



KEPARIWISATAAN

**Tarida Marlin Surya Manurung, Suyamto, Fatrisia Yulianie,
Ni Wayan Marsha Satyarini, Normayasari, Muhammad Hasyim,
Mohammad Annas, Krishna Anugrah, Dina Mayasari Soeswoyo**

ISBN 978-623-125-271-5



KEPARIWISATAAN

**Tarida Marlin Surya Manurung
Suyamto
Fatrisia Yulianie
Ni Wayan Marsha Satyarini
Normayasari
Muhammad Hasyim
Mohammad Annas
Krishna Anugrah
Dina Mayasari Soeswoyo**



GET PRESS INDONESIA

KEPARIWISATAAN

Penulis :

Tarida Marlin Surya Manurung
Suyamto
Fatrisia Yulianie
Ni Wayan Marsha Satyarini
Normayasari
Muhammad Hasyim
Mohammad Annas
Krishna Anugrah
Dina Mayasari Soeswoyo

ISBN : 978-623-125-271-5

Editor : Mila Sari., S.ST., M.Si

Penyunting : Aulia Syaharani, S.Tr.Kes

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd

Penerbit : GET PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jln. Palarik Air Pacah No 26 Kel. Air Pacah
Kec. Koto Tangah Kota Padang Sumatera Barat
Website : www.getpress.co.id
Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, Juli 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Kepariwisata ini.

Buku Ini Membahas Pola Pengeluaran Wisatawan, Dampak Industri Pariwisata, Modal Dasar Pengembangan Pariwisata, Organisasi Kepariwisata, Potensi Dan Daya Tarik Wisata, Perencanaan Daya Tarik Wisata, Dokumen Perjalanan Wisata, Usaha Sarana Wisata.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, Juli 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB 1 POLA PENGELUARAN WISATAWAN	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran wisatawan.....	2
1.2.1 Pilihan destinasi.....	2
1.2.2 Tujuan perjalanan	4
1.2.3 Lama Tinggal/menginap	6
1.2.4 Preferensi Akomodasi.....	8
1.3 Jenis Pengeluaran Wisatawan	10
1.4 Tren yang Muncul Dalam Belanja Wisatawan	12
1.5 Implikasi terhadap Pengelolaan Destinasi.....	15
DAFTAR PUSTAKA	18
BAB 2 DAMPAK INDUSTRI PARIWISATA.....	19
2.1 Pendahuluan.....	19
2.2 Dampak Industri Pariwisata Terhadap Perekonomian	20
2.3 Dapat Membuka Lapangan Kerja Baru	21
2.4 Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Pembangunan Infrastruktur	23
2.5 Komersialisasi Terhadap semua sektor	24
2.6 Alih Fungsi Lahan	24
2.7 Masyarakat Berpola Hidup Konsumtif.....	26
2.8 Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kerusakan Lingkungan	28
2.9 Dampak Pengembangan Pariwisata Pada Sosial Budaya	30
2.10 Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Penambahan Penduduk.....	34
2.11 Dampak Pengembangan Pariwisata Pada Sektor Lain	35
2.12 Kesimpulan.....	36

DAFTAR PUSTAKA.....	39
BAB 3 MODAL DASAR PENGEMBANGAN	
PARIWISATA	41
3.1 Pendahuluan	41
3.2 Pengertian Pengembangan Pariwisata.....	41
3.2.1 Kriteria Pengembangan Pariwisata.....	42
3.2.2 Prinsip Pengembangan Pariwisata	
Berkelanjutan	42
3.2.2 Tahapan Pengembangan Pariwisata	44
3.3 Aspek Pengembangan Pariwisata	45
3.3.1 Potensi Destinasi	45
3.3.2 Perencanaan Destinasi.....	45
3.3.3 Manajemen Destinasi.....	46
3.3.4 Keberlanjutan dan Pelestarian	46
3.3.5 Pembangunan Budaya	46
3.3.6 Partisipasi Masyarakat Lokal	47
3.3.7 Keamanan dan Keselamatan	47
3.3.8 Evaluasi dan Pemantauan	47
3.4 Modal Dasar Pengembangan Pariwisata.....	48
3.4.1 Sumber Daya Alam dan Budaya	48
3.4.2 Infrastruktur	48
3.4.3 Pengelolaan Lingkungan dan Konservasi.....	49
3.4.4 Pendidikan dan Pelatihan.....	49
3.4.5 Pemasaran dan Promosi	49
3.4.6 Kerjasama Stakeholders.....	50
3.4.7 Kualitas Layanan dan Pengalaman Wisatawan.....	50
3.4.8 Kebijakan dan Regulasi.....	51
3.5 Kesimpulan	51
DAFTAR PUSTAKA.....	53
BAB 4 ORGANISASI KEPARIWISATAAN	57
4.1 Pendahuluan	57
4.2 Organisasi Kepariwisata Internasional.....	57
4.2.1 <i>The World Tourism Organization</i> (UN Tourism)...	57
4.2.2 <i>World Travel and Tourism Council</i> (WTTC).....	59
4.2.3 <i>Pacific Asia Travel Association</i> (PATA).....	60
4.2.4 <i>The International Civil Aviation Organization</i>	
(ICAO).....	61

4.2.5 <i>International Air Transport Association (IATA)</i>	62
4.3 Organisasi Kepariwisataan Indonesia	63
4.3.1 Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI)	63
4.3.2 <i>Association of Indonesian Tour and Travel Agency (ASITA)</i>	64
4.3.4 Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI)....	64
4.3.5 Persatuan Usaha Taman Rekreasi Indonesia (PUTRI)	65
4.3.6 Indonesia National Air Carriers Association (INACA).....	65
4.3.7 Asosiasi Desa Wisata Indonesia (Asedewi)	66
4.3.8 Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia (ASPERAPI)	67
4.3.9 Asosiasi Kawasan Pariwisata Indonesia (AKPI)	67
4.4 Penutup	68
DAFTAR PUSTAKA	69
BAB 5 POTENSI DAN DAYA TARIK WISATA	71
5.1 Pendahuluan.....	71
5.2 Potensi Wisata	72
5.2.1 Komponen 5A dalam Pengembangan Potensi Wisata	73
5.2.2 Konsep Sapta Pesona dalam Pengembangan Potensi Wisata	75
5.2 Daya Tarik Wisata	77
5.2.1 Pengertian Daya Tarik Wisata.....	77
5.2.2 Jenis-jenis Objek Wisata berdasarkan Daya Tarik Wisata.....	79
DAFTAR PUSTAKA	82
BAB 6 PERENCANAAN DAYA TARIK WISATA	85
6.1 Pendahuluan.....	85
6.2 Perencanaan Daya Tarik Wisata	87
DAFTAR PUSTAKA	92
BAB 7 DOKUMEN PERJALANAN WISATA	95
7.1 Paspor	95
7.2 Visa	96
7.3 Tiket Pesawat.....	98

7.3.1 Tiket Pesawat Menurut Kelasnya	99
7.3.2 Tiket Pesawat Menurut Wilayah Operasi	99
7.3.3 Tiket Pesawat Menurut Jenis Penerbangan	100
7.3.4 Tiket Pesawat Menurut Fleksibilitas	100
7.3.5 Tiket Pesawat Menurut Jenis Pembayaran	101
7.3.6 Jenis Tiket Pesaat Lainnya	101
7.4 Bukti Pemesanan Akomodasi	101
7.5 Asuransi Perjalanan	102
7.5.1 Manfaat Asuransi Perjalanan	103
7.5.2 Jenis-jenis Asuransi Perjalanan	104
7.5.3 Memilih Asuransi Perjalanan yang Tepat	105
7.6 Bukti Kemampuan Keuangan	105
DAFTAR PUSTAKA	109
BAB 8 USAHA JASA WISATA	113
8.1 Pendahuluan	113
8.2 Daya Tarik Wisata	116
8.3 Kawasan Wisata	117
8.4 Jasa Transportasi Wisata	117
8.5 Jasa perjalanan wisata	119
8.6 Jasa Makanan dan minuman	119
8.7 Penyediaan Akomodasi	121
8.8 Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan rekreasi	122
8.9 Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan insentif, Konfrensi dan Pameran	123
8.10 Jasa Informasi Pariwisata	123
8.11 Jasa Konsultan Pariwisata	124
8.12 Jasa Pramuwisata	124
8.13 Wisata Tirta	125
8.14 SPA	125
DAFTAR PUSTAKA	127
BAB 9 USAHA SARANA PARIWISATA	129
9.1 Pendahuluan	129
9.2 Pengertian Usaha Sarana Pariwisata	130
9.3 Usaha Sarana Pariwisata	131
9.3.1 Bidang Usaha Pariwisata dan Usaha Sarana Pariwisata	131
9.3.2 Jenis-jenis Usaha Sarana Pariwisata	135

9.3.2 Kategori Fungsi Usaha Sarana Pariwisata.....	139
9.4 Legalitas Usaha Pariwisata.....	141
9.5 Ketentuan Umum Pendirian Restoran.....	142
DAFTAR PUSTAKA	144
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Siklus Hidup Pariwisata	44
Gambar 4.1. Logo UN Tourism	52
Gambar 4.2. SDGs Tourism.....	58
Gambar 4.3. Logo WTTC	59
Gambar 4.4. Logo PATA.....	61
Gambar 4.5. Logo ICAO	61
Gambar 4.6. Logo IATA	62
Gambar 4.7. Logo PHRI	63
Gambar 4.7. Logo ASITA	64
Gambar 4.8. Logo GIPI.....	65
Gambar 4.9. Logo PUTRI	65
Gambar 4.10. Logo INACA	66
Gambar 4.11. Logo Asidewi	66
Gambar 4.12 Logo ASPERAPI	67
Gambar 4.13. Logo AKPI.....	68
Gambar 5.1. Logo Sapta Pesona	76
Gambar 8.1. Salah Satu Daya Tarik wisata di Gorontalo	116

DAFTAR TABEL

Tabel 9.1. Bidang Usaha Pariwisata	132
Tabel 9.2. Bidang Usaha Sarana Pariwisata dan Jenis Usaha.....	133
Tabel 9.3. Kategori Sarana Pariwisata.....	141

BAB 1

POLA PENGELUARAN WISATAWAN

Oleh Tarida Marlin

1.1 Pendahuluan

Pengeluaran wisata terdiri dari sejumlah uang yang dibayarkan untuk membeli barang dan jasa, termasuk barang-barang mahal atau tidak yang cocok untuk digunakan selama berwisata atau untuk diberikan kepada teman, kerabat sebagai hadiah/cinderamata atau untuk konsumsi sendiri

Menurut (Eddyono, 2021) pariwisata merupakan aktivitas dan proses meluangkan waktu, jauh dari rumah dalam upaya melakukan aktivitas perjalanan (travel), rekreasi, relaksasi, dan kesenangan, serta memanfaatkan penyediaan layanan komersial. Pada dasarnya, manusia selalu melakukan perjalanan.

Pengeluaran wisata adalah aspek penting dari industri pariwisata, memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi tujuan. Memahami pola pengeluaran memungkinkan para pemangku kepentingan, seperti pembuat kebijakan, bisnis, dan pemasar, untuk menyesuaikan strategi mereka untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan. Bab ini membahas berbagai dimensi pola pengeluaran pariwisata, mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belanja dan implikasi untuk manajemen tujuan.

Pengeluaran pariwisata adalah aspek yang dinamis dan multi-faceted dari industri wisata. Bab ini telah memberikan eksplorasi komprehensif dari faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran, wisatawan, tren yang muncul, dan implikasi untuk manajemen tujuan. Sebagai destinasi berjuang untuk keberlanjutan ekonomi dan meningkatkan pengalaman pengunjung, pemahaman nuansa pola pengeluaran pariwisata menjadi semakin penting.

1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran wisatawan

Pengeluaran pariwisata dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik individu maupun kontekstual. Faktor pribadi seperti pendapatan, tujuan perjalanan, dan pengalaman perjalanan membentuk pola pengeluaran wisatawan. Selain itu, faktor-faktor yang terkait dengan tujuan seperti biaya hidup, ketersediaan fasilitas, dan iklim ekonomi secara keseluruhan memainkan peran penting.

Pengeluaran wisata mengacu pada jumlah uang yang dihabiskan oleh wisatawan selama perjalanan mereka. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi berapa banyak uang yang akan dihabiskan oleh wisatawan selama perjalanan mereka. Berikut adalah beberapa faktor kunci, antara lain:

1.2.1 Pilihan destinasi

Pilihan tujuan adalah faktor penting yang mempengaruhi pengeluaran wisata, karena secara langsung mempengaruhi di mana wisatawan memutuskan untuk menghabiskan uang mereka. Beberapa faktor berkontribusi pada mengapa wisatawan memilih tujuan tertentu, dan faktor-faktor ini dapat secara signifikan mempengaruhi pola pengeluaran mereka.

Secara singkat, pilihan tujuan adalah keputusan yang beragam yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti atraksi, akomodasi, transportasi, pengalaman budaya, kesempatan belanja, layanan pendamping, dan nilai yang dirasakan untuk uang. Dengan memahami faktor-faktor ini, tujuan dapat memposisikan diri secara strategis untuk menarik wisatawan dan mengoptimalkan pengeluaran mereka.

Hal-hal yang mempengaruhi pengeluaran wisatawan terkait pilihan destinasi disebabkan oleh beberapa faktor, sebagai berikut:

1. Atraksi dan Aktivitas

Wisatawan sering memilih destinasi berdasarkan atraksi dan kegiatan yang tersedia di sana. Atraksi populer seperti landmark, keajaiban alam, taman hiburan, museum, pantai, dan acara budaya dapat menarik wisatawan dan mendorong

mereka untuk menghabiskan uang untuk biaya masuk, tour yang dipandu, suvenir, dan lain-lain.

2. Pilihan akomodasi

Ketersediaan dan keragaman pilihan penginapan di suatu tujuan memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan wisatawan. Wisatawan dapat memilih hotel mewah, hostel, motel, sewa liburan, atau akomodasi butik tergantung pada preferensi dan anggaran mereka. Biaya akomodasi dapat membentuk bagian yang signifikan dari total biaya untuk wisatawan.

3. Biaya Transportasi

Aksesibilitas suatu tujuan dan biaya transportasi untuk sampai ke sana dapat mempengaruhi keputusan wisatawan. Destinasi dengan infrastruktur transportasi yang berkembang dengan baik, seperti bandara, stasiun kereta api, dan jalan raya, dapat menarik lebih banyak wisatawan. Selain itu, wisatawan dapat mempertimbangkan biaya penerbangan, tiket kereta api, mobil sewaan, dan transportasi lokal dalam tujuan ketika merencanakan perjalanan mereka.

4. Pengalaman Budaya dan Kuliner

Keragaman budaya dan penawaran kuliner sering menjadi daya tarik yang signifikan bagi wisatawan. Destinasi yang dikenal karena masakan mereka yang unik, tradisi lokal, festival, dan pengalaman budaya dapat menarik wisatawan yang mencari pengalaman yang mendalam dan otentik. Wisatawan dapat menghabiskan uang untuk makan di restoran, menghadiri pertunjukan budaya, berpartisipasi dalam kelas memasak, atau membeli kerajinan dan suvenir.

5. Kesempatan belanja:

Belanja adalah kegiatan umum bagi banyak wisatawan, dan tujuan yang menawarkan berbagai pengalaman belanja, seperti pasar yang ramai, butik desainer, atau pusat perbelanjaan bebas pajak, dapat menarik pengunjung yang ingin menikmati terapi ritel. Wisatawan dapat menghabiskan uang untuk pakaian, aksesoris, elektronik,

produk lokal, dan hadiah untuk diri mereka sendiri atau orang lain.

6. Layanan dan Fasilitas Pendukung

Wisatawan sering mempertimbangkan ketersediaan layanan dan fasilitas pendukung saat memilih tujuan. Fasilitas dan layanan pendukung dapat mencakup: fasilitas rekreasi, spa, pusat kesehatan, tur yang dipandu, kegiatan petualangan, layanan perawatan anak, dan pilihan kehidupan malam. Pengeluaran untuk layanan tambahan ini dapat berkontribusi pada pengeluaran wisata secara keseluruhan.

7. Nilai uang yang dirasakan

Wisatawan mengevaluasi nilai keseluruhan uang yang akan dikeluarkan dalam menentukan tujuan/destinasi; mempertimbangkan faktor-faktor seperti kualitas layanan, keamanan, kebersihan, dan pilihan hiburan. Destinasi yang menawarkan nilai yang baik untuk uang dapat menarik lebih banyak wisatawan yang bersedia untuk menghabiskan berbagai pengalaman dan kemudahan.

1.2.2 Tujuan perjalanan

Tujuan perjalanan dapat berdampak signifikan terhadap pengeluaran. Wisatawan bisnis/pelancong bisnis memiliki pola pengeluaran yang berbeda dibandingkan dengan wisatawan yang berlibur. Misalnya, pelancong bisnis mungkin memiliki rekening pengeluaran yang mencakup biaya-biaya tertentu, sementara wisatawan yang berlibur mungkin lebih sadar anggaran.

Pelancong/wisatawan yang berbeda memiliki alasan yang berbeda untuk memulai perjalanan, dan motivasi ini akan secara langsung mempengaruhi berapa banyak yang mereka habiskan selama perjalanan mereka. Berikut adalah penjelasan tentang bagaimana tujuan perjalanan mempengaruhi pengeluaran pariwisata.

1. Liburan dan Rekreasi

Wisatawan yang bepergian untuk tujuan rekreasi sering kali memiliki pengeluaran yang lebih bebas. Mereka dapat mengalokasikan dana untuk kegiatan seperti tur wisata,

petualangan luar ruangan, taman hiburan, konser, dan makan di restoran. Selain itu, wisatawan rekreasi dapat memanfaatkan pilihan akomodasi yang menawarkan kenyamanan tambahan atau pengalaman unik, yang berkontribusi pada pengeluaran keseluruhan yang lebih tinggi.

2. Perjalanan Bisnis

Pelancong/Wisatawan bisnis biasanya memiliki pola pengeluaran yang berbeda dibandingkan dengan wisatawan rekreasi. Meskipun mereka mempunyai lebih sedikit peluang untuk mengeluarkan uang untuk kegiatan rekreasi, mereka sering kali mengeluarkan lebih banyak uang untuk pengeluaran yang berkaitan dengan bisnis seperti akomodasi, transportasi, makan, dan biaya konferensi. Pelancong bisnis mungkin memilih opsi akomodasi yang nyaman dan nyaman di dekat pusat bisnis atau tempat acara, yang mungkin lebih mahal.

3. Mengunjungi Teman dan Kerabat

Wisatawan yang bepergian untuk mengunjungi teman dan kerabat mungkin memiliki pengeluaran yang lebih rendah untuk akomodasi dan aktivitas rekreasi tertentu karena mereka mungkin tinggal bersama tuan rumah dan berpartisipasi dalam pertemuan keluarga atau acara lokal. Namun, mereka mungkin masih mengeluarkan uang untuk makan di luar, berbelanja, transportasi, dan oleh-oleh untuk tuan rumah, sehingga berkontribusi terhadap ekonomi lokal.

