

KERJA SAMA PARIWISATA BAHARI INDONESIA DENGAN ASEAN DALAM RANGKA PENGEMBANGAN EKONOMI MARITIM

Ullifha Nouvellia Asrovie^{1)*}, Darwis¹⁾, Imam Fadhil Nugraha¹⁾

¹⁾Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Hasanuddin, Makassar

e-mail: ullifha11@gmail.com

ABSTRAK

Sebagai salah satu negara anggota *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN), Indonesia menjadikan pembangunan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor prioritas. Indonesia menyimpan potensi pariwisata bahari yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Penelitian ini berfokus pada penerapan program kerja sama ASEAN ke dalam pariwisata bahari Indonesia serta kontribusinya terhadap pengembangan ekonomi maritim. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analisis. Hasil penelitian menunjukkan Indonesia telah mengaplikasikan program kerja sama ASEAN dalam sektor pariwisata ke dalam kebijakan nasionalnya. Indonesia memanfaatkan kebijakannya dalam mendorong promosi dan penguatan akses serta fasilitas di destinasi wisata. Pariwisata bahari sebagai sektor yang berkembang pesat telah menunjukkan kontribusinya terhadap perekonomian nasional dan pembangunan ekonomi maritim Indonesia melalui peningkatan devisa, Produk Domestik Bruto (PDB), dan tenaga kerja.

Kata Kunci: Kerja sama, Indonesia, ASEAN, Pariwisata Bahari, Ekonomi Maritim

ABSTRACT

As a member of the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), Indonesia prioritizes the development of its tourism sector. Indonesia's vast marine tourism potential serves as a catalyst for national economic growth. This study focuses on the implementation of ASEAN cooperation programs in Indonesia's marine tourism sector and its contribution to maritime economic development. The research employs a qualitative approach with descriptive-analytical methods. The findings indicate that Indonesia has integrated ASEAN cooperation programs in the tourism sector into its national policies. Indonesia utilizes these policies to promote, enhance accessibility, and improve facilities at tourist destinations. Marine tourism, as a rapidly growing sector, has shown its contributions to the national economy and Indonesia's maritime economic development through increased foreign exchange earnings, Gross Domestic Product (GDP), and employment.

Keywords: Cooperation, Indonesia, ASEAN, Marine Tourism, Maritime Economy

1. Latar Belakang

Luasnya perairan Indonesia membawa potensi ekonomi maritim yang luar biasa. Potensi kelautan menjangkau berbagai sektor penting di Indonesia, termasuk salah satunya adalah sektor pariwisata yang dianggap sebagai sektor andalan dalam meningkatkan devisa negara dan memberikan sumbangsih besar bagi

perekonomian nasional. Menurut laporan Badan Keahlian Negara DPR RI (2023), PDB pariwisata Indonesia meningkat dari 4% pada 2011 menjadi 5,5% pada 2019, sementara devisa pariwisata naik dari USD 8,55 miliar menjadi USD 16,91 miliar di periode yang sama (Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI, 2023). Meskipun terjadi penurunan pada 2020

akibat pandemi, PDB pariwisata mulai pulih pada 2021 dan terus meningkat sejak 2022. Pariwisata bahari tidak hanya memberi implikasi signifikan bagi perekonomian negara melalui pendapatan devisa, namun juga melalui penciptaan lapangan kerja dan pengembangan infrastruktur.

Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia paling banyak datang melalui pintu masuk bandar udara Ngurah Rai dengan jumlah 7.972.651 pada tahun 2023 (BPS Indonesia, 2023). Hal ini menunjukkan minat terbesar wisatawan terletak pada pariwisata bahari Bali. Namun di sisi lain, data tersebut menunjukkan kurangnya pengetahuan wisatawan asing terhadap ragam pariwisata bahari yang ada di Indonesia. Dengan demikian, penting bagi pemerintah untuk lebih mengembangkan strategi pemasaran dan infrastruktur di destinasi-destinasi bahari lainnya.

Dalam perspektif globalisasi, wisatawan modern semakin mencari pengalaman autentik yang hanya dapat ditemukan di destinasi tertentu. Pariwisata berbasis budaya dapat meningkatkan perekonomian lokal melalui penguatan sektor budaya dan tradisi yang diperkenalkan kepada wisatawan (Greg Richards, 2018). Oleh karena itu, pariwisata yang tetap mempertahankan identitas lokal memiliki peran penting dalam menghasilkan pengalaman wisata yang orisinal dan unik. Ini membuat destinasi tersebut berbeda dari tempat lain. Hal ini tidak hanya memberikan nilai tambah secara ekonomi dengan menarik lebih banyak wisatawan yang mencari pengalaman berbeda, tetapi juga berperan dalam melestarikan budaya dan warisan lokal yang sering kali terancam oleh arus globalisasi. Dalam jangka panjang, strategi ini memungkinkan masyarakat lokal untuk mendapatkan manfaat ekonomi sekaligus mempertahankan jati diri mereka di tengah tekanan globalisasi yang terus meningkat.

Negara-negara ASEAN menjadikan pembangunan sektor pariwisata sebagai

salah satu sektor prioritas dalam meningkatkan perekonomian di kawasan ASEAN melalui peningkatan kualitas pariwisata. Penerapan strategi yang lebih kuat di sektor pariwisata menjadi penting dalam menghadapi pergerakan *ASEAN Community*, sehingga diperlukan kerja sama yang erat di antara negara-negara anggota ASEAN. Demi mewujudkan *ASEAN Community*, *Master Plan* mengenai *ASEAN Connectivity* disusun dengan isi mengenai target pencapaian dan potensi hambatanya (Moenir & Halim, 2020). Pelaksanaan kegiatan *Master Plan* berupa pembentukan strategi memperkuat interaksi ASEAN melalui *physical connectivity* yang mencakup pengembangan infrastruktur fisik, *institutional connectivity* meliputi efektivitas institusi dan cara kerjanya, juga *people-to-people connectivity* yakni meningkatkan hubungan antar warga negara ASEAN. Salah satu bentuk penyelenggaraan *people-to-people connectivity* adalah melalui sektor pariwisata.

