

## Kontribusi Kerjasama Bilateral Indonesia dan Singapura Dalam Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian di Dalam Negeri

Faiq Marsyanda Hibatullah & Arie Kusuma Paksi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, [faiqlgdr95@gmail.com](mailto:faiqlgdr95@gmail.com)  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, [ariekusumapaksi@umy.ac.id](mailto:ariekusumapaksi@umy.ac.id)

### Abstract

*This research discusses the contributions made between Indonesia and Singapore regarding their cooperation efforts in the tourism sector to the domestic economy. Singapore is a neighbouring country of Indonesia which is one of the largest contributors of tourists in the last 10 years for Indonesia. This is a momentum that is utilised by Indonesia to advance its tourism sector for the domestic economy. The theory used in this research is Interdependence Theory, this theory emphasises that cooperation and mutual benefits can arise from good interdependence. The research method used is qualitative with data collection conducted through internet-based literature studies. This research found that there is a beneficial potential for both countries, especially in the tourism sector given that Indonesia is rich in destinations that are favoured by tourists so as to increase economic figures in the country.*

**Keywords:** Cooperation, Tourism, Economy, Bilateral

### PENDAHULUAN

Peran penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara dipegang oleh investasi dan kegiatan kerjasama yang dilakukan atau yang telah disepakati antar kedua negara sehingga mendapatkan suatu keuntungan yang dapat dirasakan oleh negara tersebut. Dalam era globalisasi seperti saat ini kekuatan Kerjasama menjadi salah satu faktor yang mendukung meningkatnya perekonomian suatu negara. Singapura yang merupakan salah satu negara di kawasan Asia Tenggara yang melakukan Kerjasama dengan Indonesia dalam sektor pariwisata memiliki dampak atau pengaruh yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi di dalam negeri (Mica Siar Meiriza, 2024).

Indonesia dan Singapura telah memiliki sejarah kerjasama yang panjang dan erat dalam berbagai bidang, termasuk sektor pariwisata. Dalam beberapa tahun terakhir, kerjasama ini telah meningkatkan kontribusi signifikan terhadap perekonomian di dalam negeri, terutama melalui pengembangan infrastruktur, meningkatkan aksesibilitas, dan meningkatkan kualitas destinasi wisata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut kontribusi kerjasama Indonesia dan Singapura dalam sektor pariwisata terhadap perekonomian di dalam negeri, serta menganalisis implikasinya terhadap pertumbuhan ekonomi dan kemajuan sosial di Indonesia (Lukito, 2022).

Singapura merupakan negara yang memberikan penanaman modal asing terbesar di Indonesia pada tahun 2022. Kerjasama Indonesia dan Singapura di bidang pariwisata mengalami peningkatan yang signifikan, dimana Singapura menjadi salah satu mitra investasi utama Indonesia di bidang pariwisata. Untuk memperkuat kerja sama tersebut, pemerintah Indonesia dan Singapura telah menandatangani beberapa

perjanjian, antara lain Memorandum of Understanding (MoU) di bidang e-Government dan pariwisata. MoU ini membuka peluang bagi Indonesia dan Singapura untuk memperkuat kerja sama pengembangan destinasi wisata, meningkatkan akses, dan meningkatkan kualitas destinasi wisata. Selain itu, kerja sama ini juga turut meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia yang juga berdampak pada peningkatan devisa negara.

Tabel 1 Data jumlah Investasi Penanaman Modal Asing (PMA) Singapura ke Indonesia tahun 2022

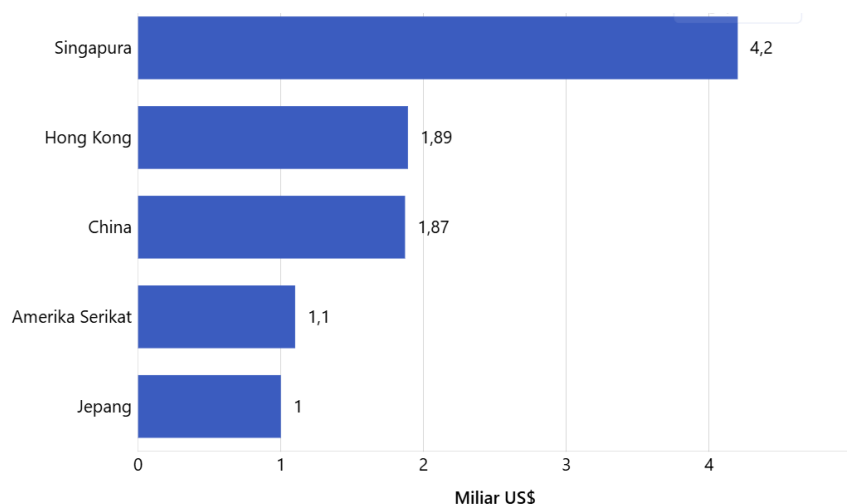
| URAIAN                | Triwulan I |             | Triwulan II |             | Triwulan III |             | Triwulan IV |              | Total    |              |
|-----------------------|------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|--------------|----------|--------------|
|                       | Jumlah     | Nilai       | Jumlah      | Nilai       | Jumlah       | Nilai       | Jumlah      | Nilai        | Jumlah   | Nilai        |
| ASIA                  | 10.653,0   | 8.450.709,1 | 7.032,0     | 9.016.119,5 | 13.993,0     | 9.256.891,5 | 11.678,0    | 10.103.495,6 | 43.356,0 | 36.827.215,7 |
| ASEAN                 | 0,0        | 0,0         | 0,0         | 0,0         | 0,0          | 0,0         | 0,0         | 0,0          | 0,0      | 0,0          |
| Singapura / Singapore | 4.491,0    | 3.571.120,8 | 2.437,0     | 3.145.583,2 | 5.555,0      | 3.826.018,6 | 4.089,0     | 2.738.390,7  | 16.572,0 | 13.281.113,3 |

Sumber: Kementerian Investasi/BKPM [satudata.kemendag.go.id](https://satudata.kemendag.go.id)

Kegiatan Kerjasama yang dilakukan oleh Indonesia dan Singapura memiliki respon dan hasil yang memuaskan terhadap kemajuan ekonomi, branding negara dan juga tingkat kesejahteraan sosial. Pemerintah Indonesia kemudian lebih memperhatikan arah kebijakan sehingga kebijakan yang diambil oleh pemerintah dapat bekerja dengan efektif dan efisien. Sehingga kebijakan-kebijakan tersebut menjadikan efektivitas pertumbuhan ekonomi antar negara juga turut meningkat.

Di Indonesia, salah satu contoh daerah yang berpotensi terjadinya tingkat perekonomian adalah Batam. Batam adalah daerah yang berpotensi untuk dikembangkan karena terdiri dari tenaga kerja, kestabilan politik dan keamanan, terdiri dari wilayah yang luas dan juga daerah yang berada di Provinsi Kepulauan Riau memiliki garis geografis yang strategis di mana Batam berbatasan langsung dengan negara tetangga sehingga menjadi pintu masuk lintas batas antara Indonesia dan Singapura. Wilayah Kepulauan Riau adalah daerah lintas kepulauan dan negara yang menjadikan Batam menjadi lintasan strategis terhadap perekonomian, pariwisata, perdagangan hingga industri dan investasi.