4. Wisata Budaya dan Warisan

Wisatawan yang tertarik dengan pengalaman budaya dan warisan sering kali mengalokasikan sebagian besar anggaran mereka untuk kegiatan seperti kunjungan museum, tur situs bersejarah, menghadiri pertunjukan budaya, dan membeli kerajinan tangan atau suvenir lokal. Wisatawan ini mungkin memprioritaskan pengeluaran untuk pengalaman yang memperdalam pemahaman mereka tentang budaya dan sejarah destinasi tersebut.

5. Petualangan dan Ekowisata

Penggemar petualangan dan ekowisata bersedia mengeluarkan uang untuk pengalaman yang menawarkan aktivitas yang memacu adrenalin, eksplorasi bentang alam, perjumpaan dengan satwa liar, dan inisiatif pariwisata berkelanjutan. Mereka mungkin berinvestasi dalam peralatan khusus, tamasya berpemandu, penginapan ramah lingkungan, dan program konservasi, yang berkontribusi terhadap perekonomian lokal sekaligus mendukung upaya konservasi lingkungan.

6. Wisata Kesehatan dan Kebugaran

Wisatawan yang mencari pengalaman kesehatan dan kebugaran dapat menghabiskan waktu untuk perawatan spa, retreat kesehatan, kelas yoga, sesi meditasi, aktivitas kebugaran, dan pilihan makan sehat. Wisatawan ini memprioritaskan perawatan diri dan relaksasi, dan mereka mungkin bersedia berinvestasi pada layanan kesehatan dan akomodasi berkualitas tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan mereka secara keseluruhan selama perjalanan.

7. Pariwisata Acara dan Festival

Wisatawan yang menghadiri acara, festival, atau konvensi sering kali mengalokasikan sebagian besar anggaran mereka untuk pengeluaran terkait acara seperti tiket, akomodasi, transportasi, makan, dan suvenir. Acara berskala besar dapat menarik lonjakan pengunjung, sehingga menyebabkan peningkatan pengeluaran di sektor perhotelan, ritel, dan hiburan di destinasi tuan rumah.

1.2.3 Lama Tinggal/menginap

Durasi perjalanan merupakan faktor penting. Masa tinggal yang lebih lama umumnya mengakibatkan pengeluaran yang lebih tinggi, karena wisatawan memiliki lebih banyak waktu untuk menjelajahi objek wisata, makan di luar, dan melakukan berbagai aktivitas. Perjalanan singkat mungkin memerlukan pengeluaran yang lebih terfokus pada objek wisata tertentu.

Lamanya tinggal wisatawan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berhubungan dengan pengeluaran. Beberapa faktor kunci yang mempengaruhi lamanya tinggal/menginap para wisatawan:

1. Anggaran:

Faktor utama yang mempengaruhi lama menginap adalah anggaran wisatawan. Wisatawan dengan anggaran terbatas dapat memilih untuk menginap dalam durasi yang lebih pendek untuk mengatur pengeluaran, sementara wisatawan dengan anggaran lebih tinggi dapat memperpanjang masa tinggalnya untuk menjelajahi lebih banyak objek wisata atau melakukan aktivitas tambahan.

2. Biaya akomodasi

Biaya akomodasi memainkan peran penting. Wisatawan dapat memilih untuk menginap dalam waktu yang lebih singkat jika mereka merasa biaya akomodasi terlalu tinggi, atau mereka mungkin memilih untuk menginap lebih lama jika mereka menemukan pilihan yang terjangkau atau penawaran untuk masa menginap yang lebih lama.

3. Biaya Transportasi

Biaya transportasi, termasuk penerbangan, tiket kereta api, atau sewa mobil, dapat mempengaruhi lama menginap. Biaya transportasi yang tinggi dapat menyebabkan wisatawan mempersingkat perjalanannya membatasi perjalanannya di suatu destinasi.

4. Biaya hidup

Biaya hidup secara keseluruhan di destinasi juga mempengaruhi lama tinggal. Wisatawan mungkin akan memperpanjang kunjungannya atau ke destinasi yang biaya hidupnya relative lebih rendah sehingga para wisatawan dapat mengoptimalkan lama kunjungannya.

5. Biaya Atraksi

Biaya mengunjungi tempat-tempat wisata, seperti museum, taman hiburan, atau tur berpemandu, dapat mempengaruhi lama menginap. Jika objek wisata mempunyai biaya masuk yang tinggi, wisatawan dapat memilih untuk menghabiskan lebih singkat untuk mengatur pengeluaran mereka,

sementara paket objek wisata yang terjangkau atau paket dapat mendorong kunjungan lebih lama.

6. Biaya Makanan

Pengeluaran makanan juga dapat mempengaruhi lama tinggal. Wisatawan mungkin akan tinggal lebih lama di destinasi di mana mereka dapat menemukan pilihan bersantap yang terjangkau atau pengalaman kuliner yang sesuai dengan anggaran mereka.

7. Belanja dan Hiburan

Ketersediaan dan biaya pilihan berbelanja dan hiburan juga dapat mempengaruhi lama tinggal. Wisatawan dapat memperpanjang masa tinggal mereka untuk berbelanja atau menghadiri acara dan pertunjukan jika mereka menganggapnya terjangkau dan menarik.

8. Nilai Tukar dan Nilai Mata Uang

Nilai tukar dan nilai mata uang dapat mempengaruhi daya beli wisatawan di suatu destinasi. Nilai tukar yang menguntungkan dapat mendorong wisatawan untuk memperpanjang masa tinggalnya dan membelanjakan lebih banyak, sementara nilai tukar yang tidak menguntungkan dapat menyebabkan kunjungan yang lebih singkat.

9. Nilai keuntungan/Manfaat

Pada akhirnya, persepsi wisatawan mengenai nilai yang mereka terima atas pengeluaran mereka mempengaruhi lama tinggal mereka. Jika mereka merasa mendapatkan manfaat yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan dalam hal pengalaman, akomodasi, dan kesenangan secara keseluruhan, mereka mungkin lebih cenderung untuk memperpanjang masa wisatanya.

1.2.4 Preferensi Akomodasi.

Pilihan akomodasi, baik hotel mewah, motel hemat, atau opsi alternatif seperti Airbnb, dapat sangat memengaruhi pengeluaran wisatawan. Biaya akomodasi sering kali mewakili sebagian besar biaya perjalanan secara keseluruhan. Airbnb adalah platform online yang memfasilitasi pemesanan dan penyewaan penginapan serta layanan terkait perjalanan lainnya. Nama "Airbnb" merupakan

kombinasi dari "air bed and breakfast". Platform ini memungkinkan orang untuk membuat daftar, menemukan, dan memesan akomodasi di berbagai lokasi di seluruh dunia. Hotel ini mendapatkan popularitas sebagai alternatif dari hotel tradisional dan telah menjadi pemain terkemuka dalam ekonomi berbagi. Pemilihan akomodasi dapat berdampak signifikan terhadap pengeluaran wisatawan selama perjalanannya. Berikut beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan:

1. Anggaran

Biaya akomodasi bisa sangat bervariasi tergantung jenis penginapan yang dipilih. Wisatawan dengan anggaran terbatas dapat memilih opsi yang lebih ramah anggaran seperti hostel, guesthouse, atau hotel melati. Mereka yang memiliki anggaran lebih besar mungkin lebih memilih hotel atau resor mewah.

2. Lokasi

Harga akomodasi bisa sangat bervariasi berdasarkan lokasi. Kawasan wisata di pusat kota cenderung memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan akomodasi di pinggiran atau kawasan yang kurang populer. Wisatawan harus mempertimbangkan trade-off antara kenyamanan dan biaya ketika memilih akomodasi berdasarkan lokasi.

3. Durasi Menginap

Masa menginap yang lebih lama mungkin memerlukan akomodasi dengan fasilitas memasak atau diskon untuk masa menginap yang lebih lama, seperti apartemen berlayanan atau persewaan liburan. Pilihan ini bisa lebih hemat biaya dibandingkan menginap di hotel dalam jangka waktu lama.

4. Musiman

Harga akomodasi dapat berfluktuasi berdasarkan musim. Destinasi wisata populer sering kali mengalami musim puncak ketika harga lebih tinggi. Bepergian selama musim sepi dapat mengakibatkan biaya akomodasi lebih rendah.

5. Fasilitas dan Layanan

Akomodasi yang menawarkan berbagai fasilitas dan layanan, seperti sarapan gratis, antar-jemput bandara, atau akses ke fasilitas rekreasi, mungkin harganya lebih mahal. Wisatawan

harus mempertimbangkan apakah layanan tambahan ini sesuai dengan preferensi dan anggaran mereka.

6. Ukuran Rombongan

Bepergian sendiri, bersama pasangan, atau bersama rombongan dapat mempengaruhi pilihan akomodasi. Diskon grup mungkin tersedia untuk rombongan besar, atau menyewa rumah liburan atau vila bisa lebih hemat untuk perjalanan grup dibandingkan memesan beberapa kamar hotel.

7. Platform Pemesanan dan Penawaran

Memanfaatkan platform pemesanan online dan memanfaatkan penawaran, diskon, dan program loyalitas dapat membantu wisatawan menghemat biaya akomodasi. Disarankan untuk membandingkan harga di berbagai platform dan memesan terlebih dahulu untuk mendapatkan harga terbaik.

8. Jenis Akomodasi

Jenis akomodasi yang dipilih, apakah itu hotel, hostel, wisma, persewaan liburan, atau berkemah, akan berdampak signifikan terhadap pengeluaran. Setiap tipe menawarkan titik harga dan fasilitas yang berbeda, sesuai dengan preferensi dan anggaran yang beragam.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, wisatawan dapat membuat keputusan yang tepat mengenai pilihan akomodasi mereka agar selaras dengan anggaran dan preferensi mereka sekaligus memastikan pengalaman perjalanan yang nyaman dan menyenangkan.

1.3 Jenis Pengeluaran Wisatawan

Pengeluaran wisatawan dapat dikategorikan ke dalam berbagai jenis, mulai dari akomodasi dan transportasi hingga makanan, atraksi, dan suvenir. Memahami distribusi belanja di seluruh kategori ini memberikan wawasan berharga bagi dunia usaha dan pembuat kebijakan. Bab ini membedah berbagai jenis pengeluaran wisatawan, menyoroti perubahan tren dan preferensi dalam alokasi dana selama perjalanan.

Pengeluaran wisatawan dapat dikategorikan ke dalam berbagai jenis, yang mewakili berbagai aspek pengeluaran yang

dikeluarkan wisatawan selama perjalanannya. **Berikut adalah jenis utama pengeluaran wisata:**

1. Pengeluaran Akomodasi

Ini termasuk pengeluaran yang berkaitan dengan penginapan, seperti biaya hotel atau akomodasi, biaya resor, dan biaya sewa rumah liburan atau apartemen.

2. Belanja Transportasi

Mencakup biaya yang terkait dengan mencapai tujuan dan bergerak di dalamnya. Ini dapat mencakup tiket pesawat, tiket kereta api atau bus, sewa mobil, taksi, dan biaya transportasi lokal.

3. Belanja Makanan dan Minuman

Menanggung biaya makan dan minum. Ini termasuk pengeluaran di restoran, kafe, bar, dan tempat makan dan minuman lainnya.

4. Pengeluaran Atraksi dan Kegiatan

Mencakup biaya yang berkaitan dengan mengunjungi tempat-tempat wisata, berpartisipasi dalam kegiatan, dan menghadiri acara atau tur. Kategori ini mencakup biaya masuk ke museum, taman hiburan, tur berpemandu, dan aktivitas rekreasi lainnya.

5. Pengeluaran Belanja

Merupakan uang yang dibelanjakan untuk suvenir, hadiah, pakaian, dan barang-barang lainnya yang dibeli selama perjalanan. Wisatawan seringkali mengalokasikan sebagian anggarannya untuk berbelanja sebagai cara untuk mengenang pengalaman perjalanannya.

6. Pengeluaran Hiburan

Melibatkan pengeluaran untuk hiburan dan kehidupan malam, seperti tiket pertunjukan, konser, pertunjukan teater, atau biaya masuk ke klub malam dan tempat hiburan lainnya.

7. Pengeluaran Kesehatan dan Kebugaran

Termasuk pengeluaran yang berkaitan dengan aktivitas kesehatan dan kebugaran, seperti perawatan spa, retreat kesehatan, dan layanan medis yang diminta selama perjalanan.

8. Pengeluaran Komunikasi

Mencakup biaya yang terkait dengan komunikasi, termasuk biaya telepon seluler, penggunaan internet, dan pembelian kartu SIM atau perangkat komunikasi.

9. Pengeluaran Lain-Lain

Merupakan pengeluaran lain-lain yang mungkin tidak termasuk dalam kategori di atas, seperti tip, pajak, asuransi perjalanan, dan pengeluaran tak terduga.

Memahami distribusi pengeluaran di seluruh kategori ini membantu pengelola destinasi, dunia usaha, dan pembuat kebijakan menyesuaikan penawaran dan strategi pemasaran mereka untuk memenuhi beragam kebutuhan dan preferensi wisatawan. Selain itu, laporan ini memberikan wawasan tentang tren dan perubahan perilaku konsumen dalam industri pariwisata.

1.4 Tren yang Muncul Dalam Belanja Wisatawan

Seiring berkembangnya industri pariwisata, pola pengeluaran wisatawan juga ikut berkembang. Kemajuan teknologi, kebangkitan pariwisata berkelanjutan, dan pergeseran preferensi konsumen telah memunculkan tren baru dalam perilaku belanja. Bagian ini mengeksplorasi pola-pola yang muncul, seperti dampak platform online terhadap aktivitas pemesanan, meningkatnya permintaan akan pengalaman unik, dan penekanan pada praktik pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Lanskap belanja wisatawan terus berkembang, dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen, kemajuan teknologi, dan tren global. Berikut adalah beberapa tren yang muncul dalam belanja wisatawan:

1. Perjalanan Pengalaman

Ada peningkatan penekanan pada pengalaman dibandingkan harta benda. Wisatawan mencari pengalaman unik dan autentik, seperti perendaman budaya, aktivitas petualangan, dan interaksi lokal. Akibatnya, pola pengeluaran mungkin bergeser ke arah aktivitas, tur, dan atraksi lokal.

2. **Pariwisata Berkelanjutan dan Bertanggung Jawab**
Meningkatnya kesadaran terhadap isu-isu lingkungan dan sosial telah menyebabkan peningkatan pariwisata berkelanjutan. Wisatawan lebih cenderung mendukung akomodasi ramah lingkungan, berpartisipasi dalam tur yang bertanggung jawab, dan membuat pilihan yang berdampak positif pada komunitas lokal. Tren ini dapat mempengaruhi pengeluaran untuk akomodasi ramah lingkungan, program penggantian kerugian karbon, dan produk berkelanjutan.
3. **Pembayaran Digital dan Transaksi Tanpa Kontak**
Penggunaan metode pembayaran digital dan transaksi nirkontak semakin lazim di industri perjalanan. Wisatawan semakin mengandalkan aplikasi pembayaran seluler, kartu nirkontak, dan dompet digital untuk kenyamanan dan keamanan. Tren ini mengubah cara wisatawan membelanjakan uangnya, menjadikan transaksi lebih lancar dan efisien.
4. **Personalisasi melalui Teknologi**
Teknologi memungkinkan pengalaman perjalanan yang lebih personal. Dari rekomendasi yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi hingga penawaran dan promosi yang ditargetkan, wisatawan mengharapkan pengalaman yang disesuaikan. Hal ini dapat berdampak pada pengeluaran karena wisatawan mungkin lebih bersedia mengeluarkan uang untuk layanan yang dipersonalisasi yang dapat menyempurnakan perjalanan mereka.
5. **Bangkitnya Wisatawan Gen Z**
Preferensi Generasi Z (lahir pada pertengahan 1990an hingga awal 2010an) mulai membentuk tren perjalanan. Wisatawan Gen Z sering kali memprioritaskan pengalaman, momen media sosial, dan integrasi teknologi. Preferensi generasi ini dapat memengaruhi pengeluaran untuk aktivitas seperti tur Instagrammable, akomodasi unik, dan layanan perjalanan berbasis teknologi.
6. **Wisata Kesehatan**
Wisata kesehatan, yang berfokus pada peningkatan kesejahteraan wisatawan, semakin populer. Wisatawan rela

mengeluarkan uang untuk retreat kesehatan, layanan spa, aktivitas kebugaran, dan pilihan bersantap yang sadar kesehatan. Tren ini mencerminkan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan dan kesejahteraan selama perjalanan.

7. Perjalanan Liburan

Perpaduan antara perjalanan bisnis dan rekreasi, yang dikenal sebagai *bleisure*, menjadi lebih umum. Wisatawan memperluas perjalanan bisnis untuk menjelajahi destinasi untuk tujuan rekreasi. Tren ini dapat berdampak pada pola pengeluaran, karena wisatawan mungkin memiliki anggaran ganda untuk pengeluaran terkait pekerjaan dan aktivitas rekreasi.

8. Layanan Perjalanan Berbasis Langganan

Model berlangganan mulai memasuki industri perjalanan. Layanan berbasis langganan menawarkan wisatawan akses ke berbagai manfaat seperti akomodasi berdiskon, pengalaman eksklusif, dan fasilitas perjalanan dengan biaya tetap. Hal ini dapat mempengaruhi bagaimana wisatawan mengalokasikan dan mengalokasikan pengeluaran perjalanan mereka.

9. Pekerjaan dan Perjalanan Jarak Jauh

Maraknya pekerjaan jarak jauh telah memunculkan tren “kerja jarak jauh” atau pengalaman kerja jarak jauh dan perjalanan. Wisatawan mungkin menghabiskan uang untuk akomodasi yang memenuhi kebutuhan kerja jarak jauh, seperti Wi-Fi yang andal, ruang kerja yang nyaman, dan peluang berjejaring.

10. Wisata Kuliner

Makanan memainkan peranan penting dalam pengalaman perjalanan, dan wisata kuliner pun sedang meningkat. Wisatawan bersedia mengeluarkan uang untuk pengalaman makanan dan minuman, termasuk masakan lokal, wisata kuliner, dan kelas memasak.

Memahami tren belanja wisatawan yang muncul ini dapat membantu pelaku bisnis, destinasi wisata, dan pembuat kebijakan

menyesuaikan penawaran mereka untuk memenuhi preferensi wisatawan saat ini yang terus berkembang.