Berkaitan dengan hal di atas, terdapat tiga pilar utama yang dibentuk sebagai dasar pembentukan masyarakat ASEAN, yakni *ASEAN Economic Community* (AEC), *ASEAN Security Community* (ASC), dan *ASEAN Socio-Cultural Community* (ASCC) (Darman Moenir et al., 2021). Untuk mendukung pengembangan pariwisata, dibentuklah *ASEAN Tourism Forum* (ATF) yang merupakan bentuk kerja sama regional dengan tujuan untuk mempromosikan wilayah ASEAN sebagai tujuan wisata yang terkenal dengan keragaman budaya. Melalui salah satu pertemuan ATF, dibentuklah sebuah rencana kerja panjang yang disepakati oleh negara anggota. Rencana kerja ini dikenal dengan *ASEAN Tourism Strategic Plan* (ATSP) (Darman Moenir et al., 2021).

ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) merupakan bagian dari AEC yang berfungsi sebagai panduan strategis yang disusun ASEAN untuk mengembangkan sektor pariwisata di kawasan Asia Tenggara.

ATSP diharapkan dapat dikembangkan dan diimplementasikan oleh negara anggota ASEAN demi meningkatkan daya tarik di bidang pariwisata. Dengan kata lain, ASEAN memandang sektor pariwisata sebagai komoditas yang dapat meningkatkan pendapatan negara, sehingga ATSP dirancang sebagai rencana besar sekaligus menjadi salah satu strategi ASEAN dalam mendorong proses integrasi ekonomi kawasan.

Di sisi lain, ASEAN juga memiliki kesepakatan kerja sama terkait tenaga kerja, yaitu *Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals* (MRA-TP), yang dirancang sebagai bagian dari upaya liberalisasi sektor jasa. MRA-TP dibentuk untuk memfasilitasi mobilitas tenaga kerja di sektor pariwisata, serta menetapkan standar kualifikasi profesional yang diakui di seluruh negara anggota. Kualifikasi diberikan dalam bentuk sertifikat kepada tenaga kerja yang berhasil memenuhi standar yang ditetapkan. Semua negara anggota ASEAN memiliki hak untuk mengeluarkan sertifikasi atas pekerja profesional pariwisata.

Berdasarkan hal di atas, tulisan ini akan melihat bagaimana bentuk kerja sama antara Indonesia dan ASEAN (dalam kapasitasnya sebagai organisasi regional) dalam sektor pariwisata serta implikasinya terhadap pariwisata bahari di Indonesia. Besarnya potensi pariwisata bahari Indonesia dapat dijadikan sebagai keunggulan dalam meningkatkan pendapatan negara dan memperkenalkan Indonesia di kancah internasional yang berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Selain itu, pariwisata bahari Indonesia yang terletak di kawasan terpencil cenderung kurang didukung oleh infrastruktur yang memadai serta mendapat promosi yang masih sedikit. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih lanjut terkait bagaimana kerja sama antara Indonesia dan ASEAN dapat mempercepat pengembangan sektor

pariwisata bahari yang tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan negara, tetapi juga mendorong integrasi ekonomi kawasan serta memajukan pariwisata berkelanjutan.

2. Tinjauan Pustaka

Sebagai negara kepulauan dengan garis pantai yang panjang dan sumber daya laut yang melimpah, Indonesia menyimpan potensi pariwisata bahari yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Sayangnya, minimnya infrastruktur dan promosi di kawasan yang mempunyai potensi wisata maritim seperti pulau-pulau yang terpencil pada gilirannya menjadi hambatan besar dalam pengembangannya. Di tingkat regional, pentingnya sektor pariwisata telah diakui oleh negara-negara ASEAN. Pariwisata dianggap dapat mendorong ekonomi kawasan karena sektor ini dapat menciptakan lapangan kerja, menarik investasi, dan meningkatkan pendapatan daerah. Atas dasar inilah, diadakan kerja sama antara negara-negara ASEAN dalam perencanaan strategi yang lebih kuat di sektor pariwisata. Demi mendalami analisa terkait kerja sama antara Indonesia dan ASEAN di sektor pariwisata bahari, penulis melakukan kajian literatur untuk melihat perbandingan dari penelitian sebelumnya.

Menurut Moenir & Halim (2020) dalam penelitian mengenai implementasi *ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP)* sebagai kerangka kerja untuk pengembangan pariwisata bahari Indonesia, ATSP 2011-2015 bertujuan untuk merancang cetak biru regulasi, produk, dan skema pemasaran serta pengembangan pariwisata di ASEAN, dengan harapan dapat diterapkan di tingkat lokal untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan negara (Moenir & Halim, 2020). Hal ini bertujuan agar ASEAN dapat menjalin hubungan kerja sama dengan negara di kawasan Asia Tenggara dalam pengembangan sektor pariwisata, termasuk pariwisata bahari. Dengan adanya kerja

sama yang terjalin, peluang untuk meningkatkan akselerasi pertumbuhan ekonomi menjadi lebih besar. Di sisi lain, ATSP 2011-2015 menunjukkan bahwa kerja sama negara dalam suatu kawasan dapat memperkuat daya saing di sektor pariwisata. Di sisi lain, dalam konteks pariwisata bahari Indonesia menekankan pentingnya sektor ini sebagai peluang pasar yang menguntungkan. Hal ini ditunjukkan dengan delapan dari sepuluh destinasi prioritas yang merupakan destinasi bahari di antaranya adalah Danau Toba (Sumatera Utara), Labuan Bajo (NTT), Tanjung Kelayang (Bangka Belitung), Tanjung Lesung (Banten), Kepulauan Seribu (DKI Jakarta), Mandalika (NTB), Wakatobi (Sulawesi Tenggara), dan Morotai (Maluku).