Menteri Investasi/Sekretaris BKPM Rosan Roeslani mengatakan pada kuartal III 2024, dana penanaman modal asing (PMA) Singapura tercatat sebesar \$5,5 miliar atau setara Rp85,8 triliun (kurs Rp15.600). Menteri Investasi/Kepala BKPM Rosan Roeslani mengatakan per triwulan III 2024 ini dana penanaman modal asing (PMA) asal Singapura tercatat mencapai US\$ 5,5 miliar setara Rp85,8 Triliun.



Gambar 1. 5 Negara yang Investasi Melalui PMA Terbesar ke Indonesia (Kuartal I-2024). Sumber: Kemendag (2023)

Indonesia saat ini dianggap sebagai mitra dagang terbesar kedua Singapura di antara negara-negara ASEAN lainnya. Kerjasama ini mempunyai banyak pilar kerjasama yakni di bidang perekonomian, ketenagakerjaan, pendidikan, dan kerjasama di bidang pariwisata. Bentuk kerja sama pariwisata antara Indonesia dan Singapura telah disepakati dan disetujui serta dituangkan dalam Memorandum of Understanding (MoU). Kerja sama yang disepakati para pihak meliputi periklanan dan pemasaran bersama kapal pesiar dan pameran *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE). Kegiatan yang dilakukan selama kerja sama meliputi pengembangan destinasi dan pelabuhan, serta pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan dan pameran karya lokal. Bentuk khusus kerja sama Indonesia dan Singapura di bidang pelayaran adalah Singapura menganggap Indonesia sebagai sebuah bangsa. Negara-negara yang jadi tujuan wisatanya sangat berbeda-beda dan mempunyai keunikan tersendiri. Hal inilah yang menyebabkan Singapura menjalin kerja sama bilateral dengan Indonesia.

Pariwisata merupakan seperangkat unsur yang saling berkaitan yang terdiri dari wisatawan, destinasi, perjalanan, industri, dan lain-lain, dan pasti termasuk dalam sektor pariwisata. Pariwisata dikatakan memiliki energi luar biasa yang mengubah masyarakat lokal dan membawa perubahan besar terhadap lingkungan dalam banyak hal. Menurut United Nations World Tourism Organization (UNWTO), sektor pariwisata terus berkembang dari waktu ke waktu. Sebagaimana sektor pariwisata yang Sektor pariwisata telah menjadi salah satu penopang perekonomian Indonesia sejak tahun 2023. Sektor ini menunjukkan pemulihan yang kuat, tumbuh 29,5% menjadi hampir Rp 1.008 triliun, mewakili 4,8% dari output ekonomi nasional.

### Tujuan penelitian

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami lebih dalam mengenai dampak kerjasama antara Indonesia dan Singapura

di sektor pariwisata terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi di negara tersebut. Selain itu, penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis dan akademis, yaitu dapat digunakan dan dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian yang sejalan dengan penelitian ini, manfaat akademisnya dapat digunakan sebagai referensi dan pengetahuan bagi para pembaca.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kerjasama ekonomi**

Menurut Yeremias T. Keban, Rosen memberi sudut pandang “secara teoritis, istilah kerjasama (*cooperation*) telah lama dikenal dan dikonsepsikan sebagai salah satu sumber efisiensi dan kualitas pelayanan. Kerjasama telah dikenal sebagai cara jitu untuk mengambil manfaat dari ekonomi skala (*economies of scale*)”. Pembelian atau pembelian bersama, misalnya, telah membuktikan keuntungan tersebut. Pembelian dalam skala besar atau melebihi “threshold points” akan lebih menguntungkan daripada dalam skala kecil. Dengan kerjasama tersebut, overhead cost akan teratasi meskipun dalam skala yang kecil. Sharing dalam investasi, misalnya, akan memberikan hasil yang memuaskan dalam penyediaan fasilitas sarana dan prasarana. Kerjasama juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan, misalnya dalam pemberian atau pengadaan fasilitas. (Utami Maharani, 2024)

Konsep kerjasama ekonomi mencakup sejumlah aspek yang bersifat inklusif dan melibatkan komitmen bersama untuk mencapai tujuan ekonomi yang lebih baik. Pertama, kerjasama ekonomi mencakup integrasi ekonomi, yang melibatkan penghapusan atau pengurangan hambatan perdagangan dan investasi antarnegara. Kedua, konsep ini mencakup koordinasi kebijakan ekonomi untuk menciptakan sinergi dalam pengelolaan kebijakan fiskal, moneter, dan perdagangan. Selanjutnya, kerjasama ekonomi juga menyoroti adanya pertukaran pengetahuan dan teknologi antarnegara untuk meningkatkan inovasi dan produktivitas. Keempat, konsep ini mengandung makna pembangunan infrastruktur dan proyek bersama guna memperkuat konektivitas dan memajukan sektor-sektor ekonomi.

### **Kebijakan Ekonomi**

Konsep dasar dari kebijakan ekonomi meliputi dua pendekatan utama, yaitu kebijakan fiskal dan kebijakan moneter (Yuliana Endang Kartika, 2023). Kebijakan fiskal berkaitan dengan penggunaan pendapatan dan pengeluaran pemerintah untuk mencapai tujuan ekonomi. Penguasa bisa mempraktikkan kebijaksanaan pajak ekspansif dan pajak kontraktif, semacam tingkatan pengeluaran khalayak ataupun kurangi pajak, buat memicu perkembangan ekonomi serta menanggulangi masalah inflasi atau deficit anggaran. Sedangkan, kebijakan moneter melibatkan pengaturan jumlah uang yang beredar dan tingkat suku bunga untuk mencapai tujuan ekonomi. Bank sentral berperan penting dalam pelaksanaan kebijakan moneter. Selain itu,

kebijakan ekonomi juga mencakup kebijakan perdagangan, kebijakan industri, kebijakan ketenagakerjaan, dan kebijakan investasi. Kebijakan perdagangan bertujuan untuk mengatur aliran barang dan jasa antara negara-negara, sementara kebijakan industri bertujuan untuk mengembangkan sektor industri dalam negeri. Kebijakan ketenagakerjaan berfokus pada penciptaan lapangan kerja dan perlindungan tenaga kerja, sedangkan kebijakan investasi bertujuan untuk menarik investasi asing dan mendukung pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks global, kebijakan ekonomi juga dapat mencakup kerjasama ekonomi antar negara, seperti perjanjian perdagangan bebas, kemitraan ekonomi, dan integrasi pasar. Tujuan dari kerjasama ekonomi ini adalah untuk meningkatkan akses pasar, memperluas kesempatan investasi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang saling menguntungkan.