1.5 Implikasi terhadap Pengelolaan Destinasi

Pengetahuan tentang pola pengeluaran wisatawan sangat diperlukan untuk pengelolaan destinasi yang efektif. Dengan memahami bagaimana dan di mana wisatawan membelanjakan uangnya, destinasi wisata dapat mengoptimalkan penawaran mereka, mengembangkan strategi pemasaran yang ditargetkan, dan menciptakan lingkungan yang mendorong pembelanjaan yang bertanggung jawab. Bab ini diakhiri dengan diskusi mengenai implikasi praktis dari mempelajari pola pengeluaran wisatawan dan bagaimana destinasi dapat memanfaatkan pengetahuan ini untuk pertumbuhan berkelanjutan.

Tren yang muncul dalam belanja wisatawan mempunyai implikasi yang signifikan terhadap pengelolaan destinasi. Berikut adalah beberapa pertimbangan utama bagi pengelola destinasi dalam menanggapi tren ini:

1. Diversifikasi Penawaran

Manajer destinasi harus menyadari permintaan akan pengalaman yang beragam dan unik. Hal ini melibatkan diversifikasi penawaran pariwisata di luar atraksi tradisional untuk mencakup kegiatan seperti pengalaman budaya, wisata petualangan, dan inisiatif ramah lingkungan. Pendekatan ini dapat menarik lebih banyak wisatawan dengan beragam minat.

2. Praktik Pariwisata Berkelanjutan

Dengan meningkatnya penekanan pada keberlanjutan, pengelola destinasi perlu mengadopsi dan mempromosikan praktik pariwisata yang bertanggung jawab. Hal ini termasuk menerapkan inisiatif ramah lingkungan, mendukung komunitas lokal, dan mendorong dunia usaha di destinasi untuk mematuhi praktik berkelanjutan. Wisatawan lebih cenderung berbelanja di destinasi yang mengutamakan tanggung jawab lingkungan dan sosial.

3. **Investasi pada Infrastruktur Digital**
Peralihan ke arah pembayaran digital dan transaksi nirsentuh mengharuskan destinasi untuk berinvestasi pada infrastruktur digital yang kuat. Pengelola destinasi harus berkolaborasi dengan dunia usaha dan lembaga keuangan untuk memastikan bahwa destinasi tersebut mendukung berbagai pilihan pembayaran yang aman dan nyaman, sehingga meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan.
4. **Pemasaran dan Layanan yang Dipersonalisasi**
Pengelola destinasi dapat memanfaatkan teknologi untuk mengumpulkan dan menganalisis data guna lebih memahami preferensi wisatawan. Informasi ini dapat digunakan untuk menciptakan strategi pemasaran yang dipersonalisasi dan menyesuaikan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan minat spesifik berbagai segmen wisatawan, sehingga memengaruhi perilaku belanja.
5. **Kolaborasi dengan Platform Teknologi**
Manajer destinasi harus menjajaki kemitraan dengan platform teknologi, termasuk agen perjalanan online (OTA) dan aplikasi perjalanan. Berkolaborasi dengan platform-platform ini dapat meningkatkan visibilitas destinasi, menyederhanakan proses pemesanan, dan memberikan pilihan yang nyaman bagi wisatawan, sehingga berkontribusi pada peningkatan pengeluaran.
6. **Keterlibatan Generasi Z**
Mengenali preferensi Generasi Z sangat penting bagi pengelola destinasi. Generasi ini menghargai pengalaman, teknologi, dan media sosial. Destinasi wisata harus mengembangkan kampanye pemasaran dan penawaran yang sesuai dengan wisatawan Gen Z, sehingga mendorong mereka untuk memilih destinasi untuk pengalaman perjalanan mereka.
7. **Pengembangan Pariwisata Sejahtera dan Kesehatan**
Destinasi dapat berinvestasi dalam inisiatif pariwisata kesehatan dan kesehatan untuk menarik wisatawan yang mencari peremajaan dan kesejahteraan. Hal ini mungkin

melibatkan pengembangan fasilitas spa, pusat kebugaran, dan promosi pilihan tempat makan yang sadar kesehatan. Menawarkan aktivitas yang berfokus pada kesehatan dapat berdampak positif terhadap pengeluaran untuk pengalaman tersebut.

8. Dukungan untuk Perjalanan Liburan

Menyadari maraknya perjalanan bleisure, pengelola destinasi dapat berkolaborasi dengan bisnis lokal dan penyelenggara konferensi untuk menawarkan aktivitas dan layanan yang diperuntukkan bagi pelancong bisnis dan rekreasi. Hal ini dapat mencakup acara networking, tur budaya, dan pilihan rekreasi yang melengkapi aspek bisnis perjalanan tersebut.

9. Promosi Wisata Kuliner dan Makanan

Wisata kuliner sedang menjadi tren yang sedang berkembang, dan destinasi dapat memanfaatkan hal ini dengan mempromosikan masakan lokal dan pengalaman terkait makanan. Berkolaborasi dengan restoran, pasar, dan koki lokal dapat meningkatkan penawaran kuliner dan menarik wisatawan yang bersedia mengeluarkan uang untuk pengalaman gastronomi yang unik.

10. Adaptasi terhadap Tren Pekerjaan Jarak Jauh

Destinasi dapat memposisikan dirinya sebagai lokasi yang menarik untuk pengalaman kerja dan perjalanan jarak jauh. Memastikan konektivitas internet yang andal, ruang kerja bersama, dan menawarkan akomodasi yang sesuai untuk pekerjaan jarak jauh dapat menarik para digital nomad dan berkontribusi terhadap pengeluaran di destinasi tersebut.

Dengan beradaptasi terhadap tren yang muncul ini, pengelola destinasi dapat meningkatkan daya tarik destinasi mereka secara keseluruhan, menarik beragam segmen wisatawan, dan mendorong peningkatan pengeluaran, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan industri pariwisata lokal yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, L. G. L. K. (2020). Pola Perjalanan Dan Pengeluaran Wisatawan Milenial Ke Bali. *Jurnal IPTA p-ISSN*, 8(1), 2020.
- Eddyono, F.(2019).Pengelolaan Destinasi Pariwisata. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Parmawati, R., Hardyansah, R., Pangestuti, E., & Hakim, L. (2022). *Ekowisata: Determinan Pariwisata Berkelanjutan untuk mendorong Perekonomian Masyarakat*. Universitas Brawijaya Press.
- Pratiwi, Y., & Syahrul, S. (2023). Kajian Pengeluaran Wisatawan Domestik Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Kunjungan Di Kota Yogyakarta. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 2259-2270.
- Putra, I. G. D. J. S., Karmini, N. L., & Wenagama, I. W. (2021). Pengaruh kunjungan wisatawan dan rata-rata pengeluaran wisatawan terhadap pad dan pertumbuhan ekonomi Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(06), 511-524.
- Sitorus, B. (2019). Pola Pengeluaran Wisatawan Di Bangka Belitung. *Jurnal IPTA p-ISSN*, 2338, 8633.
- Tribe, J. (2020). *The Economics of Recreation, Leisure, and Tourism*. Butterworth- Heinemann-Oxford
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Jakarta, Indonesia
- Wardani, N. K. (2014). Profil Pola Pengeluaran Wisatawan Domestik Di Kabupaten Sragen Tahun 2013.
- https://www.researchgate.net/publication/350513025_Pengelolaan_Destinasi_Pariwisata
- https://www.researchgate.net/publication/290406135_Handbook_of_Tourism_Economics_Analysis_New_Applications_and_Case_Studies

BAB 2

DAMPAK INDUSTRI PARIWISATA

Oleh Suyamto

2.1 Pendahuluan

Industri pariwisata merupakan industri yang marjinal, atau paling tidak industri yang tidak dibatasi oleh apapun, baik dibatasi oleh letak atau topografi, dibatasi oleh wilayah atau sub wilayah, dan tidak dibatasi oleh suatu daerah. Jadi industri pariwisata ada dan berkembang dan juga tumbuh secara normal sesuai dengan minat pasar industri pariwisata yang ada disekitarnya. Industri pariwisata adalah kegiatan bisnis yang berhubungan dengan pergerakan dan industri pariwisata dan memainkan peran berguna dalam perekonomian dunia. Kata industri pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yaitu pari dan industri pariwisata, Pari mempunyai arti banyak atau biasa maupun berputar tanpa henti dan industri pariwisata berarti usaha.(Jinan 2023) Menurut UU Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009, pengertian industri pariwisata adalah kumpulan usaha sektor pariwisata yang saling berhubungan. (Indonesia 2009b) Berbagai organisasi ini dikoordinasikan untuk menciptakan tenaga kerja dan produk guna menangani masalah wisatawan, mencari tunjangan, meningkatkan pendapatan lokal, dan meningkatkan perdagangan asing di negara tersebut. Industri pariwisata adalah organisasi yang menawarkan bermacam jenis fasilitas dan produk kepada para pengunjung termasuk penginapan, restoran, bistro, bar, transportasi, pengelola kunjungan, perencana pariwisata, koordinator acara, pengawas daya tarik, dan berbagai bidang yang menyediakan kebutuhan pengunjung sebagian di antaranya mungkin juga memberikan sejumlah besar layanan dan barang dagangan kepada semua wisatawan tidak cuma tamu sesuai dengan tingkatan pembayarannya, dalam tentang ini tamu berperan penting dalam memperhitungkan pendapatan industri pariwisata (Fauziah 2021) Pada gilirannya, semua usaha mempunyai dampak yang berbeda- beda wilayah dan terlebih lagi mempengaruhi

teladan dan perilaku manusia yang terkait dengan kemajuan industri tersebut. Demikian pula, peningkatan industri pariwisata serta mempengaruhi wilayah setempat dan daerah di mana industri pariwisata dijumpai dan bahkan memiliki dampak di seluruh dunia.

2.2 Dampak Industri Pariwisata Terhadap Perekonomian

Industri pariwisata mempengaruhi perekonomian daerah tempat bisnis tersebut berada, baik secara lokal maupun secara umum di sekitarnya, yang berdampak naiknya perekonomian pada masyarakat dan negara. Berikut ini beberapa dampak positif kemajuan industri pariwisata terhadap bidang perekonomian

1. Dalam perspektif perekonomian, industri pariwisata berperan dalam pertumbuhan ekonomi yang tiada henti di mana industri pariwisata bekerja sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan meningkatkan perdagangan luar negara atau Pembayaran Khusus Teritorial (Bantalan). Selain itu, kawasan industri pariwisata juga dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat disekitarnya, sehingga pada kesimpulannya dapat menggerakkan perekonomian daerah setempat
2. Dalam perspektif perekonomian, industri pariwisata berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang terus menerus di mana industri pariwisata bekerja sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan meningkatkan devisa untuk negara. Selain itu, kawasan industri pariwisata juga dapat membuka lapangan pekerjaan untuk warga disekitarnya, sehingga pada kesimpulannya dapat menggerakkan perekonomian daerah setempat namun industri pariwisata juga mempunyai efek yang kurang baik diantaranya
 - a. Kerentanan terhadap perbedaan flutuasi perekonomian di seluruh dunia mengingat fakta jika industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh perubahan perekonomian di seluruh dunia. Tentang ini dapat menyebabkan berkurangnya penghasilan industri pariwisata, serta merugikan bidang terkait lainnya, dan mengganggu perkembangan perekonomian secara umum. Tidak cuma itu, harga barang dagangan di kawasan industri pariwisata

umumnya akan lebih mahal dibandingkan di tempat lain yang bukan wilayah dan kawasan industri pariwisata, sehingga tentang ini dapat mengakibatkan penurunan nilai mata uang dalam jangka waktu tertentu.

- b. Ketergantungan yang kuat terhadap wisatawan dalam jumlah besar, baik wisatawan dalam negeri maupun asing, untuk datang ke daerah wisata yang hanya mengandalkan pendapatan dari industri pariwisata kemungkinan besar bakal mengalami pelemahan pendapatan. Misalnya saja masalah keamanan, masalah psikologis, dan masalah wabah penyakit yang bakal mempengaruhi penampilan pengunjung. Contoh yang penting yaitu pada masa pandemi virus Corona yang berlangsung sejak permulaan tahun 2020 hingga tahun 2021 yang dirasakan oleh seluruh dunia sebagai tantangan bagi perekonomian dunia untuk bergerak dan pulih. Industri pariwisata merupakan sektor yang paling terkena imbas yang buruk dari wabah virus Corona ini, karena industri pariwisata mendapat dampak yang paling besar dan terakhir mengalami pemulihan atau pemulihan sesudah sektor lain mengalami pemulihan. Tidak cuma itu, gagasan yang sedang berjalan dari industri pariwisata adalah untuk menggarap perekonomian. Penelitian industri pariwisata harus tetap mewaspadai perkembangan zaman. Jika mereka tidak mengikuti pola yang sama dengan mengaplikasikan perkembangan baru, jelas akan tertinggal jauh dari perubahan industri pariwisata dan akan mengakibatkan penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung.

2.3 Dapat Membuka Lapangan Kerja Baru

Semua pihak memperkirakan penciptaan lapangan kerja baru akibat dampak pengembangan industri pariwisata terhadap penduduk lokal di daerah pembangunannya. Tentang ini lebihlebel berlaku buat penduduk yang berada di dekatnya. Misalnya dengan membuka tempat hiburan di daerah tertentu yang belum banyak diketahui wisatawan, wilayah sekitar turut berperan dalam mengawal serta menjadikan industri pariwisata sebagai ladang

untuk memperoleh pendapatan baru. Seiring dengan berkembangnya kawasan wisata disekitarnya, tentang hal ini juga berdampak pada kawasan sekitarnya yang ditandai dengan semakin meluasnya jenis pekerjaan, dimana pada awalnya masyarakat sekitar hanya bermatapencaharian sebagai peternak, petani dan penggarap lahan pertanian yang berpenghasilan musiman. Dengan berkembangnya industri pariwisata maka masyarakat sekitar ada jenis pekerjaan tambahan. sesudah kemajuan industri pariwisata, khususnya petugas parkir, pedagang makanan, penjual oleh oleh, pendamping lokal atau pramu wisata, koperasi spesialis transportasi, dan petugas kebersihan.

Tidak cuma memperluas jenis lapangan kerja, dampak terciptanya kawasan wisata juga membawa perubahan pada dunia usaha. Sesudah berkembangnya industri pariwisata, berbagai macam usaha baru mulai bermunculan di sekitar kawasan wisata, misalnya saja mendirikan warung makan, menciptakan berbagai oleh oleh, membuka usaha pertokoan klontong, menciptakan berbagai macam makanan lokal. Secara umum dampak kemajuan industri pariwisata telah berdampak pada wilayah sekitarnya, khususnya berkembangnya potensi bisnis yang terbuka lebar yang lebih dahulu sebelum berkembangnya industri pariwisata telah membuahkan hasil pada saat waktu panen tiba, akan tetapi disaat ini wilayah sekitar efek dari kemajuan industri pariwisata telah memberikan dampak pada wilayah sekitarnya, lebih- lebih berkembangnya potensi bisnis yang lebih dahulu sebelum berkembangnya industri pariwisata telah membuahkan hasil. Tidak hanya pada saat musim panen tiba, akan tetapi saat ini wilayah sekitar kemajuan pariwisata Industri pariwisata bisa mendapatkan penghasilan setiap kali mereka mengumpulkannya dan saat ini mereka bisa mendapatkan penghasilan masing- masing secara konsisten maupun terlebih lagi penghasilan yang rutin semuanya bergantung pada banyaknya kunjungan pengunjung di kawasan pengembangan industri pariwisata.

2.4 Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Pembangunan Infrastruktur

Membuka destinasi wisata di daerah tertentu yang belum banyak diketahui wisatawan, karena ketersediaan tempat wisata tersebut masih belum memuaskan karena kondisi infrastruktur jalan yang belum bagus hingga kawasan wisata agar berkembang menjadi sebuah area utama dengan perkembangan tercepat ketimbang dengan area lain dan berubah menjadi jalur peningkatan perdagangan yang besar. peningkatan bisnis, kemajuan perusahaan, dan pekerjaan. Oleh karena itu, untuk menunjang kemajuan industri pariwisata di Indonesia, untuk menciptakan landasan yang memadai di setiap bidang industri pariwisata. Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan melalui Direktur Jenderal DPUR berperan dalam menciptakan dan perencanaan infrastruktur dan jalur ke dan dari kawasan pengembangan industri pariwisata

Disaat ini pemerintah melalui DPUPR telah merencanakan guna mengaplikasikan perbaikan kerangka kerja di kawasan pengembangan industri pariwisata. Akan tetapi kendala yang dihadapi oleh Direktur Jenderal Bina Marga adalah terbatasnya anggaran yang tersedia sehingga ia hanya fokus pada strategi end-all yang telah didukung dan digunakan sebagai semacam perspektif untuk menentukan bidang- bidang yang menjadi titik berat pengembangan industri pariwisata yang mendesak. Selanjutnya melalui Badan Pengurus Wilayah (BPIW) berperan dalam menyusun kerangka strategi perbaikan end- all, khususnya pada kebutuhan- kebutuhan infrastruktur yang dominan dan utama Hambatan yang dihadapi Direktorat Jenderal Bina Marga dalam menciptakan kerangka industri pariwisata adalah: (Moerwanto and Junoasmono 2017)

1. Belum ada Masterplan Industri pariwisata yang mampu membedakan mana menitikberatkan serta yang mana yang menjadi kebutuhan dasar, khususnya infrastruktur jalan untuk membantu pengembangan kawasan industri pariwisata
2. Kendala anggaran yang tersedia saat ini dibandingkan dengan jumlah yang dibutuhkan untuk memenuhi target pertumbuhan dan Pembangunan infrastruktur

2.5 Komersialisasi Terhadap semua sektor

Wajar seandainya industri pariwisata dianggap sebagai industri vital yang berkontribusi langsung terhadap peningkatan penghasilan negara dan daerah. Komersialisasi melalui industri pariwisata merupakan cara yang selalu digunakan oleh badan legislatif untuk melindungi warisan sosial mula-mula di wilayahnya. Pelestarian peninggalan budaya dapat dilakukan dengan teknik ini, mulai dari atraksi serupa seni tradisional hingga artefak. Komersialisasi adalah memperkenalkan sesuatu budaya, misalnya saja pengerjaan konvensional yang tidak dilakukan seperti yang biasa dilakukan di depan umum, akan tetapi disesuaikan dengan waktu dan daya wisatawan yang menyaksikannya beli

Bisnis Industri pariwisata: khususnya kegiatan industri pariwisata yang terkait dengan kegiatan pertukaran publik ataupun internasional, misalnya pameran, pekan raya, pertunjukan, dll. Bisnis industri pariwisata, khususnya pariwisata yang menunjuk pada pameran kunjungan dan pekan raya yang bersifat bisnis. Indonesia sebagai negara yang solid dalam berekspresi dan berbudaya mampu saja diciptakan ke arah industri pariwisata sosial, yang tidak hanya mementingkan pemanfaatan imajinasi dan wawasan sosial. terdekat untuk memperoleh perdagangan asing yang segera menghasilkan, akan tetapi juga berfokus pada dukungan ekspresi dan budaya daerah agar sesuai dengan kenyataan. Industri pariwisata sebagai industri bisnis tidak sama dengan usaha modern yang lain yang dibatasi bahan-bahan yang tidak dimurnikan, dalam industri pariwisata bahan-bahan alami tidak akan pernah habis. (CW I Nyoman 2017)

2.6 Alih Fungsi Lahan

Perubahan lahan menggambarkan sesuatu prosedur yang dilakukan untuk mengubah pemanfaatan sebagian maupun seluruh wilayah lahan dari segala fungsi yang dimilikinya menjadi fungsi yang lain (Kartika, Sujana, and Jehapu 2020). Perubahan lahan ini berlangsung dengan sangat cepat dan perkembangannya sering kali akan mengakibatkan efek yang lain tidak hanya satu hal saja, serta peningkatan jumlah penduduk. Masyarakat memanfaatkan dan memakai aset tanah yang berupa lahan untuk memenuhi

kebutuhannya yang berbeda- beda, misalnya perubahan tanah yang banyak dilakukan dalam pengembangan industri pariwisata adalah perubahan terhadap tanah kosong, tanah pertanian, tanah perkebunan dan tanah hutan lindung sebagai tempat akomodasi penginapan, tempat makan atau restoran warung klontong, homestay, pusat oleh oleh, lapangan outbond, area bermain anak dan lain lain. Sehingga akibat perubahan lahan untuk pengembangan industri sangat mempengaruhi perubahan lingkungan.