Penelitian tersebut menyoroti ATSP sebagai hasil dari kerja sama multilateral ASEAN telah menjadi alat diplomasi pariwisata yang penting. ATSP dirancang untuk meningkatkan daya saing pariwisata negara anggota, termasuk Indonesia, melalui promosi kawasan sebagai destinasi tunggal. Konsep *regional cooperation* menjadi inti dari artikel tersebut dengan fokus pada bagaimana Indonesia menggunakan ATSP untuk memajukan pariwisata bahari. Selain itu, sinergi antarnegara ASEAN dalam menangani isu-isu seperti keberlanjutan lingkungan dan pengelolaan sumber daya alam laut menjadi sangat penting karena banyak isu lingkungan, seperti polusi laut, perubahan iklim, dan eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya laut, bersifat melampaui batas dan mempengaruhi negara-negara di wilayah secara kolektif. Melalui sinergi, ASEAN dapat menciptakan kebijakan bersama yang lebih efektif untuk melindungi ekosistem laut, mendorong pelaksanaan pembangunan berkelanjutan, dan memastikan bahwa sumber daya alam laut tetap dapat dimanfaatkan oleh generasi mendatang. Di sisi lain, kerja sama ini memiliki beberapa tantangan tersendiri. Kurangnya koordinasi lintas sektor di tingkat domestik dan persaingan antarnegara anggota ASEAN menjadi salah satu

tantangan utama (Moenir & Halim, 2020). Hal ini relevan dengan konsep *liberal institutionalism* yang menekankan peran institusi multilateral, seperti ASEAN, dalam menciptakan tata kelola yang lebih baik di kawasan. Selain itu, penelitian tersebut menunjukkan bahwa diplomasi pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menarik wisatawan, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat posisi Indonesia di area internasional.

Zulkifli dkk. (n.d) mengemukakan bahwa Kebijakan Kelautan Indonesia (KKI) memiliki potensi besar dalam mendorong pengembangan ekonomi maritim melalui peningkatan sektor perikanan, pariwisata, konektivitas dan transportasi laut, serta investasi di sektor maritim (Zulkifli et al., 2023). KKI membuka peluang terciptanya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan. Pendekatan tersebut sejalan dengan tujuan keberlanjutan lingkungan yang menjadi isu utama dalam hubungan internasional modern. Kebijakan ini sekaligus mendukung penerapan ATSP, menjadikannya sebagai instrumen penting dalam memperkuat kerja sama regional dan meningkatkan daya saing sektor kelautan. KKI seperti yang tertuang dalam visi Poros Maritim Dunia telah mendorong penguatan kerja sama internasional di sektor maritim, termasuk dengan negara-negara ASEAN. Dalam artikel tersebut, konsep kerja sama kebijakan luar negeri menjadi fokus dengan perhatian khusus pada bagaimana kebijakan domestik diintegrasikan ke dalam inisiatif regional. Selain itu, dengan adanya KKI, pertumbuhan ekonomi lokal dapat ditingkatkan bersamaan dengan didorongnya pemasukan devisa industri pariwisata.

Lasally et al (2023) menjelaskan bahwa *ASEAN Tourism Forum (ATF)* menjadi sarana bagi Indonesia dalam mengembangkan sekaligus mempromosikan pariwisatanya agar lebih dikenal baik ditingkat regional maupun internasional (Lasally et al., 2023). Hal ini dapat terwujud dikarenakan ATF tidak hanya

dihadiri oleh delegasi ATF dan negara anggota ASEAN, namun juga beberapa negara mitra seperti Jepang dan Korea, serta organisasi internasional seperti *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) dan *World Travel & Tourism Council* (WTTC) (Lasally et al., 2023). Indonesia terhitung lemah dalam hal promosi pariwisata, sehingga ATF memberikan keuntungan besar bagi Indonesia. Selain upaya promosi dan branding luar negeri, ATF menjadi sarana dalam menarik investor luar negeri untuk berinvestasi ataupun bekerja sama dalam mengembangkan pariwisata Indonesia (Lasally et al., 2023).

Sebagai media multilateral, ATF memegang peran penting dalam memperkuat posisi Indonesia dalam meningkatkan visibilitasnya di pasar global melalui pendekatan diplomasi pariwisata. ATF menyediakan ruang bagi negara-negara anggota ASEAN untuk mempromosikan destinasi mereka secara kolektif. ATF menyediakan kesempatan untuk membangun kerja sama secara luas yang tidak terbatas pada negara anggota ASEAN saja. Melalui ATF, Indonesia dapat memanfaatkan peluang untuk menjalankan kepentingan nasionalnya, seperti dalam hal promosi budaya maritim secara global. Berdasarkan hal ini, ATF dapat dianggap sebagai wadah diplomasi soft power dengan memanfaatkan keunggulan negara untuk meningkatkan citra nasionalnya. Lebih lanjut, konsep diplomasi pariwisata menjadi kunci analisis dengan penekanan pada bagaimana ATF digunakan sebagai alat untuk memperkuat hubungan antarnegara anggota dan mempromosikan merek pariwisata regional. Partisipasi aktif Indonesia dalam ATF menunjukkan komitmen negara Indonesia untuk berkolaborasi dengan mitra regional dalam menghadapi tantangan global seperti perubahan iklim dan pandemi (Lasally et al., 2023). Inisiatif seperti ATF dapat membantu menciptakan persepsi positif terhadap

kawasan ASEAN sebagai destinasi yang aman dan menarik (Lasally et al., 2023). Perspektif *constructivism* dalam hubungan internasional dapat digunakan untuk memahami artikel ini, khususnya dalam menjelaskan bagaimana identitas dan narasi kolektif ASEAN sebagai destinasi pariwisata dibentuk melalui forum tersebut.

Berdasarkan kajian literatur yang telah dibahas, dapat dilihat bahwa ATSP dan ATF berkontribusi besar dalam memfasilitasi kerja sama regional terutama dalam hal promosi destinasi pariwisata di ASEAN. Sementara itu, KKI menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya laut secara optimal dan berkelanjutan. Sayangnya, sektor kelautan masih menghadapi sejumlah tantangan seperti kurang memadainya infrastruktur dan promosi yang belum optimal.

