

**IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMERINTAH INDONESIA DALAM
RANGKA ASEAN TOURISM STRATEGIC PLAN 2011-2015 TERHADAP
PENGELOLAAN PARIWISATA DI LABUAN BAJO**

Stephanie Andriani Moi / 071311233099

Program SI Ilmu Hubungan Internasional,

Universitas Airlangga

(Email: stephanieandriani_moi@yahoo.com)

ABSTRAK

*ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015 (ATSP 2011-2015), sebagai strategi yang berisikan prinsip, arahan, dan standar pariwisata bagi semua negara anggota. Indonesia sebagai salah satu negara anggota dalam membangun sektor pariwisatanya mengacu pada ATSP 2011-2015, melalui Rencana Strategis (Renstra) Pembangunan Pariwisata oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Menetapkan Labuan Bajo sebagai salah satu Kawasan Strategi Pembangunan Nasional (KSPN) dan sebagai Provinsi yang masuk dalam dekonsentrasi *Travel Patern*. Labuan Bajo masuk sebagai salah satu dari 10 kawasan prioritas yang dipromosikan oleh Indonesia mengalami peningkatan dalam masuknya wisatawan asing dan lokal. Hal tersebut dilatarbelakangi oleh Pemerintah Daerah Labuan Bajo dalam Renstra Pembangunan pariwisatanya, berpedoman pada Renstra Kemenparekraf, yang kemudian menjadikan Renstra Pemerintah Daerah (Pemda) Labuan Bajo mengadopsi arahan strategi dari ATSP 2011-2015. Penelitian ini mengkaji bagaimana bentuk Implementasi dari ATSP 2011-2015 yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah pada Pariwisata di Labuan Bajo. Melalui teori Efektivitas dan Kepatuhan dalam rezim internasional, ditemukan bahwa melalui Kebijakan dalam Renstra Kemenparekraf dan Renstra Pemda Labuan Bajo yang kemudian diaplikasikan dalam bentuk implementasi oleh Pemda Labuan Bajo menunjukkan Kepatuhan Indonesia pada arahan strategi ATSP 2011-2015 dalam pengembangan pariwisata di Labuan Bajo, menghasilkan tingkat efektivitas yang kurang signifikan, dikarenakan beberapa kendala akibat kondisi pariwisata di Labuan Bajo yang belum memadai.*

Kata Kunci: *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015 (ATSP 2011-2015), Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), Implementasi, Pariwisata Labuan Bajo.*

ABSTRACT

ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015, as a strategy that contains principles, direction, and tourism standart for all member countries. Indonesia as a member country, in developing its tourism sector refers to ATSP 2011-2015, trough Strategic Plan of Tourism Development by Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemenparekraf). Establish Labuan Bajo as one of the National Development Strategy Areas and as a Province

included in the *Travel Patern*. Labuan Bajo entered as one of the 10 priority areas promoted by Indonesia to increase in the entry foreign and local tourist. This is motivated by the Local Government of Labuan Bajo in its Strategic Plan based on Ministry of Tourism and Creative Economy strategic plan, which then makes the Local Government strategic Plan of Labuan Bajo adopt to strategy and ATSP direction. This study examines how the implementation of ATSP 2011-2015 conducted by the Local Government of Labuan Bajo. Thorough the theories of effectiveness and Compliance in the international regime. It was found that through the Policy in Ministry of Tourism and Creative Economy strategic plan and the Labuan Bajo Government which was applied by the Labuan Bajo Local Government, showed the Indonesia Compliance on the direction of ATSP strategy in tourism development in Labuan Bajo.

Keywords: Strategic Plan 2011-2015 (ATSP 2011-2015), Strategy plan of Ministry of Tourism and Creative Economy strategic plan, implementation, Labuan Bajo Tourism

Pendahuluan

Negara-negara yang tergabung ke dalam ASEAN ini merupakan negara-negara yang memiliki keberagaman budaya, kekayaan sumber daya alam yang melimpah dan juga negara-negara yang sangat menjunjung nilai-nilai tradisional. Komunitas ASEAN memiliki sektor pariwisata sebagai salah satu sektor pendukung dalam integrasi tersebut. Pertumbuhan pariwisata di kawasan ASEAN ini lah yang mendorong ASEAN untuk mencapai integrasi kawasan perlu ditopang dengan salah satu kerjasama yaitu pariwisata. Dengan meningkatkan kerjasama pariwisata di masing-masing negara anggota akan lebih efektif bila berada dibawah satu organisasi. ASEAN memiliki sebuah mekanisme kerjasama yaitu *ASEAN Tourism Forum*. ATF adalah kerjasama regional yang berupaya untuk mempromosikan wilayah ASEAN sebagai salah satu tujuan wisata tunggal. (Media Publikasi, 2014). ASEAN melalui ATF ini memiliki dua agenda utama dalam pelaksanaannya yaitu *Meeting ASEAN Tourism Forum*, yang terbagi menjadi *Meeting of ASEAN Tourism Ministers (M-ATM)* dan *Meeting of ASEAN National Tourism Organizations (ASEAN NTOs)*, dan agenda kedua yaitu *Travel Exchange*. Dalam ASEAN NTOs kemudian dihasilkanlah kesepakatan mengenai *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP)*. *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* merupakan sebuah langkah maju bagi negara-negara ASEAN untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan ASEAN.