Menurut Lestari 2010 dalam (Yusuf and Hadi 2020) Perubahan lahan merupakan penyesuaian pemanfaatan lahan yang dimulai dari separuh ataupun semua penggunaannya yang lalu, karena semua itu akan dilakukan sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai sehingga menimbulkan akibat yang besar dan buruk mengenai kawasan dan manfaatnya. tanah itu. Daerah serupa daerah pedesaan yang indah, sempurna dan alami telah menjadi lokasi yang sangat ideal untuk kemajuan industri pariwisata. Kemajuan industri pariwisata, industri fabrikasi, pertokoan, tempat kerja dan yayasan lainnya, yang menjadikan aksesibilitas terhadap peninggalan tanah menjadi sesuatu kepentingan yang mesti dipadati guna membantu aktivitas perekonomian daerah. Untuk menangani perkara pertanahan, selalu terjadi persaingan penggunaan lahan yang pada kesimpulannya akan memindahkan aksesibilitas lahan unik ataupun biasa ke lahan modern yang lain, khususnya untuk pengembangan industri pariwisata.

Bukti bahwa pengembangan industri pariwisata disaat ini hanya terfokus pada kuantitas dan pembangunan fisik yang maksimal dapat dilihat dari dampak nyata dari kegiatan pariwisata di suatu wilayah. Berkaca dari apa yang berlangsung disaat ini, aktivitas industri pariwisata mulai berdampak pada munculnya lahan hijau, baik lahan hortikultura, lahan perkebunan maupun lahan hutan lindung, menjadi salah satu sarana kenyamanan bagi industri pariwisata yang tumbuh pesat secara tidak berubah ubah. Lahan alam yang mengalami alih fungsi menjadi lahan pertanian, perkebunan, dan cagar alam untuk pemenuhan dan pengembangan industri pariwisata.

2.7 Masyarakat Berpola Hidup Konsumtif

Dengan berkembangnya industri pariwisata, masyarakat akan terpengaruh oleh cara berperilaku dan cara hidupnya, baik masyarakat dalam industri pariwisata maupun pengunjung atau wisatawan, sehingga perilaku pembeli akan berubah. Gaya hidup masyarakat adalah suatu tindakan memanfaatkan sesuatu produk secara tidak maksimal. Artinya suatu barang belum digunakan pada disaat ini, seseorang telah menggunakan barang lain dengan kemampuan serupai (Nurmaulia 2017)

Perihal ini jelas bakal merugikan masyarakat lebih banyak. Cara berperilaku boros adalah merupakan perbuatan secara sadar tanpa adanya pengaturan pembelian dan tanpa memikirkan tingkat keputusan atau apakah pembelian tersebut hanya bergantung pada pemuasan hasrat yang didorong oleh hubungan sosial tertentu. Sementara itu gaya hidup konsumtif adalah metode membeli dan atau memanfaatkan suatu barang yang tidak bersumber pada pertimbangan rasional. Masyarakat mempunyai kecenderungan untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batasan, dimana masyarakat mendahulukan keinginannya di atas kebutuhannya dan lebih banyak menggunakan uang dibandingkan pembuatan untuk memperoleh apa yang diinginkannya.

Cara berperilaku yang menyimpang karena pengaruh kemajuan industri pariwisata menjadi semakin rumit di tengah persaingan di segala bidang dan merenggut kebutuhan hidup sehingga yang teringat adalah bagaimana cara memenuhi kerinduan untuk berbelanja. Masyarakat dengan tingkat kesejahteraan ekonomi tinggi atau yang sering disebut dengan kaum *sosialita* seringkali memiliki pola penggunaan rasa yang maksimal, adalah mengonsumsi barang tanpa memandang manfaatnya. Ini semua bisa dilihat dari indikator indikator ini

1. Membeli barang dalam rangka komitmen mendapatkan hadiah. Orang membeli sesuatu berdasarkan penawaran dan promosi yang ditawarkan dengan asumsi mereka membeli barang tersebut
2. Belilah sesuatu barang karena *bundlingnya* menarik. Masyarakat, khususnya remaja, dengan mudah diyakinkan untuk membeli banyak barang yang dibungkus sempurna dan

dimeriahkan dengan variasi yang menarik. Artinya, inspirasi membeli barang tersebut semata mata karena barang tersebut dikemas dengan sempurna dan menarik, bukan karena kebutuhan.

3. Membeli barang untuk memelihara gengsi dan penampilan. Masyarakat, khususnya remaja, memiliki keinginan membeli yang kuat karena pada rata- rata remaja memiliki cara berpakaian, merawat, menata rambut, dan lain- lain yang khas. Tujuannya agar remaja selalu tampil menarik di mata orang lain. Kalangan anak muda menghabiskan lebih banyak uang untuk membantu penampilan mereka.
4. Membeli barang dengan mempertimbangkan pertimbangan biaya (bukan karena kelebihan atau kemudahan). Pelanggan akan lebih selalu bertindak dengan cara yang ditunjukkan oleh kehidupan orang yang kaya, sehingga mereka umumnya akan menggunakan seluruhnya yang dianggap paling mewah.
5. Membeli suatu barang hanyalah karena tempatnya menarik yang ditawarkan. Kebanyakan remaja mempunyai daya beli yang tinggi dalam tentang pakaian, tata rias, tatanan rambut, serta lain lain, sehingga tentang ini sanggup menjunjung tinggi sifat selektif mereka terhadap barang- barang mahal dan memberikan kesan berasal dari kelas sosial yang lebih atas. Membeli suatu produk bisa jadi simbol status sehingga nampak lebih keren di mata orang lain. Pemanfaatan sesuatu benda ialah salah satu komponen penyesuaian terhadap model yang mempromosikannya. Pelanggan, khususnya kaum hawa, memiliki kecenderungan untuk meniru perilaku tokoh yang mereka kagumi dengan mengenakan apa pun yang bisa dikenakan oleh idolanya. Pembeli juga biasanya akan menggunakan dan berusaha memiliki produk yang ditawarkan jika mereka menyukai merk terkemuka dari produk tersebut
6. Ada anggapan jika membeli suatu barang dengan harga mahal akan memberikan kepastian identitas yang tinggi. Remaja sangat termotivasi guna mencoba suatu produk karena mereka percaya dengan apa yang diiklankan, adalah dapat membikin mereka merasa lebih percaya diri.

7. Cobalah lebih dari dua produk yang mirip satu sama lain (merk). Pembeli akan lebih sering menggunakan barang serupa dari merk yang tidak terduga dibandingkan dengan barang yang baru saja mereka gunakan, meskipun mereka belum pernah menggunakan barang tersebut.

2.8 Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kerusakan Lingkungan

Pengembangan industri pariwisata juga membawa imbas yang kurang dikarenakan oleh alih fungsi lahan untuk industri pariwisata yang mengabaikan studi AMDAL yang telah dilakukan sehingga hal ini layak menjadi kekhawatiran besar bagi kita seluruhnya. Perubahan fungsi lahan yang mendukung pengelolaan secara wajar, lahan yang semula menjadi paru-paru dunia dan, yang produktif, lahan yang bermanfaat dapat mengakibatkan berkurangnya kawasan hutan yang mendukung pemeliharaan rutin dan lahan yang berguna untuk perkebunan dan hortikultura yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat sebagai penghasil oksigen untuk dunia dari tanaman yang ada menjadi pemhasil bahan makanan dan bahan baku industri. Tidak cuma itu, punahnya pohon-pohon yang berfungsi sebagai penyerap dan penyimpan air hujan akan berdampak besar terhadap terjadinya tanah longsor akibat pengambil alihan lahan hutan. Tidak hanya itu, kekurangan keanekaragaman hayati di atas juga merupakan bahaya yang serius. Terakhir permasalahan yang sangat penting dan sungguh sungguh adalah terjadinya tanah longsor dan banjir bandang. Berkurangnya jumlah pohon akan menimbulkan permasalahan pada waktu kemarau, dimana akar pohon yang menyerap dan menyimpan air sudah tidak ada lagi dan pada akhirnya akan terjadi kekeringan. Hal ini sangat tidak menguntungkan untuk kita seluruhnya. Oleh karena itu, perlu adanya strategi yang lebih intensif dari pemerintah, khususnya legislatif wilayah itu, guna menjaga daya dukung alam, khususnya hutan yang merupakan paru-paru dunia sehingga keseimbangan lingkungan tetap terpelihara.

Selain itu, dampak buruk dari pengembangan industri pariwisata terhadap iklim secara umum adalah bahwa iklim akan dirugikan, misalnya, meningkatnya tingkat kontaminasi,

terbebasnya lahan hutan yang dilindungi untuk lahan pengembangan industri pariwisata, untuk lahan pribadi, lahan pendukung modern. kebutuhan industri pariwisata yang menimbulkan berbagai macam pencemaran, antara lain pencemaran air, pencemaran udara, pencemaran kebisingan dan sampah. Selain itu juga akan merugikan destinasi arkeologi dan terverifikasi serta jangka waktu penggunaan lahan yang sangat lama dan tidak dapat diandalkan. Perilaku masyarakat setempat, dua koordinator industri pariwisata dan klien industri pariwisata, yang menimbulkan kerusakan ekologis, berdampak signifikan terhadap pengelolaan dan perlindungan alam dan iklim. Dari manfaat yang diperoleh, hal paling serius yang harus kita perhatikan adalah dampak buruk ekologis yang ditimbulkan oleh kemajuan industri pariwisata di luar angkasa.

Perubahan iklim yang merugikan ini tidak dapat disangkal. Kawasan ekologis wisatawan, terutama kawasan wisata alam, misalnya kawasan hutan lindung yang menjadi objek industri wisata, umumnya akan mengalami kerugian karena aktivitas pengunjung yang tidak dapat dipercaya, misalnya membuang sampah sembarangan atau merusak fasilitas publik. Hal ini memerlukan arahan, bimbingan dan pengawasan dari seluruh pihak, khususnya mitra-mitra di industri pariwisata, untuk melaksanakan kesadaran industri pariwisata yang dapat diandalkan dan mendukung industri pariwisata bagi para wisatawan, khususnya daerah sekitar tempat obyek wisata berada.

Tempat wisata ini dahulunya merupakan suatu hutan belantara yang sekarang telah berubah menjadi tempat wisata yang asri. Jelaslah jika proses perubahan telah mengubah lingkungan. Konversi hutan untuk pariwisata mengakibatkan hilangnya keanekaragaman biologi di atas dan di sekitar pohon- pohon besar yang sanggup meresap serta menaruh air hujan, sehingga kurangi jumlah air yang ada pada masa kemarau. Perihal ini merangsang terbentuknya kekeringan pada masa kemarau. Tidak hanya itu, jika hujan deras, tanah bakal terkikis dan air hujan terus mengalir karena pangkal tumbuhan tidak lagi jadi penahan air. Perihal ini pada akhirnya akan mengakibatkan banjir bandang maupun tanah longsor. Dalam Peraturan No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan

dan Pengelolaan Lingkungan Hidup tidak membenarkan hal ini. Karena Perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup adalah upaya merupakan upaya metodis dan terpadu yang dilakukan untuk melindungi potensi alam serta mencegah pencemaran ekologi maupun potensi kerusakan yang meliputi perencanaan, pemanfaatan, pengendalian, pemeliharaan, pengelolaan serta pengawasan. (Indonesia 2009a)

2.9 Dampak Pengembangan Pariwisata Pada Sosial Budaya

Kebudayaan dapat dijadikan kemampuan pengembangan pariwisata sebagai salah satu aspek pertumbuhan industri pariwisata. Tentang ini sebab kemajuan industri pariwisata di suatu negara maupun daerah sangat erat kaitannya dengan kemampuan sesuatu daerah atau negara. Kebudayaan erat kaitannya dengan industri pariwisata, karena kita dapat melihat dari arti kebudayaan yang merupakan gambaran daerah setempat yang mempunyai arti penting dalam iklim umum yang mencakup segala sesuatu yang merupakan akibat penciptaan, karya manusia. Karena mempunyai nilai historis, filosofis, dan estetis, budaya mampu menarik wisatawan. Misalnya saja Candi Borobudur yang sebagai salah satu objek wisata terkemuka di Indonesia. Cagar alam ini merupakan warisan sejarah dan sosial yang memiliki nilai seni teratas. Dampak positif dari kegiatan industri pariwisata terhadap gaya hidup sosial budaya antara lain; munculnya inovasi dan pembangunan sosial, asimilasi sosial, dan revitalisasi budaya. Keunggulan keberagaman masyarakat Indonesia di bidang wisata antara lain ramah tamah sehingga menarik banyak wisatawan. Karena setiap daerah memiliki masyarakat yang istimewa dan menarik. Terutama dengan asumsi budaya luar biasa digabungkan dengan budaya lokal

Meningkatnya akulturasi dua budaya atau lebih merupakan salah satu dampak negatif pengembangan pariwisata terhadap budaya Indonesia. Untuk sementara, dampak buruk industri pariwisata terhadap keadaan sosial budaya terlihat dari reaksi sektor lingkungan masyarakat terhadap kehadiran industri pariwisata, seperti berkembangnya situasi yang tidak dapat dipadukan di antara budaya budaya yang berbeda, dan munculnya

isu-isu sosial seperti perjudian dan prostitusi yang membuat kesan kurang baik pada kegiatan industri pariwisata. Minimnya informasi mengenai budaya lokal karena dapat dilihat dari sudut pandang sosio budaya, semakin banyaknya kaum generasi muda yang gemar menjajaki budaya wisata, khususnya turis asing, yang tidak cocok dengan kepribadian dan budaya masyarakat Indonesia, perihal ini dikuwatirkan karakteristik kehidupan masyarakat yang layak yang telah ada sejak lama akan berubah, dari sikap penuh hormat dan ramah menjadi tidak peduli acuh tak acuh dengan akibat masuknya budaya asing yang condong ke individualisme.

Industri pariwisata selama ini secara umum memperkirakan akan ada perubahan sosio budaya hal ini berlangsung karena kedatangan wisatawan, dengan tiga asumsi secara umum, yaitu:

1. Perubahan terjadi karena adanya interupsi dari luar, sebagian besar dari kerangka sosio- budaya yang lebih besar terhadap masyarakat yang lebih rapuh.
2. Perkembangan ini pada umumnya merugikan budaya asli yang berasal dari masyarakat asli.
3. Identitas masyarakat lokal akan tenggelam dalam bayang-bayang pengembangan sistem industri dengan teknologi barat dan birokrasi nasional dan multinasional akibat perubahan tersebut, yang berakibat pada homogenisasi budaya.

Dari ketiga asumsi terjadinya perubahan sosial budaya akibat perkembangan industri pariwisata, bisa diberikan sedikit contoh mengenai pengaruh industri pariwisata nusantara terhadap sosial budaya masyarakat di Banda Aceh yang dapat terjadi karena adanya hubungan jual beli antar wisatawan masyarakat sekitar, wisatawan dan wisatawan pada sektor obyek wisata. Kerja sama dapat terjadi pada waktu dan peristiwa yang berbeda. Seperti ketika masyarakat sekitar menjual karya seni atau pernak pernik asli daerah atau bahkan kuliner lokal yang terkenal seperti ayam kampung, mie aceh, dan lain-lain yang sering disajikan di kafe-kafe di Banda Aceh. Hubungan juga dapat terjadi antara wisatawan dan masyarakat lokal sebagai pemandu wisata dan pengemudi yang biasanya membawa wisatawan berangkat dari satu obyek wisata kemudian ke obyek wisata selanjutnya. Di antara mereka, pasti saja

ada pertukaran informasi baik yang terkait dengan industri pariwisata maupun isu-isu lainnya. Bahkan, kolaborasi juga bisa terjadi ketika masyarakat bertemu di sebuah tempat wisata saat wisatawan sedang berlibur di obyek wisata.

Masyarakat Aceh mempunyai keragaman budaya yang terlihat dari luasnya wilayah setempat. Salah satu jenis kebudayaan Aceh yang setidaknya menonjol adalah tari Saman dan tari *Rapai Geleng* yang ditabuh dengan tingkat keselarasan yang baik. Dari segi kuliner, berbagai masakan khas seperti mie aceh, espresso Aceh, gulai kambing yang kaya akan cita rasa menjadi favorit masyarakat lokal Aceh maupun luar Aceh. Semua itu menjadi modal pengembangan sektor pariwisata di Aceh. Masyarakat Nanggroe Aceh Darussalam juga mempunyai budaya yang sangat menarik yang dapat dijadikan daya tarik wisata budaya dalam kegiatan pariwisata, seperti geudeue-geudeue, peupok leumo, pacu kude, gaseng, dan lain-lain.

Batas antara dampak sosial budaya pariwisata ditetapkan lebih tepat oleh dampak positif aktivitas pariwisata terhadap budaya masyarakat lokal. Dampak sosial budaya yang positif dari kemajuan industri pariwisata mesti kelihatan dari pelestarian budaya lokal setempat seperti penerapan ketat adat istiadat, dan pengakuan atas kemajuan tempat wisata serta penampilan pengunjung oleh sektor lokal. Sementara itu, reaksi masyarakat lokal terhadap keberadaan pariwisata, seperti perbedaan pendapat atau konflik kepentingan antar pemangku kepentingan, kebencian dan penolakan terhadap pengembangan pariwisata, serta munculnya isu-isu sosial seperti perjudian, prostitusi, dan pelecehan seksual, dapat dipandang memiliki pengaruh yang besar. dampak negatif terhadap perkembangan sosial budaya pariwisata.