Penelitian-penelitian sebelumnya memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penelitian yang akan dilakukan terkait kerja sama pariwisata bahari Indonesia-ASEAN dalam rangka pengembangan ekonomi maritim. Pertama, penelitian ini akan melanjutkan analisis mengenai peran ATSP dan ATF dalam mendukung pengembangan pariwisata bahari Indonesia dengan fokus pada bagaimana kerja sama regional dapat memaksimalkan potensi ekonomi maritim. Kedua, penelitian sebelumnya menyoroti tantangan seperti promosi dan infrastruktur. Ini menjadi dasar untuk menganalisis langkah-langkah yang diperlukan untuk memperkuat kerja sama dan meningkatkan daya saing sektor maritim Indonesia di ASEAN. Penelitian ini diharapkan mampu menjawab bagaimana kerja sama antara Indonesia dan ASEAN dapat berperan dalam memaksimalkan potensi ekonomi maritim melalui sektor pariwisata bahari.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analisis. Metode

deskriptif-analisis dalam penelitian kualitatif digunakan untuk menggambarkan, memahami, serta menjelaskan suatu fenomena berdasarkan data, sehingga metode ini memungkinkan suatu fenomena digambarkan sebagaimana adanya. Penggunaan metode deskriptif-analisis dalam penelitian ini didasari oleh arah penelitian yang condong pada penggambaran fenomena secara detail.

Adapun data yang digunakan berupa artikel jurnal terdahulu, berita media terkait, serta laporan dan dokumen kenegaraan terkait kerja sama Indonesia dan ASEAN dalam pariwisata bahari dan kontribusinya terhadap ekonomi maritim sebagai ekonomi yang berbasis pada sumber daya laut, pesisir, dan sektor-sektor terkait yang mendukung pemanfaatan lingkungan maritim secara berkelanjutan. Data yang diperoleh akan dianalisis untuk mengeksplorasi fenomena secara menyeluruh dan mendalam. Data yang dikumpulkan akan diuraikan ke dalam bentuk naratif untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai kontribusi pariwisata bahari terhadap peningkatan ekonomi maritim di Indonesia.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini membahas secara mendalam mengenai peran ASEAN dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata bahari di Indonesia. Dalam kapasitasnya sebagai organisasi regional, ASEAN memiliki wewenang dalam mengeluarkan berbagai kerangka kerja sama dan rencana strategis untuk memperkuat kerja sama regional antar negara anggotanya termasuk dalam sektor pariwisata. Oleh karena itu, secara khusus, pembahasan akan mencakup kerangka kerja sama ASEAN dalam sektor pariwisata dan penerapannya di Indonesia. Lebih lanjut, akan dijelaskan kontribusi pariwisata bahari atas penguatan ekonomi maritim nasional. Besarnya potensi yang dimiliki pariwisata bahari Indonesia membuat kebijakan dan program kerja sama ASEAN berupaya

memfasilitasi pertumbuhan sektor ini. Dukungan ASEAN berupa peningkatan aksesibilitas, promosi destinasi, serta pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten. Pembahasan juga mencakup strategi negara dalam memaksimalkan potensi pariwisata bahari sehingga dapat berkontribusi bagi perekonomian maritim negara.

4.1. Kerja sama ASEAN dalam Sektor Pariwisata dan Penerapannya ke dalam Pariwisata Bahari Indonesia

Adanya pengaruh positif antara sektor pariwisata dan pendapatan nasional telah mendorong negara-negara anggota ASEAN, termasuk Indonesia untuk mengembangkan sektor tersebut. ASEAN merupakan organisasi geopolitik dan ekonomi yang dibentuk pada tahun 1967 oleh negara-negara kawasan Asia Tenggara dengan maksud untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, pengembangan kebudayaan, serta menjaga keamanan dan stabilitas kawasan (Kurniasih, 2020). Dalam hal pengembangan sektor pariwisata, kawasan ASEAN terus menunjukkan kontribusinya. SCOT dibentuk oleh ASEAN pada tahun 1976 dalam rangka pengembangan pariwisata melalui promosi, pemasaran, dan penelitian (Darman Moenir et al., 2021). Lebih lanjut, ASEAN juga mengadakan kerja sama ATF setiap tahunnya di salah satu negara ASEAN sejak 2011 dalam rangka memfasilitasi pertukaran informasi dan mempromosikan pariwisata di setiap negara ASEAN. ATF merupakan inisiatif kerja sama ekonomi regional ASEAN yang dibentuk dengan tujuan untuk meningkatkan pembangunan sosial-ekonomi negara-negara di ASEAN yang menyimpan potensi memajukan sumber daya alam dan buatan (Putri & Purnawarman, 2024). Tujuan dari ATF mencakup:

- a. Mengadakan promosi atas wilayah ASEAN sebagai tujuan wisata unik dengan banyak daya tarik.

- b. Menyusun dan mendorong kesadaran atas ASEAN sebagai destinasi kompetitif di kawasan Asia Pasifik.
- c. Menarik wisatawan agar berkunjung ke seluruh negara anggota ASEAN atau perpaduan dari negara tersebut.
- d. Mengadakan promosi terkait tujuan wisata domestik negara anggota ASEAN.
- e. Memperkuat hubungan kerja sama dalam pariwisata ASEAN (Lasally et al., 2023).

ATF dapat menjadi kunci dalam mengembangkan sektor pariwisata agar negara-negara ASEAN, termasuk Indonesia, dapat dikenal sebagai tujuan wisata dengan keragaman budayanya. Indonesia memanfaatkan peran ATF sebagai konferensi antar negara anggota ASEAN dalam program *ASEAN Tourism Marketing Strategic* (ATMS). ATMS menyusun strategi pemasaran berupa peluncuran slogan *Southeast Asia Feel the Warmth* selaku markah destinasi tunggal ASEAN, yang di dalamnya mencakup slogan sekunder negara anggota yang mencerminkan ciri khas pariwisata masing-masing (Rahmat & Undang, 2020). Untuk memenuhi tugasnya sebagai anggota ASEAN, Indonesia mengenalkan *brand Wonderful Indonesia* bertemakan “*Eco, Culture, dan MICE*” sebagai slogan negaranya (Rahmat & Undang, 2020). ATMS kemudian menciptakan situs web *Asean Tourism* dan membuat paket kreatif dengan strategi investasi dalam paket pariwisata antarnegara (Putri & Purnawarman, 2024).

