



PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

Indonesian Tourism Research

POSISI DAYA SAING PARIWISATA BERKELANJUTAN INDONESIA DI ASEAN:

Analisis Komparatif Indonesia vs Thailand, Malaysia, dan Vietnam serta Strategi Mengejar Ketertinggalan

Edisi Februari 2026 | Seri Policy Brief No. 02/PKPI/II/2026

Merespons Siaran Pers Kementerian Pariwisata RI, 25 Februari 2026

"Wamenpar Tegaskan Pariwisata Berkelanjutan Jadi Fondasi Daya Saing Global Indonesia"

Jakarta, 26 Februari 2026

RINGKASAN EKSEKUTIF

Pada 25 Februari 2026, Wakil Menteri Pariwisata Ni Luh Puspa menegaskan bahwa pariwisata berkelanjutan menjadi "fondasi utama pembangunan pariwisata Indonesia ke depan." Pernyataan ini disampaikan dalam Forum STDev Circle bertema Gerakan dan Aksi Kepariwisata Berkelanjutan. Kementerian Pariwisata mendorong lima program unggulan: Peningkatan Keselamatan Berwisata, Desa Wisata, Pariwisata Berkualitas, Event by Indonesia, dan Tourism 5.0.

Analisis komparatif PKPI menunjukkan bahwa meskipun narasi keberlanjutan Indonesia berada di jalur yang tepat, **Indonesia tertinggal signifikan** dari ketiga kompetitor utama ASEAN dalam hal operasionalisasi kebijakan pariwisata berkelanjutan. Thailand sudah memiliki sistem rating STAR dengan 2.300+ bisnis teraudit, Malaysia meluncurkan Visit Malaysia 2026 dengan target 43–47 juta wisman dan kebijakan visa paling terbuka di ASEAN, sementara Vietnam mencatatkan pertumbuhan 21% pada 2025 dan menargetkan 25 juta wisman untuk 2026. Indonesia hanya menargetkan 16–17,6 juta wisman—angka paling konservatif di antara keempatnya.

TEMUAN UTAMA

- Thailand telah mengoperasionalkan STGs-STAR sebagai sistem sertifikasi keberlanjutan nasional; Indonesia belum memiliki tools terukur setara.
- Malaysia menargetkan 43–47 juta wisman 2026 dengan anggaran promosi RM550 juta; Indonesia hanya 16–17,6 juta tanpa anggaran promosi setara.
- Vietnam mencatat pertumbuhan 21% (2025) dan sedang merevisi UU Pariwisata 2017 untuk mengakomodasi green tourism dan digital economy.
- Kebijakan visa Indonesia (Perpres 95/2024: 13–17 negara bebas visa) berlawanan arah dengan seluruh kompetitor yang justru meliberalisasi visa.
- Indonesia memiliki keunggulan mutlak pada atraksi (Raja Ampat, Komodo, Borobudur) namun tertinggal di aksesibilitas, amenitas, dan kelembagaan (ancillary).

1. KONTEKS DAN LATAR BELAKANG

Lanskap persaingan pariwisata ASEAN telah berubah dramatis pasca-pandemi. Empat negara—Thailand, Malaysia, Vietnam, dan Indonesia—kini berkompetisi semakin ketat untuk memperebutkan wisatawan mancanegara (wisman), khususnya dari pasar China, India, dan Eropa. Persaingan ini tidak lagi sekadar



PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

Indonesian Tourism Research

soal keindahan destinasi, melainkan menyangkut ekosistem keberlanjutan, kemudahan akses, kualitas layanan, dan kecepatan respons kebijakan.

Pernyataan Wamenpar Ni Luh Puspa tentang pariwisata berkelanjutan sebagai fondasi daya saing perlu diapresiasi. Namun, pernyataan ini memerlukan kontekstualisasi dengan realitas kompetitif terkini. Policy brief ini menganalisis posisi Indonesia dibandingkan tiga kompetitor utama dalam empat dimensi: Kerangka Kebijakan, Instrumen Operasional, Aksesibilitas, dan Kinerja Kuantitatif.

