basis ekonomi, dan volume ekspor. Tantangan yang dihadapi adalah penyesuaian terhadap tren dan inovasi teknologi, penyetaraan dengan standar internasional untuk mencapai tingkat persaingan dan efisiensi, mendorong investasi dan aliran perdagangan serta peningkatan investasi modal insani di ASEAN. Manfaat yang dapat diperoleh dari liberalisasi dan integrasi sektor jasa pariwisata ASEAN terhadap pembangunan ekonomi diprediksi akan terus meningkat. Sektor jasa pariwisata pada tahun 2008 memberikan kontribusi sebesar 50% dari total aliran investasi langsung dengan total US\$ 33,5 miliar. Peningkatan investasi ASEAN di sektor jasa akan mendorong pembangunan sistem keuangan modern, telekomunikasi, distribusi, dan sektor transportasi di dalam perekonomian tersebut. ASEAN akan turut serta mendapatkan manfaat dari aliran teknologi, proses pembelajaran, dan keahlian manajemen dari aliran jasa di regional tersebut.

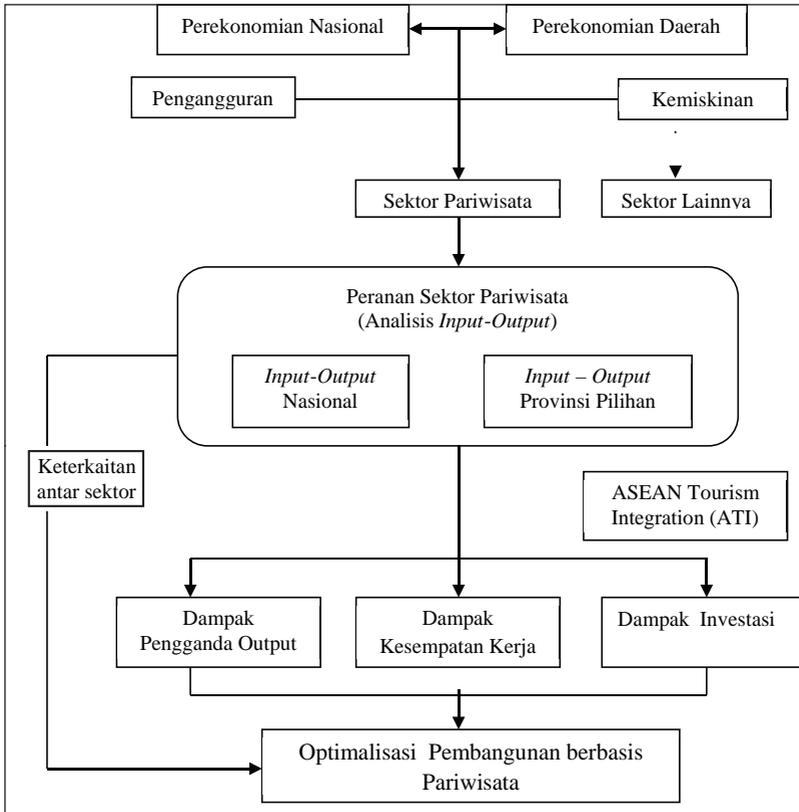
Integrasi sektor pariwisata ASEAN akan sangat tergantung dengan dinamika yang terjadi dalam konteks regional ASEAN sendiri. Integrasi merupakan salah satu upaya dalam mencapai skala efisiensi, inovasi, dan profit. Salah satu hal yang menjadi daya tarik dalam konsep integrasi adalah konsep destinasi tunggal. Konsep ini mampu memberikan manfaat yang besar bagi negara-negara Eropa, seperti Inggris, Prancis, Belanda, Italia, Jerman, Spanyol, Turki, Rusia yang bersama-sama negara kawasan lainnya menjadikan wisata regional sebagai satu paket wisata unggulan. Hal ini juga didukung oleh infrastruktur yang memadai antarnegara di Eropa, baik melalui moda transportasi terpadu-bus, kereta api, pesawat terbang, maupun kapal laut.

Dalam konteks ASEAN, integrasi pariwisata menghadapi permasalahan terkait dengan letak geografis dari negara-negara ASEAN

yang tidak sebuah *continent*, atau merupakan negara kepulauan yang letaknya tidak saling berdekatan. Kawasan Indo–China, semisal Kamboja, Laos, Vietnam, dan Thailand merupakan salah satu kawasan yang terletak pada satu *continent*. Akan tetapi, Indonesia, Filipina, Malaysia, dan Singapura merupakan negara kepulauan yang terletak jauh dari negara-negara Indo-China tersebut. Di samping itu, juga masih rendahnya kualitas jaringan transportasi darat, udara, dan laut. Oleh karena itu, optimalisasi pemanfaatan integrasi pariwisata dapat dilakukan dengan terlebih dahulu melakukan integrasi pemasaran dan pengembangan destinasi unggulan ASEAN terpadu. Selain itu, berbagai proyek dan investasi bersama di bidang supra dan infrastruktur pariwisata dapat dilakukan dengan pembiayaan swasta, ASEAN, ataupun pinjaman dari pihak terkait.

Kerangka Pemikiran

Analisis antara *input* (fenomena-fenomena ekonomi, baik pada skala lokal, nasional, maupun internasional), proses (terjadinya transformasi struktural perekonomian dan sosial ketenagakerjaan), serta *output* (dalam pengertian dampak dan implikasi yang ditimbulkan dari proses) dapat disajikan pada Gambar 7.1. Dampak yang ditimbulkan dari setiap tahap perubahan yang masing-masing memiliki spesifikasi sektor andalan, tidak bisa lepas dari tahap perubahan sebelumnya, dan memiliki keterkaitan satu dengan yang lain. Berdasarkan teori-teori dan penelitian empiris sebelumnya maka dapat diturunkan kerangka pemikiran sebagai berikut.



Gambar 7.1 Kerangka Pemikiran Dampak Integrasi Pariwisata ASEAN terhadap Perekonomian Nasional dan Daerah

DATA DAN METODOLOGI

Analisis yang dilakukan menggunakan data Tabel *input-output* (I-O) Indonesia *update* 2008 dan provinsi terpilih transaksi total atas dasar harga produsen. Pengertian atas dasar harga produsen adalah nilai transaksi pada Tabel 7.1 dari semua transaksi barang/jasa, baik impor maupun domestik, hanya mencakup harga yang dibayarkan kepada produsen barang/jasa tersebut. Hal ini berbeda dengan harga pembeli, selain mencakup harga yang dibayarkan kepada produsen juga

mencakup margin perdagangan dan biaya pengangkutan yang timbul dari kegiatan penyaluran barang/jasa dari produsen ke konsumennya. Perbedaan sektor dalam tabel *input-output* nasional tersebut disebabkan keterbatasan data di tingkat provinsi. Oleh karena itu, untuk mempermudah analisis sektor ekonomi nasional dan daerah diintegrasikan menjadi 19 sektor sebagai berikut.

Tabel 7.1 Klasifikasi I-O Nasional 19 Sektor

No.	Sektor	IO 2000 & 2005	IO 2010 RAS
1	Padi	1	1
2	Tanaman bahan makanan lainnya	2–11	2–6
3	Tanaman pertanian lainnya	12–24,34	7–17
4	Peternakan dan hasil-hasilnya	25–28,49	18–20
5	Kehutanan	29–31	21–22
6	Perikanan	31–33	23
7	Pertambangan dan penggalian	35–48	24–26
8	Industri makanan, minuman, dan tembakau	50–73	27–34
9	Industri lainnya	74–103, 106–141	35–40,42–50
10	Pengilangan minyak bumi	104–105	41
11	Listrik, gas, dan air bersih	142–143	51
12	Bangunan	144–148	52
13	Perdagangan	149–150	53
14	Restoran dan hotel	151–152	54
15	Pengangkutan dan komunikasi	153–159	55–61
16	Lembaga keuangan, usaha bangunan, dan jasa perusahaan	160–164	61–62
17	Pemerintahan umum dan pertahanan	165	63
18	Jasa-jasa	166–174	64–65
19	Kegiatan yang tidak jelas batasannya	175	66

Sumber: data diolah

Keterangan: Sektor-sektor sesuai dengan lampiran 1

RAS merupakan metode penghitungan *input-output* pada tahun x dengan menggunakan tabel I-O tahun sebelumnya dengan asumsi koefisien teknologi yang sama I-O dasar dengan I-O yang diprediksi dalam hal antara I-O tahun 2008 dengan I-O tahun 2010

Berdasarkan pertemuan ASEAN Tourism Forum 2010, definisi sektor pariwisata dibatasi hanya pada sektor perhotelan dan restoran. Di samping itu, terkait dengan ketersediaan data dalam produk domestik bruto (PDB) dan tabel *input-output* (I-O) nasional dan daerah, sektor pariwisata diwakili oleh kedua sektor tersebut.

Model Input-Output (I-O)

Tabel *input-output* (I-O) adalah suatu uraian statistik dalam bentuk matriks yang menggambarkan transaksi penggunaan barang dan jasa antarberbagai kegiatan ekonomi. Sebagai metode kuantitatif, Tabel I-O memberikan gambaran menyeluruh tentang (i) struktur perekonomian negara/wilayah yang mencakup *output* dan nilai tambah masing-masing sektor; (ii) struktur *input* antara berupa transaksi penggunaan barang dan jasa antarsektor produksi; (iii) struktur penyediaan barang dan jasa, baik berupa produksi dalam, maupun barang impor atau yang berasal dari negara/provinsi lain; dan (iv) struktur permintaan barang dan jasa, meliputi permintaan oleh berbagai sektor produksi di Jawa Timur dan permintaan untuk konsumsi, investasi, dan ekspor keluar.