Konflik kepentingan antar pemangku kepentingan, kebencian, dan penolakan terhadap pengembangan pariwisata merupakan salah satu respon masyarakat lokal terhadap pengembangan industri pariwisata. Praktek industri pariwisata di suatu wilayah tertentu merupakan kekhasan sosial dan budaya lainnya yang terjadi secara bertepatan seiring dengan meluasnya kekuatan dampak ekonomi pasar. Beberapa orang melakukan pariwisata guna mendapatkan pengalaman dan mengejar

kepentingan di bidang keagamaan (spiritual), namun pariwisata dikelola baik dengan layanan komersial merupakan perkembangan terkini. Hanya sedikit orang yang menyadari bahwa sistem pelayanan yang dapat menghasilkan keuntungan nyata dan berjangka panjang dapat secara langsung memanfaatkan kesempatan yang dihadirkan oleh kegiatan pariwisata. Penduduk kawasan wisata cenderung terabaikan serta menjadi penonton atas kehadiran dan aktivitas pariwisata di lingkungannya sendiri dibandingkan menikmati peluang ekonomi yang terbuka. Keunikan semacam ini dapat menimbulkan tanggapan terbuka yang terkadang berujung pada tindakan pelanggaran hukum yang mengejutkan. Kecemburuan sosial rata-rata disebabkan oleh ketidakmampuan melihat dan memanfaatkan peluang bisnis yang ada. Tentang ini pada akhirnya berujung pada konflik sosial dan kekerasan, yang tidak membantu perkembangan industri pariwisata.

Peningkatan industri pariwisata di suatu wilayah tertentu mempunyai dampak sosial dan budaya. Dampak sosial dapat dilihat dari perlindungan budaya lokal setempat melalui pameran budaya atau adat istiadat yang berbeda, pelaksanaan berbagai kegiatan pengembangan tempat wisata, dan kemampuan untuk membangun jaringan lokal dalam dialek yang tidak diketahui, lebih lebih bahasa Inggris. Selain itu, dampak sosial budaya dari berkembangnya industri pariwisata juga harus terlihat dari reaksi masyarakat setempat terhadap kehadiran industri pariwisata, misalnya perdebatan atau keadaan yang tidak dapat didamaikan antar dua budaya yang berbeda.

Dengan anggapan kita melihat dampak buruk dari industri pariwisata serupa yang digambarkan di atas, wajar jika sekian banyak sektor lokal ada sikap keberatan dengan kemajuan industri pariwisata di wilayah mereka. Sebagai pengikut tegas yang pantang menyerah dan mematuhi peraturan ketat mereka, masyarakat umumnya melindungi wilayahnya dari kegiatan yang bertentangan dengan peraturan ketat yang mereka patuhi. Berdasarkan beberapa pertemuan lokal, sebagian besar kegiatan industri pariwisata bertentangan dengan peraturan yang telah ada. Meski belum sepenuhnya kelihatan, pandangan ini pada akhirnya berdampak

pada perkembangan industri pariwisata di daerah pengembangan pariwisata dan sekitarnya. Sikap Sebagian masyarakat tertentu yang percaya bahwa kemajuan industri pariwisata bertentangan dengan peraturan yang ada dan budaya masyarakat sehingga dapat menyulitkan semua, khususnya para pengusaha pengembang industri pariwisata. Untuk mengantisipasi hal tersebut, perlu adanya penyesuaian metodologi dalam menciptakan industri pariwisata di suatu daerah atau bahkan di seluruh Indonesia yang tidak bertentangan dan diharapkan sejalan dengan permasalahan sosial dan budaya yang ada. Salah satu caranya adalah dengan terus berupaya melibatkan daerah dan masyarakat setempat dalam menentukan pengaturan dan pilihan dalam pengembangan industri pariwisata.

2.10 Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Penambahan Penduduk

Dengan berkembangnya industri pariwisata di sesuatu wilayah, pasti akan meningkat untuk kebutuhan sumber daya manusia dan membutuhkan banyak tenaga kerja, baik yang berasal dari daerah sekitar maupun dari luar daerah pengembangan industri pariwisata. Seiring dengan bertambahnya tenaga kerja, jumlah penduduk di daerah tempat berkembangnya industri pariwisata pasti akan meningkat jumlah penduduk. Baik penduduk yang bersifat tetap dengan melalui perpindahan penduduk yang bersifat hanya perpindahan secara fisik saja sehingga secara administrasi masih sebagai penduduk asal daerah masing masing dengan bahasa lain mereka disebut penduduk sementara atau penduduk yang sedang merantau.

Peningkatan jumlah penduduk tidak sedikit serta datang dari mereka yang tengah mencari pekerjaan, akan tetapi peningkatan jumlah penduduk akibat kemajuan industri pariwisata juga datang dari mitra- mitra dalam bidang pengembangan industri pariwisata, misalnya saja para pelaku bisnis yang bekerja. berpartisipasi dalam mendirikan kantor dan kenyamanan guna memenuhi peningkatan industri pariwisata. baik dari hulu hingga hilir. Peningkatan jumlah penduduk akibat membaiknya industri pariwisata juga datang dari para pengunjung, baik pengunjung dalam negeri ataupun

pengunjung dari luar negeri. Tentang ini barangkali berlangsung karena para pengunjung tersebut akan berkunjung dan menikmati pemandangan alam yang indah dan juga menikmati destinasi wisata dan tempat liburan secara terus menerus. Wisatawan yang cukup lama tinggal di kawasan wisata, jadi mungkin saja mereka adalah penghuni kawasan tersebut meski merupakan penduduk sementara. Dimana pentingnya kependudukan menurut Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Pasal 26 Tahun 1945, yang dimaksud dengan kependudukan adalah kumpulan penduduk yang mendiami suatu wilayah tertentu, dimana wilayah tersebut dimanfaatkan sebagai rumah atau wilayah tidak tetap dan dapat pula ditinggali untuk selamanya. Banyak referensi yang menjelaskan apa yang dimaksud dengan penduduk, namun pernyataan ini menekankan jika kemajuan industri pariwisata akan memberikan dampak, salah satunya adalah peningkatan jumlah penduduk yang tinggal di sana, akan mengikuti interaksi dan kemajuan industri pariwisata 24 jam setiap hari dan akan terus berjalan selama industri pariwisata ada. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemajuan industri pariwisata mempengaruhi peningkatan jumlah orang atau pada akhirnya jumlah orang yang akan terlibat dalam menangani berlangsungnya pariwisata.

2.11 Dampak Pengembangan Pariwisata Pada Sektor Lain

1. Salah satu dampak dari pengembangan kawasan wisata adalah dengan menampilkan budaya dan adat istiadat setempat yang dapat berperan dalam memelihara kelestarian budaya masyarakat, selain itu wisatawan juga memperoleh pemahaman di bidang sosial terhadap destinasi wisata dan tempat wisata yang ada di kawasan wisata itu.
2. Aspek berbangsa dan bernegara yang semakin maju dan berdaulat merupakan salah satu sisi dampak positif dari peningkatan kawasan industri pariwisata jika dilihat dari aspek berbangsa dan bernegara dan negara turut berperan dalam memantapkan solidaritas negara dan solidaritas bangsa. Masyarakat dan individu semakin sadar akan daya tarik industri pariwisata dalam negeri. Wisatawan asing yang berkunjung ke

Indonesia akan merasa disambut dengan ramah sehingga hubungan budaya secara internasional terpelihara dengan baik.

3. Aspek Lingkungan, tidak cuma meningkatkan cadangan devisa negara, industri pariwisata juga berpotensi meningkatkan minat masyarakat untuk memelihara alam dan menginspirasi mereka guna lebih memelihara alam. Industri pariwisata akan sangat mempengaruhi masyarakat, khususnya dampaknya terhadap lingkungan.(Siregar 2019)
4. Memelihara kebersihan dan lingkungan alam guna menarik pengunjung. Salah satu aset wisata yang dapat dijadikan destinasi dan obyek wisata adalah panorama alamnya. Hal ini tampak dari banyaknya yang muncul destinasi wisata yang sangat diminati pengunjung, misalnya di kawasan dataran tinggi kaki Gunung Lawu di Tawangmangu, lereng Kemuning di Ngargoyoso, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Kawasan wisata Sibio Bio terletak di kota Sibio Bio, Aek Sabaon, Kabupaten Tapanuli Selatan, Sumatera Utara. Pemandangan yang menarik pengunjung menjadikan destinasi wisata ini sebagai tempat untuk menghabiskan waktu untuk melepas penat merupakan eksternalitas positif dari alih fungsi lahan.

2.12 Kesimpulan

Kemajuan industri pariwisata menggambarkan suatu kegiatan yang secara langsung mempengaruhi aktifitas masyarakat setempat, sehingga berdampak langsung terhadap sektor lingkungan, baik dampak positif maupun dampak kurang baik. Faktanya, kemajuan industri pariwisata dikatakan memiliki energi pendorong yang luar biasa yang sanggup menciptakan sektor terkait mengalami perubahan semua aspek kehidupan masyarakat sehari hari.

Berdasarkan pembahasan yang singkat pada pemamaran di atas maka secara garis besar bisa disimpulkan sebagai berikut:

1. Di bidang ekonomi, perihal ini berakibat positif, diisyarati dengan maraknya usaha swasta sebagai akibat *multi flier* dari hadirnya kegiatan industri pariwisata semacam ini serta seandainya dimonitor dengan baik maka akan berdampak baik

pada sektor ini. Perekonomian daerah setempat secara khusus dan meningkatkan perdagangan ke antar k negara.

2. Dalam hal menambah kesempatan usaha baru, diyakini bahwa kemajuan industri pariwisata dari hulu sampai ke hilir akan membutuhkan tenaga kerja baru, baik dari sektor lingkungan sekitar terlebih lagi dari masyarakat luar daerah, sehingga akan menambah jumlah penduduk. tempat tinggal di mana pengembangan industri pariwisata dikelola dengan professional penduduk sementata maupun penduduk tetap atau permanen.
3. Dengan membuka destinasi wisata baru maupun membangun destinasi wisata yang sudah ada, maka demi kelancaran akses dari dan ke tempat wisata, perlu dibangun kerangka kerja yang memadai terutama infra struktur untuk pengembangan pariwisata agar pengunjung merasa nyaman disaat berkunjung ke tempat wisata tersebut.
4. Karena kemajuan industri pariwisata sangat ditentukan dan dikaitkan dengan bidang perekonomian, maka semua bidang akan menjadi ladang untuk dikomersialisasi, termasuk sumber daya manusia, lahan dan terlebih lagi budaya, yang juga akan dikomersialkan untuk menggarap sektor perekonomian. Dari dampak kemajuan industri pariwisata yang dikomersialkan di segala bidang, dampaknya terhadap masyarakat adalah masyarakat cenderung bersifat boros, dimana masyarakat membeli barang- barang yang ditawarkan di berbagai tempat, baik tenaga kerja maupun produk, tidak sesuai dengan kebutuhannya, akan tetapi membeli sesuai keinginan dan kemauan.
5. Akibat dari kemajuan industri pariwisata sering berkaitan dengan perubahan alih fungsi lahan, misalnya saja lahan pertanian, tanah perkebunan, lahan hutan lindung, yang mana tentang ini berguna untuk kemajuan industri pariwisata, yang kesemuanya mempunyai tujuan yang baik, namun dalam hal alih fungsi tidak diperhatikan dalam hal dampak lingkungan maka akan merusak lingkungan Dimana industri pariwisata itu dikembangkan, maka kesadaran pelestarian lingkungan oleh penyedia fasilitas pariwisata dan para wisatawan memegang sangatl penting.

6. Pengembangan industri pariwisata yang berdampak pada meningkatnya perekonomian, menambah lapangan kerja, bertambahnya jumlah penduduk, komersialisasi segala bidang, semua ini suatu saat akan mengubah eksistensi sosial dan kemasyarakatan semua sektor kehidupan, semua itu cepat atau lambat akan berubah kehidupan sosial dan budaya masyarakat semua terutama masyarakat dimana pengembangan pariwisata itu berada, namun diharapkan masyarakat tidak terpengaruh pada budaya wisatawan asing yang kurang sesuai dengan budaya asli nusantara.

DAFTAR PUSTAKA

- CW I Nyoman. 2017. "Komersialisai Seni & Budaya Dalam Pariwisata Bali." *Www.Denpasarinstitute.Com*. Retrieved April 25, 2024 (<https://www.denpasarinstitute.com/irqsharing/read/12>).
- Fauziah, Eddyono. 2021. *PENGELOLAAN DESTINASI PARIWISATA*. Ponorogo Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Indonesia. 2009a. "Undang-Undang (UU) Nomor 32 Tahun 2009 Tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup LN. 2009/ No. 140, TLN NO. 5059, LL SETNEG : 71 HLM."
- Indonesia. 2009b. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009 Tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966), Sekretariat Negara Jakarta."
- Jinan, Ruhma Syifwatul. 2023. "Dampak Industri Pariwisata Bagi Perekonomian." *Tirto.Id*.
- Kartika, I. Made, I. Gede Sujana, and Alquinus Jehapu. 2020. "Pengaruh Perkembangan Pariwisata Terhadap Perubahan Alih Fungsi Lahan Di Desa Cangu Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung." *Widya Accarya* 11(1):51-62. doi: 10.46650/wa.11.1.834.51-62.
- Moerwanto, Arie Setiadi, and Triono Junoasmono. 2017. "Strategi Pembangunan Infrastruktur Wisata Terintegrasi." *Jurnal HPJI* 3(2):67-78.
- Nurmaulia, F. 2017. *Analisis Dampak Pembangunan Pasar Modern Pada Gaya Hidup Konsumtif Masyarakat (Studi Kasus: Cibinong City Mall)*.
- Siregar, Enni Sari. 2019. "Dampak Industri Pariwisata Terhadap Kerusakan Lingkungan (Studi Kasus Wisata Sibio-Bio, Aek Sabaon, Kabupaten Tapanuli Selatan)." *Jurnal Education and Development* 7(1):8-12.
- Yusuf, Ilham, and Tjoek Suroso Hadi. 2020. "Studi Literatur: Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perubahan Lahan." *Pondasi* 25(2):157. doi: 10.30659/pondasi.v25i2.13041.

BAB 3

MODAL DASAR PENGEMBANGAN PARIWISATA

Oleh Fatrisia Yulianie

3.1 Pendahuluan

Pariwisata adalah bidang yang berpotensi besar untuk meningkatkan perekonomian suatu negara. Dengan menawarkan beragam destinasi menarik dan pengalaman unik, pariwisata mampu menjadi sumber pendapatan yang signifikan, serta memperluas peluang kerja bagi masyarakat. Namun, untuk memaksimalkan manfaat dari sektor pariwisata, diperlukan investasi dalam pengembangan modal dasar yang kuat.

Pengembangan pariwisata tidak hanya mencakup pembangunan infrastruktur fisik seperti hotel, jalan, dan fasilitas umum, tetapi juga melibatkan aspek-aspek seperti pelestarian lingkungan, promosi budaya lokal, dan pemberdayaan komunitas. Modal dasar yang kokoh dalam pengembangan pariwisata adalah landasan utama yang memastikan keberlanjutan, keselamatan, dan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat.

Pada bab 5 ini akan dibahas pengertian pengembangan pariwisata, apa saja aspek pengembangan pariwisata dan modal dasar dalam pengembangan pariwisata.

3.2 Pengertian Pengembangan Pariwisata

Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Pengembangan juga diartikan sebagai upaya meningkatkan mutu agar dapat dipakai untuk berbagai keperluan dalam kehidupan masyarakat (<https://kbbi.web.id>). Sedangkan menurut Suwantoro (2002) pengembangan adalah upaya untuk meningkatkan atau memperbaiki sesuatu yang telah ada.

Dalam bidang pariwisata, pengembangan pada suatu daerah tujuan wisata, berhubungan dengan pembangunan perekonomian

suatu daerah atau negara. Pengembangan dilakukan dengan memperhitungkan keuntungan dan manfaatnya bagi masyarakat, serta kerugian yang mungkin dihasilkannya.

3.2.1 Kriteria Pengembangan Pariwisata

Menurut Suwanto (2002) ada beberapa kriteria dalam pengembangan pariwisata yaitu:

1. *Decision making about the form of tourism in any place must be made in consultation with the local people and be acceptable to them.*
2. *A reasonable share of the profits derived from tourism must be returned to the people.*
3. *Tourism must be based on sound environment and ecological principles, be sensitive to local cultural and religious traditions and should not place any members of the host community in a position of inferiority.*
4. *The number of tourists visiting an area should not be such that they overwhelm the local population and deny possibility of genuine human encounter.*

Pengembangan pariwisata yang ideal yaitu terdapat keterlibatan masyarakat lokal dan bisa memberikan kontribusi positif bagi masyarakat setempat, tanpa mengurangi nilai-nilai sosial budaya masyarakatnya serta jumlah kunjungan wisatawan ke objek tersebut tidak melebihi dari daya dukung ataupun melebihi masyarakat di sana.

3.2.2 Prinsip Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan

Pada Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor. 9 Tahun 2021 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan, dijelaskan beberapa prinsip pariwisata berkelanjutan berikut.

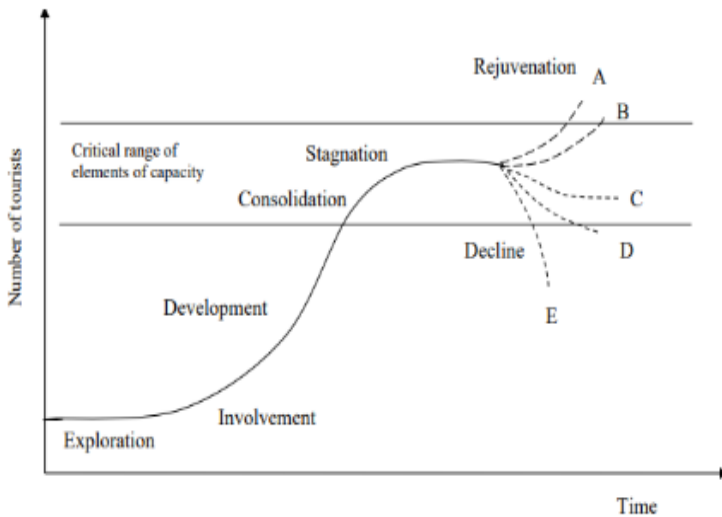
1. Pembangunan pariwisata dilakukan dengan melibatkan masyarakat lokal dan idenya serta berkontribusi untuk kesejahteraan masyarakat lokal.