### **Teori Diplomasi Pariwisata**

Sebuah konsep dalam kajian hubungan internasional dan pariwisata yang menggambarkan bagaimana pariwisata digunakan sebagai alat diplomasi untuk mempererat hubungan antar bangsa, memajukan kebudayaan, dan memajukan kepentingan nasional, khususnya yang berkaitan dengan perekonomian dan citra suatu negara menjelaskan. Dalam diplomasi pariwisata, negara-negara menggunakan sektor pariwisata sebagai sarana pengenalan budaya untuk meningkatkan citra nasionalnya dan memperluas pengaruhnya di kancah internasional, serta untuk meningkatkan perolehan devisa dan mendukung perekonomian domestiknya sebagai soft power. Alih-alih memaksakan kekuasaan, negara justru memanfaatkan daya tarik budaya dan keunikan pariwisatanya untuk membangun citra positif dan mempererat hubungan dengan negara lain. Negara berupaya untuk mempromosikan nilai-nilai budaya, sejarah, dan alam yang unik kepada masyarakat internasional dengan mempromosikan pariwisata. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman, minat, bahkan dukungan dari negara lain. Diplomasi pariwisata memiliki manfaat ekonomi yang signifikan melalui perolehan devisa, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan perekonomian lokal. Peningkatan arus wisatawan melalui promosi dan kerja sama internasional akan berkontribusi terhadap stabilitas perekonomian, terutama di sektor perhotelan, transportasi, dan jasa. Selain itu, diplomasi pariwisata juga berkontribusi dalam meningkatkan hubungan sosial dan budaya antara masyarakat negara asal dan masyarakat negara tujuan

### **Penelitian Terdahulu**

Siregar (2024) meneliti dampak penerapan travel bubble antara Indonesia dan Singapura pada tahun 2022, dengan tujuan untuk memulihkan sektor pariwisata setelah pandemi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis data dari wawancara serta laporan resmi. Hasilnya menunjukkan peningkatan kunjungan

wisatawan Singapura ke Indonesia melalui skema tersebut. Penelitian lainnya menjelaskan bentuk kerjasama pengembangan pariwisata antara Indonesia dan Singapura, dengan fokus pada potensi wisata bahari dan pengembangan kapal pesiar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui wawancara dan pengumpulan dokumen. Hasil menunjukkan bahwa kerjasama ini bertujuan untuk meningkatkan SDM dan devisa negara bagi kedua belah pihak (Fransina Asso, 2019).

Penelitian Wibowo (2017) membahas kepentingan Indonesia dalam kerjasama sektor pariwisata dengan Singapura setelah diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (AEC) pada tahun 2015. Penelitian ini menyoroti bagaimana perjanjian AEC menjadi media untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke masing-masing negara. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk memahami karakteristik dan pola perjalanan wisatawan milenial Indonesia yang berkunjung ke Singapura. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan adalah wanita berusia 21-25 tahun, yang lebih memilih mengatur perjalanan secara mandiri menggunakan teknologi (Kiki Savira, 2021). Penelitian Novianti (2021) mengkaji strategi diplomasi Indonesia dalam memperkuat kerjasama pariwisata dengan Singapura, termasuk kolaborasi pemasaran dan pertukaran budaya sebagai upaya untuk menarik lebih banyak wisatawan dari Singapura

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan (library research), yaitu dengan mengumpulkan data dari internet berupa jurnal, skripsi, laporan penelitian, artikel, berita, dan lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Berbagai sumber data literatur tersebut dikumpulkan dari internet (Internet-based), kemudian diolah oleh penulis dan digunakan dalam menguraikan berbagai referensi. Adapun teknik analisis data yang digunakan ialah analisis secara interaktif deskriptif kualitatif, terdiri dari pengumpulan data, penyajian data, reduksi data dan penarikan kesimpulan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Kerjasama Antara Indonesia dan Singapura (2003-2023)**

Kerjasama antara Indonesia dan Singapura telah berkembang secara signifikan sejak awal berdirinya Republik Indonesia. Dalam 2 dekade, kerjasama bilateral ini telah mencapai berbagai tingkat, mulai dari kerjasama infrastruktur, pariwisata, investasi, hingga pengelolaan zona ekonomi khusus. Berikut adalah analisis kerjasama antara Indonesia dan Singapura dari waktu ke waktu:

#### **Era 2000-an (2000-2009)**

Pada era 2000-an, kerjasama antara Indonesia dan Singapura terus meningkat. Pada tahun 2006, Presiden Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono dan Perdana Menteri Singapura Lee Hsien Loong menandatangani Memorandum of Understanding (MoU)

untuk pengembangan zona ekonomi khusus di Batam, Bintan, dan Karimun. Kerjasama ini meliputi pengembangan infrastruktur, investasi, dan pengelolaan zona ekonomi khusus (Biro Humas, 2022).

#### **Era 2010-an (2010-2019)**

Pada era 2010-an, kerjasama antara Indonesia dan Singapura terus meningkat. Pada tahun 2016, Presiden Indonesia Joko Widodo dan Perdana Menteri Singapura Lee Hsien Loong menandatangani kesepakatan untuk meningkatkan kerjasama ekonomi. Kesepakatan ini meliputi pengembangan infrastruktur, investasi, dan pengelolaan zona ekonomi khusus. Pada tahun 2018, Indonesia dan Singapura menandatangani kerjasama untuk pengelolaan zona ekonomi khusus di Batam, Bintan, dan Karimun (Achmad & Nasir, 2022).

#### **Era 2020-an (2020-sekarang)**

Pada era 2020-an, kerjasama antara Indonesia dan Singapura terus meningkat. Pada tahun 2021, Indonesia dan Singapura menandatangani kerjasama untuk pengembangan jembatan digital, travel bubble, dan Batam-Bintan. Kerjasama ini meliputi pengembangan infrastruktur, investasi, dan pengelolaan zona ekonomi khusus. Selain itu, Singapura berkomitmen meningkatkan kerjasama bilateralnya dengan Indonesia, termasuk di bidang keimigrasian, hukum, dan kekayaan intelektual.