Baris pada suatu tabel *input-output* memperlihatkan bagaimana *output* suatu sektor dialokasikan. Dalam hal ini sebagian *output* dialokasikan untuk memenuhi permintaan antara dan sebagian untuk permintaan akhir. Total dari permintaan akhir menunjukkan besarnya PDB perekonomian tersebut. Adapun kolom tabel tersebut menunjukkan pola penggunaan *input* antara ataupun *input* primer yang disediakan oleh sektor lain untuk melaksanakan proses produksi.

Penjumlahan keseluruhan baris dalam *input* primer memiliki nilai yang sama dengan penjumlahan keseluruhan kolom dalam permintaan akhir. Persamaan yang menunjukkan keseimbangan antara *output* dan *final demand* dalam model *input-output* diformulasikan sebagai berikut:

$$Xi = \sum_i x_{ij} + Y_i \quad (1)$$

dengan:

X_i = vektor *gross output* sektor i ($i = 1, 2, \dots, n$);

x_{ij} = jumlah *output* sektor i yang dipakai sebagai *input* sektor j ($j = 1, 2, \dots, n$);

Y_i = vektor *final demand* yang berkaitan dengan *output* sektor i .

Berdasarkan asumsi Leontief bahwa *input* yang digunakan dalam suatu sektor merupakan fungsi tingkat *output* dalam sektor yang bersangkutan yang bersifat unik sehingga dapat ditentukan koefisien teknis (a_{ij}) yang dirumuskan sebagai:

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_j} \quad (2)$$

yang menunjukkan besarnya *input* sektor i yang diperlukan untuk memproduksi setiap rupiah *output* sektor j . Dari persamaan (2) dapat diperoleh kondisi $x_{ij} = a_{ij}X_j$ yang dapat disubstitusikan ke (1) sehingga diperoleh:

$$x_i = \sum_j a_{ij}X_j + Y_i \quad (3)$$

Sistem ini dapat dituliskan dalam notasi matriks, yaitu:

$$\mathbf{X} = \mathbf{AX} + \mathbf{Y} \quad (4)$$

\mathbf{X} adalah vektor *output*, \mathbf{Y} adalah vektor permintaan akhir, dan \mathbf{A} adalah matriks berdimensi $n \times n$ yang menunjukkan koefisien *input* teknis (dengan a_{ij} sebagai elemen-elemennya). Solusi dari persamaan di atas untuk mendapatkan nilai *output* adalah sebagai berikut.

$$\mathbf{X} = (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1} \mathbf{Y} \quad (5)$$

dengan $(\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}$ adalah matriks kebalikan Leontief dengan elemennya n_{ij} menunjukkan besarnya perubahan *output* sektor i untuk setiap satu rupiah perubahan permintaan akhir di sektor j .

Analisis standar dalam model I-O adalah analisis angka pengganda. Tiga macam analisis angka pengganda yang kerap ditemui pada literatur (misalkan Miller & Blair, 1985; Nazara, 1997) adalah angka pengganda *output*, angka pengganda pendapatan, dan angka pengganda tenaga kerja. Angka pengganda *output* menggambarkan besarnya perubahan total *output* dalam perekonomian akibat perubahan satu unit *final demand* di suatu sektor tertentu. *Output* pengganda sektor j menggambarkan besarnya perubahan total *output* dalam perekonomian akibat satu unit perubahan *final demand* di sektor j . Semakin besar angka pengganda *output* semakin penting peranan sektor tersebut dalam *output* perekonomian sehingga bisa disebut sektor unggulan. Angka pengganda *output* untuk sektor j diformulasikan sebagai $B = \sum_i b_{ij}$.

Angka pengganda pendapatan rumah tangga merupakan ukuran untuk mengetahui perubahan pendapatan langsung (upah dan gaji) akibat perubahan satu unit permintaan akhir di suatu sektor. Ukuran ini merupakan angka pengganda pendapatan rumah tangga yang standar, dan dirumuskan dengan $H = \bullet \prod_{i=1}^n a_{n+1,j} b_{ij}$. Jenis lain dari angka pengganda pendapatan adalah apa yang disebut dengan angka pengganda pendapatan rumah tangga tipe-I. Angka pengganda ini dirumuskan $Y_j = H_j / a_{n+1,j} b_{ij}$. Angka ini menunjukkan berapa kali lipat besarnya angka pengganda pendapatan dibandingkan proporsi pendapatan (dalam hal ini upah dan gaji) dalam total *input*. Selanjutnya, angka pengganda lapangan pekerjaan (*employment multiplier*) atau biasa disebut efek lapangan pekerjaan (*employment effect*) merupakan efek total dari perubahan lapangan pekerjaan di perekonomian

akibat adanya satu unit uang perubahan permintaan akhir di suatu sektor tertentu. Angka pengganda lapangan pekerjaan biasa (*simple employment multiplier*) untuk sektor j dirumuskan sebagai, dengan $w_i = X_j/L_j$ dan L_j menunjukkan besarnya jumlah tenaga kerja di sektor j .

DAMPAK INTEGRASI PARIWISATA ASEAN TERHADAP PEREKONOMIAN NASIONAL DAN DAERAH

Peranan Pariwisata dalam Perekonomian Nasional

Kinerja sektor pariwisata menunjukkan tren yang terus meningkat dari tahun 2000–2010. Pada tahun 2001 pariwisata menyumbang sekitar US\$ 5,4 miliar dalam PDB, dan Bali memberikan kontribusi sebesar 40%. Di samping itu, pertumbuhan investasi di sektor pariwisata turut mengalami kenaikan. Pada tahun 2004 sektor pariwisata menyumbang US\$ 534,29 juta investasi asing dan US\$ 312,625 juta untuk investasi dalam negeri (Kemenbudpar, 2004). Kontribusi

Tabel 7.2 Kontribusi Sektor Pariwisata (%) terhadap Perekonomian Nasional

Tahun	Kontribusi Sektor Pariwisata (%)				
	Output	PDB	Serapan TK	Upah/Gaji	Pajak tak Langsung
2000	9.27	9.38	8.11	9.87	8.29
2001	7.88	7.72	8.57	8.42	8.84
2002	6.15	6.14	8.48	6.41	7.77
2003	6.01	5.55	8.28	5.49	5.86
2004	5.43	5.01	9.06	4.66	7.81
2005	5.15	5.27	6.97	4.56	5.18
2006	4.62	4.30	4.65	4.44	4.12
2007	4.62	4.29	5.22	4.43	4.09
2008	5.06	4.70	6.84	4.97	4.32
2009	4.80	4.17	6.68	4.70	4.19
2010	4.73	4.06	6.87	4.63	4.16

Sumber: Nesparnas, 2001–2011, Kementerian Industri Kreatif dan Pariwisata

pariwisata lainnya dapat tercermin dalam Peraturan Presiden Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) yang menyodorkan fakta bahwa pada tahun 2002, pariwisata merupakan penyumbang devisa kedua terbesar setelah ekspor migas.

Selain kinerja dan kontribusi sektor pariwisata, secara lebih detail hasil analisis *input-output* dan neraca sistem pariwisata nasional menunjukkan berbagai dampak sektor pariwisata terhadap sektor-sektor dalam perekonomian lainnya, seperti produk domestik bruto (PDB), upah dan gaji, pajak, investasi, dan serapan tenaga kerja dari masing-masing sektor yang terkait dengan pariwisata, baik langsung maupun tidak langsung. Dampak terhadap PDB mencapai Rp261,4 triliun atau sebesar 4,06% terdiri atas belanja wisatawan Nusantara (1,93%), wisatawan mancanegara (0,94%), dan investasi pemerintah serta swasta (1,05%), promosi (0,09%), dan *pre-post trip* wisnus ke luar negeri (0,06%). Kenaikan PDB diikuti dengan perubahan upah-gaji, penerimaan pajak, dan penyerapan kesempatan kerja. Sebagaimana dampak PDB, pengeluaran wisnus memberi dampak terbesar terhadap upah dan gaji (2,2%), wisman (1,19%), dan sisanya investasi, promosi, dan *pre-post trip*. Pola yang sama juga terlihat dari sumbangsih pajak tak langsung sebagai akibat dari pariwisata sebesar Rp9,35 triliun (4,16% dari pajak tak langsung nasional), di mana kontributor terbesar adalah konsumsi wisnus (1,91%), diikuti wisman (1,06%), dan sisanya disumbang oleh kontributor lainnya.

Kontribusi sektor pariwisata terhadap *output* total, PDB, serapan tenaga kerja, dan pajak tak langsung dari tahun 2000–2010 terus mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh kenaikan *output* sektor pariwisata yang relatif kecil dibandingkan sektor lainnya, seperti manufaktur dan jasa sumbangsih sektoral yang terus menurun. Peranan pariwisata cukup nyata sebagai kontributor dalam pembangunan di Indonesia. Industri pariwisata memiliki daya serap tenaga kerja yang cukup tinggi. Demikian pula dengan pendapatan

yang dihasilkan sehingga meningkatkan kontribusinya bagi produk domestik bruto. Sebagai sebuah entitas jasa, sektor pariwisata yang meliputi jasa perhotelan, restoran, jasa transportasi (udara maupun laut), dan berbagai jasa lainnya lambat laun tumbuh seiring dengan perkembangan pariwisata internasional dan domestik.