Dalam hal pariwisata bahari, *Wonderful Indonesia* memberikan dampak signifikan terhadap promosi keindahan sumber daya laut Indonesia. Negara ini menawarkan ragam pariwisata bahari mengingat banyaknya pantai eksotis dan keindahan bawah laut yang memukau, seperti keanekaragaman hayati berupa terumbu karang. Menurut informasi yang tersedia di situs web *Wonderful Indonesia*, enam dari sepuluh destinasi utama yang dipromosikan

berkaitan langsung dengan pariwisata bahari, mencakup Mandalika, Labuan Bajo, Likupang, Raja Ampat, Morotai, dan Tanjung Kelayang (Wonderful Indonesia, n.d.). Di samping itu, *Wonderful Indonesia* juga menampilkan ‘*five wonders*’ yang berisi tema dalam mengeksplorasi budaya dan warisan daerah di Indonesia (N. A. Dewi, 2023). *Five Wonders* ini berisi *Nature and Wildlife, Culinary and Wellness, Arts, Culture, and Heritage, Recreation and Leisure, dan Adventure* (Wonderful Indonesia, n.d.). Melalui laman ini, wisatawan dapat mencari dan menemukan aktivitas seperti *snorkeling, diving, dan surfing*. Selain keindahan alamnya, kekayaan budaya dan tradisi bahari seperti kuliner lokal dan festival budaya juga dapat ditonjolkan.

Selain ATMS, strategi pengembangan pariwisata di tingkat ASEAN juga didorong melalui ATSP yang merupakan hasil dari ATF. ATSP 2011-2015 disepakati sebagai strategi berkelanjutan dalam pariwisata pada penyelenggaraan ATF ke-10 di Brunei Darussalam (Darman Moenir et al., 2021). Dari ATSP 2011-2015, disusun sebuah rencana strategis sebagai panduan bagi negara anggota ASEAN dalam membangun sektor pariwisatanya secara menyeluruh dan berkelanjutan. Rancangan ini terkait dengan regulasi, komoditas, dan program dalam hal diversifikasi produk, prosedur, peningkatan kapasitas SDM, investasi, dan hubungan antarnegara ASEAN (Moenir & Halim, 2020). Terdapat tiga arahan strategis yang dibuat melalui *ASEAN Regional Forum*, meliputi:

- a. Arahan strategis terkait diversifikasi produk kawasan berbasis pengalaman, promosi inovatif, serta kebijakan investasi

Arahan strategis pertama ini mencakup aksi berupa:

- Penyusunan dan pelaksanaan strategi pemasaran untuk sektor pariwisata di kawasan ASEAN

- Pengembangan paket tur untuk wilayah atau sub-wilayah tertentu
 - Peningkatan kebijakan dan prosedur terkait hubungan eksternal dalam pariwisata ASEAN;
- b. Arahan strategis terkait peningkatan kapasitas SDM.
Arahan kedua mencakup tiga aksi, yakni:
- Pembentukan standar pariwisata ASEAN melalui proses sertifikasi
 - Implementasi *Mutual Recognition Arrangement* (MRA) untuk menciptakan pariwisata ASEAN berbasis profesional
 - Penyediaan kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat;
- c. Arahan strategis terkait peningkatan fasilitas dan hubungan antarnegara ASEAN
Terdapat dua aksi strategis dari arahan ketiga, yaitu:
- Diajukannya visa tunggal bagi kawasan ASEAN
 - Kerja sama dengan lembaga ASEAN terkait demi memperluas hubungan (Moenir & Halim, 2020).

Bagi Indonesia, implementasi ATSP ke dalam pariwisata bahari berkaitan erat dengan kebijakan kelautan nasionalnya. Kebijakan Kelautan Indonesia (KKI) disusun dengan tujuan untuk menjadikan Indonesia sebagai sebuah negara maritim yang maju sehingga mampu berkontribusi pada stabilitas dan keamanan dunia (Zulkifli et al., 2023). KKI yang berfokus pada pemanfaatan potensi lautnya, memanfaatkan ATSP sebagai panduan dalam pengembangan sektor pariwisatanya. Selain KKI, implementasi ATSP juga didukung oleh adanya Kebijakan dan Strategi Pariwisata 2015-2019 yang dibuat oleh kementerian pariwisata. Kebijakan ini mencakup strategi pengembangan pariwisata Indonesia, seperti penguatan destinasi, pemasaran domestik dan internasional,

pengembangan kelembagaan, dan dukungan manajemen. (Moenir & Halim, 2020).

Implementasi ATSP dalam kebijakan pariwisata bahari terfokus pada diversifikasi produk wisata dan promosi inovatif dalam rangka memaksimalkan potensinya. Indonesia berusaha meningkatkan citra pariwisatanya untuk menunjang pemasaran internasional dan menarik lebih banyak wisatawan mancanegara. Sehubungan dengan pariwisata domestik, pemerintah memanfaatkan tiga produk utamanya dalam mengedepankan pengalaman lokal berbasis alam dan budaya. Salah satu produk utama yang digunakan merupakan wisata bahari (Moenir & Halim, 2020). Strategi ATSP turut mendukung pengembangan paket wisata melalui pembangunan infrastruktur dan penguatan akses serta fasilitas di destinasi wisata. Peningkatan akses ini terfokus pada pariwisata bahari, tercermin dari penetapan 10 destinasi prioritas oleh Kemenparekraf, di mana 8 di antaranya adalah destinasi bahari (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Langkah ini menunjukkan komitmen pemerintah dalam memperkuat konektivitas maritim untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah terpencil yang kaya akan potensi bahari.