Tabel 2. Kedatangan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Menurut Kebangsaan (Kunjungan), 2017 – 2021

| Kebangsaan / Nationality    | 2017             | 2018             | 2019             | 2020             | 2021           |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|
| Brunei Darussalam           | 23.455           | 17.279           | 19.278           | 2.701            | 144            |
| Malaysia                    | 2.121.888        | 2.503.344        | 2.980.753        | 980.118          | 480.723        |
| Filipina / Phillipiness     | 308.977          | 217.874          | 260.980          | 50.413           | 9.375          |
| Singapura / Singapore       | 1.554.119        | 1.768.744        | 1.934.445        | 280.492          | 18.704         |
| Thailand                    | 138.235          | 124.153          | 136.699          | 21.303           | 3.992          |
| Vietnam                     | 77.466           | 75.816           | 96.024           | 19.608           | 2.008          |
| Myanmar                     | 48.133           | 28.612           | 46.381           | 12.669           | 3.093          |
| Asean Lainnya / Other Asean | 252.373          | 717.508          | 682.630          | 154.143          | 10.187         |
| <b>TOTAL ASEAN</b>          | <b>4.524.646</b> | <b>5.453.330</b> | <b>6.157.190</b> | <b>1.521.447</b> | <b>528.226</b> |

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Dalam analisis kerjasama antara Indonesia dan Singapura dari waktu ke waktu, dapat dilihat bahwa kerjasama ini telah meningkat secara signifikan sejak awalberdirinya Republik Indonesia. Kerjasama ini meliputi pengembangan infrastruktur, investasi, dan pengelolaan zona ekonomi khusus, serta meningkatkan kerjasama di berbagai bidang, termasuk pariwisata dan energi. Kerjasama ini telah membantu meningkatkan kemajuan ekonomi dan meningkatkan hubungan diplomatik

antara kedua negara (Kementerian Koordinator Perekonomian Republik Indonesia, 2022b).



Gambar 2 Realisasi Investasi Indonesia 2019-2023

Realisasi investasi Indonesia mencatatkan hasil yang positif hingga akhir Juni 2023. Kementerian Investasi/Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) mencatat realisasi dalam enam bulan atau semester I-2023 adalah Rp678,7 triliun. Pada kuartal I-2023, realisasi investasi mencapai Rp328,9 triliun dan kuartal II sebesar Rp349 triliun. Realisasi ini 48,5% dari target pada 2023 yang mencapai Rp1.400 triliun. Adapun bentuk-bentuk Kerjasama antara Indonesia dan Singapura dalam sektor pariwisata yaitu,

1. Kerjasama pembangunan di bidang pariwisata: Indonesia dan Singapura bekerja sama untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing ke masing-masing negara dan meningkatkan pendapatan nasional (Wibowo, 2017).
2. Kerjasama Investasi Pariwisata: Indonesia dan Singapura berkolaborasi dengan beberapa investor Singapura, antara lain Bioeconomy, Far East Hospitality, CEO Capitaland, dan CEO Red Doors, untuk mengembangkan peluang ekspansi dan investasi di sektor pariwisata.
3. Kerjasama pembangunan infrastruktur pariwisata: Indonesia dan Singapura merencanakan kerja sama baru di bidang infrastruktur untuk mendorong kelanjutan kerja sama di sektor pariwisata.
4. Kerjasama pengembangan pariwisata ramah lingkungan: Indonesia dan Singapura bertujuan untuk mengembangkan pariwisata ramah lingkungan yang berfokus pada kegiatan pariwisata yang memiliki emisi CO2 rendah, melestarikan sumber daya, dan inklusif secara sosial.

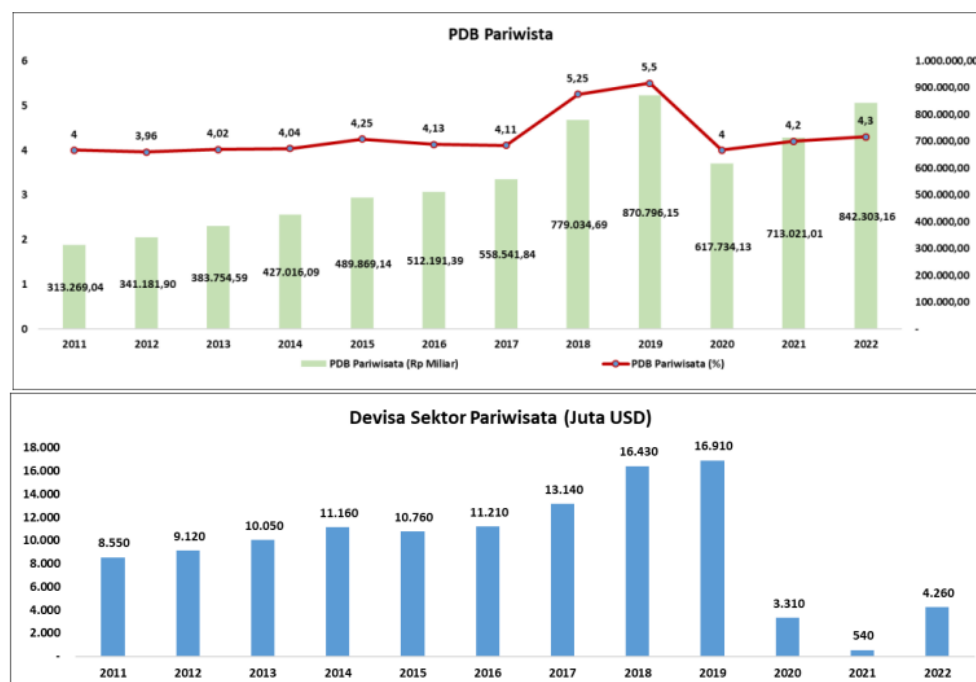
5. Kerjasama pengembangan pariwisata digital: Indonesia dan Singapura bertujuan untuk mengembangkan pariwisata digital dengan fokus penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan kualitas layanan pariwisata dan meningkatkan jumlah wisatawan (Kemenparekraf, 2022).
6. Kerjasama pembangunan di bidang “pariwisata ekonomi hijau”: Indonesia dan Singapura berupaya mengembangkan pariwisata ekonomi hijau yang berfokus pada emisi CO<sub>2</sub> yang rendah, penghematan sumber daya, dan kegiatan pariwisata yang inklusif secara sosial (Kementerian Koordinator Perekonomian Republik Indonesia, 2022a).
7. Kerjasama Pembangunan untuk Pariwisata Inklusif: Indonesia dan Singapura berupaya mengembangkan pariwisata inklusif dengan fokus pada peningkatan aksesibilitas pariwisata bagi penyandang disabilitas dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya inklusi dalam pariwisata.
8. Kerjasama pembangunan pariwisata sosial: Indonesia dan Singapura berupaya mengembangkan pariwisata sosial dengan fokus pada peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya sosial dalam pariwisata dan peningkatan kualitas layanan pariwisata.
9. Kerjasama pembangunan pariwisata budaya: Indonesia dan Singapura berupaya mengembangkan pariwisata budaya dengan fokus pada peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya budaya dalam pariwisata dan peningkatan kualitas layanan pariwisata (Muhammad Zem, 2022).