Dengan adanya program dari Kementerian Pariwisata dengan tema “*Beyond Bali*” mempromosikan kepada dunia internasional bahwa Labuan Bajo merupakan salah satu dari 10 kawasan wisata, yang sedang dikembangkan oleh pemerintahan pusat. Satwa Komodo (*varanus komodonesis*) di Kawasan Taman Nasional Komodo (TNK) merupakan kawasan wisata yang menjadi salah satu destinasi wisata yang banyak diminati wisatawan asing

maupun wisatawan nusantara. (www.floresa.co) Berdasarkan Data Badan Statistik Dinas Kabupaten Manggarai Barat, kunjungan wisatawan ke dalam Kabupaten Manggarai Barat dilihat dari masuknya wisatawan baik lokal maupun wisatawan asing mengalami peningkatan dari tahun ke tahun selama periode 2011-2015. tourism.nttprov.go.id Kecenderungan kunjungan wisatawan yang terus meningkat sebagai akibat dari masuknya Komodo sebagai salah satu keajaiban dunia (*New7 Wonders*) pada tahun 2011. Hal tersebut mendorong Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menjadikan kawasan ini sebagai salah satu Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN). Kemudian merumuskan kebijakan untuk mengembangkan pariwisata Labuan Bajo melalui Rencana Strategis Pembangunan pariwisata Indonesia. Yang kemudian diimplementasikan oleh pemerintah daerah Labuan Bajo melalui arahan rencana strategisnya. (Kemenparekraf, 20014)

Kerjasama Pariwisata ASEAN: *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015*

Negara-Negara anggota ASEAN bersepakat untuk membentuk suatu kawasan yang terintegrasi dalam satu komunitas negara-negara Asia Tenggara yang terbuka, damai, stabil dan sejahtera, saling peduli dan memiliki keterkaitan dalam kemitraan yang dinamis di tahun 2020. Harapan tersebut oleh para Kepala Negara atau Pemerintahn ASEAN pada KTT ASEAN di Kuala Lumpur pada tanggal 15 Desember 1997 dituangkan dalam Visi ASEAN 2020. Dalam merealisasikan harapan tersebut, disahkannya *Bali Concord II* pada KTT ASEAN ke-9 di Bali tahun 2003. Berisikan disepakatinya pembentukan Komunitas ASEAN (*ASEAN Community*) yang terdiri dari tiga pilar yaitu Komunitas Politik-Keamanan ASEAN (*ASEAN Political-Security Community/ APSC*), Komunitas Ekonomi ASEAN (*ASEAN Economic Community*), dan Komunitas Sosial Budaya (*ASEAN Socio-Cultural Community*). Pariwisata merupakan salah satu kerjasama dibidang jasa, yang merupakan salah satu bagian dari Komunitas Ekonomi ASEAN (AEC). (Dirjen ASEAN,2012)

Kerjasama pariwisata ASEAN ini dijalankan dengan kesadaran bersama untuk menjadikan kawasan Asia Tenggara yang terintegrasi dan bebas hambatan. Oleh karena itu Indonesia dengan kesembilan negara lainnya yang tergabung dalam organisasi ASEAN sepakat untuk membentuk suatu forum yang bermanfaat sebagai wadah saling bertukar informasi dan ide mengenai perkembangan pariwisata masing-masing negara anggota, yang kemudian disebut dengan *ASEAN Tourism Forum* (ATF). Kemudian pada tahun 2011 tepatnya di Phnom Penh, Kamboja, pada pertemuan ATF, Menteri Pariwisata ASEAN (M-ATM) menyepakati strategi khusus yang bergerak dibidang kerjasama pariwisata ASEAN. Yang akan diterapkan oleh masing-masing negara anggota ASEAN, yaitu *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP) 2011-2015. ATSP 2011-2015 diharapkan dapat menjadi strategi yang

mendorong peningkatan kualitas pelayanan pariwisata dan sumber daya manusia dengan menetapkan standar sertifikasi yang berlaku untuk negara anggota ASEAN, dan dapat memberikan kontribusi pada tujuan keseluruhan Komunitas ASEAN 2015. (Dirjen ASEAN,2012)

ASEAN sebagai organisasi internasional berperan dalam menyediakan ATF sebagai wadah kerjasama bagi negara anggota ASEAN dalam bidang pariwisata dan juga sebagai sarana komunikasi dan informasi strategis, serta pertemuan bagi para negara anggotanya, untuk membahas mengenai kondisi pariwisatanya masing-masing. Sehingga untuk keberlangsungan dan tercapainya tujuan untuk membawa pariwisata ASEAN menjadi tujuan wisata tunggal, disepakatinya *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* yang berisikan arahan-arahan strategis khusus dan didalamnya tersusun standar yang bergerak di bidang kerjasama industri pariwisata ASEAN yang kemudian diterapkan oleh masing-masing negara anggota ASEAN.

ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) 2011-2015 memiliki visi yaitu memberikan peningkatan jumlah pengunjung ke wilayah tersebut dengan otentik dan memiliki keberagaman produk, meningkatkan konektivitas dan lingkungan yang aman, kemudian peningkatan kualitas layanan, dan juga memastikan sebuah peningkatan kualitas hidup dan kesempatan bagi warga, pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan bekerja secara efektif bersama pemangku kepentingan. Berdasarkan visi tersebut yang berlangsung selama pengembangan ATSP 2011-2015, maka dikembangkan tiga arahan strategis di dalam penetapan ATSP dari pariwisata di wilayah ASEAN, yang dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut;(ASEAN,n.d)

Tabel Arahan dan Aksi Strategis ATSP 201-2015

Arahan Strategis	Aksi-Aksi Strategis	Pengimplementasian*
(Strategis 1) Mengembangkan Produk Kawasan Experensial dan Pemasaran Kreatif serta Strategi Investasi	Mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran pariwisata untuk wilayah ASEAN	√
	Mengembangkan Daerah atau sub sirkuit daerah Experensial dan kreatif serta paket-paket bersama-sama dengan sinergi investasi	√
	Meningkatkan Kebijakan hubungan eksternal dan prosedur pariwisata ASEAN	X
(Strategis 2) Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Sumber Daya Manusia di Kawasan	Mengembangkan seperangkat standar pariwisata ASEAN dengan proses sertifikasi	√
	Melaksanakan Mutual Recognition Arrangement (MRA) Pariwisata ASEAN Profesional	X
	Memberikan kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengembangan	√
(Strategi 3) Meningkatkan dan Mempercepat Fasilitas Perjalanan dan Konektivitas ASEAN	Mengajukan Visa Tunggal untuk kawasan ASEAN	X
	Bekerja dengan badan-badan ASEAN lainnya untuk memperluas konektivitas	X

*√ berarti sudah diimplementasikan, X berarti belum diimplementasikan

Berdasarkan tabel arahan strategi ATSP 2011-2015 diatas dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata pada masing-masing negara anggota, setiap negara memiliki hak untuk memilih program mana yang akan diimplementasikan pada negaranya masing-masing sesuai kemampuan negara dengan tujuan untuk mencapai peningkatan pada sektor pariwisata masing-masing negara. Keberlangsungan organisasi internasional bergantung pada kepatuhan negara anggotanya pada aturan-aturan yang telah ditetapkan. Kepatuhan nampak dalam bentuk dimana adanya perilaku yang menunjukkan ditaatinya aturan-aturan yang ditetapkan tanpa adanya paksaan, selain itu pula kepatuhan nampak di saat negara-negara dapat membentuk sebuah hubungan dalam kerjasama.

Dalam tabel diatas menunjukkan adanya kepatuhan Indonesia yang tertera dalam Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Dan dalam pembahasan ini Labuan Bajo sebagai daerah yang ditetapkan oleh Kemenparekraf sebagai Kawasan Strategis Pembangunan Nasional (KSPN) dalam Renstra kepariwisataannya tentunya mengacu pada Renstra yang ditetapkan oleh Kemenparekraf, sehingga menunjukkan adanya keefektivan dari arahan strategis oleh ATSP 2011-2015 dalam membawa peningkatan terhadap sektor pariwisata di daerah Labuan Bajo.

Implementasi *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* oleh Pemerintah

Daerah di Labuan Bajo

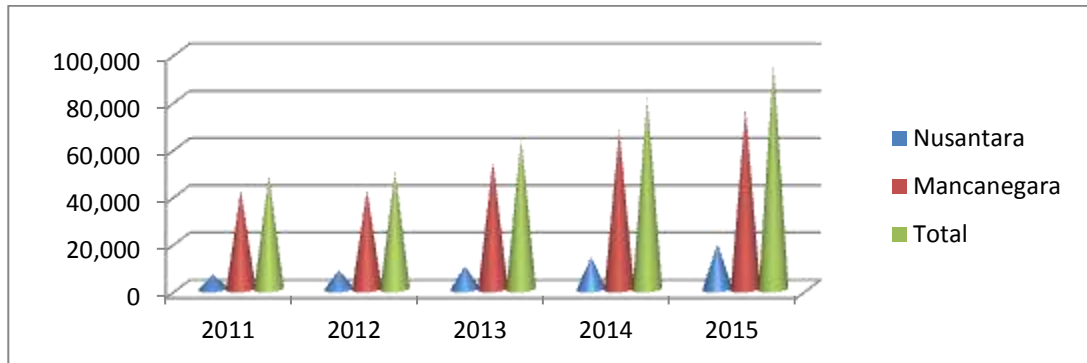
Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam mengembangkan pariwisata Indonesia dalam rangka *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* memiliki upaya-upaya yang dilakukan seperti penataan destinasi dan pengembangan produk wisata, promosi pariwisata, pembinaan industri pariwisata dan penataan kelembagaan sebagai aspek-aspek dalam pembangunan kepariwisataan Indonesia. Dalam Penataan destinasi pariwisata dilakukan melalui penyusunan Rencana Strategis Pariwisata Nasional (KSPN), yang mana pariwisata Komodo yang terletak di Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat, Flores, Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu destinasi yang menjadi prioritas untuk menarik wisatawan ke dalam Indonesia, sehingga merupakan salah satu destinasi wisata yang perlu dikembangkan lebih lanjut. (www.kemenpar.go.id)