Meskipun perekonomian Indonesia dari tahun 2000–2010 diwarnai oleh tingkat industrialisasi yang cukup tinggi, sektor pariwisata mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap distribusi *output*, permintaan akhir, dan nilai tambah bruto. Hasil analisis I-O tahun 2000, 2005, dan 2010 menunjukkan tren kenaikan *output*, permintaan akhir, dan nilai tambah bruto (Lihat Lampiran 2), meskipun sempat terjadi penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2005 yang kemudian meningkatkan kembali pada tahun 2010. Distribusi *output* sektor pariwisata pada tahun 2000 sebesar 3,54 yang kemudian turun menjadi sebesar 0,60 kemudian meningkat kembali sebesar 4,38 pada tahun 2010. Hal yang sama juga terjadi untuk permintaan akhir dan nilai tambah bruto sektor pariwisata. Penurunan pada tahun 2005 disebabkan akumulasi dari berbagai peristiwa yang terjadi, baik secara nasional maupun yang terjadi di daerah, di antaranya terjadinya Bom Bali tahun 2002 yang mengakibatkan pariwisata terkena dampak cukup parah serta kondisi sosial politik yang tidak stabil, seperti kerusuhan sosial, dinamika politik menjelang pemilu dan pemilukada. Di samping itu, sektor pariwisata memiliki keterkaitan ke belakang dan ke depan yang erat dengan dua

Tabel 7.3 Distribusi *Output*, Permintaan Akhir, dan Nilai Tambah Bruto Sektor Pariwisata dalam Tabel I-O Tahun 2000, 2005, 2010

Sektor	<i>Output</i>			Permintaan Akhir			Nilai tambah Bruto		
	2000	2005	2010	2000	2005	2010	2000	2005	2010
14. Pariwisata	3.54	0.60	4.38	4.82	0.76	4,38	2.76	0.66	2,93

Sumber: data diolah

sektor utama yang menjadi andalan manufaktur, yaitu sektor industri makanan, minuman, tembakau, dan industri lainnya.

Keterkaitan sektor pariwisata terhadap sektor lainnya terlihat dari dampak *output* yang diciptakan dalam perekonomian. Hasil analisis I-O tahun 2010 menunjukkan bahwa angka pengganda *output* sektor pariwisata sebesar 2,057 yang berarti bahwa peningkatan permintaan akhir di sektor pariwisata sebesar 1 unit uang (Rp1) akan meningkatkan tambahan *output* di perekonomian sebesar 2,057 unit uang (Rp2,057). Dampak keterkaitan ke belakang langsung dan tidak langsung dari sektor pariwisata terhadap sektor lainnya sangat terkait erat dengan konsumsi barang dan jasa yang dilakukan oleh wisnus dan wisman yang melakukan wisata di destinasi wisata Indonesia. Hal ini terlihat dari angka pengganda *output* yang besar dari sektor-sektor yang terkait dengan pariwisata, seperti industri makanan, minuman, dan tembakau (0,238), peternakan dan hasil-hasil lainnya (0,194), perdagangan (0,151), industri lainnya (0,085), dan tanaman bahan pangan lainnya (0,082) (lihat Lampiran 3). Oleh karena itu, pariwisata menjadi salah satu penggerak perekonomian melalui aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa dalam perekonomian.

Dampak Integrasi Pariwisata ASEAN terhadap Perekonomian Indonesia

Integrasi pariwisata ASEAN merupakan sebuah peluang dan potensi bagi Indonesia jika dapat disikapi dengan baik dan benar serta dipersiapkan segala perlengkapan dan atribut yang terkait lainnya. Akan tetapi, ATI juga bisa menjadi semacam ancaman bagi pariwisata Indonesia jika pariwisata nasional tidak siap menghadapinya. Manfaat dari ATI, sebagaimana diutarakan oleh Sekretariat ASEAN (2010), yaitu *pertama*, mampu menciptakan kompetisi yang akan menuju

Table 7.3 Dampak Pariwisata terhadap Perekonomian Nasional

No	Sektor	PDB		Upah/Gaji		Pajak		Investasi		Tenaga Kerja	
		(Miliar Rp.)	%	(000 Orang)	%						
1	Padi	2.572,0	1,0	444,5	0,5	37,8	0,4	59,2	0,0	497,0	6,6
2	Tanaman bahan makanan lainnya	7.405,3	2,8	1.265,5	1,5	92,1	1,0	123,4	0,1	1.070,0	14,2
3	Tanaman pertanian lainnya	2.776,9	1,1	953,0	1,1	50,6	0,5	532,4	0,3	303,0	4,0
4	Peternakan dan hasil-hasilnya	7.475,6	2,9	2.652,1	3,1	162,2	1,7	292,5	0,2	178,0	2,4
5	Kehutanan	2.470,4	0,9	521,3	0,6	105,6	1,1	1.941,4	1,2	57,0	0,8
6	Perikanan	3.545,1	1,4	692,8	0,8	43,0	0,5	50,9	0,0	87,0	1,2
7	Pertambangan dan penggalian	12.737,2	4,9	2.909,9	3,4	559,6	6,0	7.466,8	4,7	156,0	2,1
8	Industri makanan, minuman, dan tembakau	9.158,0	3,5	2.397,3	2,8	1.182,2	12,6	413,4	0,3	118,0	1,6
9	Industri lainnya	43.477,1	16,7	13.833,3	16,2	1.712,3	18,2	55.811,9	35,4	1.113,0	14,8
10	Pengilangan minyak bumi	15.436,5	5,9	3.978,4	4,7	141,5	1,5	4.730,2	3,0	10,0	0,1
11	Listrik, gas, dan air bersih	1.599,7	0,6	1.097,1	1,3	189,8	2,0	1.083,3	0,7	12,0	0,2
12	Bangunan	24.587,1	9,4	9.138,0	10,7	889,6	9,5	64.352,2	40,8	523,0	7,0
13	Perdagangan	15.647,7	6,0	4.438,4	5,2	578,4	6,2	8.249,9	5,2	795,0	10,6
14	Pariwisata	44.423,2	17,0	15.668,0	18,3	1.994,5	21,2	889,3	0,6	820,0	10,9
15	Pengangkutan dan komunikasi	41.205,9	15,8	16.856,1	19,7	1.001,1	10,7	4.113,0	2,6	1.195,0	15,9
16	Lembaga keuangan, usaha bangunan, dan jasa perusahaan	14.830,8	5,7	3.361,9	3,9	302,2	3,2	5.547,1	3,5	93,0	1,2
17	Pemerintahan umum dan pertahanan	645,6	0,2	568,9	0,7	0,0	0,0	98,9	0,1	17,0	0,2
18	Jasa-jasa	11.041,3	4,2	4.707,3	5,5	354,9	3,8	1.768,9	1,1	466,0	6,2
19	Kegiatan yang tidak jelas batasannya	17,4	0,0	4,4	0,0	0,5	0,0	10,7	0,0	9,0	0,1
	Total	261.052,8	100,0	85.488,2	100,0	9.397,9	100,0	157.535,4	100,0	7.519,0	100,0

Sumber: Nesparnas 2011, data diolah

pada peningkatan kinerja dan efisiensi terhadap pelayanan jasa; *kedua*, menciptakan perekonomian modern berlandaskan pertumbuhan dan berfungsinya kerangka efisiensi pelayanan jasa serta mampu memfasilitasi pertumbuhan sektor lainnya dalam perekonomian. Di samping itu, diperkirakan sektor jasa akan memberikan kontribusi kurang lebih 40–50% dari PDB di anggota negara ASEAN. Selain bermanfaat bagi nasional, ATI juga akan memberikan manfaat bagi perekonomian daerah. Seiring dengan percepatan liberalisasi di ASEAN, jasa layanan daerah akan mendapatkan keuntungan dari akses pasar sebagaimana keuntungan dari inovasi dan peningkatan produksi dari keterbukaan sektor tersebut. Lebih lanjut, ekspor jasa layanan diperkirakan akan tumbuh pesat seiring dengan sukses dari ekspor barang.

Hasil penelitian Ochiai (2006) menunjukkan bahwa komitmen liberalisasi, baik akses pasar maupun perlakuan nasional atas empat sektor prioritas jasa, kecuali e-ASEAN, di ASEAN masih sangat rendah, kurang dari 10% dari total subsektor yang ada. Kesiapan industri domestik di empat sektor jasa prioritas untuk bersaing merupakan penyebab utama rendahnya tingkat komitmen tersebut. Selain itu, hambatan dalam perdagangan jasa tidak mudah untuk diidentifikasi dan dikuantifikasi, sebagaimana dilakukan di perdagangan barang sehingga tidak mudah melakukan analisis *cost and benefit* atas dibukanya suatu sektor jasa yang sangat dibutuhkan dalam pembuatan kebijakan liberalisasi jasa. Sebagai contoh, berbagai peraturan dan undang-undang, yang bersifat tidak diskriminatif terhadap perusahaan asing, dapat dikategorikan sebagai hambatan perdagangan jasa apabila peraturan tersebut menghambat lalu lintas tenaga kerja atau pendirian kantor cabang perusahaan jasa. Keharusan untuk menghilangkan hambatan tersebut dalam perundingan liberalisasi jasa akan berdampak pada keseluruhan kebijakan domestik di sektor jasa tersebut. Sebagai gambaran, pengukuran tingkat liberalisasi

perdagangan jasa telah dilakukan dengan metode indeksisasi tingkat hambatan perdagangan jasa dan kelemahannya.

ASEAN Secretary (2010) mengutarakan skala prioritas integrasi ekonomi di bidang pariwisata di ASEAN dilakukan dengan fasilitasi mobilitas tenaga kerja pariwisata dengan *mutual recognition agreement* (MRA), *ASEAN common competency standards for tourism professionals* (ACCSTP), dan penyusunan *ASEAN tourism curriculum*. Di samping itu, *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011–2015* menjadi suatu pedoman atau *road map* dalam melangkah menuju integrasi sektor pariwisata. Salah satu upaya dalam menghadapi tantangan dan peluang ATI adalah peningkatan kapasitas dan kapabilitas SDM di sektor pariwisata Indonesia. Thailand dan Singapura adalah salah satu negara di ASEAN yang tidak menghendaki dilakukannya integrasi pariwisata ASEAN dalam jangka pendek. Hal ini terkait dengan berbagai kesiapan, baik itu perangkat lunak seperti sumber daya, manajemen pariwisata, promosi, investasi sumber daya, IT, dan *e-commerce* maupun perangkat keras, seperti infrastruktur dan investasi pariwisata.