### **Dampak Kerjasama yang telah dilakukan bagi perekonomian Indonesia**

Pariwisata berperan penting sebagai sumber penerimaan luar negeri dan memiliki kemampuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara, terutama melalui pengurangan penurunan dan peningkatan produktivitas. Oleh karena itu, pariwisata merupakan salah satu strategi sektor yang harus diperhatikan saat pariwisata berkembang sebagai bagian dari pembangunan nasional. Pada akhirnya, tujuan pembangunan pariwisata adalah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, pertumbuhan pariwisata meningkatkan permintaan investasi dan konsumsi, yang pada gilirannya menghasilkan produksi barang dan jasa. Pertumbuhan ekonomi didorong oleh pariwisata, dan sebaliknya, pertumbuhan ekonomi didorong oleh pariwisata. Nilai tukar dan inflasi juga mempengaruhi pariwisata Indonesia. Sektor pariwisata memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara, menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan industri pariwisata, dan meningkatkan penerimaan asing negara. Selain itu, dapat mendorong perkembangan sektor pariwisata di berbagai negara. Pariwisata berkontribusi terhadap pertumbuhan

ekonomi melalui berbagai saluran, termasuk pendapatan devisa, dan menarik investasi internasional (Yakup, 2019).

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap perekonomian nasional, yang tercermin dari nilai devisa pariwisata, kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) pariwisata dan tenaga kerja di sektor pariwisata. Perkembangan nilai devisa dan PDB pariwisata menunjukkan tren peningkatan selama periode 2011-2019, PDB pariwisata dari 4 persen tahun 2011 menjadi 5,5 persen tahun 2019 dan devisa pariwisata dari USD 8,55 miliar tahun 2011 menjadi USD 16,91 miliar tahun 2019 (Gambar 1). Namun, pada tahun 2020 baik devisa maupun PDB pariwisata mengalami penurunan akibat Pandemi Covid-19. Kemudian pada tahun 2021 PDB pariwisata mulai membaik kembali, tetapi nilainya masih lebih rendah dibandingkan sebelum Pandemi Covid-19. Sedangkan nilai devisa baru mengalami peningkatan pada tahun 2022. Selain itu, tenaga kerja di sektor pariwisata cenderung mengalami peningkatan dari 19,46 juta orang di tahun 2018 menjadi 21,26 juta orang di tahun 2021 (Tabel 2). Peningkatan tersebut tentunya berpotensi menurunkan tingkat pengangguran. Selain itu, capaian tingkat daya saing sektor pariwisata yang tercermin dari peringkat *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)*/*Trade Tourism Development Index (TTDI)* juga mengalami peningkatan, dari peringkat 40 tahun 2019 menjadi peringkat 32 tahun 2021 (Badan Keahlian, 2023).

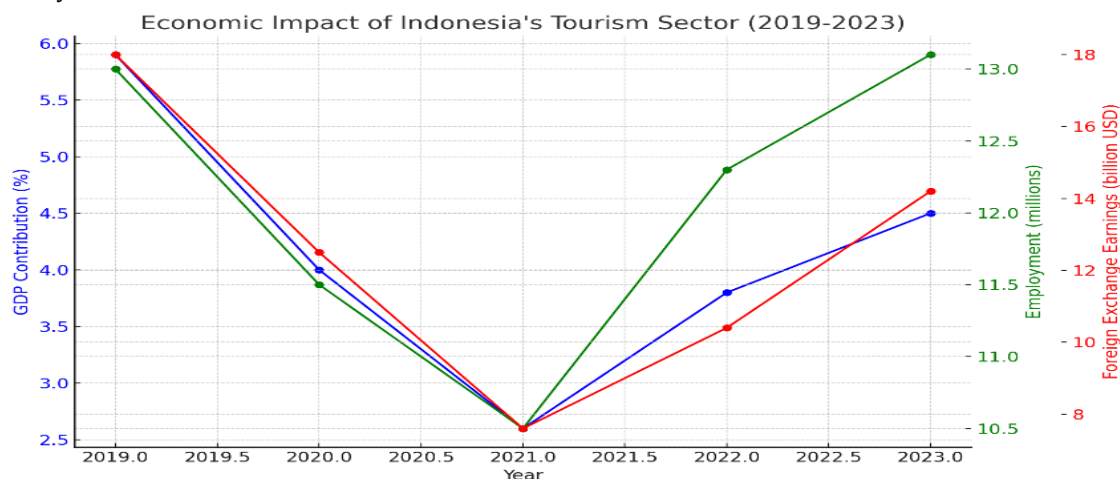


Sumber: BPS, ekonomi.bisnis.com, Nota Keuangan Anggran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2023.

Gambar 3 PDB dan Devisa sektor pariwisata

Sedangkan dalam table 2 menunjukkan bahwa secara umum kedatangan wisatawan dari tujuh negara ASEAN cenderung mengalami tren positif. Malaysia dan

Singapura menjadi dua negara teratas dari ASEAN yang menjadi penyumbang wisatawan terbesar ke Indonesia dengan rata-rata kunjungan 1,45 juta dan 1,52 juta kunjungan. Kontribusi pariwisata telah meningkat sebagai hasil dari upaya pemerintah untuk mendukung program pembangunan nasional. Sektor pariwisata memiliki banyak hubungan langsung dan tidak langsung dengan berbagai sektor ekonomi emba, seperti akomodasi, restoran, transportasi, perdagangan, jasa, dan lain-lain. Dengan demikian, sektor ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi emba. Menjadi sektor yang berperan penting dalam pembangunan daerah. Oleh karena itu, pariwisata memiliki kemampuan untuk mempengaruhi masyarakat secara langsung dari bidang emban, ekonomi, budaya, dan politik, serta integrasi berbagai elemen ekonomi. Program ini menekankan pentingnya pariwisata dalam mendorong pembangunan nasional, salah satunya dengan meningkatkan pendapatan negara dan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 4. Dampak sektor pariwisata terhadap Perekonomian Indonesia

Menurut data Kementerian Pariwisata, Pariwisata menjadi salah satu tulang punggung pemulihan ekonomi negara pasca COVID-19. Tanda-tanda tersebut akan terlihat sepanjang tahun 2023, dengan jumlah wisatawan mancanegara mencapai 11,68 juta orang. Jumlah ini melebihi target yang ditetapkan sebelumnya yaitu 6 juta hingga 8,5 juta orang. Meski angka tersebut masih belum melebihi jumlah pengunjung sebelum wabah virus corona pada tahun 2019, namun kontribusi wisatawan mancanegara meningkatkan devisa pariwisata hingga USD 14 miliar (setara Rp 218 triliun). Padahal, Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2023 menargetkan nilai tukar antara \$7,08 miliar hingga \$9,99 miliar (Wisnubroto, 2024)

Untuk membangun suatu negara perlu dilakukan pembangunan daerah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan memperbaiki kesenjangan antar daerah. Oleh karena itu, tujuan pembangunan yang efektif dan efisien dapat dicapai dengan

menyesuaikan kondisi, kemungkinan dan permasalahan masing-masing daerah. Lebih lanjut, analisis potensi daerah memastikan investasi nasional daerah pada sektor ekonomi semakin konkrit. Mengingat pentingnya kontribusi sektor pariwisata terhadap upaya pembangunan nasional, maka perlu dilakukan analisis terhadap potensi pariwisata seluruh provinsi di Indonesia dengan harapan tujuan pembangunan menjadi lebih efektif dan efisien.