Pariwisata merupakan sektor andalan Kabupaten Manggarai Barat, di dalamnya menyimpan potensi pariwisata yang tinggi apabila dibandingkan dengan kabupaten-kabupaten lainnya di Provinsi Nusa Tenggara Timur. Salah satu ciri khasnya yaitu wisata keliling pulau dengan spesies komodo yang menjadi daya tarik utama dari pariwisata di Labuan Bajo. Taman Nasional Komodo (TNK) merupakan wisata utama di kota Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. Daya Tarik utama dari wisata TNK adalah reptil raksasa purba biawak komodo (*varanus komodonesis*).

Kepatuhan suatu negara terhadap suatu arahan atau peraturan dalam organisasi internasional muncul saat adanya perilaku nyata subyek sesuai dengan perilaku yang diharapkan. (Heninda, 2015:75) *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* sebagai *output* yang dihasilkan rezim internasional yang berupa arahan strategi bertujuan untuk meningkatkan pariwisata negara-negara ASEAN. Indonesia sebagai salah satu negara yang tergabung dalam kerjasama regional tersebut menunjukkan adanya kepatuhan dalam mencapai tujuan untuk membawa pariwisata Indonesia menuju pada peningkatan sektor pariwisata. Kepatuhan Indonesia akan rezim internasional yaitu berupa arahan strategis dalam ATSP 2011-2015 sebagai legal standar.

Untuk mencapai tujuan dalam sektor pariwisata, yang kemudian Indonesia sebagai negara anggota yang menyepakati adanya kerjasama pariwisata ASEAN menerapkan kesepakatan tersebut, dalam tingkat nasional dengan eksekusi *output* tersebut berupa kebijakan yaitu Rencana Strategis (renstra) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memiliki arah pembangunan strategis yang sejalan dengan arahan strategis dari *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015*. Sehingga Pemerintah Daerah Labuan Bajo dalam rencana strategis pembangunan pariwisata daerahnya mengacu pada rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Hal tersebut menunjukkan adanya kepatuhan dari Kemenparekraf yang bekerjasama dengan Pemerintah Daerah Labuan Bajo dalam sektor pariwisata yang tertuang dalam pengimplementasian beberapa arahan program yang telah ditentukan oleh ATSP 2011-2015 dalam perkembangan pariwisata di Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur. Dimana dengan hal tersebut memberikan *outcome* berupa peningkatan masuknya jumlah pengunjung ke daerah tersebut. Berikut merupakan data masuknya wisatawan ke destinasi wisata di Labuan Bajo.

Data Kunjungan Wisatawan Ke Taman Nasional Komodo, Kabupaten Manggarai Barat Periode 2011-2015



*)Sumber: Badan Statistika Kabupaten Manggarai Barat

Berdasarkan tiga *strategy direction* yang ditentukan ASEAN untuk negara anggotanya. Pariwisata di Labuan Bajo hanya dapat mengimplementasikan dua arahan strategi. Dalam pengimplementasiannyapun masih sangat kurang optimal dikarenakan berbagai kendala yang terdapat di daerah tersebut. Mulai dari kendala infrastruktur, sumber daya manusia, tingkat penggunaan teknologi, dan juga struktur kelembagaan dari Pemerintah daerah. Namun dengan adanya arahan strategi tersebut Kemenparekraf bersama Pemerintah Daerah secara perlahan terus terpacu untuk mengembangkan pariwisata di daerah tersebut agar dapat memenuhi standarisasi-standarisasi yang ditentukan oleh forum pariwisata ASEAN tersebut.

ATSP pada arahan strategi yang pertama yaitu mengembangkan produk daerah experensial dan pemasaran kreatif serta strategi investasi. Dengan *strategy action* yang pertama yaitu, mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran pariwisata untuk wilayah ASEAN. Pada kegiatan ini direalisasikan dalam *ASEAN Tourism Marketing Strategic (ATMS)* merupakan salah satu strategi yang dibuat ASEAN untuk memasarkan kawasannya. Bentuk perealisasiannya yang dilakukan Pemerintah Daerah Labuan Bajo yang bekerjasama dengan Kemenparekraf yaitu pertama, adanya Slogan/ Tag Line Pariwisata. Pariwisata Labuan Bajo dalam penggunaan slogan/ *tag line* pariwisata tentunya mengikuti slogan “*Wonderful Indonesia*” yang di tentukan oleh Departemen Kebudayaan dan pariwisata Indonesia dalam hal pemasaran pariwisatanya. Kedua, dibuatnya *Website e-marketing strategy*. Untuk memperkenalkan setiap produk wisata di negara anggotanya ASEAN dengan website *e-marketing strategy*-nya. Labuan Bajo dalam *e-marketing strategy* sektor pariwisatanya bekerjasama dengan Kemenparekraf melalui website resmi pariwisata Indonesia yaitu www.indonesia.travel.