Penerapan standardisasi dan kompetensi dalam kebudayaan, pariwisata, dan seni yang dikeluarkan oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif yang meliputi 26 jenis harus diimplementasikan segera. Standardisasi dan kompetensi tersebut, di antaranya biro perjalanan pariwisata, hotel dan restoran, *solus per aqua* (SPA), juru masak kapal, kecantikan kulit, *tour leader*, kepemanduan wisata selam, kepemanduan wisata, kepemanduan museum, kepemanduan ekowisata, kepemanduan arung jeram, *meeting-incentive-convention & exhibition*, kepemanduan wisata taman satwa, kepemanduan wisata agro, jasa boga, pemandu wisata gunung, kepemanduan wisata panjat tebing, sensor film, perlindungan cagar budaya, jasa impresariat, jasa konsultasi perencanaan destinasi pariwisata, kepemanduan wisata olahraga air, taman rekreasi,

jasa konsultasi perencanaan pemasaran pariwisata, dan kepeemanduan *outbound/fasilitator experiential learning*.

Tantangan terbesar yang dapat menjadi ancaman dalam menyikapi liberalisasi pariwisata, khususnya ATI adalah berbagai kebijakan, rencana aksi, kegiatan pariwisata yang masih belum jelas. Hal ini dapat menjadi distorsi dalam sektor pariwisata sendiri, di antaranya:

- 1) Ketidakjelasan sikap pemerintah dalam menanggapi liberalisasi perdagangan jasa pariwisata; perdebatan keuntungan dan kerugian.
- 2) Ketidaksiapan dalam menghadapi liberalisasi mengakibatkan tidak terjadinya kompetisi, inovasi, kreativitas, dan profesionalisme di sektor pariwisata.
- 3) Standardisasi dan kompetensi yang tidak berjalan di sektor pariwisata nasional, di antaranya terkait dengan 26 jenis standardisasi yang telah ditetapkan.
- 4) Kurangnya signifikansi transaksi bisnis pariwisata dalam postur ekonomi nasional.

Untuk mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya dari liberalisasi pariwisata maka peran pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat harus bisa bersama-sama menjawab dan menyelesaikan berbagai permasalahan di atas. Tentunya pemerintah sebagai regulator sekaligus operator pariwisata dituntut agar lebih kreatif, efisien, dan efektif dalam menerapkan kebijakan dan mengalokasikan pendanaan dalam pariwisata. Dalam hal ini tidak hanya promosi yang menjadi tujuan utama, tetapi juga bagaimana menciptakan infrastruktur pariwisata dan investasi SDM. Perlu adanya kerja sama lintas sektoral atau interdepartemen dengan payung Instruksi Presiden Nomor 16 Tahun 2005 dengan melakukan konsolidasi dan menyusun tahapan-tahapan kebijakan dan program dalam rangka mengantisipasi dan memperoleh manfaat sebesar-besarnya bagi kesejahteraan rakyat

serta harus mampu menangkal dampak yang merugikan perekonomian nasional.

Pelaku industri pariwisata nasional harus mampu bersaing dengan pelaku industri pariwisata internasional dengan cara meningkatkan kualitas dan kuantitas jasa pariwisata. Peran masyarakat juga tidak kalah penting, karena pariwisata tidak terlepas dari lingkungan masyarakat yang berada di daerah tujuan wisata tersebut. Sikap dan perilaku masyarakat akan menentukan keberhasilan sektor pariwisata, di antaranya dengan memberikan pelayanan yang baik, ramah tamah, dan menunjukkan sikap bahwa Indonesia merupakan bangsa yang memiliki etos kerja tinggi, tenggang rasa, tepa-selira, dan jauh dari terorisme dan anarkistis.

PENUTUP

Liberalisasi pariwisata dan integrasi pariwisata ASEAN tinggal selangkah lagi. Indonesia yang menggantungkan harapan pada kinerja sektor pariwisata kembali harus berhitung secara cermat dalam memasuki arena kompetisi sengit dengan negara lain. Terbukanya akses informasi, berkurangnya hambatan-hambatan yang diikuti pula oleh berkurangnya intervensi pemerintah serta semakin luasnya cakupan liberalisasi menyebabkan kita harus mampu mempertahankan diri dalam kancah persaingan dunia, utamanya terkait faktor eksistensi dan kontribusi pariwisata itu sendiri. Liberalisasi pariwisata yang terjadi akan berdampak terhadap seluruh aspek perekonomian, baik perdagangan, restoran, maupun jasa lainnya. Oleh karena itu, untuk meraih keuntungan yang optimal diperlukan integrasi dan harmonisasi kebijakan di seluruh sektor, seperti jasa keuangan, logistik, transportasi, perpajakan, dan infrastruktur.

Kinerja dan keterkaitan sektor pariwisata yang tinggi terhadap perekonomian dan sektor lainnya merupakan peluang dan potensi

bagi pengembangan dan pembangunan perekonomian ke depan berbasis pariwisata atau pariwisata sebagai salah satu penggerak perekonomian. Keterkaitan sektor pariwisata terhadap sektor lainnya terlihat dari dampak *output* yang diciptakan dalam perekonomian. Hasil analisis I-O tahun 2010 menunjukkan bahwa angka penganda *output* sektor pariwisata sebesar 2,057. Dampak keterkaitan ke belakang, baik langsung maupun tidak langsung dari sektor pariwisata terhadap sektor lainnya sangat terkait erat dengan konsumsi barang dan jasa yang dilakukan oleh wisnus dan wisman yang melakukan wisata di destinasi wisata Indonesia.

Hampir semua negara anggota ASEAN memiliki komitmen liberalisasi yang rendah pada sektor jasa pariwisata. Walaupun negara ASEAN dinilai memiliki keunggulan komparatif yang tinggi di sektor ini, rendahnya komitmen liberalisasi menunjukkan kurangnya kesadaran negara-negara anggota untuk menggali berbagai potensi pariwisata yang unik di negaranya. Hal ini menjadi peluang tersendiri bagi Indonesia untuk memanfaatkannya ke depan. Kesiapan harus dilakukan dan segera diterapkan, di antaranya berbagai sertifikasi dan kompetensi yang menjadi salah satu kualifikasi dalam liberalisasi sektor jasa pariwisata untuk dilakukan penyatuan di dalam kerangka ASEAN, salah satunya melalui *mutual recognition arrangement* (MRA). Optimalisasi pemanfaatan integrasi pariwisata dapat dilakukan dengan terlebih dahulu melakukan integrasi pemasaran dan pengembangan destinasi unggulan ASEAN terpadu. Selain itu, berbagai proyek dan investasi bersama di bidang supra dan infrastruktur pariwisata dapat dilakukan dengan pembiayaan swasta, ASEAN, ataupun pinjaman dari pihak terkait.

Ke depan, untuk dapat menangkap peluang manfaat dari integrasi pariwisata maka peran pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat harus bisa bersama-sama menjawab dan menyelesaikan berbagai permasalahan terkait pariwisata. Peran pemerintah sangat

vital dalam pembangunan pariwisata, tentunya harus didukung oleh pelaku industri pariwisata dan masyarakat. Pemerintah dituntut agar lebih kreatif, efisien, dan efektif dalam menerapkan kebijakan dan mengalokasikan pendanaan dalam pariwisata karena tidak hanya promosi yang menjadi tujuan utama, tetapi juga bagaimana menciptakan infrastruktur pariwisata dan investasi SDM. Kerja sama lintas sektoral atau interdepartemen menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam membangun pariwisata nasional. Di samping itu, pelaku industri pariwisata harus mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas jasa pariwisata. Pemerintah, pelaku industri pariwisata, bersama-sama dengan masyarakat menciptakan iklim yang kondusif bagi dunia pariwisata dengan cara memberikan pelayanan yang baik, ramah tamah, menunjukkan sikap bahwa Indonesia merupakan bangsa yang hijau, memiliki etos kerja tinggi, kaya budaya dan sumber daya alam, tenggang rasa, tepa-selira, dan jauh dari terorisme dan perbuatan anarkistis.

DAFTAR PUSTAKA

- Antariksa, B. (2011). *Akselerasi Aktivitas Kepariwisata di DKI Jakarta melalui Peran Aktif Pemuda*. Makalah disampaikan pada kegiatan Pembinaan Sadar Wisata bagi Organisasi Kepemudaan di DKI Jakarta, Dinas Pariwisata Provinsi DKI Jakarta tanggal 20–21 Desember 2011.
- _____. (2012). *Filosofi dan Sejarah Perkembangan Liberalisasi Perdagangan Jasa Pariwisata: Peluang dan tantangan bagi Indonesia*. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 7 (1).
- ASEAN Secretary. (2009). *ASEAN Integration in Services*. Jakarta: ASEAN Secretary.
- _____. (2010). *ASEAN Economic Community Scorecard*. Jakarta: ASEAN Secretary.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2010). *Statistik Hotel dan Akomodasi Lainnya di Indonesia 2010*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- _____. (2011). *Statistik Indonesia 2011*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.