### **Kontribusi terhadap Devisa Negara**

Sesuai dengan rekomendasi dari United Nations World Tourism Organization (UNWTO), wisatawan mancanegara (wisman) adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu negara di luar negara tempat tinggalnya selama kurang dari satu tahun dengan tujuan utama (bisnis, liburan, atau alasan pribadi lainnya selain untuk bekerja dengan penduduk negara yang dikunjungi, hal ini juga berkontribusi pada pendapatan devisa negara sebagaimana disebutkan dalam gambar 3.

#### **Puncak Devisa pada Tahun 2018 :**

Pada tahun ini, devisa dari sektor pariwisata mencapai USD 16,91 miliar. Hal ini didorong oleh acara besar seperti Asian Games dan meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Kenaikan ini juga mencerminkan strategi promosi pariwisata yang efektif oleh pemerintah.

#### **Penurunan Drastis pada Tahun 2020 :**

Tahun 2020 mencatatkan penurunan drastis devisa menjadi hanya USD 4 miliar akibat pandemi COVID-19 yang mengakibatkan penutupan sektor pariwisata secara global. Pembatasan perjalanan internasional berdampak langsung pada jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia.

#### **Dampak Berlanjut di Tahun 2021 :**

Meskipun ada upaya pemulihan, devisa pariwisata masih rendah pada tahun 2021 dengan total USD 1,5 miliar. Pembatasan perjalanan yang ketat dan ketatnya global membuat pemulihan sektor pariwisata berjalan lambat.

#### **Pemulihan di Tahun 2022 :**

Pada tahun ini, terjadi peningkatan signifikan dalam bidang pariwisata menjadi USD 6,5 miliar. Pelonggaran melakukan perjalanan dan meningkatkan vaksinasi di berbagai negara membantu memfasilitasi kembali kunjungan wisatawan ke Indonesia.

#### **Proyeksi Masa Depan :**

Meskipun terdapat tanda-tanda pemulihan pada tahun 2022, devisa pariwisata masih jauh dari target Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) yang menargetkan USD 30 miliar pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan perlunya strategi lebih lanjut untuk menarik wisatawan kembali ke Indonesia dan meningkatkan kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian.

### **Strategi pemasaran pariwisata dalam upaya mempromosikan pariwisata Indonesia**

Adapun strategi yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam melakukan pemasaran pariwisata sangat penting untuk memberikan daya tarik kepada turis asing untuk berkunjung. Terdapat tiga strategi pemasaran yang digunakan guna meningkatkan kunjungan Pariwisata di Indonesia, yaitu DOT, BAS, POSE. Strategi customer portofolio yang diterapkan oleh Indonesia adalah pendekatan DOT yang merupakan singkatan dari Destination, Origin, Timeline. Pelaksanaan pendekatan DOT dilakukan berbeda tergantung pada pasarnya. Tiga pasar utama pariwisata Indonesia adalah Asia Tenggara (ASEAN), China, dan Australia.

Strategi kedua yang digunakan dalam memasarkan pariwisata Indonesia adalah BAS. BAS merupakan singkatan dari Branding, Advertising, Selling. Branding dari Pariwisata Indonesia adalah Wonderful Indonesia dengan gambar burung yang terdiri atas 5 warna. Setelah branding dibuat maka aktivitas selanjutnya adalah advertising. Advertising dilakukan melalui televisi komersial, iklan acara, kolaborasi dengan website luar negeri seperti TripAdvisor, iklan di media cetak dan online, dan billboard. Iklan saat ini ditayangkan di bioskop sebelum pemutaran film. Iklan pariwisata ini disiarkan di 55 bioskop di 14 kota di seluruh Indonesia. Terdapat tiga program: Our Way, Wonderful Indonesia, dan Keindahan Lima Belas Destinasi Utama Indonesia. Selain itu, pemerintah bekerja sama dengan Garuda Indonesia dan maskapai penerbangan internasional seperti Singapura untuk membangun merek pariwisata Wonderful Indonesia. Proses penjualan dimulai setelah pemilihan merek dan iklan. Penjualan wisata Indonesia sendiri, seperti wisata alam, oleh-oleh, seni, dan MICE, dilakukan pada tahap ini. Contoh kegiatan yang diadakan untuk mendukung selling adalah "Bali Beyond Travel Fair" yang diadakan setiap tahun di Bali.

Dalam pemasaran pariwisata Indonesia, strategi ketiga adalah kolaborasi dengan media. Strategi ini dikenal sebagai POSE, yang berarti Media Berbayar, Media Sendiri, Media Sosial, dan Endorser. Pemasaran dilakukan melalui media berbayar seperti Discovery Channel, CNN, Metro TV, YouTube, Channel National Geographic, dan CCTV, antara lain. Setelah media berbayar, pemasaran dilakukan melalui media tersendiri, atau media resmi, seperti website resmi Kedutaan Besar Indonesia. Media sosial juga digunakan untuk menyebarkan informasi tentang pariwisata Indonesia dan link. Selain itu, masyarakat umum dapat berpartisipasi dalam pemasaran pariwisata Indonesia melalui media sosial. *Push* adalah strategi terakhir. Beberapa artis Indonesia, seperti Raisa, Pevita Pearce, dan yang terbaru, Professor Philip Kotler, juga turut menandatangani promosi.

### **Efek Pariwisata Terhadap Pembangunan Infrastruktur di Indonesia**

Pada tahun 2022, sektor pariwisata Indonesia menunjukkan pemulihan yang signifikan setelah dampak pandemi COVID-19, dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 5.889.031 orang, meningkat hingga mencapai angka 278,10%

dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya 1.557.530 kunjungan. Peningkatan ini tidak hanya mencerminkan kembalinya minat wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap pembangunan infrastruktur di berbagai daerah. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) melaporkan bahwa untuk mendukung pertumbuhan pariwisata, pemerintah telah mengalokasikan anggaran untuk pengembangan infrastruktur di lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP). Dengan proyeksi bahwa sektor pariwisata akan terus tumbuh, pemerintah optimis bahwa investasi dalam infrastruktur akan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan menciptakan lapangan kerja baru di sektor terkait.