Setelah berakhirnya ATSP periode 2011-2015, ATF kembali menyusun kebijakan baru dalam rangka mengembangkan pariwisata lebih jauh. Upaya pengembangan berkelanjutan ini dimasukkan ke dalam ATSP 2016-2025 yang dituangkan melalui MRA. Perbaikan sistem pariwisata ASEAN menuntut berbagai bidang termasuk ketenaga kerjaan. MRA dibentuk dengan tujuan memberikan kualifikasi yang seragam dalam bentuk sertifikasi untuk meningkatkan kualitas dari sektor tenaga kerja sekaligus memfasilitasi mobilisasi pekerja (Soeharto, 2021). MRA-TP disepakati pertama kali pada November 2012 dengan tujuan fasilitasi pemberdayaan profesional dan pertukaran informasi terkait pendidikan dan pelatihan di

bidang pariwisata (Putri & Purnawarman, 2024). Sertifikasi pekerja profesional bermanfaat sebagai penyaring kualitas bagi tenaga kerja asing yang mendaftar untuk pekerjaan di negara ASEAN lainnya (Soeharto, 2021). MRA-TP yang bersifat wajib untuk diadopsi memengaruhi standar kompetensi kerja Indonesia. Seluruh pekerja pariwisata Indonesia diharuskan untuk mendapat sertifikasi untuk membuktikan profesionalitas mereka di level kawasan.

Penerapan MRA-TP di Indonesia mengalami hambatan. Budaya jaringan personal mendominasi standar profesionalitas di level domestik. Hal ini dikarenakan proses perekrutan tenaga kerja di Indonesia lebih berpatok pada pengalaman dan kepribadian, sementara sertifikasi masih dianggap tidak penting terutama bagi kalangan pekerja kelas bawah. Untuk meminimalisir hal ini, pemerintah mengadopsi MRA-TP ke dalam regulasi nasional, yakni Undang-undang No.52 Tahun 2012 yang menetapkan kewajiban untuk mendapat sertifikasi bagi seluruh tenaga kerja profesional (Soeharto, 2021). Sejalan dengan hal ini, pemerintah juga membentuk tiga lembaga yang berfungsi sebagai penyuluh, penggerak, dan pemantau (Soeharto, 2021). Ketiga lembaga ini berperan penting dalam menjamin kompetensi tenaga kerja pariwisata di Indonesia, mulai dari penetapan standar keterampilan hingga pemberian sertifikasi berdasarkan hasil pelatihan dan pengalaman.

Secara keseluruhan, Indonesia telah mengaplikasikan program kerja sama ASEAN dalam sektor pariwisata ke dalam kebijakan nasionalnya. Sebagai contohnya, Indonesia telah mengadopsi Standar Pariwisata ASEAN untuk meningkatkan daya saing destinasi wisatanya di kancah internasional. Salah satu contohnya adalah penerapan ASEAN *Green Hotel Standard*, yang bertujuan mendorong pengelolaan hotel ramah lingkungan. Standar ini diterapkan untuk memastikan bahwa hotel-hotel di Indonesia memenuhi kriteria

lingkungan, seperti efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan konservasi sumber daya alam, guna mendukung pariwisata berkelanjutan (ASEAN, 2016). Selain itu, Indonesia juga mengimplementasikan ASEAN *Homestay Standard* dalam program pengelolaan homestay di berbagai destinasi wisata unggulan, seperti Yogyakarta, Bali, dan Lombok. Program ini dirancang agar *homestay* yang dikelola masyarakat lokal mampu menawarkan pengalaman otentik kepada wisatawan sekaligus memenuhi standar kualitas ASEAN. Langkah ini juga bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui partisipasi aktif dalam industri pariwisata (ASEAN, 2016). Sehubungan dengan pariwisata bahari, Indonesia memanfaatkan kebijakannya dalam mendorong promosi dan penguatan akses serta fasilitas di destinasi wisata. Pariwisata bahari menjadi sektor prioritas dalam pembangunan ekonomi karena besarnya potensi dan kekayaan alam yang dimilikinya. Melalui berbagai inisiatif seperti peningkatan infrastruktur, pengembangan kapasitas SDM, dan pemasaran, Indonesia berusaha menarik wisatawan lokal dan mancanegara. Dengan demikian, pariwisata bahari diharapkan dapat berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi maritim.

4.2. Kontribusi Pariwisata Bahari terhadap Pengembangan Ekonomi Maritim

Kontribusi pariwisata bahari terhadap perekonomian nasional terlihat dari nilai devisa pariwisata, kontribusi PDB yang diberikan, dan jumlah tenaga kerja yang terserap di sektor tersebut. Wisata bahari mencakup berbagai destinasi terkenal seperti Bali, Labuan Bajo, dan Raja Ampat yang dapat menarik wisatawan internasional dan akan berdampak pada pendapatan devisa. Nilai devisa dan PDB pariwisata, termasuk wisata bahari, mengalami peningkatan pada periode 2011-2019. PDB pariwisata

Indonesia meningkat dari 4% pada 2011 menjadi 5,5% pada 2019, sementara devisa pariwisata naik dari USD 8,55 miliar menjadi USD 16,91 miliar di periode yang sama (Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI, 2023). Walaupun terjadi penurunan di tahun 2020 akibat pandemi COVID-19, PDB pariwisata mulai pulih pada 2021 dan terus meningkat sejak 2022. Sementara itu, nilai devisa baru meningkat pada tahun 2022. Selain kontribusi PDB dan nilai devisa, peningkatan tenaga kerja di sektor pariwisata juga dapat menekan tingkat pengangguran. Berdasarkan laporan Badan Keahlian DPR RI (2023), jumlah tenaga kerja di sektor pariwisata mengalami penambahan dari 19,46 juta orang pada tahun 2018 menjadi 21,26 juta orang pada tahun 2021 (Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI, 2023). Dalam hal pariwisata bahari, lapangan kerja bagi masyarakat pesisir dapat tercipta dari bidang wisata. Lapangan kerja ini dapat berupa transportasi laut, ekowisata, dan usaha penginapan dan perhotelan di kawasan pantai.