- Bappenas. (2009). *Dampak Pariwisata terhadap Perekonomian Nasional*. <http://kppo.bappenas.go.id/files/Dampak%20Pariwisata%20Terhadap%20Perekonomian%20Nasional.pdf>.
- Chaves, R. (1999). *Globalization and tourism: Deadly mix for indigenous peoples*. Third World Network. <http://www.twinside.org.sg>.
- Park, D., Park, I, & Estrada, G.E.B. (2008). *Is the ASEAN-Korea Free Trade Area (AKFTA) an Optimal Free Trade Area?* Working Paper Series on Regional Economic Integration. Asian Development Bank.
- Kartadjomena. (1996). *GATT dan WTO, Sistem Forum dan Lembaga Internasional di Bidang Perdagangan*. Jakarta: UI-Press.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (TT). *Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011–2025 (MP3EI)*
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2004). *Data Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Tahun 2004*. www.budpar.go.id/statistik.html/catid/231204/, diakses 22 Januari 2009.
- _____. (2011a). *Neraca Satelit Pariwisata Indonesia: Buku1*. Jakarta: Kemparekraf.
- _____. (2011b). *Neraca Satelit Pariwisata Indonesia: Buku2*. Jakarta: Kemparekraf.
- Naisbitt, J. & Aburdene, P. (1990). *Megatrends 2000*. Alih bahasa oleh F.X. Budijanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Noypayak, Walailak. (2001). “Thailand: Experiences in Trade Negotiations in the Tourism Sector.” *The World Trade Organization’s Tourism Symposium*. Geneva, 22–23 February 2001.
- Pitana, I. G. & Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 50 Tahun 2011 tentang *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010–2025*.
- Putra, I.B.W. (2003). *Hukum Bisnis Pariwisata*. Bandung: Refika Aditama.
- Ryan, C. (1991). *Recreational Tourism: A Social Science Perspective*. London & New York: Routledge.
- Ryo, O. (2006). *An Investigation into the Measures Affecting the Integration of ASEAN’s Priority Sectors (Phase 2): Overview: Impediments to Trade in the Priority Services Sectors*. REPSF Project 06/001a, December 2006.

- Santoso, S.P. (2004). *Pengembangan Pariwisata Indonesia*. <http://www.budpar.go.id/page.php?id=146&ic=851>, diakses 7 Juni 2009.
- Sugiyarto, G., Blake, A., & Sinclair, M.T. (2007). *Economic Impact of Tourism and Globalization in Indonesia*. Working paper at *Tourism and TRAVEL* Research Institute, Nottingham University.
- Sulaeman. (2007). ASEAN Economic Community sebagai Peluang Kepariwisata Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 2 (2) Juni 2007.
- Republik Indonesia. (2009). UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisata*.
- Rosecrance, Richard. (1991). *The Rise of Trading States*. Terjemahan Budiono Kusumohamidjojo. *Kebangkitan negara dagang*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Teguh, F. (2007). Politik Kepariwisata Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*.
- Viner, J. (1950). *The Customs Union Issue*. London: Stevens.
- Putra, I.B.W. dkk. (2003). *Hukum Bisnis Pariwisata*. Bandung: Refika Aditama.
- WTO. (2010). *ASEAN Integration and Its Impact on Tourism*. A Technical Paper Prepared for the UNWTO Member States belonging to ASEAN.
- World Economic Forum. (2012). *The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2012: Fostering Prosperity and Regional Integration Through Travel and Tourism*. Geneva: World Economic Forum.

Lampiran 1. Agregasi Sektor-sektor dalam Analisis *Input-Output* 19 Sektor

Sektor	Subsektor
1. Padi	Padi
2. Tanaman bahan makanan lainnya	Tanaman kacang-kacangan, jagung, umbi-umbian, sayur-sayuran dan buah-buahan, tanaman bahan makanan lainnya, sayur-sayuran dan buah-buahan, tanaman bahan pangan lainnya.
3. Tanaman pertanian lainnya	Karet, tebu, kelapa, kelapa sawit, tembakau, kopi, teh, cengkih, hasil tanaman berserat, dan tanaman perkebunan lainnya.
4. Peternakan dan hasil-hasilnya	Peternakan, pemotongan hewan, unggas, dan lain-lainnya.
5. Kehutanan	Kayu dan hasil hutan lainnya.
6. Perikanan	Hasil perikanan, baik tangkap maupun budi daya
7. Pertambangan dan Penggalian	Penambangan batu bara dan bijih logam, penambangan minyak, gas, dan panas bumi, penambangan dan penggalian lainnya.
8. Industri makanan, minuman, dan tembakau	Industri pengolahan dan pengawetan makanan, industri lemak dan minyak, industri penggilingan padi, industri tepung dan sejenisnya, industri gula, industri makanan lainnya, industri minuman, dan industri rokok.
9. Industri lainnya	Industri pemintalan, industri tekstil-pakaian-kulit, industri bambu-kayu-rotan, industri kertas-barang dari kertas dan rotan, industri pupuk dan pestisida, industri kimia, industri barang karet dan plastik, industri barang-barang dari mineral bukan logam, industri semen, industri dasar besi dan baja, industri logam dasar bukan baja dan besi, industri dari barang logam, industri alat pengangkutan dan perbaikan, industri barang lain yang belum digolongkan di mana pun.
10. Pengilangan minyak bumi	Proses pengilangan minyak bumi.
11. Listrik, gas, dan air bersih	Listrik, gas, dan air bersih.
12. Bangunan	Bangunan.
13. Perdagangan	Perdagangan.
14. Pariwisata	Hotel dan restoran.
15. Pengangkutan dan komunikasi	Angkutan kereta api, angkutan darat, angkutan air, jasa penunjang angkutan, dan komunikasi

Sektor	Subsektor
16. Lembaga Keuangan	Lembaga keuangan, usaha bangunan, <i>real estate</i> , dan jasa perusahaan.
17. Pemerintahan umum dan pertahanan	Aktivitas kegiatan pemerintah dalam bidang umum dan pertahanan.
18. Jasa-jasa	Jasa sosial kemasyarakatan dan jasa lainnya.
19. Kegiatan yang tidak jelas batasannya	Kegiatan-kegiatan formal ekonomi yang tidak termasuk di dalam 18 sektor di atas.

Sumber: Tabel I-O, diolah

Lampiran 2. Distribusi Struktur *Output*, Permintaan Akhir, dan Nilai Tambah Bruto Tabel I-O Tahun 2000, 2005, dan 2010 (dalam Persen)

Sektor	<i>Output</i>			Permintaan Akhir			Nilai Tambah Bruto		
	2000	2005	2010	2000	2005	2010	2000	2005	2010
1. Padi	2,10	1,49	1,61	0,08	0,05	0,05	3,32	2,16	2,44
2. Tanaman bahan makanan lainnya	2,56	2,49	2,87	3,20	2,75	3,09	4,39	4,17	4,90
3. Tanaman pertanian lainnya	1,82	1,69	1,94	0,56	0,51	0,49	2,56	2,35	2,52
4. Peternakan dan hasil-hasilnya	2,71	1,89	2,04	2,58	1,54	1,99	2,42	2,08	2,54
5. Kehutanan	0,74	0,48	0,51	0,19	0,14	0,13	1,12	0,78	0,81
6. Perikanan	1,44	1,28	1,25	1,70	1,38	1,68	2,07	2,07	2,61
7. Pertambangan dan penggalian	7,29	6,81	6,71	4,80	5,73	4,81	11,71	11,02	11,06
8. Industri makanan, minuman, dan tembakau	11,20	8,95	9,29	13,28	10,08	11,56	11,71	6,13	6,52
9. Industri lainnya	23,67	23,68	22,56	24,68	21,99	22,17	15,30	16,25	16,07
10. Pengilangan minyak bumi	4,09	4,10	4,10	4,76	2,99	3,55	3,79	4,72	4,58
11. Listrik, gas, dan air bersih	1,13	1,56	3,88	0,52	0,80	0,59	0,59	0,94	0,89
12. Bangunan	8,43	10,17	1,18	12,58	15,36	17,31	5,34	7,19	8,69
13. Perdagangan	11,12	12,33	9,49	7,35	13,19	8,69	13,00	14,45	10,27
15. Pengangkutan dan komunikasi	5,60	9,29	6,27	4,88	7,88	5,81	4,54	9,74	6,47

Sektor	Output			Permintaan Akhir			Nilai Tambah Bruto		
	2000	2005	2010	2000	2005	2010	2000	2005	2010
17. Pemerintahan umum dan pertahanan	2.57	1.10	2,61	4.07	1.82	4,01	3.11	1.21	3,04
18. Jasa-jasa	3.95	5.68	5,90	5.94	6.42	6,97	4.21	5.83	6,22
19. Kegiatan yang tidak jelas batasannya	0.04	0.04	0,04	-0.03	-0.03	0,04	0.03	0.04	0,04

Sumber: Tabel *Input-Output* Klasifikasi 19 Sektor Tahun 2000,2005, dan 2010 data diolah

Lampiran 3. Dampak Pengganda *Output* Sektor Jasa Pariwisata Tabel I-O Tahun 2010

No.	Sektor	Pengganda <i>Output</i>
8	Industri makanan, minuman, dan tembakau	0,238
4	Peternakan dan hasil-hasilnya	0,194
13	Perdagangan	0,151
9	Industri lainnya	0,085
2	Tanaman bahan makanan lainnya	0,082
15	Pengangkutan dan komunikasi	0,055
16	Lembaga keuangan, usaha bangunan, dan jasa perusahaan	0,050
1	Padi	0,040
6	Perikanan	0,039
3	Tanaman pertanian lainnya	0,035
10	Pengilangan minyak bumi	0,024
7	Pertambangan dan penggalian	0,022
18	Jasa-jasa	0,016
11	Listrik, gas, dan air bersih	0,009
12	Bangunan	0,009
17	Pemerintahan umum dan pertahanan	0,002
5	Kehutanan	0,001
19	Kegiatan yang tidak jelas batasannya	0,000

Sumber: Tabel I-O, diolah

BAB VIII
EPILOG:
PERSIAPAN SEKTOR PARIWISATA
INDONESIA DALAM MENGHADAPI ASEAN
TOURISM INTEGRATION

 Agus Syarip Hidayat

Pariwisata di ASEAN berkembang lebih cepat dengan adanya kerja sama dalam kerangka AEC karena pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi prioritas dalam proses integrasi ekonomi di ASEAN. Sebelum dituangkan dalam AEC, kerangka kerja sama bidang pariwisata ASEAN sudah dituangkan dalam sebuah perjanjian ASEAN *Tourism Agreement* (ATA) yang ditandatangani di Phnom Penh, Kamboja, pada tanggal 4 November 2002. Diharapkan dengan terciptanya AEC tahun 2015, pariwisata ASEAN bisa memberikan kontribusi yang lebih besar kepada masing-masing negara ASEAN dan bisa membangun pariwisata ASEAN sebagai suatu *brand-image* tersendiri di dunia internasional.