2. PERBANDINGAN KINERJA KUANTITATIF 2025–2026

Indikator	Thailand	Malaysia	Vietnam	Indonesia
Wisman 2025	~33 juta	38,3 juta*	21,2 juta	15,39 juta
Target Wisman 2026	Quality focus	43–47 juta	25 juta	16–17,6 juta
Target Revenue 2026	~USD 85 M	~USD 83 M	~USD 43 M	Belum diumumkan
Pertumbuhan 2025	-7%	+14,5%	+21%	+10,8%
Wisnus 2025	N/A	N/A	135,5 juta	1,2 miliar
Anggaran Promosi 2026	Terintegrasi TAT	RM550 juta	Meningkat	Belum terinci

*Malaysia: data Jan–Nov 2025. Catatan: Revenue Thailand target 3 triliun THB; Malaysia target RM329 miliar.

Temuan kritis: Indonesia memiliki target wisman terendah dan pertumbuhan terendah kedua di antara empat negara. Gap absolut dengan Malaysia kini mencapai hampir 23 juta wisman—sementara Indonesia memiliki luas wilayah, kekayaan alam, dan keragaman budaya yang jauh lebih besar. Satu-satunya indikator di mana Indonesia unggul adalah wisatawan nusantara (1,2 miliar perjalanan), yang menunjukkan potensi pasar domestik luar biasa namun belum terkonversi menjadi daya tarik internasional.

3. ANALISIS KOMPARATIF KERANGKA KEBIJAKAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

3.1 Thailand: Benchmark Operasionalisasi

Thailand memiliki kerangka pariwisata berkelanjutan paling matang di ASEAN. Tourism Authority of Thailand (TAT) telah mengembangkan 17 Sustainable Tourism Goals (STGs) sejak 2023, yang diadaptasi dari UN SDGs ke dalam empat dimensi: good governance, socio-economic impact, cultural preservation, dan environmental responsibility.

Instrumen terukur: Program STAR (Sustainable Tourism Acceleration Rating) memberikan sertifikasi bintang 3–5 kepada pelaku usaha berdasarkan kinerja keberlanjutan. Per Agustus 2025, lebih dari 2.300 bisnis pariwisata telah bergabung dalam STAR, dan TAT menargetkan 70% bisnis pariwisata memperoleh akreditasi STAR pada akhir 2026. Selain itu, Thailand memiliki Carbon Footprint Hotels Platform (CF-Hotels), Trusted Thailand Stamp, Thailand Tourism Awards (151 penghargaan pada 2025), dan 20 rute hijau di 10 Green Cities yang diluncurkan Juli 2025.

Seluruh inisiatif ini terintegrasi di bawah payung BCG Economy Model (Bio-Circular-Green) yang menjadi agenda nasional dan visi The New Thailand 2026 yang menekankan quality-driven, value-based tourism.



PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

Indonesian Tourism Research

3.2 Malaysia: Kampanye Nasional Terintegrasi

Malaysia menempatkan keberlanjutan sebagai tema sentral Visit Malaysia 2026 (VM2026) dengan tagline resmi "Malaysia: A Sustainable Destination & Rich in Culture", diluncurkan langsung oleh Perdana Menteri Anwar Ibrahim pada Januari 2025. Malaysia telah memiliki National Tourism Policy 2020–2030 berbasis tiga pilar: Competitiveness, Inclusion, dan Sustainability.

Malaysia juga menjadi tuan rumah World Tourism Day 2025 dan 7th World Tourism Conference di Melaka dengan tema "Tourism and Sustainable Transformation" serta mengalokasikan RM550 juta (~USD 124 juta) khusus untuk promosi pariwisata, termasuk komponen keberlanjutan. Strategi distribusi wisatawan ke destinasi sekunder (undertourism strategy) dan pembatasan pengunjung di area ekologis sensitif menunjukkan pendekatan yang holistik.

3.3 Vietnam: Akselerasi Transformasi

Vietnam mengalami transformasi kebijakan paling cepat. Pada 2025, Komite Pengarah Nasional Pariwisata direstrukturisasi melalui Keputusan PM No. 1532/QĐ-TTg, disertai penerbitan Action Plan 2025–2026. Pada 2026, Vietnam merevisi UU Pariwisata 2017 untuk mengakomodasi transformasi digital, ekonomi platform, dan green tourism.