Kemudian pada arahan *strategy action* yang kedua, yaitu mengembangkan daerah/sub sirkuit daerah experiential dan kreatif & paket bersama-sama dengan strategi investasi. ASEAN dalam menawarkan pariwisata *Multi-Country Packages* dengan enam temanya yaitu "The Tastes of Southeast Asia", "World Class Cities", "ASEAN Tropical Paradise", "Experience Diverse Traditions", "Sport and Relaxation", and "Diversity Contemporary Creativity", dan memiliki berbagai armada yang ditawarkan dalam menikmati wisata dengan enam tema tersebut. Diantaranya adalah dengan berwisata dengan *cruise, tours, rail and rivers*. (ASEAN Tourism..n.d) Wisata *Cruise* merupakan salah satu wisata yang menarik masuknya wisatawan ke dalam Destinasi Wisata di Labuan Bajo, yaitu ke dalam Taman Nasional Komodo (TNK) dan juga pulau-pulau disekitarnya. ASEAN dengan wisata *cruise*-nya menawarkan rute perjalanan yang dimulai dari Singapura, Indonesia dengan destinasi wisata yaitu Jakarta, Semarang, Surabaya, Bali, dan kemudian memasuki Labuan Bajo dengan wisata Komodonya dan kemudian mengakhiri rute di Australia. Selain itu pula terdapat rute yang dimulai dari Australia, kemudian Indonesia dengan destinasi wisata menuju Papua yaitu Agats (*Asmat Expedition*), Triton Bay, kemudian menuju Maluku dengan destinasi wisata Watubela Archipelago, Banda Neira, Pulau Ai, kemudian menuju NTT dengan destinasi wisata Kalabahi (Takpala), Ende, Labuan Bajo dengan wisata Komodonya kemudian dilanjutkan menuju pink beach yang terletak di area Taman Nasional Komodo (TNK), kemudian Sumba dengan Pulau Kodi dan berakhir di Bali. Kedua Paket wisata *cruise* tersebut merupakan salah satu langkah ASEAN dalam kerjasama dengan Kemenparekraf untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di Indonesia, salah satunya wisata yang terdapat di Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur. (ASEAN Multy Packages, n.d)

Dalam perealisasiannya di Indonesia, *Multy-country packages* diadopsi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia (Kemenparekraf), yaitu dengan cara mengembangkan paket-paket wisata unggulan di daerah, melalui pembuatan *travel patern*. Diharapkan dengan pembuatan *travel patern* ini dapat meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Selain itu pula dengan tujuan untuk dapat meningkatkan pemerataan pembangunan pariwisata daerah dan juga lama tinggal wisatawan. Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu provinsi yang masuk ke dalam dekonsentrasi *travel patern* tersebut. Dalam hal ini pemerintah daerah yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat (Dispar Mabar) dalam perealisasi *travel patern* ini bekerjasama dengan biro perjalanan, selain melalui biro perjalanan Dispar Mabar dalam penyebaran informasi yang berisikan *travel patern* yang berupa brosur panduan wisata tersebar pada setiap destinasi wisata di daerah tersebut.

Pada Arahan Strategi ATSP ke dua yaitu dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM), pelayanan, dan fasilitas di kawasan ASEAN. Pemerintah Daerah di Labuan Bajo dapat mengimplementasikan berupa dua arahan *strategy action*. Pertama, mengembangkan seperangkat standar pariwisata ASEAN dengan proses sertifikasi. Salah satu bentuk *ASEAN Tourism Standart* yang memiliki dampak dalam Industri Pariwisata adalah berupa *Green Hotel Standart*. Labuan Bajo dalam perealisasiannya berupa pemenuhan *ASEAN Tourism Standar* yang cakupannya adalah terdapat hotel dengan sertifikasi berupa *Green Hotel* yaitu *Bajo Eco Lodge* sebagai salah satu hotel memiliki perhatian khusus pada pelestarian alam dan satwa, serta menerapkan standar dan kriteria berwawasan lingkungan.

Kedua, memberikan kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengembangan. Indonesia dalam pelaksanaannya yaitu dengan Kemenparekraf melakukannya dengan memberikan *training* dan pendidikan pariwisata. Hal ini dilakukan dengan cara Kemenparekraf memberikan pelatihan kepada dinas pariwisata daerah. Dalam implementasi pada arahan strategis ini tertuang dalam arahan rencana strategis (renstra) daerah yang berpedoman pada renstra Kemenparekraf yaitu dengan melakukan pemberdayaan dan pelatihan pada masyarakat setempat akan pentingnya sektor pariwisata, sehingga terciptanya masyarakat yang sadar akan potensi pariwisata daerah dan berperan dalam pengembangan sektor pariwisatanya. Yang kemudian Pemda Labuan Bajo mendirikan Desa Wisata dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat pada sektor pariwisata, dan juga bertujuan untuk menciptakan keberagaman dalam daya tarik wisata yang ditawarkan, yaitu Desa Melo dan Desa Komodo.