2. Menciptakan keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan masyarakat.
3. Pembangunan pariwisata harus melibatkan para pemangku kepentingan, dan melibatkan lebih banyak pihak akan mendapatkan masukan yang lebih baik untuk langkah-langkah selanjutnya.
4. Memberikan peluang usaha kepada para pengusaha lokal dalam skala kecil dan menengah.
5. Pariwisata bertujuan untuk merangsang bisnis lainnya dalam masyarakat.
6. Adanya kerjasama antara masyarakat lokal dengan insdutri pariwisata sebagai pembuat atraksi wisata dengan para operator penjual paket wisata.
7. Pembangunan pariwisata sesuai dengan peraturan perundang-undangan baik nasional maupun internasional.
8. Pembangunan pariwisata harus mampu menjamin keberlanjutan, memberikan keuntungan bagi masyarakat saai ini dan tidak merugikan generasi yang akan datang.
9. Pariwisata harus bertumbuh dalam prinsip optimalisasi bukan pada eksploitasi.
10. Harus ada monitoring dan evaluasi secara periodik untuk memastikan pembangunan pariwisata tetap berjalan dalam konsep pembangunan keberlanjutan.
11. Harus ada keterbukaan terhadap penggunaan sumber daya.
12. Melakukan program peningkatan sumber daya manusia dalam bentuk pendidikan, pelatihan dan sertifikasi untuk bidang keahlian pariwisata.

Pembangunan pariwisata yang berkelanjutan bertujuan untuk mewujudkan tiga kualitas, yakni pariwisata harus mampu mewujudkan kehidupan masyarakat lokal yang berkualitas, penyedia jasa pariwisata yang berkualitas, serta pengalaman yang juga berkualitas bagi wisatawan (Permenkraf, 2021).

3.2.2 Tahapan Pengembangan Pariwisata

Tahapan pengembangan pariwisata di suatu daerah tujuan wisata dapat dilihat dari *Tourism Area Life Cycle*. *Tourism Area Life Cycle* (TALC) adalah siklus hidup perkembangan pariwisata di daerah tertentu. Bila diartikan secara harfiah “*tourism*” memiliki arti pariwisata, *area* memiliki arti wilayah, *life* dan *cycle* merupakan satu kesatuan kata yang dapat diartikan sebagai lingkaran atau siklus hidup (Butler, 1980). TALC merupakan suatu konsep yang diterapkan dalam pengembangan suatu daerah pariwisata.



Gambar 3.1. Siklus Hidup Pariwisata
(Sumber: Butler, 1980)

Tahapan pengembangan pariwisata suatu daerah dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Exploration* yaitu tahap awal dalam pengembangan pariwisata, dimana pada tahap ini dilakukan pengenalan produk baru pariwisata dan para pengunjung atau wisatawan mulai berdatangan dalam jumlah yang sedikit.
2. *Involvement* yaitu tahap kedua dalam pengembangan, terjadi pengelompokkan musim-musim wisata mulai bertambah, wisatawan mulai bertambah, dan pengaruhnya mulai nyata.
3. *Development* yaitu tahap dibutuhkannya kebijakan publik dan investasi.

4. *Consolidation* yaitu jumlah pengunjung (wisatawan) terus meningkat, mulai tersedianya layanan bagi wisatawan oleh industri pariwisata sesuai dengan kebijakan yang telah dibuat pada tahap *development*.
5. *Stagnation* yaitu pengembangan pariwisata tidak mengalami pergerakan dan mulai muncul masalah-masalah yang harus ditangani dan diatasi. Untuk mengatasi keadaan ini, diperlukan kritik dan keputusan yang signifikan, jumlah pengunjung diatur agar tidak menimbulkan dampak negatif, menarik perhatian pengunjung dengan fasilitas-fasilitas yang menarik dan inovatif, dibutuhkan promosi, dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar.
6. *Decline* yaitu tahap pengembangan dimana jumlah pengunjung mulai menurun, pasar mulai jenuh dengan produk yang ditawarkan. Sehingga diperlukan promosi yang lebih untuk memenuhi kapasitas. Pada tahap ini perlu diambil keputusan untuk menghentikan pengembangan atau melakukan pengembangan dengan konsep yang baru lagi.

3.3 Aspek Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata meliputi berbagai aspek yang harus dipertimbangkan dengan cermat supaya dapat menciptakan destinasi pariwisata menarik, berkelanjutan, dan memiliki daya saing. Berikut adalah beberapa aspek utama dalam pengembangan pariwisata:

3.3.1 Potensi Destinasi

Mengidentifikasi potensi destinasi pariwisata termasuk sumber daya alam, budaya, sejarah, dan infrastruktur yang ada (Parantika, Wibowo and Wiweka, 2020; Viglia and Dolnicar, 2020; Murniati *et al.*, 2021). Hal selanjutnya yang perlu dilakukan adalah evaluasi daya tarik dan keunikan destinasi untuk menarik wisatawan.

3.3.2 Perencanaan Destinasi

Pada aspek perencanaan destinasi ada beberapa tahapan yang perlu dipertimbangkan (Sulistyadi, Eddyono and Entas, 2021;

Eddyono, 2023) yaitu: 1). Pengembangan rencana strategis untuk mengarahkan pengembangan pariwisata secara berkelanjutan; 2). Penentuan tujuan jangka panjang dan pendek serta strategi untuk mencapainya; dan 3). Penyusunan kebijakan dan regulasi yang mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

3.3.3 Manajemen Destinasi

Pengelolaan destinasi yang efektif meliputi pengelolaan pengunjung, pelestarian lingkungan, dan pengembangan komunitas lokal. Implementasi kebijakan dan aksi terbaik dalam pengelolaan destinasi yang berkelanjutan. Perpaduan dan kerjasama antara pihak terkait baik dari pemerintah, pihak swasta, maupun masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi (Eddyono, 2021).

Manajemen destinasi yang baik khususnya dalam hal pengelolaan termasuk di dalamnya perencanaan yang baik, pengaturan lalu lintas wisata, pemantauan dampak pariwisata, dan pengendalian pengembangan serta kapasitas kunjungan perlu dilakukan. Adanya manajemen ini agar tidak menimbulkan dampak negatif dari pengembangan pariwisata yang dilakukan baik terhadap lingkungan, sosial budaya, dan ekonomi (Ariani and Zulhawati, 2023; Susanty *et al.*, 2024).

3.3.4 Keberlanjutan dan Pelestarian

Integrasi prinsip keberlanjutan dalam semua aspek pengembangan pariwisata. Pelestarian sumber daya alam, budaya, dan lingkungan agar tetap berkelanjutan untuk generasi mendatang (Harewan *et al.*, 2023; Teguh, 2024). Implementasi praktik ramah lingkungan dan inisiatif keberlanjutan dalam operasi pariwisata.

3.3.5 Pembangunan Budaya

Pengembangan harus menghargai dan menghormati budaya setempat di mana pariwisata itu dikembangkan (Brata, Rai and Wartha, 2020). Tidak mengurangi nilai historis dan filosofis budaya setempat. Pembangunan budaya dapat berupa adanya upaya mengembangkan dan mempromosikan warisan budaya lokal contohnya kuliner, seni, musik, tarian dan festival. Sehingga bermanfaat bagi masyarakat lokal di bidang sosial budaya dan

ekonomi, serta dapat meningkatkan daya tarik pariwisata itu sendiri.

3.3.6 Partisipasi Masyarakat Lokal

Keterlibatan masyarakat lokal untuk mengambil keputusan dalam pengembangan pariwisata. Menstimulus keikutsertaan dan partisipasi aktif masyarakat lokal dalam manajemen destinasi. Memastikan manfaat ekonomi dan sosial pariwisata tersedia secara adil bagi masyarakat lokal (Suansri, 2003).

Pada pengembangan pariwisata perlu melibatkan komunitas lokal yang ada di sekitarnya. Pengembangan yang dilakukan sedapat mungkin memastikan komunitas tersebut mendapatkan manfaat dari industri pariwisata, baik melalui kesempatan kerja, peluang usaha, maupun berpartisipasi dalam pengambilan keputusan (Nagy & Segui, 2020; Quanga et al., 2023). Berdasarkan banyak literatur dan beberapa hasil penelitian menyebutkan bahwa pengembangan pariwisata yang tidak melibatkan komunitas lokal sering kali menimbulkan konflik yang bisa mempengaruhi keberlanjutan pariwisata yang dikembangkan (Curcija, Breakey & Driml, 2019).

3.3.7 Keamanan dan Keselamatan

Aspek penting lainnya adalah perlu memperhatikan dan menjamin keamanan dan keselamatan wisatawan melalui pengawasan yang ketat, penyediaan layanan darurat, dan memberikan informasi keamanan yang jelas kepada wisatawan (Arianto, Saptadi and Rifai, 2022; Tambunan, 2022; Kertajadi, Handika and Minanda, 2023).

Pemastian keamanan dan keselamatan wisatawan melalui pengembangan sistem keamanan yang efektif. Tersedianya informasi dan panduan tentang keamanan dan keselamatan bagi wisatawan. Kolaborasi dengan otoritas keamanan dan pihak terkait untuk menjaga keamanan destinasi pariwisata.

3.3.8 Evaluasi dan Pemantauan

Evaluasi terus-menerus terhadap kinerja destinasi pariwisata untuk mengidentifikasi keberhasilan dan area perbaikan (Butarbutar *et al.*, 2021; Pratama and Arsyad, 2021). Pemantauan

terhadap dampak pariwisata terhadap lingkungan, budaya, dan ekonomi lokal. Penyesuaian rencana dan strategi berdasarkan hasil evaluasi dan pemantauan untuk meningkatkan kinerja pariwisata.

Aspek-aspek ini saling terkait dan perlu dikelola secara holistik untuk mencapai pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berhasil.

3.4 Modal Dasar Pengembangan Pariwisata

Modal dasar pengembangan pariwisata mencakup beragam aspek yang penting untuk membangun industri pariwisata yang berkelanjutan dan berkualitas. Berikut adalah modal dasar pengembangan pariwisata:

3.4.1 Sumber Daya Alam dan Budaya

Modal dasar utama dalam pengembangan pariwisata adalah sumber daya alam dan budaya yang dimiliki oleh suatu destinasi (Edgell *et al.*, 2008). Ini termasuk keindahan alam, seperti pantai, gunung, dan taman nasional, serta kekayaan budaya, seperti warisan sejarah, arsitektur, tradisi, dan kesenian lokal. Pemahaman yang mendalam tentang sumber daya ini dan upaya untuk melindungi serta memanfaatkannya secara berkelanjutan adalah kunci untuk pengembangan pariwisata yang sukses (Gunn and Var, 2002; Edgell *et al.*, 2008).

3.4.2 Infrastruktur

Pengembangan pariwisata akan berhasil jika ada infrastruktur yang mendukung, seperti jalan, pelabuhan, bandara, transportasi umum, serta akomodasi yang memadai untuk menarik wisatawan berkunjung dan memberikan pengalaman yang nyaman baginya (Priyana & Prihartanto, 2021; Tondang, 2021).

Infrastruktur yang baik adalah modal dasar yang penting untuk mendukung pertumbuhan pariwisata. Pembangunan infrastruktur akomodasi, seperti hotel, penginapan, dan fasilitas kesehatan yang memadai juga penting untuk mendukung pengalaman wisatawan. Selain itu, penting untuk memastikan aksesibilitas yang baik bagi wisatawan untuk mencapai destinasi pariwisata.

3.4.3 Pengelolaan Lingkungan dan Konservasi

Keseimbangan antara pengembangan pariwisata dan pelestarian lingkungan sangatlah penting. Pengelolaan lingkungan yang baik akan memastikan bahwa keindahan alam dan kekayaan budaya destinasi tetap terjaga untuk generasi mendatang. Ini melibatkan kebijakan yang mendukung prinsip-prinsip keberlanjutan, pengelolaan taman nasional dan kawasan konservasi, serta perlindungan terhadap keanekaragaman hayati. Pengembangan pariwisata yang berhasil adalah pengembangan yang tidak merusak lingkungan. Perlindungan dan pelestarian lingkungan serta keberlanjutan dalam pengelolaan sumber daya alam bertujuan untuk mempertahankan keberadaan daya tarik wisata alam dan memastikan pariwisata dapat bertahan dalam jangka panjang (Sasongko et al, 2020). Pemanfaatan lingkungan sisa usaha pun bisa dikembangkan untuk pariwisata sehingga dapat memberikan manfaat ekonomi, contohnya memanfaatkan bekas kawasan galian tambang untuk daya tarik wisata (Kharisma and Juwita, 2023).

3.4.4 Pendidikan dan Pelatihan

Sumber daya manusia yang berkualitas sangatlah penting dalam industri pariwisata (Sulistiyadi, Eddyono and Entas, 2021). Program pendidikan dan pelatihan yang memadai untuk tenaga kerja pariwisata akan meningkatkan standar layanan dan pengalaman wisatawan (Zainal and Rosalia, 2021). Ini melibatkan pelatihan dalam bidang seperti manajemen perhotelan, pemandu wisata, keahlian bahasa, dan keberlanjutan lingkungan. Pengembangan program pelatihan untuk menghasilkan tenaga kerja yang kompeten dan profesional.

3.4.5 Pemasaran dan Promosi

Upaya pemasaran dan promosi yang efektif adalah kunci untuk menarik wisatawan ke suatu destinasi. Ini melibatkan penggunaan beragam saluran pemasaran, mulai dari media sosial dan situs web hingga partisipasi dalam pameran pariwisata internasional. Strategi pemasaran harus dipertimbangkan dengan cermat untuk menjangkau segmen pasar yang tepat (wisatawan

potensial) dan membangun citra destinasi yang menarik. Kerjasama dengan agen perjalanan, operator tur, dan influencer untuk memperluas jangkauan pemasaran. Pemanfaatan media sosial dan situs web banyak digunakan oleh pengembang pariwisata karena memiliki jangkauan yang luas dan biayanya pun relatif murah (Anggiyani, 2021; Nurfadilla, 2022).

3.4.6 Kerjasama Stakeholders

Kerjasama antara beragam pihak, baik pemerintah, sektor swasta, masyarakat lokal, dan lembaga sosial masyarakat, sangatlah penting dalam pengembangan pariwisata. Ini melibatkan dialog terbuka, koordinasi program, dan pembagian tanggung jawab untuk memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam pengambilan keputusan dan implementasi kebijakan yang berkaitan dengan pariwisata (Lohmann and Netto, 2017).

3.4.7 Kualitas Layanan dan Pengalaman Wisatawan

Kualitas layanan dan pengalaman yang didapat oleh wisatawan selama berwisata merupakan faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu destinasi pariwisata. Ini melibatkan penyediaan layanan yang ramah, fasilitas yang nyaman, dan pengalaman yang unik dan berkesan bagi wisatawan. Peningkatan terus-menerus dalam standar layanan dan adaptasi terhadap kebutuhan dan preferensi wisatawan adalah esensial dalam menjaga daya saing destinasi.

Suatu produk wisata dianggap berhasil jika dapat memberikan dan menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan serta tidak terlupakan bagi wisatawan. Pengalaman tersebut bisa berupa petualangan alam, wisata budaya, kuliner lokal dan aktivitas wisata menarik lainnya.

Jika pengalaman wisata yang menyenangkan terbentuk dalam benak wisatawan, maka wisatawan tersebut akan datang kembali ke suatu daerah tujuan wisata yang sama, bahkan merekomendasikannya kepada wisatawan potensial lainnya (Horner and Swarbrooke, 2007). Pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan.

3.4.8 Kebijakan dan Regulasi

Kerangka kebijakan yang jelas dan konsisten diperlukan untuk mengatur pengembangan pariwisata (Edgell *et al.*, 2008). Ini mencakup peraturan mengenai izin usaha, perlindungan lingkungan, perencanaan wilayah, pajak pariwisata, dan perlindungan hak-hak pekerja serta perlindungan hukum terhadap keselamatan dan keamanan wisatawan (Sanjaya, Dewi and Suryani, 2022). Kebijakan yang baik akan menciptakan iklim investasi yang kondusif dan mempromosikan pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan. Kebijakan dan regulasi dalam pengembangan pariwisata telah dijelaskan secara lengkap dan terperinci dalam Global Code of Ethics For Tourism (UNWTO, 2020). Kemudian dijabarkan pada UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dan berbagai peraturan daerah yang mengatur tentang pelaksanaan kegiatan pariwisata.

Dengan memperhatikan modal dasar ini dan menerapkannya dengan baik suatu destinasi dapat mengembangkan industri pariwisata yang berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat lokal, serta menjaga kelestarian lingkungan dan budaya.

3.5 Kesimpulan

Dalam pengembangan pariwisata, modal dasar menjadi landasan yang penting untuk menciptakan destinasi yang menarik, berkelanjutan, dan berhasil. Aspek-aspek seperti sumber daya alam dan budaya, infrastruktur pariwisata, keberlanjutan lingkungan, pemasaran dan promosi, serta kerjasama stakeholder menjadi pondasi yang kokoh dalam mencapai tujuan pengembangan pariwisata. Pentingnya perencanaan yang matang, pengelolaan destinasi yang efektif, serta pendidikan dan pelatihan bagi tenaga kerja pariwisata juga tidak boleh diabaikan. Selain itu, partisipasi masyarakat lokal, keamanan dan keselamatan wisatawan, serta evaluasi dan pemantauan yang berkelanjutan juga menjadi kunci dalam menjaga keberhasilan industri pariwisata.

Dengan mengintegrasikan modal dasar tersebut dalam setiap tahapan pengembangan pariwisata, dapat diciptakan destinasi pariwisata yang berkualitas, berkelanjutan, dan berdaya

saing. Infrastruktur yang baik dan aksesibilitas yang memadai akan memudahkan wisatawan untuk mengunjungi destinasi, sedangkan kebijakan yang mendukung keberlanjutan lingkungan akan mempertahankan kelestarian sumber daya alam dan budaya setempat. Pemasaran yang efektif, kerjasama antarpihak yang kuat, serta partisipasi aktif masyarakat lokal akan menambah daya tarik destinasi pariwisata dan bermanfaat ekonomi berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

Dengan demikian, pengembangan pariwisata yang sukses memerlukan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan. Melalui integrasi modal dasar pengembangan pariwisata dalam setiap aspek perencanaan, implementasi, dan manajemen destinasi, kita dapat menciptakan industri pariwisata yang tidak hanya bermanfaat secara ekonomi, tetapi juga melindungi serta mempromosikan kekayaan alam, budaya, dan sumber daya manusia yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggiyani, H.E. (2021) 'Sinergi Badan Promosi Pariwisata dan Akun Instagram Explore.Bantul Dalam Promosi Pariwisata Kabupaten Bantul', *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 17(2), pp. 44–55. Available at: <https://doi.org/10.53691/jpi.v17i2.253>.
- Ariani, M. and Zulhawati, Z. (2023) *MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Arianto, M.E., Saptadi, J.D. and Rifai, M. (2022) 'Studi Sarana Prasarana Keselamatan Dan Keamanan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Pantai Parangtritis Dan Pantai Baron Tahun 2021', in *Jurnal Formil (Forum Ilmiah) Kesmas Respati*, pp. 132–147.
- Brata, I.B., Rai, I.B. and Wartha, I.B.N. (2020) 'Pelestarian warisan budaya dalam pembangunan pariwisata Bali yang berkelanjutan', *Prosiding Webinar Nasional Universitas Mahasaraswati 2020* [Preprint].
- Butarbutar, R.R. et al. (2021) *Pengantar Pariwisata*. Penerbit Widina.
- Butler, R. (1980) *The Concept of A Tourism Area Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. The Canadian Geographer.
- Curcija, M., Breakey, N. and Driml, S. (2019) 'Development of a conflict management model as a tool for improved project outcomes in community based tourism', *Tourism Management*, 70, pp. 341–354. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.016>.
- Eddyono, F. (2021) *Pengelolaan destinasi pariwisata*. uwais inspirasi indonesia.
- Eddyono, F. (2023) *Kebijakan dan Perencanaan Pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Edgell, D.L. et al. (2008) *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today, and Tomorrow*. 1st edn. Burlington, USA: Elsevier Inc.
- Gunn, C.A. and Var, T. (2002) *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. Fourth Edition. New York: Routledge.
- Harewan, Y. et al. (2023) 'Konversi lahan dan pembangunan pariwisata berkelanjutan (Perspektif investasi di Kabupaten Manokwari Selatan)'.