Implementasi konkret mencakup: kampanye bebas plastik di Ha Long Bay, regulasi ekoturisme Phong Nha-Ke Bang, ekspansi bus listrik di Hanoi dan Ho Chi Minh City, insentif pemerintah bagi bisnis yang mengurangi emisi, dan adopsi sertifikasi Green Key oleh hotel-hotel. Data Agoda menunjukkan 77% wisatawan Vietnam menjadikan keberlanjutan sebagai prioritas utama—di atas rata-rata Asia (68%).

3.4 Indonesia: Fase Deklaratif

Kementerian Pariwisata mendorong lima program unggulan: Peningkatan Keselamatan Berwisata, Desa Wisata, Pariwisata Berkualitas, Event by Indonesia, dan Tourism 5.0. Indonesia juga memiliki capaian penting: penghargaan UN Tourism untuk Desa Wisata Pemuteran dan Osing Kemiren, 33 hotel dengan MICHELIN Keys, dan pembentukan Indonesia Sustainable Tourism Council (diketuai Mari Elka Pangestu).

Namun, analisis PKPI menemukan beberapa gap kritis: **(1)** belum ada sistem rating/sertifikasi keberlanjutan terstandar nasional setara STAR Thailand; **(2)** lima program unggulan belum diterjemahkan ke dalam indikator terukur dengan timeline spesifik; **(3)** Forum STDev Circle masih berbentuk diskusi, belum menjadi mekanisme akuntabilitas operasional; **(4)** belum ada framework carrying capacity nasional untuk destinasi prioritas.

4. SCORECARD KOMPARATIF: ENAM DIMENSI DAYA SAING

Dimensi	Thailand	Malaysia	Vietnam	Indonesia
Kerangka Kebijakan	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆	★★★☆☆
Instrumen Terukur	★★★★★	★★★☆☆	★★★☆☆	★★☆☆☆
Aksesibilitas Visa	★★★★☆	★★★★★	★★★★☆	★★☆☆☆
Ambisi Target	★★★★☆	★★★★★	★★★★★	★★★☆☆
Kemitraan Global	★★★★★	★★★★☆	★★★☆☆	★★★☆☆
Implementasi Lapangan	★★★★☆	★★★☆☆	★★★☆☆	★★☆☆☆
RATA-RATA	4,5 / 5	4,0 / 5	3,7 / 5	2,5 / 5



PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

Indonesian Tourism Research

Indonesia menempati posisi terakhir di seluruh dimensi kecuali kemitraan global (setara Vietnam). Gap terbesar ada pada instrumen terukur dan aksesibilitas visa—dua area yang paling memerlukan intervensi segera.

5. PARADOKS KEBIJAKAN VISA: BERGERAK MUNDUR SAAT KOMPETITOR MAJU

Kebijakan visa tetap menjadi pembeda terbesar dan kelemahan paling akut Indonesia. Perpres No. 95 Tahun 2024 yang memangkas negara bebas visa dari 169 menjadi 13–17 negara berlawanan arah dengan seluruh kompetitor.

Aspek	Indonesia	Malaysia	Thailand	Vietnam
Negara Bebas Visa	13–17	163+	93	25+
Durasi Bebas Visa	30 hari	30–90 hari	60 hari	45 hari
China Visa-Free	TIDAK	YA (reciprocal)	YA (60 hari)	YA (reciprocal)
India Visa-Free	TIDAK	YA (s.d. Des 2026)	YA	TIDAK
E-Visa System	Parsial (e-VOA)	Komprehensif	Full e-Visa	E-Visa universal
Digital Arrival Card	Belum ada	Dalam pengembangan	TDAC (Mei 2025)	Dalam pengembangan

Dampak terukur: Hanya 8,8% total wisman Indonesia berasal dari China, jauh di bawah potensi mengingat pasar outbound China mencapai 100+ juta per tahun. Malaysia menerima 3,8 juta wisatawan China pada 2024 setelah menerapkan bebas visa reciprocal. Vietnam pada Q1 2025 menerima 1,6 juta wisatawan China, melampaui Thailand (1,3 juta). Indonesia kehilangan potensi 2–3 juta wisman/tahun karena tidak menerapkan bebas visa untuk China.