Kendala dalam Implementasi *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* di Labuan Bajo

Pada penerapan arahan strategi 1 terdapat kendala dalam perealisasiannya pada *strategy action* diantaranya mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran, yaitu kendala pertama pada promosi website pariwisata Labuan Bajo dan kendala dalam menciptakan lingkungan paket regional kreatif bersama dengan strategi investasi. Dalam hal pemasaran melalui website Kabupaten Manggarai Barat, mengenai informasi potensi pariwisata di Labuan Bajo masih sangat tidak memadai. Dikarenakan Dinas Pariwisata Kabupaten Manggarai Barat tidak memiliki website sendiri dalam promosi pariwisata melainkan masih tergabung dalam Pemerintahan Kabupaten Manggarai Barat. Kemudian pada *strategy*

action kedua memiliki kendala pada pelaksanaan realisasi *Multi-Country Packages*. Dalam kegiatan *Multi-country Packages* ini masih terdapat kendala. Jalur penerbangan antar negara ASEAN masih belum memadai. Selain itu pula masih perlu adanya pembahasan mengenai transportasi udara karena menyangkut peraturan penerbangan internasional. (heionline.org)

Kemudian Pada arahan strategi ATSP ke dua, masih terdapat kendala pada *strategy action* ke dua yaitu dalam mengembangkan seperangkat standar pariwisata ASEAN dengan proses sertifikasi dan kendala dalam melaksanakan MRA pada Profesional Pariwisata ASEAN. Pertama, kendala dalam proses sertifikasi. Labuan Bajo masih sangat minim untuk hotel-hotel yang ada di daerah dalam menerapkan standar *green hotel*. Kemudian kendala terhadap kualitas SDM, hal ini mengakibatkan daya saing baik tenaga kerja pariwisata dan juga industri pariwisata Indonesia dapat kalah bersaing dengan negara lainnya, dikarenakan kepuasan yang diterima oleh wisatawan melalui kualitas pelayanan kurang maksimal, dan juga kurangnya pengakuan akan kualitas kompetensi tenaga kerja, sehingga bisa menjadi salah satu penghambat untuk menarik masuknya wisatawan asing.

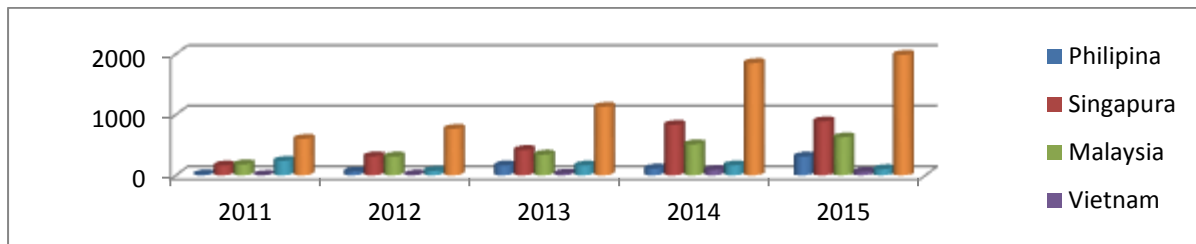
Pada arahan strategi tiga kepariwisataan Indonesia memiliki kendala yang cukup kompleks yaitu kendala dalam mengajukan visa tunggal untuk regional ASEAN. Terdapat permasalahan pada keimigrasian dan kerugian biro perjalanan. Dengan diberlakukannya *ASEAN Common Visa* memang memberikan kemudahan dalam berwisata. Namun dibalik itu semua perlu banyak hal yang perlu diwaspadai akan dampak-dampak negatif yang timbul, seperti halnya kejahatan *trans nasional*, terorisme, perdagangan manusia, penyelundupan manusia dan senjata, pembajakan Hak Atas Kekayaan (HKI), pencucian uang, kejahatan elektronik, narkoba, dan lain sebagainya.

***Spill Over Effect* yang dihasilkan oleh Sektor Pariwisata di Labuan Bajo**

Pariwisata merupakan *leading sector* di Kabupaten Manggarai Barat. Dikarenakan memiliki potensi pariwisata yang tinggi bila dibandingkan dengan kabupaten lainnya di Provinsi NTT. Perkembangan yang terjadi dalam sektor pariwisata di daerah ini memberikan dampak baik positif maupun negatif yang dihasilkan oleh tindakan implementasi dari pemerintah daerah terhadap kebijakan pemerintah pusat yang mengarahkan untuk mencapai perkembangan pada sektor pariwisata. Melalui *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* dalam mempromosikan pariwisata negara-negara yang tergabung di dalamnya. Melalui pemerintah pusat (Kemenparekraf) menjadikan pariwisata

di Labuan Bajo lebih dikenal dalam tingkat nasional maupun internasional. Kecenderungan kunjungan wisatawan yang terus meningkat (tabel 4.1) sebagai akibat dari masuknya Komodo sebagai salah satu keajaiban dunia (*New7 Wonders*)

Data Kunjungan Wisatawan ASEAN Ke Taman Nasional Komodo, Kabupaten Manggarai Barat Periode 2011-2015