Liberalisasi sektor pariwisata di tingkat ASEAN telah memacu persaingan yang semakin ketat di antara negara-negara ASEAN untuk meningkatkan daya saing sektor pariwisatanya. Kecepatan dan ketepatan dalam membuat kebijakan dan peraturan yang mampu menumbuhkan iklim bisnis dan iklim wisata yang kondusif adalah salah satu kunci untuk meningkatkan kinerja sektor pariwisata nasional. Dalam konteks pengembangan sektor pariwisata di dalam negeri, respons cepat pemerintah sangat dibutuhkan untuk pengembangan empat

dimensi pembangunan kepariwisataan sebagaimana tertuang dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yaitu dimensi industri, destinasi, pemasaran, dan kelembagaan. Sementara itu, dalam konteks internasional, respons cepat dan perbaikan kerangka kebijakan dan regulasi sangat penting karena menjadi salah satu pilar dalam penilaian daya saing pariwisata di tingkat global.

Sejauh ini, pemerintah cukup responsif dalam mempersiapkan liberalisasi sektor pariwisata ASEAN dengan mengeluarkan serangkaian kebijakan dan peraturan di bidang kepariwisataan dalam dimensi industri, destinasi, pemasaran, dan kelembagaan. Pada konteks geografis, pemerintah juga memperhatikan keterwakilan pengembangan pariwisata skala besar di wilayah barat, tengah, dan timur. Beberapa kebijakan tersebut di antaranya UU Nomor 32 Tahun 2011 tentang MP3EI yang mendorong pengembangan pariwisata Bali dan Nusa Tenggara Barat (NTB). Selain itu, pemerintah juga mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 26 Tahun 2012 tentang Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata Tanjung Lesung.

Respons pemerintah melalui berbagai kebijakan dan regulasi tersebut diharapkan bisa berkontribusi positif terhadap posisi daya saing pariwisata Indonesia yang saat ini masih tertinggal dari beberapa negara ASEAN. Berdasarkan laporan WEF dalam *Travel & Tourism Competitiveness Report 2012* diketahui bahwa pada tahun 2011 daya saing pariwisata Indonesia berada di peringkat 74 dari 139 negara. Posisi peringkat daya saing pariwisata Indonesia pada tahun 2011 ini jauh lebih baik daripada peringkat dua tahun sebelumnya yang berada di urutan 81. Sementara itu, dalam konteks perbandingan dengan negara-negara ASEAN, posisi Indonesia yang berada di papan tengah ini lebih unggul dari Filipina, Kamboja, Laos, Myanmar, dan Vietnam. Namun, pada tahun 2011 peringkat daya saing beberapa negara ASEAN lebih unggul dari Indonesia, seperti Singapura (10), Malaysia (35), dan Thailand (41).

Kebijakan dan peraturan kepariwisataan yang dibuat pemerintah sudah cukup kondusif untuk merangsang masuknya investasi ke sektor swasta. Penanaman modal di sektor pariwisata menunjukkan tren yang menggembirakan. Pada tahun 2009, jumlah investasi swasta termasuk BUMN dan BUMD di sektor pariwisata yang masuk ke sektor pariwisata sebesar Rp76,26 triliun. Nilai investasi swasta ini meningkat hingga mencapai Rp87,58 triliun, atau setara dengan 99,78% dari total investasi di sektor pariwisata (Neraca Satelit Pariwisata Nasional/Nesparnas, 2011). Nilai investasi terbesar masuk ke bidang hotel, akomodasi dan bangunan, alat angkutan, infrastruktur (jalan, jembatan, dan pelabuhan), bangunan rekreasi, hiburan, seni dan budaya. Begitu juga pembangunan beberapa destinasi wisata, seperti di Bali dan NTB, cukup memberikan hasil yang memuaskan. Kunjungan wisatawan mancanegara pun menunjukkan tren peningkatan.

Satu hal yang tampaknya masih perlu dibenahi adalah masalah koordinasi dan sinergi kebijakan lintas sektor. Koordinasi kebijakan dalam pembangunan kepariwisataan menjadi sangat urgen dilakukan mengingat sebagian permasalahan yang dihadapi oleh sektor pariwisata ternyata sangat bergantung pada pengembangan di sektor dan bidang lain. Isu tentang rendahnya aksesibilitas ke destinasi-destinasi sekunder sangat terkait dengan pembangunan infrastruktur. Sementara itu, isu stagnasi produk hampir di semua daerah tujuan wisata di Indonesia berhubungan dengan masih lemahnya kemampuan industri pariwisata dan industri pendukungnya (termasuk UMKM) dalam memasok produk inovatif di tempat-tempat wisata. Terlebih bidang usaha pendukung pariwisata yang berskala UMKM sering kali lambat untuk berkembang dan menciptakan produk yang inovatif karena di satu sisi kurang mendapat sentuhan yang tepat dari kebijakan pemerintah, sedangkan di sisi lain juga kurang dilirik oleh sektor swasta skala besar, termasuk perbankan untuk urusan permodalan.

Dalam hal persiapan pengembangan infrastruktur pariwisata, baik secara nasional maupun pada tingkat ASEAN dalam komitmen AEC umumnya dan khususnya dalam mendukung pelaksanaan ASEAN *Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2015 masih jauh dari yang diharapkan.

Pembenahan SDM pariwisata menjadi tantangan krusial yang perlu diperhatikan oleh para pemangku kepentingan. Liberalisasi sektor pariwisata ASEAN di satu sisi merupakan peluang, namun di sisi lain juga bisa berubah menjadi ancaman. Ancaman ini timbul karena hingga saat ini sebagian tenaga kerja sektor pariwisata di Indonesia belum memiliki sertifikasi profesi sebagaimana disyaratkan dalam *mutual recognition arrangement* (MRA). Tanpa sertifikasi maka akan sulit untuk berkompetisi dengan tenaga kerja dari negara ASEAN lainnya, bukan hanya di negara ASEAN lain, melainkan juga di Indonesia sendiri.

Saat ini penerapan MRA belum sepenuhnya terimplementasikan. Masing-masing negara berusaha untuk melindungi tenaga kerjanya dari persaingan dalam lingkup ASEAN. Kerangka kerja sama dalam mobilisasi tenaga profesional di bidang pariwisata ASEAN dalam kerangka MRA belum bisa diimplementasikan sepenuhnya karena berbagai kompleksitas yang ada dalam lingkup kelembagaan di masing-masing negara (baik lembaga pemerintah maupun swasta), seperti masalah standardisasi kurikulum pelatihan, sertifikasi, ataupun upaya perlindungan tenaga kerja dalam negeri (khususnya yang tidak terampil, *unskilled workers*).

Walaupun masih dihadapkan pada berbagai kendala, sektor pariwisata telah memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian daerah dan nasional. Sektor pariwisata mempunyai keterkaitan langsung yang luas, baik dalam bentuk keterkaitan ke belakang maupun keterkaitan ke depan dengan sektor ekonomi lain. Keterkaitan sektor pariwisata terhadap sektor lainnya terlihat dari dampak *output* yang

diciptakan dalam perekonomian. Hasil analisis I-O tahun 2010 menunjukkan bahwa angka pengganda *output* sektor pariwisata sebesar 2,057. Dampak keterkaitan ke belakang, baik langsung maupun tidak langsung dari sektor pariwisata terhadap sektor lainnya sangat terkait erat dengan konsumsi barang dan jasa yang dilakukan oleh wisnus dan wisman yang melakukan wisata di destinasi wisata Indonesia. Dampak ATI terhadap PDB selama lima tahun adalah kenaikan *output* sebesar Rp104.421,2 miliar, upah sebesar Rp34,831 miliar, tenaga kerja sebanyak 43 juta, dan investasi sebesar Rp63 triliun. Sektor pariwisata memperoleh dampak positif yang paling besar dibandingkan sektor lainnya, khususnya dalam *multiplier* investasi, yang sebagian besar dialokasikan untuk pembangunan hotel dan objek wisata baru.

Mencermati kondisi pariwisata nasional saat ini beserta berbagai masalah dan kendala yang dihadapinya, beberapa rekomendasi dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

Promosi untuk membangun ASEAN sebagai *brand-image* di pasar pariwisata internasional harus dilakukan secara bersama dan terintegrasi. Promosi *brand-image* ini akan mengurangi hambatan-hambatan yang ada di ASEAN sehingga integrasi industri pariwisata bisa berjalan dengan baik dan memberikan dampak ekonomi yang besar kepada masing-masing negara. Dengan berbagai kendala yang ada, upaya perwujudan MRA harus tetap diupayakan melalui koordinasi yang lebih baik untuk perwujudan standar kompetensi bersama ASEAN.