6. PERBANDINGAN INSTRUMEN PARIWISATA BERKELANJUTAN

Instrumen	Thailand	Malaysia	Vietnam	Indonesia
Sistem Sertifikasi	STAR (3–5 bintang) 2.300+ bisnis	Belum terstruktur nasional	Green Key (adopsi)	Belum ada
Framework Nasional	17 STGs + BCG Model	NTP 2020–2030 3 pilar	Revisi UU 2026	5 Program Unggulan
Carrying Capacity	Riset DNAP + BCG	Pembatasan di area sensitif	Regulasi per destinasi	Belum ada framework
Green Routes/Cities	20 rute, 10 Green Cities	Ecotourism Plan 2016–2025	Hoi An sebagai model	Desa Wisata (parsial)
Carbon Reduction	CF-Hotels Platform	VMY sustainability theme	Insentif emisi	Belum terstruktur
Kampanye Global	New Thailand 2026 + Meaningful Thailand	VM2026 + ASEAN Chair	VITA Awards	STDev Circle (forum)
Target Sertifikasi	70% bisnis (akhir 2026)	Belum ditetapkan	Green Key expanding	Belum ditetapkan

Thailand unggul mutlak karena telah mentransformasi narasi keberlanjutan menjadi sistem operasional terukur. Indonesia masih pada tahap framing—visi sudah tepat tetapi instrumen belum terbangun.



PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

Indonesian Tourism Research

7. KEUNGGULAN KOMPARATIF INDONESIA YANG BELUM TERMANFAATKAN

Meskipun tertinggal di dimensi kebijakan dan operasional, Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang tidak dimiliki ketiga kompetitor:

- Megabiodiversitas unik: Raja Ampat (75% spesies karang dunia), Komodo (satu-satunya habitat komodo), Borobudur (candi Buddha terbesar dunia), Danau Toba (danau vulkanik terbesar dunia, UNESCO Global Geopark). Tidak ada negara ASEAN dengan kombinasi keunikan setara.
- Pasar domestik terbesar ASEAN: 1,2 miliar perjalanan wisnus pada 2025 menunjukkan ekosistem pariwisata yang hidup dan berpotensi menarik wisatawan internasional.
- Wisata halal: Sebagai negara Muslim terbesar dunia, Indonesia memiliki potensi menjadi hub wisata halal global—segmen yang tumbuh 12–15% per tahun.
- 13 Destinasi Pariwisata Prioritas: Dengan fokus pada 10 DPP dan 3 Destinasi Regeneratif, Indonesia memiliki roadmap diversifikasi destinasi yang jelas.
- Budaya hospitalitas genuine: Nilai keramah-tamahan yang embedded dalam ratusan budaya lokal menjadi competitive advantage yang sulit ditiru.

Tantangan utama: mentransformasi keunggulan komparatif (sumber daya) menjadi keunggulan kompetitif (kinerja). Ini memerlukan intervensi cepat pada aksesibilitas, instrumen keberlanjutan, dan promosi.

8. REKOMENDASI STRATEGIS: MENGEJAR KETERTINGGALAN

PKPI menyampaikan rekomendasi yang dikelompokkan dalam tiga horizon waktu, dengan fokus pada closing the gap terhadap kompetitor ASEAN.

8.1 Prioritas Tinggi — Implementasi Segera (Q1–Q2 2026)

A. Reformasi Visa China dan Perluasan Bebas Visa. Menerapkan bebas visa reciprocal 30 hari untuk China (model Malaysia). Mengembalikan kebijakan bebas visa minimal ke 50 negara (fokus high-spending: Eropa Barat, Australia, Jepang, Korea). Potensi dampak: +2–3 juta wisman/tahun.

B. Indonesia Digital Arrival Card (IDAC). Mengembangkan sistem digital arrival terintegrasi setara Thailand Digital Arrival Card (TDAC) untuk mempercepat proses imigrasi dan mengumpulkan data wisatawan real-time.