Pariwisata bahari tidak hanya membantu pengembangan ekonomi maritim melalui devisa, PDB, dan tenaga kerja. Terdapat beberapa elemen yang mendukung hal ini. Pertama, melalui peningkatan investasi asing. Banyak investor asing yang tertarik untuk berinvestasi pada sektor pariwisata Asia Tenggara, termasuk Indonesia, karena potensi pasarnya yang besar dan pertumbuhan ekonomi yang cenderung stabil (Putri & Purnawarman, 2024). Pariwisata dan kemaritiman menjadi sektor strategis dalam menerima investasi (Mahadiansar et al., 2021). Investasi asing membawa modal dan teknologi yang dapat mendukung pembangunan fasilitas pariwisata bahari, seperti bandara, hotel, dan objek wisata lainnya. Kedua, pariwisata sebagai pemicu pengembangan infrastruktur seperti pembangunan jalan, bandara, dan fasilitas penting lainnya. Akses yang mudah menuju destinasi wisata akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan. Selain itu,

peningkatan aksesibilitas dari pembangunan infrastruktur dapat mendorong mobilisasi wisatawan yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan. Kehadiran aplikasi dan situs web pariwisata turut memudahkan perencanaan perjalanan bagi wisatawan yang tertarik untuk berkunjung (Putri & Purnawarman, 2024). Ketiga sekaligus yang terakhir adalah peningkatan perekonomian masyarakat melalui penjualan produk lokal. Kebutuhan wisatawan saat berlibur harus dipenuhi di lokasi destinasi itu sendiri (Dewi et al., 2024). Dari sinilah masyarakat lokal akan mendapat kesempatan untuk meningkatkan perekonomiannya dengan memaksimalkan penggunaan produk seperti makanan dan suvenir. Hal ini harus tetap diiringi dengan peningkatan kualitas dari produsen agar sesuai dengan standar konsumen mancanegara.

Pariwisata bahari sebagai sektor yang berkembang pesat telah menunjukkan kontribusinya terhadap perekonomian nasional dan pembangunan ekonomi maritim Indonesia. Peningkatan devisa, PDB, dan penyerapan tenaga kerja di sektor ini mengindikasikan besarnya peran pariwisata bahari dalam memperkuat perekonomian maritim. Dalam ruang lingkup yang lebih kecil, Ni Made Santi, Yulius Hero, dan Hadi Susilo Arifin (2017) menemukan bahwa kontribusi pendapatan masyarakat dari sektor wisata bahari di kawasan pesisir Pulau Nusa Penida rata-rata mencapai 36% dari total pendapatan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan wisata bahari memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan masyarakat setempat (Santi et al., 2017). Aliran investasi asing menjadi salah satu elemen utama dalam mendukung kontribusi ini. ATF dan ATSP menjadi sarana dalam menarik investor asing setelah membentuk landasan yang stabil bagi pariwisata bahari. Terlebih, dalam pertemuan ATF yang dihadiri oleh negara selain anggota ASEAN dan organisasi internasional, Indonesia dapat menarik investor luar negeri untuk berinvestasi ataupun bekerja sama dalam

mengembangkan pariwisata Indonesia. Modal yang dibawa dari investasi membantu dalam peningkatan fasilitas di wilayah wisata bahari, utamanya kawasan pesisir. Sejalan dengan hal ini, pembangunan infrastruktur menjadi prioritas dikarenakan sektor pariwisata dianggap sebagai sektor strategis dalam meningkatkan perekonomian. Dengan akses yang mudah dan fasilitas yang berkualitas, daya tarik destinasi wisata bahari akan meningkat. Dari sini diharapkan agar kunjungan wisatawan dapat terdorong sehingga pertumbuhan devisa ikut menguat. Di samping membantu mobilitas wisatawan, fasilitas dan infrastruktur ini dapat membantu distribusi barang dan jasa masyarakat lokal, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat pesisir.

Pembangunan infrastruktur juga mampu menciptakan lingkungan yang kondusif di kawasan pesisir, sehingga masyarakat lokal akan terdorong untuk mendirikan bisnis lokal seperti perhotelan dan restoran. Bisnis lokal ini bisa juga dikategorikan sebagai Usaha Kecil dan Menengah (UKM). UKM memiliki andil yang besar dalam menyokong pertumbuhan ekonomi Indonesia (Deanova et al., 2023). Kontribusi UKM pariwisata bahari terhadap ekonomi maritim berada pada pemenuhan kebutuhan wisatawan, seperti layanan ekowisata dan produk souvenir. Sumber penghasilan dengan memanfaatkan potensi kelautan dapat dilakukan tanpa merusak lingkungan, sehingga kelestarian laut dapat terjaga. Di samping itu, souvenir kerajinan umumnya menonjolkan identitas budaya setempat sehingga warisan budaya lokal dapat dipertahankan sekaligus dipasarkan secara luas.

Dengan adanya MRA-TP, UKM dalam industri pariwisata bahari dapat mengirim tenaga kerjanya untuk mendapatkan pelatihan yang telah diakui oleh ASEAN. Tenaga kerja dapat memperoleh keahlian yang tersertifikasi dan meningkatkan kualitas layanan UKM. Peningkatan layanan dapat membuat pengalaman wisata memuaskan dan

mendorong wisatawan dalam merekomendasikan destinasi terkait. Selanjutnya, UKM dengan tenaga kerja berkualifikasi berkesempatan untuk bekerja sama dengan industri besar seperti operator tur. Kerja sama ini membawa peluang bagi UKM untuk terjun ke dalam pasar yang lebih luas dan memberi andil dalam perekonomian maritim nasional.

Dalam konteks globalisasi, Indonesia harus mampu memanfaatkan potensi pariwisata baharinya yang berbasis identitas dan warisan budaya. Dengan tercapainya hal tersebut, Indonesia dapat meningkatkan daya tarik wisatanya di pasar internasional. Wisatawan yang ingin mencari pengalaman baru dalam wisata bahari akan tertarik untuk mengunjungi destinasi Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi digital, promosi destinasi wisata bahari Indonesia dapat dilakukan secara besar-besaran. Potensi ini harus dimaksimalkan dengan usaha pemerintah dalam mengembangkan pariwisata baharinya. Dengan pengembangan dan pengelolaan berkelanjutan, pariwisata bahari dapat terus mendukung perekonomian negara sekaligus meningkatkan daya saingnya di kawasan internasional.