Selain investasi, pembiayaan pariwisata juga diberikan oleh pemerintah pusat dan daerah. Sesuai Undang-Undang Pariwisata Republik Indonesia Bab 10 Nomor Tahun 2009, dana tersebut akan disediakan pemerintah melalui APBN dan APBD. Pada tahun 2015, anggaran sektor pariwisata dan industri kreatif sebesar Rp 2,4 triliun atau 0,1% dari belanja pemerintah pusat (BPP). Jumlah ini meningkat 11,7% dibandingkan pada tahun 2014. Dana APBN akan digunakan untuk Program Pengembangan Destinasi Pariwisata, Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata, Program Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Industri Kreatif, Program Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Seni dan Budaya, serta Program Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Media, Desain, dan Iptek. Pada tahun 2016 pemerintah menargetkan BPP untuk pariwisata sebanyak 1% dari total APBN atau setara dengan Rp.5,4 Triliun. Hal ini dilakukan untuk mewujudkan pariwisata yang lebih maju dan mampu bersaing dalam AEC. Infrastruktur merupakan unsur pendukung yang sangat penting dalam pariwisata karena tanpa infrastruktur yang memadai maka destinasi wisata sulit diakses dan sedikit wisatawan yang berkunjung. Tujuan harus melibatkan perbaikan infrastruktur seperti: Pembangunan transportasi dan prasarana, pembangunan fasilitas umum, pemeliharaan kawasan, penyediaan bahan bakar dan listrik, pengembangan daya tarik wisata, pengembangan kelembagaan destinasi wisata.

Strategi pembangunan infrastruktur destinasi wisata yang dicanangkan pemerintah fokus pada 10 destinasi wisata untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. 10 Destinasi wisata prioritas Indonesia adalah Borobudur, Bromo, Danau Toba, Kepulauan Seribu, Labuan Bajo, Mandalika, Morotai, Tanjung Kelayang, Tanjung Lesung, dan Wakatobi. Perkembangan dan peningkatan pariwisata suatu negara sangatlah penting karena destinasi wisata yang terpelihara dan tertata dengan baik semakin menarik wisatawan dalam dan luar negeri. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan peraturan yang dapat mengatur dan mengelola peningkatan kinerja pariwisata. Peraturan atau kebijakan yang dikeluarkan oleh suatu pemerintah untuk meningkatkan jumlah wisatawan. Termasuk: Kebijakan pembebasan visa diatur dalam Keputusan Republik Indonesia Nomor Tahun 2015 Nomor 104 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 69. Visa pengunjung yang dikecualikan dari pada tahun 2015 meliputi: Tujuan dari kebijakan ini adalah untuk meningkatkan hubungan

Indonesia dengan negara lain dan memudahkan orang asing untuk berkunjung ke Indonesia. Sebelumnya, berdasarkan Perintah Eksekutif Nomor 69 Tahun 2015, kebijakan bebas visa berlaku di 45 negara. Saat ini, pemerintah Indonesia telah menambah daftar negara bebas visa di Indonesia sebanyak menjadi 169 negara sesuai dengan Keputusan Presiden Nomor 21 Tahun 2016 yang ditandatangani Presiden Joko Widodo pada 2 Maret 2016. Kebijakan tersebut bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia, dan diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung sebesar 19% atau 20 juta wisatawan asing. Target tersebut dinilai tertinggi karena sebelumnya hanya menargetkan 6-8% dari total kenaikan wisman.

Dalam hal ini pemerintah membagi 2 Kebijakan pengembangan destinasi prioritas untuk meningkatkan kunjungan wisman. Terdapat sepuluh destinasi prioritas yang terbagi menjadi dua jenis yaitu, kawasan strategis pariwisata nasional dan kawasan ekonomi khusus pariwisata. Kawasan ekonomi khusus ada tiga, yaitu Tanjung Lesung, Gunung Bromo, Pulau Morotai. Sedangkan Kawasan strategis pariwisata nasional melingkupi Danau Toba, Kepulauan Seribu, Tanjung Lesung, Tanjung Kelayang, Borobudur, Mandalika, Wakatobi, dan Labuan Bajo.

Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata RI, kualitas sumber daya manusia pada tahun 2009 hingga tahun 2013 Indonesia berada di peringkat 4 ASEAN, sedangkan secara global pada tahun 2013 Indonesia berada di peringkat 61 dari 140 negara. Oleh karena itu, pemerintah membuat kebijakan yaitu pelatihan berbasis kompetensi. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi dalam aspek sikap, pengetahuan dan keterampilan. salah satu perwujudan dari pasal 52 UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yaitu pemerintah pusat dan pemerintah daerah menyelenggarakan pelatihan SDM pariwisata. Selain itu, kelembagaan tenaga kerja Indonesia telah bekerja sama dengan lembaga regional dan internasional (ASEAN, APEC, PATA, UNWTO, WTTC, ILO, dan sebagainya). Pengembangan kelembagaan pemerintah dan swasta, termasuk didalamnya peningkatan kualitas sumber daya manusia, aparatur, masyarakat, dan swasta, peningkatan kualitas dan diseminasi penelitian kebijakan kepariwisataan. Penerapan pelatihan SDM dan kerja sama kelembagaan yang dilakukan pemerintah saat ini sangat menunjang pariwisata Indonesia di AEC. Pembangunan infrastruktur akan menghasilkan kinerja sektor pariwisata Indonesia yang lebih baik dan mampu bersaing dengan negara-negara ASEAN lainnya seperti Singapura dan Thailand. Pembangunan infrastruktur yang dilakukan antara lain perbaikan jalan, penyediaan rambu dan rambu lalu lintas, peningkatan sarana dan prasarana, serta peningkatan akses informasi melalui media internet seperti media sosial, website resmi tujuan dan meja informasi. Mulyana (2012) juga menemukan bahwa mayoritas dari wisatawan dalam penelitiannya memperoleh informasi tentang tempat wisata melalui media elektronik dan internet, selain dari rekomendasi teman/keluarga/agen perjalanan, saya jelaskan. Dengan

menyebarkan informasi dapat meningkatkan minat wisatawan dalam dan luar negeri untuk berkunjung. Branding dari Pariwisata Indonesia adalah Wonderful Indonesia telah meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia sejak tahun 2011. Idriasih (2016) juga menyimpulkan bahwa Kampanye Wonderful Indonesia telah menunjukkan prestasi yang mengagumkan.

Pemerintah dalam hal ini perlu memiliki *awareness* yang lebih karena Sektor pariwisata berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi suatu negara. Perlu adanya Regulasi untuk dapat mengatur dan mengontrol peningkatan kinerja pariwisata. kebijakan pariwisata perlu diimplementasikan guna percepatan pertumbuhan ekonomi dan perbaikan pariwisata Indonesia.

Hal tersebut menunjukkan bahwa faktor Strategi Pemasaran, Strategi Pendanaan, Strategi Pembangunan Infrastruktur, serta Kebijakan sektor Pariwisata yang telah dijalankan telah mempengaruhi jumlah wisman secara positif. Kiranya Pemerintah penting pula kiranya melibatkan peran aktif masyarakat dalam mengembangkan sektor pariwisata. Hal ini akan berdampak signifikan pada perekonomian masyarakat setempat. Peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi hal yang tak kalah pentingnya dalam pengembangan sektor pariwisata. Jika faktor-faktor tersebut terus ditingkatkan maka akan meningkatkan kinerja sektor pariwisata Indonesia pada ASEAN Economic Community (AEC). Pada akhirnya branding Wonderful Indonesia semakin populer di kawasan ASEAN dan kancah Internasional, sehingga jumlah wisatawan ke Indonesia kian meningkat. Selain itu sektor pariwisata harus memiliki kompetensi khas yang dapat menjadi keunikan tersendiri bagi wisatawan. Setiap objek wisata harus mampu menampilkan keunikan tersendiri yang dapat dijual untuk menarik minat berkunjung wisatawan.