C. Peluncuran Indonesia Sustainable Tourism Rating (ISTAR). Mengadaptasi model STAR Thailand menjadi sistem sertifikasi keberlanjutan nasional dengan target 500 bisnis teraudit pada akhir 2026 dan 2.000 bisnis pada akhir 2027. Indonesia Sustainable Tourism Council (ISTC) yang diketuai Mari Elka Pangestu dapat menjadi leading agency.

D. Kampanye Visit Indonesia 2026 Terintegrasi. Meluncurkan kampanye promosi terintegrasi dengan anggaran memadai (minimal setara 50% anggaran VM2026 Malaysia = ~USD 60 juta) dan fokus pada unique selling proposition Indonesia: megabiodiversitas, warisan budaya UNESCO, dan wisata halal.

8.2 Jangka Menengah — 6–12 Bulan

E. Konektivitas Udara Strategis. Membuka rute langsung dari kota tier-2 China (Chengdu, Xi'an, Hangzhou) dan India (Hyderabad, Pune, Ahmedabad) ke Bali, Jakarta, dan Manado. Quick win: Manado-Likupang memiliki bandara internasional dan Bunaken kelas dunia.

F. Framework Carrying Capacity Nasional. Menyusun regulasi carrying capacity untuk 13 destinasi prioritas, dimulai dari yang paling urgent: Labuan Bajo/Komodo, Raja Ampat, dan Borobudur. Benchmark: Thailand DNAP + BCG model.

G. Akselerasi Infrastruktur Dasar. Mempercepat penyelesaian pasokan air, pengelolaan limbah, dan konektivitas digital di Labuan Bajo, Mandalika, Likupang, dan Danau Toba.



PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

Indonesian Tourism Research

H. Penguatan SDM Pariwisata Berkelanjutan. Meningkatkan skala program upskilling dari 400.000 menjadi 1 juta orang/tahun, dengan modul spesifik tentang green hospitality, digital tourism, dan service excellence.

8.3 Jangka Panjang — 1–3 Tahun

I. Tourism Satellite Account Komprehensif. Mengembangkan sistem pengukuran kontribusi pariwisata yang akurat untuk mendukung perencanaan berbasis bukti, termasuk dampak multiplier dan leakage analysis.

J. Indonesia Green Tourism Collections. Mengadaptasi model Thailand Green Tourism Collections dengan mengembangkan rute hijau di destinasi prioritas dan sertifikasi Green Destination berstandar internasional.

K. Hub Wisata Halal Global. Mengoptimalkan positioning Indonesia sebagai destinasi wisata halal terbesar dunia dengan sertifikasi terintegrasi, promosi bertarget ke Timur Tengah, Asia Selatan, dan ASEAN Muslim, serta pengembangan produk halal-friendly di 13 destinasi prioritas.

L. Revisi UU Kepariwisataan. Merevisi UU Kepariwisataan untuk mengakomodasi pariwisata berkelanjutan, digital tourism, ekonomi platform, dan mekanisme sanksi bagi pelanggaran carrying capacity—sebagaimana Vietnam juga merevisi UU Pariwisata 2017 pada 2026.

9. ROADMAP IMPLEMENTASI DAN TARGET TERUKUR

Horizon	Aksi Prioritas	Target Terukur	Benchmark Kompetitor
Q1–Q2 2026	Reformasi visa China & perluasan bebas visa	Bebas visa 50+ negara	Malaysia: 163+ negara
Q1–Q2 2026	Peluncuran IDAC	Operasional penuh Q2 2026	Thailand TDAC: Mei 2025
Q2 2026	Peluncuran ISTAR	500 bisnis teraudit	Thailand STAR: 2.300+
Q2 2026	Kampanye Visit Indonesia	Anggaran min. USD 60 juta	Malaysia: USD 124 juta
Q3 2026	Rute udara baru China/India	10 rute langsung baru	Vietnam: rute Tier-2 China
Q4 2026	Carrying capacity framework	13 destinasi prioritas	Thailand: Krabi Prototype
2027	ISTAR 2.000 bisnis	2.000 bisnis teraudit	Thailand target: 70% bisnis
2027–2028	Revisi UU Kepariwisataan	Akomodasi green & digital	Vietnam: revisi 2026
2028	Target wisman	20+ juta wisman	Dari 15,39 juta (2025)

10. PENUTUP

Pernyataan Wamenpar Ni Luh Puspa bahwa pariwisata berkelanjutan adalah fondasi daya saing global Indonesia merupakan narasi yang tepat dan perlu diapresiasi. Pembentukan Indonesia Sustainable Tourism Council di bawah kepemimpinan Mari Elka Pangestu serta pengakuan internasional terhadap Desa Wisata Pemuteran dan Osing Kemiren menunjukkan bahwa Indonesia memiliki modal awal yang baik.