Dalam konteks pengembangan dimensi industri pariwisata domestik, investasi perlu diintensifkan bukan hanya pada pembangunan destinasi wisatanya saja, melainkan juga investasi di bidang usaha pendukung jasa pariwisata, khususnya yang berada di skala UMKM.

Salah satu kendala masih minimnya investasi UMKM di bidang usaha pendukung jasa pariwisata adalah terbatasnya akses permodalan

untuk investasi baru dan atau perluasan usaha. Beberapa hal mendasar yang bisa menjembatani dalam mengatasi masalah permodalan UMKM bidang jasa pendukung pariwisata di antaranya: (1) Kebijakan kredit lunak dengan bunga terjangkau dan sistem pengembalian yang fleksibel. Bagi UMKM bidang jasa pendukung pariwisata, fleksibilitas waktu pengembalian dan besarnya pembayaran cicilan sangat penting mengingat fluktuasi bisnisnya bersifat musiman. Bagi bank yang mempunyai divisi khusus penyaluran kredit UMKM bisa mencoba melakukan terobosan dengan sistem pemberian kredit satu paket yang terintegrasi dengan pendampingan serta promosi usaha. Kegiatan pendampingan tidak selalu harus dilakukan oleh bank, tetapi bisa bekerja sama dengan pihak ketiga; (2) Menyederhanakan proses pengajuan kredit dengan tetap memperhatikan kebijakan kehati-hatian bank (*prudent policy*). Penyederhanaan kredit ini bisa meniru pola sebagaimana yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan *leasing* kendaraan bermotor; (3) Mengintensifkan sosialisasi program KUR kepada para pengusaha UMKM bidang jasa yang belum *bankable*. Selama ini para pengusaha UMKM bidang jasa pariwisata lebih familiar dengan dinas pariwisata, dinas perindustrian, dan dinas tenaga kerja daripada dengan bank. Koordinasi dan penyebaran informasi kepada instansi-instansi tersebut akan memudahkan para pengusaha UMKM bidang jasa dalam mendapatkan informasi seputar KUR.

Sementara itu, dalam pengembangan dimensi destinasi, perlu kiranya bagi pemerintah membangun lokus pengembangan sektor pariwisata dengan memperhatikan cakupan letak geografis. Perencanaan pembangunan dengan menempatkan lokus pembangunan sektor pariwisata di Bali dan NTB sudah tepat karena dua provinsi ini mempunyai destinasi wisata berkelas internasional. Namun, potensi pariwisata Indonesia tidak hanya tersebar di dua provinsi tersebut, terdapat banyak destinasi wisata berkelas yang tersebar di Pulau Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, hingga Papua.

Untuk menarik wisatawan mancanegara pada hal-hal yang unik dan yang semakin peduli pada aspek kelestarian lingkungan, perlu kiranya pemerintah membangun sektor pariwisata dengan konsep pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Dalam konteks pariwisata internasional, Indonesia masih dipandang sebagai negara yang kurang memperhatikan isu-isu terkait pariwisata berkelanjutan. Sebagaimana terlihat dalam pilar daya saing pariwisata bahwa pilar pariwisata berkelanjutan Indonesia berada di posisi 127.

Untuk membangun infrastruktur secara umum dan infrastruktur pariwisata dalam menyikapi AEC diperlukan upaya keras guna mendorong kerja sama pembangunan infrastruktur, baik dengan negara ASEAN maupun lainnya, juga melakukan kemitraan pemerintah-swasta (KPS). Namun, kerja sama dengan pihak asing dan KPS tersebut harus pula diberikan jaminan kepastian hukum agar kemauan pihak asing dan swasta untuk mempercepat pembangunan infrastruktur dapat tercapai. Dana infrastruktur dari sumber APBN pun sangat dibutuhkan. Hal ini dikarenakan proses untuk mendorong pembangunan infrastruktur pariwisata melalui KPS tidak sederhana, terutama untuk proyek infrastruktur yang marginal secara finansial. Investor cenderung berhasrat membangun infrastruktur yang layak finansial.

Investasi di bidang pengembangan SDM mutlak diperlukan guna meminimalisasi dampak negatif atas liberalisasi jasa perdagangan tersebut. Mungkin investasi yang diperlukan untuk itu cenderung mahal bagi para tenaga kerja, namun mereka juga harus melihat peluang hasil yang didapatkan akan jauh lebih besar dibandingkan tidak mengikuti pelatihan kompetensi standar tersebut. Selain itu, pemerintah juga harus mempersiapkan sejak dini secara matang dalam menyambut adanya liberalisasi jasa perdagangan tersebut melalui perbaikan regulasi, subsidi sertifikasi profesi dengan standar internasional, dan

sosialisasi pentingnya kepemilikan sertifikasi serta kompetensi berstandar internasional.

Mencermati kontradiksi yang berpotensi muncul dalam industri pariwisata, pengembangan kelembagaan pariwisata mengharuskan beberapa hal sebagai berikut.

Pertama, peran pembuat kebijakan di sektor pariwisata semestinya menyadari bahwa kontradiksi yang terjadi mengharuskan adanya sistem tata kelola yang lebih akomodatif terhadap berbagai institusi yang terkait dengan proses akumulasi dan (re)distribusi nilai tambah yang dihasilkan dari sektor pariwisata. Harus disadari bahwa sistem pasar bukan sebagai satu (re)solusi kelembagaan dari kontradiksi tersebut, melainkan mencakup juga pemerintah, masyarakat, korporasi, ekologi, dan sebagainya.

Kedua, peran pemerintah yang besar (*big government*) lebih realistis dibandingkan minimnya peran pemerintah dalam meredam berbagai konflik kepentingan dalam proses (re)produksi dan (re)distribusi nilai tambah di sektor pariwisata. Peran pemerintah yang besar dalam konteks global dan kerja sama regional, seperti pembentukan masyarakat ASEAN sangat penting sehingga kepentingan nasional dapat terakomodasi dalam setiap (re)negosiasi kesepakatan-kesepakatan terkait dengan pengembangan sektor pariwisata dalam skala regional dan global.

Ketiga, dalam konteks bisnis, kerja sama dan koordinasi antarberbagai kementerian terkait sangat penting dalam mendorong daya saing pariwisata nasional dalam konteks regional dan global. Harus disadari bahwa Kementerian Pariwisata bukan satu-satunya lembaga pemerintah yang dapat mendorong perbaikan daya saing pariwisata nasional, melainkan harus didukung oleh kementerian yang terkait dengan pembangunan infrastruktur kota dan wilayah, seperti Kement-

terian Kesehatan, Kementerian Pekerjaan Umum, dan Kementerian Tenaga Kerja, dan pemda.

Keempat, kerja sama antarpemerintah dan dunia usaha terkait dengan kepariwisataan sangat penting untuk membentuk standardisasi produk pariwisata dan kualitas profesi/tenaga kerja di sektor pariwisata. Standardisasi nasional terhadap kualitas profesi pemandu wisata, pramusaji di restoran, dan berbagai profesi dalam bisnis perhotelan sangat penting untuk mendukung kualitas pelayanan pariwisata nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN Secretariat. (2007). *ASEAN economic community blue print*.
Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*.
ASEAN Secretariat. (ND). *ASEAN tourism strategic plan (ATSP) 2011–2015*.
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2011). *Neraca satelit pariwisata nasional 2011 (Naspernas)*. Jakarta: KPEK.
Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2012 tentang *Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Pariwisata Tanjung Lesung*.
Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2011 tentang *Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia 2011–2025*.
World Economic Forum (WEF). (2012). *Travel and tourism competitiveness index (TTCI) 2012. Fostering prosperity and regional integration through travel and tourism*. Geneva.

INDEKS

A

- ASEAN Free Trade Area (AFTA), 69, 125, 195
- ASEAN Integration, 179, 181, 195
- ASEAN Secretariat, 6, 9, 12, 20, 31, 62, 118, 123, 152, 193, 195
- ASEAN Tourism Forum (ATF), 68, 158, 195
- Association of South East Asian Nations (ASEAN), 154, 195
- Australia, 12, 18, 19, 29, 57, 77, 98, 195, 199, 200

B

- Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP), 110, 116, 195
- Badan Promosi Pariwisata Indonesia (BPPI), 46, 195
- Bali, 39, 43, 44, 60, 61, 72, 124, 145, 146, 155, 169, 171, 186, 187, 190, 195
- Brunei Darussalam, 3, 14, 35, 45, 90, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 195

Budaya, 48, 124, 131

C

- China, 18, 19, 29, 69, 71, 82, 98, 163, 195

D

- Daya saing harga, 15, 131, 195
- Daya saing pariwisata Indonesia, 4, 46, 47, 48, 50, 59, 131, 186

F

- Filipina, 15, 19, 25, 29, 45, 47, 50, 52, 83, 98, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 124, 163, 186, 195

G

- GATT, 157, 180, 196
- Geneva, 6, 63, 119, 180, 181, 193, 196
- Globalization, 180, 181, 196

H

hiburan, 41, 51, 137, 138, 146, 154,
159, 187
Hiburan, 64
Hotel, 2, 21, 37, 51, 55, 58, 92,
122, 129, 136, 138, 140,
159, 160, 165, 175, 182,
187, 189

I

Industri Kreatif, 122, 130, 135, 137,
138, 152, 169
Industri makanan, 165, 173, 182,
183, 184, 196
Infrastruktur ICT, 15, 48, 196
Infrastruktur pariwisata, 3, 15, 16,
75, 84, 85, 86, 87, 130, 163,
176, 178, 179, 188, 191