- Havadi Nagy, K.X. and Espinosa Segui, A. (2020) 'Experiences of community-based tourism in Romania: chances and challenges', *Journal of Tourism Analysis*, 27(2), pp. 143–163. Available at: <https://doi.org/10.1108/JTA-08-2019-0033>.
- Horner, S. and Swarbrooke, J. (2007) *Consumer Behaviour in Tourism*. Second Edition. Burlington, USA: Elsevier Inc.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. Diakses dari <https://kbbi.web.id>, tanggal 25 April 2024.
- Kertajadi, K., Handika, T. and Minanda, H. (2023) 'Penerapan Standar Layanan Wisata Saat Pandemi Covid-19 Bagi Wisatawan Di Desa Wisata Bile Bante Lombok Tengah', *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), pp. 327–336.
- Kharisma, L. and Juwita, T. (2023) 'Pengembangan Kawasan Wisata Bekas Galian Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi dan Konservasi', *Jurnal TELPAR*, 1(2), pp. 71–79.
- Lohmann, G. and Netto, A.P. (2017) *TOURISM THEORY, Concepts, Models And Systems*. Portuguese: CABI, FAPESP.
- Murniati, M. *et al.* (2021) 'Identification of Tourism Potential and Investment Strategy-A Case Study of Banyuwangi Regency.', *Studies of Applied Economics*, 39(12).
- Nurfadilla, A. (2022) 'Pentingnya Media Promosi dalam Pemasaran : Lokakarya Pengembangan Media Sosial bagi Pemasaran Pariwisata di Desa Kertarahayu ARTICLE INF O', *Journal of Tourism and Creativity*, 6(2), p. 2022. Available at: <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/tourismjournal/index>.
- Parantika, A., Wibowo, F.X.S. and Wiweka, K. (2020) 'The Development of Thematic Tourist Village of Mulyaharja Bogor Based on Community Empowerment Approach', *TRJ Tourism Research Journal*, 4(2), pp. 113–132.
- Permenkraf (2021) *Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republiki Indonesia No 9 Tahun 2021 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan*.
- Pratama, M.Y. and Arsyad, S. (2021) 'PERAN KUALITAS KINERJA FRONT OFFICE DEPARTMENT DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN TAMU DI BATIQA HOTEL PALEMBANG', in

- Prosiding Seminar Hasil Penelitian Vokasi (Semhavok)*, pp. 102–108.
- Priyana, E.B. and Prihartanto, E. (2021) 'Identifikasi Kebutuhan Infrastruktur Penunjang Pengembangan Pariwisata di Wilayah Perbatasan Utara Kalimantan', *Borneo Engineering: Jurnal Teknik Sipil*, 5(2), pp. 143–154.
- Quanga, T.D. *et al.* (2023) 'Community-based Tourism is a Key Development Driver for the Cham Community in Ninh Thuan, Vietnam', *Journal of Responsible Tourism Management*, 3(1), pp. 1–26. Available at: <https://doi.org/10.47263/jrtm.03-01-06>.
- Sanjaya, I.P.A., Dewi, A.A.S.L. and Suryani, L.P. (2022) 'Perlindungan hukum wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata berisiko tinggi di bali', *Jurnal Konstruksi Hukum*, 3(2), pp. 371–376.
- Sasongko, S., Damanik, J. and Brahmantya, H. (2020) 'Prinsip Ekowisata Bahari dalam Pengembangan Produk Wisata Karampuang untuk mencapai Pariwisata Berkelanjutan', *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), pp. 126–139.
- Suansri, P. (2003) *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: REST Project.
- Sulistiyadi, Y., Eddyono, F. and Entas, D. (2021) *Indikator perencanaan pengembangan pariwisata berkelanjutan*. Anugrah Utama Raharja.
- Susanty, S. *et al.* (2024) 'MANAJEMEN DESTINASI PARIWISATA'.
- Suwantoro, G. (2002) *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Tambunan, E. (2022) 'Penerapan Standar Operasional Prosedur Dalam Meningkatkan Trust Wisatawan Desa Rumah Galuh Kecamatan Sei Bingai, Kab. Langkat', *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 9(1), pp. 36–47.
- Teguh, F. (2024) *Tata Kelola Destinasi: Membangun Ekosistem Pariwisata*. UGM PRESS.
- Tondang, B. (2021) 'Pengembangan Infrastruktur Komersil Pelabuhan Penyebrangan Ajibata di Kabupaten Toba Samosir Sumatera Utara', *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(1), pp. 80–89. Available at: <https://doi.org/10.36983/japm.v9i1.123>.

- UNWTO (2020) *Global Code of Ethics For Tourism*. Madrid Spain.
- Viglia, G. and Dolnicar, S. (2020) 'A review of experiments in tourism and hospitality', *Annals of Tourism Research*, 80, p. 102858.
- Zainal, A.G. and Rosalia, F. (2021) 'Pendidikan Dan Pelatihan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Pasca Tsunami Bagi Kelompok Sadar Wisata Minang Rua Bahari Sebagai Kearifan Solusi Pengentasan Kemiskinan Dan Bangkit Menuju Kemandirian', *SEANDANAN JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(2), pp. 57–61.

BAB 4

ORGANISASI KEPARIWISATAAN

Oleh Ni Wayan Marsha Satyarini

4.1 Pendahuluan

Industri Pariwisata dunia hingga saat ini terus berkembang dengan pesat. Hal tersebut bukan tanpa alasan, industri pariwisata adalah salah satu penyumbang devisa negara, khususnya Indonesia. *World Travel & Tourism Council* (WTTC) menyatakan pada tahun 2023 pasca pandemi Covid-19 industri travel dan pariwisata menyumbang 9.1.% terhadap produk domestik bruto global.

Semakin besar dan maju Industri pariwisata tentunya memiliki efek domino. Efek tersebut berpengaruh kepada sumber daya manusia, usaha pariwisata, transportasi, pengembangan destinasi dan lain lain. Hal tersebut membuat industri wisata memiliki wadah atau lembaga yang menaungi semua sektor yang terlibat. Lembaga atau wadah ini berbentuk organisasi yang dibentuk sesuai dengan visi dan misi setiap anggotanya dengan tujuan menjalin kerjasama antar usaha ataupun negara. Setiap negara yang mengembangkan industri pariwisata tidak bisa terlepas dari negara – negara internasional yang juga mengembangkan industri pariwisata. Sehingga organisasi kepariwisataan memiliki peran penting dalam meningkatkan kunjungan wisata, mendorong arus perjalanan wisata dalam skala global serta menjalankan industri pariwisata secara strategis dengan koordinasi antar sektor (Ismayanti, 2019).

4.2 Organisasi Kepariwisata Internasional

4.2.1 *The World Tourism Organization* (UN Tourism)

Kantor pusat UN-WTO atau kini dikenal dengan *United Nation Tourism* (UN Tourism) adalah organisasi di bawah organisasi Perserikatan bangsa – bangsa (PBB) atau UN yang berada di Spanyol, khususnya di Madrid. UN Tourism memiliki 160 negara anggota yang dibagi dari beberapa regional yaitu Afrika, Amerika,

Asia Pasifik, Eropa dan Timur Tengah. Selain negara, ada 500 lebih anggota afiliasi di bawah naungan UN Tourism. UN Tourism adalah bagian dari PBB yang menangani secara khusus pariwisata.



Gambar 4.1. Logo UN Tourism
(Sumber : unwto.org)

UN Tourism memiliki tanggung jawab atas promosi pariwisata yang bertanggung jawab, pariwisata berkelanjutan yang dapat diakses secara global, hal ini dituangkan pada 2030 *Agenda for Sustainable Development and the Sustainable Development Goals* atau yang kita kenal saat ini dengan SDGs. SDGs memiliki 17 poin dari memberantas kemiskinan sampai berkejasama dalam mencapai tujuan.



Gambar 4.2. SDGs Tourism
(Sumber : unwto.org)

UN Tourism memiliki laman yang dapat diakses melalui laman www.unwto.org. Laman ini memberikan informasi mengenai:

1. Tourism dashboard

Dashboard ini memberikan informasi mengenai *key performance indicators* (KPI) *inbound* dan *outbound* pariwisata dari tingkat International hingga lokal.

2. Pelayanan bahasa

Ada 6 bahasa resmi yang di gunakan dalam UN Tourism yaitu Bahasa Arab, Bahasa Tiongkok, Bahasa Inggris, Bahasa Perancis, Bahasa Rusia dan Bahasa Spanyol.

3. *Events* (Acara)

UN Tourism memberikan informasi setiap acara resmi yang sudah atau akan diadakan. Acara UN-Tourism setiap tahun memiliki acara yang diselenggarakan di negara anggotanya.

4. Publikasi

E-library UN Tourism menyediakan informasi secara lengkap semua publikasi sebanyak kurang lebih 1400 publikasi daring dari 200 negara.

4.2.2 World Travel and Tourism Council (WTTC)

Organisasi yang sudah berdiri lebih dari 30 tahun ini memiliki misi memaksimalkan potensi pertumbuhan secara inklusif dan berkelanjutan dari sektor perjalanan dan pariwisata. WTTC bermitra dengan pemerintah, destinasi wisata, komunitas serta *stakeholders*. Semua mitra ini dirangkul dengan tujuan mendorong pembangunan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, memberantas kemiskinan, menciptakan perdamaian dan keamanan serta pemahaman secara global.



Gambar 4.3. Logo WTTC

(Sumber : wttc.org)

Hal tersebut masuk dalam 3 inisiatif kunci:

1. Fasilitas keamanan dan perjalanan yang mendorong sektor publik dan swasta melakukan kolaborasi, mengembangkan inovasi serta teknologi yang dapat memastikan perjalanan dilakukan dengan aman, terjamin dan tanpa cela.
2. Pertumbuhan secara berkelanjutan yang memastikan pariwisata dan perjalanan memiliki dampak yang positif untuk setiap orang tanpa terkecuali, melindungi budaya dan sejarah serta memiliki dampak yang positif terhadap iklim dan lingkungan.
3. Kesiapan, manajemen dan pemulihan krisis dilakukan bersama dari sektor publik dan swasta untuk menghadapi krisis yang sedang berlangsung dan yang akan mendatang.

Pada laman www.wttc.org ampai saat ini WTTC memiliki anggota lebih dari 200 anggota *council* dari berbagai lini industri pariwisata, antara lain hotel, penerbangan, tur operator, kapal pesiar, penyewaan mobil, agen perjalanan sampai kereta. Organisasi ini adalah jembatan dari pemilik usaha pariwisata dengan pemerintah dan global. WTTC juga membuka kesempatan kepada pengusaha kecil dan menengah untuk bergabung ke dalam organisasi dengan komunitas asosiasi untuk membuka peluang kerjasama dan memperluas usaha.

4.2.3 *Pacifik Asia Travel Association (PATA)*

Asosiasi yang berdiri dari tahun 1951 ini adalah asosiasi nirbala yang beranggotakan maskapai penerbangan, pendidikan, pemerintah, pelayanan (*hospitality*), industri dan para profesional muda bidang pariwisata di regional Asia Pasifik. Sebagai salah satu asosiasi besar di regional Asia Pasifik, PATA mendukung secara penuh kode etik pariwisata dunia dan UN. Hal tersebut tercermin dari misi PATA yang memberikan fasilitas sektor publik dan swasta bersinergi dalam meningkatkan nilai, kualitas dan perkembangan berkelanjutan industri travel dan pariwisata. Selain itu PATA juga memberikan advokasi yang selaras, melakukan penelitian secara berkala dan mendalam dan mengadakan acara yang inovatif kepada semua anggota asosiasi di dalam situsnya www.pata.org.



Pacific Asia Travel Association

Gambar 4.4. Logo PATA
(Sumber : pata.org)

4.2.4 *The International Civil Aviation Organization (ICAO)*

Organisasi yang di bawah PBB ini berdiri dari tahun 1944 memiliki visi bahwa penerbangan sipil secara global dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, di samping itu misi ICAO adalah menjadi salah satu forum global khususnya untuk penerbangan sipil internasional yang dapat mengembangkan kebijakan, standar, audit, penelitian, memberikan bantuan serta membangun kapasitas penerbangan dengan para anggota, negara dan semua pemangku kepentingan yang terlibat.

ICAO telah lama memainkan peran yang sangat krusial dalam membangun jaringan mobilisasi udara secara global dengan cepat dan dapat diandalkan, membangun koneksi antar manusia dan melakukan promosi atas pengembangan berkelanjutan. Di dunia yang sudah serba digital dan inovasi dilakukan begitu cepat semua anggota ICAO meminta dukungan penuh untuk memetakan masa depan dunia penerbangan. ICAO terus berinovasi serta memperluas kemitraan untuk memberikan solusi penerbangan yang mendukung berkelanjutan. Dalam laman www.icao.int menyatakan bawah sampai saat ini member sudah 193 negara. Pada setiap tahunnya, ICAO mengadakan event internasional hingga pelatihan.



Gambar 4.5. Logo ICAO
(Sumber : icao.int)

4.2.5 International Air Transport Association (IATA)

IATA adalah asosiasi yang memiliki kantor pusat di Montreal, Canada dan kantor eksekutif di Jenewa, Swiss yang berdiri pada tahun 1945. Pada situs www.iata.org IATA berawal didirikan oleh 57 anggota, sekarang IATA sudah mewakili lebih 120 negara dengan kurang lebih 320 maskapai penerbangan sipil dan kargo. IATA memiliki misi dimana asosiasi ini mewakili, memimpin dan melayani industri penerbangan dengan membela kepentingan maskapai penerbangan, mengembangkan standar komersial global dan memberikan dukungan secara profesional. Asosiasi ini menghargai setiap keahlian, perspektif global dan kemitraan yang dilakukan secara personal dalam melakukan operasinya. Hal tersebut didukung dengan visi bahwa IATA ingin melakukan kolaborasi secara kolektif untuk memberikan pengaruh dalam pembangunan masa depan khususnya dalam sektor penerbangan udara yang aman, terjamin, serta berkelanjutan yang menghubungkan dan meningkatkan setiap komunitas global.



Gambar 4.6. Logo IATA
(Sumber : iata.org)

Dewan IATA telah menetapkan prioritas untuk tahun 2024 yang berfokus pada promosi nol emisi, hak penumpang, transformasi digital ritel maskapai penerbangan, langkah-langkah keselamatan dan keamanan, bahan bakar penerbangan berkelanjutan, menjadi sumber informasi penerbangan terdepan dan dapat diandalkan serta keragaman gender dan memberikan sistem pelaporan yang efektif.

4.3 Organisasi Kepariwisata Indonesia

4.3.1 Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI)

Pada tahun 1969 Indonesia memiliki sebuah organisasi yang bernama Indonesia Tourist Hotel Association atau yang disebut dengan ITHA. PHRI adalah bentuk keberlanjutan organisasi dari ITHA. Anggota dari PHRI dari berbagai bidang:

1. Bidang hotel: hotel berbintang dan hotel non bintang.
2. Bidang restoran: restoran, rumah makan dan restoran waralaba.
3. Bidang wisata berkelanjutan: pelestarian lingkungan dan konservasi.
4. Bidang destinasi wisata: taman hiburan, wisata bahari dan destinasi wisata.

PHRI memiliki tujuan dalam pengembangan dan peningkatan pariwisata yang berjalan lurus dengan rencana pembangunan Indonesia dengan semangat jiwa tunduk pada Undang-Undang yang sudah ada. Dengan adanya PHRI semua bidang akomodasi, makanan dan minuman hingga lembaga pendidikan pariwisata memiliki wadah yang terstruktur yang menciptakan serta mendukung pengembangan bisnis yang saling menghormati.



Gambar 4.7. Logo PHRI
(Sumber : phri.or.id)

Selain menjadi wadah oleh para anggotanya, PHRI terlibat dalam melakukan promosi pariwisata Indonesia, memberikan pelatihan, membina kerjasama industri dan pemerintah, melakukan penelitian hingga kolaborasi antar organisasi, semua ini dilakukan untuk terus mendukung berkembangnya industri pariwisata.

4.3.2 Association of Indonesian Tour and Travel Agency (ASITA)

ASITA adalah asosiasi yang bergerak pada bidang agensi tour dan travel besar yang sudah berdiri dari tahun 1971. ASITA sebagai wadah semua agen tour dan travel di Indonesia dengan mitra hingga level internasional. Dengan jaringan hingga internasional membuat ASITA memiliki koneksi yang kuat dalam membantu melakukan promosi destinasi wisata, meningkatkan jumlah wisatawan hingga membantu untuk membuka peluang bisnis baru. ASITA dengan dewan pengurus pusat (DPP) terletak di Jakarta dan dibantu dengan dewan pengurus daerah (DPS) ini sampai saat ini memiliki anggota lebih dari 7000 dan terus berkembang.



Gambar 4.7. Logo ASITA
(Sumber : asita.or.id)

4.3.4 Gabungan Industri Pariwisata Indonesia (GIPI)

GIPI adalah organisasi yang menyatukan semua organisasi dan asosiasi dalam bidang kepariwisataan. Bersama GIPI semua organisasi dan asosiasi memiliki jembatan terhadap pemerintah dalam pengembangan kebijakan-kebijakan yang nantinya memiliki peran penting bagi seluruh pemangku kepentingan dan juga masyarakat Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang nomor 10 tahun 2009 GIPI menjalankan misi organisasi, dengan mengembangkan dan memajukan pariwisata Indonesia, meningkatkan keterampilan sumber daya manusia (SDM) pariwisata, mendorong peningkatan mobilitas wisatawan nusantara maupun mancanegara yang tentunya juga dilandasi dengan kode etik pariwisata Internasional (Ismayanti, 2019).