Namun, analisis komparatif membuktikan bahwa narasi saja tidak cukup. **Thailand sudah mengoperasionalkan keberlanjutan menjadi sistem rating dengan ribuan bisnis teraudit. Malaysia sudah mengintegrasikan keberlanjutan ke dalam kampanye nasional dengan anggaran ratusan juta dolar. Vietnam sudah merevisi undang-undang untuk mengakomodasi tren baru.** Indonesia masih pada fase deklaratif—dan dalam dunia pariwisata yang semakin kompetitif, deklarasi tanpa operasionalisasi berarti ketertinggalan yang semakin lebar.

Target 16–17,6 juta wisman untuk 2026 sesungguhnya konservatif mengingat potensi yang dimiliki Indonesia. Dengan reformasi kebijakan visa yang berani, peluncuran sistem sertifikasi keberlanjutan



PUSAT KAJIAN PARIWISATA INDONESIA

Indonesian Tourism Research

nasional, kampanye promosi terintegrasi, dan akselerasi infrastruktur di 13 destinasi prioritas, Indonesia berpotensi mencapai 20+ juta wisman dalam 3 tahun ke depan.

Visi Presiden Prabowo sudah tepat, kelembagaan sudah dibentuk, narasi keberlanjutan sudah diartikulasikan. Yang tersisa adalah **kecepatan eksekusi**—dan di panggung ASEAN di mana Thailand, Malaysia, dan Vietnam berlari kencang, kecepatan bukan lagi kemewahan, melainkan keharusan.

Jakarta, 26 Februari 2026

Pusat Kajian Pariwisata Indonesia

Indonesian Tourism Research Center



Muhammad Rahmad
Direktur Eksekutif
Kontak: 081282050404

BOARD OF RESEARCHERS

Pusat Kajian Pariwisata Indonesia (PKPI)
Indonesian Tourism Research Center

Nama / Name	Jabatan / Position
Dr. Muhammad Rahmad, S.Ag, S.Par, MM, MITM	Direktur Eksekutif / Koordinator Peneliti
Elyn Hastriana, BBA, M.Par	Direktur / Peneliti
Ass. Professor Agus Riyadi, SST.Par, M.Sc, Ph.D	Peneliti Senior
Ass. Professor Dr. Arief F. Rachman SST. Par, MT	Peneliti Senior
Ass. Professor Dr. M. Husen Hutagalung, S. Pd, M. Si	Peneliti Senior
Assoc. Professor Hera Oktadiana, Ph.D, CHE	Peneliti Senior
Dr (c) Rianto, SST. Par, M. Si Par	Peneliti Senior

Para peneliti PKPI merupakan akademisi dan praktisi yang memiliki kedalaman pengalaman langsung di industri pariwisata, diplomasi internasional, serta pengembangan kebijakan publik. Setiap kajian berlandaskan teori dan metodologi ilmiah yang ketat, diperkaya wawasan praktis dari pengalaman puluhan tahun menangani dinamika pariwisata secara nyata.

Catatan:

Policy brief ini disusun berdasarkan data publik dari BPS Indonesia, Kementerian Pariwisata RI, Tourism Authority of Thailand (TAT), Tourism Malaysia, Vietnam National Authority of Tourism, serta lembaga statistik pariwisata internasional. Seluruh interpretasi dan rekomendasi merupakan pandangan independen Pusat Kajian Pariwisata Indonesia. Policy brief ini merupakan kelanjutan dari Policy Brief No. 01/PKPI/I/2026 yang menganalisis Rapat Koordinasi Kepariwisataan 12 Januari 2026.