***)Sumber: Badan Statistika Kabupaten Manggarai Barat**

Berkembangnya daya tarik wisata ini mendorong *Lenght of stay* wisatawan (tabel 4.2) sebagai salah satu faktor penentu besarnya belanja wisatawan. Kemudian diikuti dengan masuknya investor yang menanamkan modal investasi seperti hotel, *tour and travel agent, dive tour, restaurant*, dan sebagainya. Sehingga memberikan peluang terbuka untuk lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal, sumber pendapatan dalam bentuk pengoprasian yang berhubungan dengan akomodasi dan transportasi mengingat destinsi utama pariwisata Labuan Bajo dikelilingi oleh lautan. Dengan meningkatnya lama tinggal wistawan dan juga masuknya investor ke dalam Labuan Bajo, memberikan peningkatan pada PAD (tabel 4.4) Labuan Bajo sebagai dampak positif yang terjadi akan tindakan implementasi melui pemerintah daerah dalam sektor pariwisata.

Namun di balik dampak positif yang dihasilkan pada sektor pariwisata di Labuan Bajo, implementasi bertujuan untuk membawa perkembangan pada penunjang destinasi pariwisata. Pada umumnya diyakini membawa manfaat ekonomi bagi masyarakat miskin seperti dalam hal pekerjaan, peningkatan pendapatan dan diversifikasi ekonomi. Namun dikarenakan kurangnya kualitas Sumber Daya Manusia menyebabkan masyarakat setempat tidak semua mengetahui bagaimana mendapatkan keuntungan dari sektor pariwisata tersebut. Sehingga pada kenyataannya seringkali dampak yang diberikan dari sektor pariwisata lebih dinikmati oleh perusahaan elit global dan bukan oleh masyarakat miskin sebagai sasaran utama. (Erb, 2015) Beberapa diantaranya seperti banyak hasil pertanian dan peternakan yang diambil berasal dari daerah tetangga bukan dari masyarakat lokal. Kemudian usaha-usaha yang bergerak disektor pariwisata seperti *restaurant*, hotel berbintang tersebut sebagian besar merupakan investasi dari investor asing.(Erb,2015)

Kurangnya kualitas keterampilan Sumber Daya Manusia bukan dikarenakan Pemerintah Daerah tidak melakukan pemberdayaan pada masyarakat setempat. Namun kendala yang terjadi ialah masih belum meratanya pemberdayaan yang dilakukan Pemerintah Daerah dikarenakan Keterbatasan anggaran menyebabkan pemerintah setempat membatasi jumlah pemberian bantuan permodalan dan peralatan bagi masyarakat yang akan berpartisipasi dalam pengembangan sektor pariwisata. Permasalahan lainpun terjadi pada pembangunan atau penggunaan lahan yang tidak terkendali dan kurangnya manajemen yang baik oleh pemerintahan setempat. Melonjaknya harga tanah akibat meningkatnya masuknya investor kedalam sektor pariwisata di Labuan Bajo.

Kesimpulan

Dalam rangka *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* sebagai strategi pariwisata ASEAN yang secara umum memiliki tujuan sebagai langkah maju bagi negara-negara ASEAN untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan ASEAN. Program-program yang dibuat oleh ASEAN dalam mengelola pariwisata di ASEAN tertuang di dalam *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015*. Strategi Pariwisata ASEAN ini mendorong bentuk kerjasama yang sinergis dalam pemasaran produk maupun investasi di bidang pariwisata. Selain itu pula strategi ini juga mendorong peningkatan kualitas pelayanan pariwisata dan sumber daya manusianya dengan menetapkan standar sertifikasi yang berlaku untuk negara anggota ASEAN.

Indonesia sebagai salah satu negara yang tergabung dalam kerjasama regional tersebut dalam Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memiliki arah strategi yang sejalan dengan strategi yang dikeluarkan oleh ATSP 2011-2015. Yang kemudian Labuan Bajo sebagai salah satu daerah yang masuk ke dalam pilihan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tergolong ke dalam Kawasan Strategis Pembangunan Nasional (KSPN) dan sebagai salah satu daerah yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Timur sebagai provinsi yang menjadi dekonsentrasi *travel patern* pada tahun 2012, melihat hal tersebut Pemerintah Daerah Labuan Bajo dalam mengembangkan pariwisatanya berpedoman pada Rencana Strategis (renstra) Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manggarai Barat dimana renstra tersebut memiliki arahan strategi yang sejalan dengan Renstra Kemenparekraf.

Oleh karena itu dalam pelaksanaan pengembangan dan pengelolaan pariwisata di Labuan Bajo Pemerintah Daerah bekerjasama dengan Kemenparekraf berpedoman pada standar yang tertera dalam ATSP 2011-2015 untuk menjadikan pariwisata di Labuan Bajo

dapat menjadi salah satu gerbang untuk menarik masuknya wisatawan mancanegara dan juga nusantara. Hal tersebut menunjukkan adanya Kepatuhan dari Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam pengimplementasian arahan strategi *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015* yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah Labuan Bajo. Walaupun dalam pengimplementasian di Labuan Bajo akan arahan strategi dari ATSP 2011-2015 masih terdapat banyak kendala, namun dengan arahan strategi dalam ATSP ini menjadikan pemerintah Indonesia untuk terus terpacu dalam mengembangkan sektor pariwisatanya, dimana dalam penelitian ini yaitu pariwisata di Labuan Bajo. Dengan begitu ATSP 2011-2015 sebagai arahan strategis pariwisata ASEAN untuk perkembangan pariwisata Labuan Bajo menunjukkan tingkat keefektivan yang tidak maksimal dalam mengembangkan sektor pariwisata di Labuan Bajo, melalui Arahan Kebijakan dari Kemenparekraf untuk Pemerintah Daerah.