## SIMPULAN

Kerjasama Indonesia dan Singapura di bidang pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian dalam negeri. Kerja sama ini telah meningkatkan devisa negara melalui peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara serta peningkatan investasi dan pengembangan infrastruktur pariwisata. Sebagai mitra investasi utama di sektor pariwisata Indonesia, Singapura telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan destinasi pariwisata baru di Indonesia, termasuk pengembangan wisata bahari khas Indonesia. Kerja sama ini juga meningkatkan kerja sama sektor swasta dan pertukaran teknologi informasi kedua negara. Untuk memperkuat kerja sama tersebut, pemerintah Indonesia dan Singapura telah menandatangani beberapa perjanjian, termasuk MoU kesepahaman di bidang e-Government dan pariwisata. MoU ini membuka peluang bagi Indonesia dan Singapura untuk memperkuat kerja sama pengembangan destinasi wisata, meningkatkan akses, dan meningkatkan kualitas destinasi wisata. Selain itu, kerja sama ini juga turut meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia yang juga berdampak pada peningkatan devisa negara. Oleh karena itu, kerja sama Indonesia dan Singapura di

bidang pariwisata menunjukkan potensi besar untuk meningkatkan perekonomian dalam negeri dan memperkuat kerja sama bilateral kedua negara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A., & Nasir, F. A. (2022). Kerjasama pemerintah Indonesia dan Singapura dalam pengelolaan wilayah kawasan ekonomi khusus era Joko Widodo-Jusuf Kalla (Periode 2015-2019). *Journal of Government Science (GovSci): Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3(2), 119-131. <https://doi.org/10.54144/govsci.v3i2.36>
- Badan Keahlian, S. J. (2023). *Urgensi penguatan daya saing pariwisata untuk meningkatkan perekonomian nasional*. Jakarta Pusat: BK.DPR.RI.
- Biro Humas, H. dan K. (2022, November 23). Indonesia eratkan kerja sama dengan Singapura di kawasan Batam-Bintan-Karimun untuk mendukung perekonomian nasional ke depan. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4167/indonesia-eratkan-kerja-sama-dengan-singapura-di-kawasan-batam-bintan-karimun>
- Brillianty, R. J. (2023). Analisis perbandingan politik, ekonomi, teknologi, pertahanan dan keamanan dan sistem pemerintahan 2 negara indonesia dan singapura. *Irpia: Jurnal Ilmiah Riset dan Pengembangan*.
- Databoks. (2022). Retrieved from katadata media network: <https://databoks.katadata.co.id/>
- Djaimi Bakce, A. S. (2019). Pembangunan ekonomi wilayah perbatasan antar-negara di provinsi riau. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 12(4), 182-188.
- Eka Purna Yudha, R. A. (2020). Pengembangan potensi wilayah kawasan perbatasan negara indonesia (Studi Kasus: Ranai-Natuna). *Tata Loka*, 22(3), 367-371.
- Firsta Reynalda Azzahra, N. K. (2022). Dampak ekspor-impor terhadap pertumbuhan ekonomi di kawasan perdagangan bebas dan pelabuhan bebas (KPBPB) Batam. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 5(1), 69-78.
- Fitriana, R. R. (2019). Kerjasama Indonesia dan Singapura dalam wisata cruise 2016-2019. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional Hi.Fisip.Unmul*, 7(2), 120-135.
- Fransina Asso, S. H. (2019). Kerjasama bilateral Indonesia dengan Singapura dalam pengembangan pariwisata. *Solidaritas*, 6(1), 4-18.
- Ghifari Yuristiadhi, S. D. (2017). Strategi branding pariwisata indonesia untuk pemasaran mancanegara. *Ettisal*, 4(1), 50-62.
- Hamzah, D. V. (2021). Pengaruh variabel makro ekonomi terhadap indeks harga saham LQ-45 di Bursa Efek Indonesia. *Sorot: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 14(2), 200-215.
- Hari Setiawan Saragih, N. A. (2022). Pengaruh perdagangan internasional dan investasi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. *Journal of Social Research*, 6(3), 320-330.
- Kemenparekraf. (2022, October 13). Kemenparekraf gandeng Singapura untuk menjalin

- kerja sama di sektor pariwisata. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. <https://wonderfulimages.kemenparekraf.go.id/read/903/kemenparekraf-gandeng-singapura>
- Kiki Savira, I. K. (2021). Analisis pola perjalanan dan aktivitas wisatawan Indonesia milenial ke Singapura. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 9(2), 2-9.
- Lukito, L. E. (2022). *Kontribusi industri pariwisata terhadap pembangunan indeks manusia*. Bandung: Widina Bakti Persada.
- Mica Siar Meiriza, V. D. (2024). Analisis pengaruh investasi Singapura terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. *As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal*, 9(2), 509-510.
- Muhammad Basorudin, N. A. (2021). Analisis location quotient dan shift share sektor pariwisata sebagai indikator leading sector di Indonesia. *Ecobisma*, 15(1), 98-112.
- Novianti, A. (2021). Diplomasi Indonesia dalam mempromosikan pariwisata Indonesia ke Singapura di era Jokowi. *Intermestic: Journal of International Studies*, 8(2), 85-98.
- Prasiska, G., Ramadhani, K. N., Ningsih, P. W., Silverius, R., Andini, S., & Sembiring, T. (2023). Analisis peran Indonesia dalam kerjasama dengan Singapura dalam penetapan kawasan spesial economic zone di wilayah Bintan Karimun. *Jurnal Administrasi Negara*, 1(5), 282-291.
- Prianto, A. (2015). Urgensi penguatan budaya wirausaha untuk meningkatkan daya saing Indonesia di era MEA. *Jurnal Economia*, 11(1), 89. <https://doi.org/10.21831/economia.v11i1.7760>
- Seno, M. H. (2021). Kerjasama bilateral Indonesia - Singapura dalam meningkatkan minat wisatawan Singapura pasca ditandatanganinya MOU on tourism di bidang pariwisata periode 2016 – 2019. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 4(3), 45-60.
- Wiwiek Rukmi Dwi Astuti, L. M. (2020). Diplomasi ekonomi Indonesia di dalam rezim ekonomi G20 pada pemerintahan Jokowi Widodo. *Intermestic: Journal of International Studies*, 7(1), 58-75.
- Yakup, A. P. (2019). Pengaruh sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 10(1), 115-130.
- Zem, M. (2022, January 12). Indonesia-Singapura punya kerjasama saling menguntungkan. SBM ITB. <https://www.sbm.itb.ac.id/id/2022/12/01/indonesia-singapura-punya-kerjasama>