J

Jasa-jasa, 165, 173, 183, 184, 196

K

Kawasan Ekonomi Khusus (KEK),
42, 62, 186, 193, 196
Kebijakan pengembangan pariwisata,
4, 26, 35, 46
Kelembagaan, 18, 121, 124, 132,
134, 135, 142
Kementerian Pariwisata, 62, 122,
130, 135, 137, 138, 148,
152, 180, 192, 193, 196
Kerangka Kualifikasi Nasional Indo-
nesia (KKNI), 113, 196
Kontribusi Sektor Pariwisata, 70,
169, 196

L

Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP),
107, 110, 196
Liberalisasi Sektor Pariwisata, 39,
156, 157

M

Malaysia, 3, 11, 13, 14, 15, 16, 18,
19, 24, 25, 27, 29, 35, 45,
46, 47, 48, 50, 52, 53, 54,
57, 72, 76, 84, 87, 90, 98,
99, 100, 101, 102, 103, 105,
106, 127, 128, 129, 130,
131, 150, 160, 163, 186, 196
Masyarakat Ekonomi ASEAN
(MEA), 67, 70, 85, 124, 154

P

Pelayanan Terpadu Satu Pintu
(PTSP), 51, 196
Penyerapan tenaga kerja, 5, 20, 28,
93, 96, 110, 122, 133, 137,
138, 140, 153, 154, 155
Perdagangan, 58, 125, 126, 165,
173, 182, 183, 184
Promosi, 23, 24, 25, 30, 46, 53, 59,
135, 189, 195, 196

S

Sertifikasi, 107, 110, 111, 115, 116
Singapore, 54, 87, 88, 197
Standar Kompetensi Kerja Nasional
Indonesia (SKKNI), 65, 110,
111, 112, 118, 197
Sumber daya alam, 7, 14, 121, 131,
138, 145, 151, 179, 201
Sumber daya budaya, 48, 131

sumber daya manusia, 4, 8, 36, 68,
89, 98, 124, 158

T

Tabel I-O, viii, 164, 166, 171, 183,
184, 197

Thailand, 3, 11, 13, 14, 15, 16, 18,
19, 24, 25, 27, 29, 35, 45,
47, 48, 50, 52, 53, 54, 63,
71, 76, 90, 98, 100, 101,
102, 103, 104, 105, 106,
128, 129, 131, 151, 159,
163, 175, 180, 186, 197

Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja
(TPAK), 95

Tourism Competitiveness Report,
47, 48, 49, 99, 100, 101,
102, 103, 105, 106, 131,
181, 186, 197

Tourism Professional Certification
Board, 21, 109, 110, 197

Tourism Professional Certification
Board, 21, 109, 110

Travel and Tourism Competitiveness
Index, 3, 14, 34

V

Vietnam, 14, 15, 19, 24, 25, 45, 47,
52, 82, 98, 100, 101, 102,
103, 105, 106, 124, 128,
131, 163, 186, 197

W

World Economic Forum (WEF), 6,
46, 63, 76, 193, 197

World Travel and Tourism Council
(WTTC), 122, 197

World Travel & Tourism Council,
97, 98, 197

TENTANG PENULIS

Agus Eko Nugroho

adalah peneliti di bidang ekonomi pada Pusat Penelitian Ekonomi-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2E-LIPI) sejak tahun 1995. Kualifikasi akademis di bidang ekonomi diawalnya dari Sarjana Ekonomi (S.E.), Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS); *Master of Applied Economics*, Massey University, New Zealand; dan Ph.D. in Economics and Finance, Curtin University, Australia. Kompetensi keahlian terutama penelitian-penelitian ekonomi terkait keuangan mikro, perbankan, kemiskinan, dan modal sosial. Berbagai hasil penelitiannya telah dipublikasikan, baik di jurnal-jurnal berskala nasional maupun internasional. Beliau dapat dihubungi melalui 0815 4733 7732 (HP), 021-520 7120 (kantor), dan *e-mail*: ae.nugroho@yahoo.com.au.

Agus Syarip Hidayat

adalah peneliti di Pusat Penelitian Ekonomi-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2E-LIPI). Dia telah bergabung dengan LIPI sejak 2002. Pada tahun 2007, beliau memperoleh gelar Master

di bidang ekonomi dari Hiroshima University, Jepang. Selama bekerja di LIPI, ia memiliki pengalaman dalam melakukan penelitian tentang isu-isu ekonomi internasional, integrasi ekonomi ASEAN, dan kebijakan publik. Beberapa dari pengalaman penelitian tersebut adalah penelitian kerja sama dengan berbagai lembaga nasional dan internasional. Selain itu, ia juga aktif sebagai konsultan untuk beberapa lembaga pemerintah daerah, pemerintah pusat, lembaga internasional, dan sektor swasta. *E-mail:* aa_gus@yahoo.com; agussyariphidayat79@gmail.com

Budi Kristianto

adalah peneliti di Pusat Penelitian Ekonomi-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2E-LIPI). Beliau bergabung di LIPI sejak 2011. Pada tahun 2008, ia memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) di bidang ilmu ekonomi dan studi pembangunan (IESP) dari Universitas Gadjah Mada (UGM) Yogyakarta. Penelitian dan publikasi ilmiah yang telah dilakukan antara lain terkait dengan isu-isu kemiskinan, infrastruktur, daya saing serta ekonomi internasional. Beberapa dari penelitian tersebut merupakan penelitian kerja sama antara LIPI dan berbagai instansi lain, baik kementerian terkait maupun swasta. *E-mail:* budi_kristianto85@yahoo.com

Carunia Mulya Firdausy

adalah profesor riset dan guru besar ilmu ekonomi yang bekerja di Pusat Penelitian Ekonomi-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2E-LIPI), Jakarta. Pendidikan tinggi yang diperoleh adalah Ph.D. dalam ilmu ekonomi dari University of Queensland, Brisbane, Australia, tahun 1992. Berbagai publikasi dalam buku, jurnal ilmiah,

seminar, *workshop*, dan konferensi ataupun media massa nasional dan internasional dalam ilmu ekonomi, khususnya ekonomi, pembangunan, dapat diakses di *google scholar*. Alamat *e-mail* yang dapat dihubungi adalah cmfirdausy@gmail.com

Dhani Agung Darmawan

Sejak tahun 2005 hingga sekarang menjadi peneliti di Pusat Penelitian Ekonomi-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2E-LIPI). Pada tahun 2004, ia memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) di bidang ilmu ekonomi dan studi pembangunan dari Fakultas Ekonomi-Universitas Diponegoro dan di tahun 2009 memperoleh gelar Magister Sains Ekonomi (MSE) di bidang ilmu ekonomi dari Ilmu Ekonomi-Universitas Indonesia. Penelitian dan publikasi yang dilakukan atau diterbitkan, di antaranya terkait dengan bidang ekonomi pembangunan, perdagangan internasional, investasi, keuangan daerah, ekonomi pertahanan, pertanian, ekonomi sumber daya alam, kemiskinan, dan kebijakan publik. Di samping itu, beliau juga aktif dalam kegiatan seminar, konferensi, pelatihan-*training*, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Selain itu, ia juga aktif sebagai konsultan dan pengajar/*trainer* di berbagai lembaga pemerintah daerah, pemerintah pusat, lembaga internasional, dan sektor swasta. *E-mail*: dhan001@lipi.go.id; dhani_ad@yahoo.com

Zamroni Salim

adalah peneliti pada Pusat Penelitian Ekonomi (P2E)-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2E-LIPI). Beliau bergabung dengan LIPI sejak 1998. Zamroni memperoleh gelar S1 ilmu ekonomi dan studi pembangunan dari Fakultas Ekonomi, Universitas Air-

langga, Surabaya. Gelar S2 diperolehnya dari Massey University, New Zealand, untuk bidang perdagangan internasional, tahun 2003. Gelar Ph.D. ia peroleh dari the Graduate School of *International Development* (GSID), Nagoya University, Japan, tahun 2009 dalam bidang international *economic* dan *development*. Area penelitian yang menjadi bidang kajian adalah *regionalism, economic integration and development, ASEAN and East Asian studies*. Aktif sebagai anggota Dewan Editor di beberapa jurnal ilmiah seperti: *Review of Indonesian Economic and Business Studies* (RIEBS), dan Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan (BILP)-Kementerian Perdagangan. Selain melakukan penelitian, beliau juga menjadi tenaga pengajar di Department of International Relations, President University, Cikarang, Indonesia. *E-mail*: zamronisalim@gmail.com, zamronisalim@welfare.com; *website* <http://www.welfare.com>

Persiapan Sektor Pariwisata Indonesia

dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015

Pada tahun 2015, sektor pariwisata Indonesia menghadapi persaingan yang lebih ketat. Sesama negara anggota ASEAN yang terintegrasi dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN memiliki tujuan agar wisatawan dimudahkan dalam melakukan perjalanan wisata ke negara-negara ASEAN. Hal ini diharapkan dapat berdampak terhadap perekonomian di ASEAN. Oleh karena itu, peran Pemerintah Indonesia menjadi sangat vital, khususnya dalam pemberian kebijakan yang memadai bagi sektor pariwisata.

Selain itu, dibahas juga mengenai kondisi kepariwisataan Indonesia dibandingkan negara-negara di ASEAN lainnya, baik dari segi infrastruktur maupun sumber daya manusianya. Bunga rampai ini dapat menjadi referensi yang berguna, baik bagi pemerintah, masyarakat, maupun pihak-pihak lain yang terkait sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan sektor pariwisata di Indonesia.



Buku Obor

Distributor:

Yayasan Obor Indonesia
Jl. Plaju No. 10 Jakarta 10230
Telp. (021) 319 26978, 392 0114
Faks. (021) 319 24488
E-mail: yayasan_obor@cbn.net.id

LIPI Press

ISBN 978-979-799-837-0



9 789797 998370