Hal tersebut memberikan *outcome* pada pariwisata Labuan Bajo yaitu nampak dengan meningkatnya wisatawan yang masuk ke dalam destinasi wisata di Labuan Bajo, diikuti dengan meningkatnya lama tinggal wisatawan yang kemudian berujung dengan memberikan dampak pada kenaikan PAD dan pendapatan masyarakat dari sektor pariwisata. Masuknya wisatawan ke dalam destinasi wisata di daerah tersebut diawali dengan masuknya Komodo sebagai *New Seven Wonders* yang kemudian hal tersebut menggerakkan pemerintah pusat untuk mengadakan *event* besar di Labuan Bajo yaitu Sail Komodo. Sehingga sejak diselenggarakannya *event* tersebut membawa perkembangan dan peningkatan pada masuknya wisatawan serta perkembangan infrastruktur, salah satunya melalui wisata kapal pesiar, dimana ASEAN dalam ATSP juga memiliki arahan strategis berupa *Multy-county Packages* dengan wisata *cruise*-nya yang menjadi salah satu gerbang masuknya wisatawan menuju Labuan Bajo.

Referensi

ASEAN, *ASEAN Tourism Strategic Plan 2011-2015*.

Asean Tourism Forum. Tersedia di: <http://atf2016.com/>. [online]. [Diakses pada 29 Maret 2016]

ASEAN Multi Packages. Voyage Itinerary. [Online]. Tersedia di: <https://www.azamarclubcruises.com/int/voyage/1544072400/16-night-java-sea-western-australia>. [Diakses pada:15 Mei 2017]

ASEAN Multi Packages. Cairns to Bali. [Online]. Tersedia di:<http://www.silversea.com/destinations/asia-cruise/cairns-to-bali-benoa-9725/?fycoref=row2>. [Diakses pada:15 Mei 2017]

Data Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Manggarai Barat Periode 2010-2014.[Online]. Tersedia di: http://tourism.nttprov.go.id/tujuan/19-manggarai_barat. [diakses pada 11 April 2016]

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Manggarai Barat. 2017. Nasakah Akademik.

Dirjen ASEAN, 2012. *ASEAN Selayang Pandang*. Edisi ke-20. hal.5-6

Erb, Maribeth. 2015. "Sailing Komodo: Contradiction of Tourism and Development in Eastern Indonesia".

Hennida, Citra. 2015. *Rezim & Organisasi Internasional: Interaksi Negara, Kedaulatan, dan Institusi Multilateral*. Intrans Publishing.

Internasional Law in News. Integrasi Traansportasi Udara ASEAN dan Posisi Indonesia. [Online]. Tersedia di: <http://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/indjil3&div=26&id=page>. [akses pada 24 Mei 2017]

Klimmek, Helen. 2013. "An Examination of the Barriers to Local Community Participation in the Dive Tourism Industry in Flores, Indonesia".

Kementerian Pariwisata, 2016. Panduan dan Pedoman Pelaksanaan *Green Hotel* di Indonesia. [Online]. Tersedia di: <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=102&id=3247>. [diakses pada 8 Juni 2017].

Kutipan Wawancara dengan Aris Sitaba Direktur Industri Pariwisata Ditjen Pengembangan Destinasi Pariwisata (PDP) saat diskusi sesi ke-VII Rkarnis PDP 2012. [Online]. Tersedia di:<http://www.travelplusindonesia.blogspot.co.id/2012/03/kemenparekraf-serius-garap-travel.html?m=1>. [diakses pada 7 Juni 2017]

Kerjasama Ekonomi ASEAN. [Online]. Tersedia di: www.kemlu.go.id/Documents/Kerjasama%20Ekonomi%20ASEAN.doc. [Diakes pada Januari 2017]

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2015-2019*. [Online]. Tersedia: <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/test/LAKIP-KEMENPAR%202015.pdf>. [dikses pada 15 Mei 2017] hal 10

Labuan Bajo Masuk 10 Kawasan Wisata yang jadi fokus Pengembangan Tahun Depan.[Online]. Tersedia di: <http://www.floresa.co/2015/09/14/labuan-bajo>

masuk-10-kawasan-wisata-yang jadi-fokus-pengembangan-tahun-depan/
[diakses pada 11 April 2016]

Viray, Patricia Lourdes. 2014."ASEAN Single Visa Scheme Sought". [online].Tersedia di:
<http://www.philstar.com/headlines/2014/10/13/1379742/asean-single-visa-scheme-sought>. [Diakses pada 20 Mei 2017]