5. Kesimpulan

Pariwisata bahari menjadi sektor yang penting dalam mendukung perekonomian Indonesia. Hal ini terlihat dari kontribusi devisa dan PDB pariwisata yang selalu menunjukkan peningkatan di setiap tahunnya. Selain itu, peningkatan lapangan kerja yang tercipta dari sektor pariwisata bahari dapat menekan tingkat pengangguran. Bagi masyarakat pesisir, lapangan kerja di sektor pariwisata bahari muncul dari berbagai bidang, seperti layanan akomodasi. Di samping itu, dukungan ASEAN melalui program kerja sama seperti ATF dan ATSP dapat menjadi sarana dalam memperkuat promosi destinasi, meningkatkan kapasitas SDM, dan pengembangan infrastruktur. Hal ini menjadi dasar untuk menjadikan

pariwisata bahari sebagai sektor strategis secara optimal.

Pengaruh pariwisata bahari terhadap ekonomi maritim meluas hingga penarikan investasi asing dan pemberdayaan perekonomian masyarakat yang didorong oleh produk lokal. Peningkatan kualitas fasilitas di kawasan wisata bahari dapat didorong oleh investasi asing. Fasilitas yang baik akan membantu mobilisasi wisatawan sekaligus distribusi barang dan jasa masyarakat lokal. Melalui ini, pariwisata bahari dapat berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi maritim. Dengan strategi dan pengembangan yang berkelanjutan, pariwisata bahari dapat terus mendorong perekonomian maritim Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- ASEAN. (2016). *Standar pariwisata ASEAN*.
- Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI. (2023). *Analisis ringkas cepat: Urgensi penguatan daya saing pariwisata untuk meningkatkan perekonomian nasional*. <https://berkas.dpr.go.id/pa3kn/analisis-ringkas-cepat/public-file/analisis-ringkas-cepat-public-41.pdf>
- BPS Indonesia. (2023). *Statistik Indonesia 2023* (Vol. 1101001). <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Darman Moenir, H., Halim, A., Masna, A., & Maharani, R. (2021). Implementasi ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) dalam pengembangan pariwisata Sumatera Barat. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 15(1), 49–63. <https://doi.org/10.47608/jki.v15i12021.49-63>
- Deanova, S., Yunita, T., Moses, H., & Ramadan, R. (2023). Strategi pengembangan usaha (UKM) untuk meningkatkan citra Kota Malang di swasta kuliner tempat pariwisata. *Cross-Border*, 6(1), 664–678.
- Dewi, N. A. (2023). Strategi branding pariwisata Indonesia melalui Wonderful Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi, Administrasi Negara dan Hukum*, 1(1), 161–168. <https://doi.org/10.30656/senaskah.v1i1.234>
- Dewi, N. D. U., Widanti, N. P. T., Sumada, I. M., & Widnyani, I. A. P. S. (2024). Sinergi pembangunan wisata bahari berkelanjutan dalam rangka mewujudkan visi maritim 2024 di Pulau Nusa Penida, Klungkung, Bali. *Perspektif*, 13(2), 598–608. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i2.11172>
- Richards, G. (2018). Pariwisata budaya: Tinjauan penelitian dan tren terkini. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020, September 16). *Mengenal 10 destinasi prioritas pariwisata Indonesia*. <https://kemenparekraf.go.id/rumah-difabel/Mengenal-10-Destinas-Prioritas-Pariwisata-Indonesia>
- Kurniasih, E. P. (2020). Perkembangan investasi asing di negara ASEAN. *Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan 2020*, 362–370.
- Lasally, A., Handayani, L., & Arifin, S. (2023). The role of the ASEAN Tourism Forum (ATF) in supporting Indonesian tourism. *Journal of Gastro Tourism*, 1(1), 43–51. <https://doi.org/10.52465/jogasto.v1i1.147>
- Mahadiansar, M., Setiawan, R., Darmawan, E., & Kurnianingsih, F. (2021). Realitas perkembangan investasi asing langsung di Indonesia tahun 2019. *Matra Pembaruan*, 5(1), 65–75. <https://doi.org/10.21787/mp.5.1.2021.65-75>
- Moenir, H. D., & Halim, A. (2020). Implementasi ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) dalam kebijakan pariwisata bahari Indonesia. *Jurnal PIR: Power in International Relations*, 4(2), 166–189. <https://doi.org/10.22303/pir.4.2.2020.166-189>

- Putri, M. Y., & Purnawarman, A. (2024). ASEAN Tourism Forum efforts to increase tourist visits in Southeast Asia. *Research Horizon*, 4(3), 137–148. <https://journal.lifescifi.com/index.php/RH/article/view/275>
- Rahmat, & Undang. (2020). Peranan branding promotion Wonderful Indonesia. *Kajian dan Riset Manajemen Profesional*, 12(1), 69–79.
- Santi, N. M., Hero, Y., & Arifin, H. S. (2017). Kontribusi wisata bahari terhadap kesejahteraan masyarakat pesisir Pulau Nusa Penida, Klungkung. *Jurnal Kajian Bali (Journal of Bali Studies)*, 7(2), 81. <https://doi.org/10.24843/jkb.2017.v07.i02.p05>
- Soeharto, D. N. (2021). Globalisasi dan tenaga kerja: Internalisasi norma sertifikasi tenaga kerja pariwisata di Indonesia. *Transformasi Global*, 8(1), 13–29. <https://doi.org/10.21776/ub.jtg.2021.008.01.2>
- Wonderful Indonesia. (n.d.). *No title*. <https://www.indonesia.travel/gb/en/home.html>
- Zulkifli, Nurjannah, I., Usman, & Mokodompit, E. A. (2023). Implikasi kebijakan kelautan Indonesia dalam pengembangan ekonomi maritim. *OSF Preprints*, 1–15. <https://osf.io/nps2v>