Gambar 4.8. Logo GPI
(Sumber : facebook.com/dpdgipijabar)

4.3.5 Persatuan Usaha Taman Rekreasi Indonesia (PUTRI)

Museum, seni budaya, permainan anak, desa wisata, konservasi, theme park hingga rekreasi alam adalah jenis destinasi yang menjadi anggota PUTRI. PUTRI didirikan oleh beberapa pimpinan obyek wisata dan taman rekreasi ternama pada tahun 1977. Penetapan nama organisasi PUTRI ini merujuk pada Undang-Undang Nomor 10 tahun 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. Organisasi memiliki kantor pusat di Jakarta didukung dengan 12 DPD di wilayah Jakarta, Jawa Barat, Bangka Belitung, Yogyakarta, Jawa Tengah, Kalimantan Timur, Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Utara dan Jawa Timur. Dengan adanya DPD PUTRI siap menjadi wadah memajukan taman rekreasi di mata dunia.



Gambar 4.9. Logo PUTRI
(Sumber : putri.or.id)

4.3.6 Indonesia National Air Carriers Association (INACA)

INACA adalah asosiasi yang memiliki tujuan utama untuk memajukan penerbangan Indonesia dengan bekerja sama dengan pemerintah sebagai bentuk wadah mempersatukan dan mengembangkan industri penerbangan. INACA dibentuk pada tahun 1970 oleh para pengusaha penerbangan pada masanya yang

secara resmi menjadi mitra pemerintah. Hingga saat ini INACA memiliki 35 anggota yang terdiri dari 11 maskapai penerbangan niaga berjadwal, 22 maskapai penerbangan niaga tidak berjadwal dan 2 maskapai penerbangan kargo. Dengan misi memajukan dunia penerbangan Indonesia sebagai mitra pemerintah, INACA terus memberikan informasi, analisis keselamatan, keamanan, pengembangan SDM, pusat pengembangan teknologi hingga terus mendorong semua anggota untuk terus melakukan kerjasama dengan skala nasional dan internasional.



Gambar 4.10. Logo INACA
(Sumber : inaca.or.id)

4.3.7 Asosiasi Desa Wisata Indonesia (Asedewi)

Dengan terus berkembangnya desa wisata di Indonesia, pada tahun 2011 Asidewi resmi dibentuk di Jawa Timur. Berawal dari Asedewi Jawa Timur kini Asedewi menjadi asosiasi nasional dengan nama Asedewi Indonesia yang membawa visi mengangkat kearifan lokal menuju desa wisata yang hebat dan bermartabat. Untuk mencapai visi ini, Asedewi terus meningkatkan peran, citra, pengetahuan dan keterampilan SDM sehingga asosiasi ini dapat menjadi wadah bertukar informasi dan memperluas jaringan. Dengan adanya Asedewi, desa wisata bisa terus mewujudkan pengembangan desa wisata yang menjunjung kearifan lokal sehingga dapat pendukung pariwisata Indonesia untuk terus maju.



Gambar 4.11. Logo Asidewi
(Sumber : asidewi.id)

4.3.8 Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia (ASPERAPI)

ASPERAPI atau bisa disebut dengan The Indonesian Exhibition Companies Association (IECA) adalah asosiasi dengan fokus pada *Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition* (MICE). Dalam laman UN Tourism pada tahun 2013 ASPERAPI adalah salah satu dari 25 organisasi dan asosiasi yang melakukan tanda tangan dengan UNWTO Private Commitment to The Code Ethics, serta ASPERAPI juga memiliki hubungan yang baik dengan pemerintah khususnya dengan Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN). Organisasi yang berdiri dari tahun 1990 memiliki komitmen penuh berperan dalam mendukung perekonomian Indonesia, mengembangkan SDM dan mengembangkan kerja sama yang sehat bagi para anggotanya. Menurut laman rri.co.id, ASPERAPI akan membuta pameran terbesar di dunia dengan menjadi tuan rumah kegiatan World Expo 2035 dengan adanya pameran B to B ini akan dapat memperkuat perekonomian Indonesia (Lukman, F. S., 2024)



Gambar 4.12 Logo ASPERAPI
(Sumber : unwto.org)

4.3.9 Asosiasi Kawasan Pariwisata Indonesia (AKPI)

Pada tahun 2019, AKPI memiliki andil yang sangat penting dalam percepatan 10 Bali baru, serta mendukung target pemerintah membangun 100 Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) (Susanti, 2019). Dengan terlibatnya AKPI, memperlihatkan bahwa asosiasi ini memiliki misi mendukung industri pariwisata Indonesia dan menjadi wadah para anggotanya untuk menjadikan pariwisata Indonesia unggul. Dari tahun 1996, AKPI terus menyempurnakan struktur investasi dari pembiayaan dalam dan luar negeri serta membangun hubungan erat dengan pemerintah untuk membantu pemasaran pariwisata terhadap dunia (Ismayanti, 2019)



Gambar 4.13. Logo AKPI

(Sumber : <https://exhibition.jiexpo.com/enjoy-jakarta/>)

4.4 Penutup

Seluruh organisasi dan asosiasi kepariwisataan baik tingkat internasional dan nasional, memiliki tujuan yang sama yaitu membangun industri pariwisata menjadi lebih baik, dengan cara membangun SDM, menjalin kerjasama, mengembangkan peraturan-peraturan yang sesuai dengan kode etik, dan tentunya untuk menjadi wadah yang aman bagi para anggota dengan tujuan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Selain organisasi atau asosiasi yang sudah diberikan, masih banyak organisasi dan asosiasi internasional yang dimiliki di setiap negara ataupun pada tingkat benua. Selain organisasi dan asosiasi untuk usaha kepariwisataan, organisasi dan asosiasi profesi dalam pariwisata juga sudah banyak terbentuk. Dengan adanya hal tersebut semua pelaku usaha pariwisata dapat bersinergi lebih erat lagi dalam membangun pariwisata Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Asedewi. 2024. *Asosiasi Desa Wisata Indonesia* (Asedewi).
<https://asedewi.id/about-us/> (Akses pada: 09 April 2024)
- IATA. 2024. *International Air Transport Association (IATA)*.
<https://www.iata.org/en/about/> (Akses pada: 09 April 2024)
- ICAO. 2024. *The International Civil Aviation Organization (ICAO)*.
<https://www.icao.int/about-icao> (Akses pada: 09 April 2024)
- INACA. 2024. *Indonesia National Air Carriers Association (INACA)*.
<https://www.inaca.or.id/profil/> (Akses pada: 09 April 2024)
- Ismayanti. 2019. *Pengantar Pariwisata*. Tangerang Selatan, Indonesia: Universitas Terbuka.
- Lukman, F.S. 2014. *Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia Siap Jadi Tuan World Expo 2035*, *Radio Republik Indonesia*.
<https://www.rri.co.id/lain-lain/654838/asosiasi-perusahaan-pameran-indonesia-siap-jadi-tuan-world-expo-2035> (Akses pada: 10 Mei 2024)
- PATA. 2024. *Pacifik Asia Travel Association (PATA)*.
<https://www.pata.org/about-pata> (Akses pada: 09 April 2024)
- PHRI. 2024. *Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI)*.
<https://phri.or.id/tentang.html#strukturOrganisasi> (Akses pada: 10 April 2024)
- PUTRI. 2024. *Persatuan Usaha Taman Rekreasi Indonesia (PUTRI)*.
<https://www.putri.or.id/tentang-putri/> (Akses pada: 10 April 2024)
- Susanti, I. 2019. *AKPI dukung target 100 Kawasan Ekonomi Khusus Pariwisata*, *SINDOnews Ekbis*.
<https://ekbis.sindonews.com/berita/1413979/34/akpi-dukung-target-100-kawasan-ekonomi-khusus-pariwisata> (Akses pada: 09 Mei 2024)
- UN Tourism. 2024. *Commitment Signatory: ASPERAPI, The World Tourism Organization* (UN Tourism).
<https://www.unwto.org/content/commitment-signatory-asperapi> (Akses pada: 09 April 2024)

- UN Tourism. 2024. *The World Tourism Organization (UN Tourism)*. <https://www.unwto.org/about-us> (Akses pada: 09 April 2024)
- WTTC. 2024. *Travel & Tourism Economic Impact: World Travel & Tourism Council (WTTC)*. <https://wttc.org/about/about-us> (Akses pada: 09 April 2024).
- WTTC. 2024. *Travel & Tourism Economic Impact: World Travel & Tourism Council (WTTC), World Travel & Tourism Council*. <https://wttc.org/research/economic-impact> (Akses pada: 09 April 2024).

BAB 5

POTENSI DAN DAYA TARIK WISATA

Oleh Normayasari

5.1 Pendahuluan

Sektor pariwisata adalah salah satu *leading sector* pembangunan di Indonesia karena dianggap memiliki kekuatan yang besar dalam menghasilkan pendapatan negara. Sektor pariwisata menjadi salah satu penopang perekonomian Indonesia walaupun sempat menghadapi badai pandemi COVID-19 pada tahun 2020 yang mengakibatkan terjadinya penurunan signifikan pada kontribusi pariwisata terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Keterpurukan sektor pariwisata di masa pandemi COVID-19 turut mempengaruhi sektor-sektor yang berhubungan erat dengan pariwisata seperti sektor jasa penginapan, sektor jasa transportasi, dan sektor penyedia makanan dan minuman.

Pemerintah telah melakukan beragam upaya untuk mendorong kebangkitan pariwisata nasional yaitu dengan beberapa strategi pengembangan antara lain mengembangkan desa menjadi salah satu destinasi wisata alternatif, memberikan bantuan kepada pelaku usaha di sektor pariwisata, memberikan sertifikasi tempat-tempat wisata sesuai standar Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability (CHSE), serta menyediakan sarana pendukung untuk pencegahan penyebaran COVID-19 di lokasi wisata. Hal tersebut terbukti dapat membangkitkan pariwisata di Indonesia secara perlahan. Dimulai dengan menyasar peningkatan kunjungan wisatawan domestik untuk melakukan wisata didalam negeri. Dimana menurut data Badan Pusat Statistik (2023), adanya peningkatan jumlah pernajalan wisatawan nusantara di tahun 2022 sebesar 19,82% dibandingkan tahun 2021.

Adanya pergeseran tren minat wisatawan pasca COVID-19 yang lebih tertarik pada wisata yang ramah lingkungan turut mempengaruhi pengembangan pariwisata di Indonesia pada umumnya. Pembangunan pariwisata berkelanjutan yang

menawarkan wisata yang berkualitas (*quality tourism*) menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha pariwisata. Dimana, semua potensi daerah yang berkaitan dengan alam dan menjaga kelestarian alam menjadi satu hal yang menarik. Selain itu, pariwisata berkelanjutan juga tidak mengesampingkan pelestarian dan pengembangan budaya lokal masyarakat setempat sehingga daya tarik wisata yang dihasilkan menjadi lebih autentik dan memiliki jati diri yang khas.

5.2 Potensi Wisata

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan daya (kbbi.kemendikbud.go.id). Jika dikaitkan dengan pariwisata, potensi wisata berkaitan dengan segala sesuatu yang memiliki daya dan kekuatan untuk dikembangkan menjadi daya tarik yang bertujuan untuk menarik minat calon wisatawan untuk datang. Potensi wisata yang dimaksud dapat berkaitan dengan sumber daya alam, sosial dan budaya masyarakat setempat.

Potensi wisata dapat dibedakan menjadi 3 macam yaitu sebagai berikut (Arjana, 2021).

1. Potensi wisata alam.

Potensi wisata alam adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan alam, baik itu lingkungan maupun segala jenis makhluk hidup yang ada didalamnya.

2. Potensi wisata budaya

Potensi wisata budaya adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan kebiasaan hidup masyarakat yang menjadi khas dan berbeda dengan masyarakat lainnya. Potensi wisata budaya ini dapat berkaitan juga dengan peninggalan sejarah yang mencerminkan kehidupan masyarakat setempat di masa lampau.

3. Potensi wisata buatan manusia

Potensi wisata ini berkaitan dengan diri manusia sebagai subjek yang dijadikan daya tarik, seperti kemampuan bernyanyi dan menari yang menonjolkan ciri khas suatu kelompok masyarakat.

5.2.1 Komponen 5A dalam Pengembangan Potensi Wisata

Menurut Dickman (1997), setiap destinasi pariwisata harus dikembangkan berdasarkan 5A guna mencapai seimbang dalam pengembangan destinasi wisata yang antara lain adalah Atraksi (*Attractions*), Aktivitas (*Activities*), Aksesibilitas (*Accessibility*), Akomodasi (*Accommodation*), dan Amenitas (*Amenities*).

1. Atraksi (*Attractions*)

Atraksi atau daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki daya tarik kuat yang dapat menarik minat orang lain untuk mengunjunginya dengan tujuan untuk mendapatkan hiburan dan pengalaman yang berbeda dengan apa yang ada di tempat asalnya. Sebuah objek dapat dikatakan sebagai objek wisata jika memiliki atraksi atau daya tarik wisata yang menarik karena atraksi menjadi salah satu alasan utama mengapa wisatawan mengunjungi suatu objek. Menurut Purwaningrum & Halim (2021), Atraksi dibagi menjadi menjadi empat kategori yaitu :

- a. Atraksi alam, seperti pemandangan alam yang indah baik itu pegunungan, pantai, dan lain sebagainya.
- b. Atraksi buatan manusia, seperti kebun binatang, wahana permainan anak, *shopping centre*, dan lain sebagainya.
- c. Atraksi budaya, seperti festival budaya, museum, candi, dan lain sebagainya.
- d. Atraksi sosial, seperti kehidupan masyarakat pesisir pantai.

2. Aktivitas (*Activities*)

Aktivitas merupakan semua bentuk kegiatan yang dilakukan rangka menikmati atraksi yang ada di objek wisata. Aktivitas ini tentunya berkaitan dengan atraksi pada objek wisata, seperti : aktivitas diving dan snorkeling untuk menikmati daya tarik wisata bahari, aktivitas memancing di danau sambil menikmati pemandangan danau, dan lain sebagainya.

3. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Menurut Ningtiyas et al (2021) dalam Anggrawati dkk (2022), aksesibilitas merupakan infrastruktur yang digunakan untuk menuju lokasi destinasi, seperti jalan yang memudahkan wisatawan mengakses lokasi wisata, kendaraan atau angkutan

umum menuju objek wisata, adanya plang petunjuk arah, dan terdapat pintu gerbang sebagai tanda lokasi objek wisata. Dalam kegiatan pariwisata, aksesibilitas wisata harus memberikan kemudahan wisatawan untuk mengunjungi suatu obyek wisata. Selain itu, aksesibilitas juga memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk melakukan berpindah tempat.

Berbagai elemen aksesibilitas yaitu sebagai berikut (Dewandaru et al., 2021 dalam Anggrawati dkk, 2022) :

- a. Prasarana atau infrastruktur.
- b. Lokasi untuk mengakses transportasi umum seperti bandara, jalan, kereta api, Pelabuhan, dan sebagainya.
- c. Pendukung akses seperti kapasitas, kecepatan, serta jarak sarana transportasi umum menuju lokasi wisata.
- d. Operasional meliputi rute, jadwal pelayanan, serta harga yang berlaku.
- e. Adanya pengawasan implementasi pelaksanaan transportasi melalui Peraturan Pemerintah

Aksesibilitas menuju destinasi wisata harus menjamin keamanan dan kenyamanan dari wisatawan disamping biaya dan waktu yang dihabiskan selama perjalanan karena akan mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan. Aksesibilitas juga sangat berkaitan dengan komponen lainnya, khususnya komponen atraksi dan aktivitas wisata. Jika biaya dan waktu yang dihabiskan cukup besar untuk menjangkau destinasi tetapi tidak seimbang dengan pengalaman berwisata yang didapatkan wisatawan selama berwisata, tentunya akan memberikan citra yang buruk ke destinasi wisata.

4. Akomodasi (*Accommodation*)

Akomodasi merupakan sarana tempat tinggal bagi wisatawan selama di destinasi wisata. Kondisi akomodasi yang baik sangat perlu diperhatikan di destinasi karena selain menjadi rumah sementara, akomodasi juga menjadi tempat wisatawan melakukan aktivitas (Purwaningrum & Halim, 2021). Setiap destinasi wisata harus menyiapkan akomodasi yang layak dan menciptakan perasaan aman serta memberikan kenyamanan kepada wisatawan karena akomodasi menjadi tempat

beristirahat wisatawan setelah melakukan rangkaian aktivitas wisata. Contoh dari akomodasi yaitu : hotel, *resort*, losmen, *homestay*, *guest house*, dan lain sebagainya. Pelayanan dalam akomodasi juga menjadi poin penting yang dapat mempengaruhi kepuasan dari wisatawan.

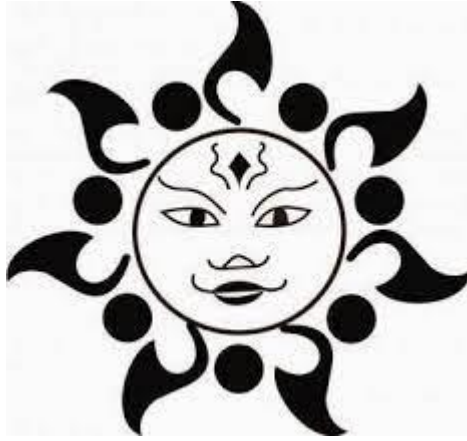
5. Amenitas (*Amenities*)

Amenitas adalah sarana pendukung atau fasilitas yang menjadi penunjang kebutuhan wisatawan selama berada di destinasi wisata. Menurut Suranny (2021) dalam Anggrawati dkk (2022), amenitas atau fasilitas untuk menunjang pariwisata memiliki peran penting bagi wisatawan untuk mendapatkan keamanan dan kenyamanan sehingga merasakan kepuasan mengunjungi objek wisata.

Amenitas meliputi fasilitas untuk mendukung keberadaan sarana akomodasi/penginapan, tempat makan dan minum (rumah makan/restoran, kafe dan kedai), sarana hiburan (*entertainment*), sarana perbelanjaan (*retailing*), sarana komunikasi (telepon, jaringan internet), sarana kesehatan, sarana transaksi keuangan (ATM, *money changer*).

5.2.2 Konsep Sapta Pesona dalam Pengembangan Potensi Wisata

Program Sapta Pesona yang dicanangkan oleh Pemerintah Indonesia pada tahun 1989 dengan Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor: KM.5/UM.209/MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona sebagai payung tindakan yang unsur-unsurnya terdiri dari: Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah dan Kenangan. Sapta pesona merupakan program nasional yang dicanangkan oleh pemerintah untuk menciptakan kesadaran masyarakat terhadap wisata (sadar wisata) dan tanggung jawab pada seluruh masyarakat dan *stakeholder* di sektor pariwisata. Selain itu, sapta pesona menjadi ketentuan mutlak yang harus dipenuhi dalam pembangunan pariwisata kedepan yang lebih baik.



Gambar 5.1. Logo Sapta Pesona
(Sumber : Agung, 2015)

Logo Sapta Pesona memiliki tujuh sudut pancaran sinar yang berbaris mengelilingi wajah matahari yang disebut surya senyum menggambarkan Sapta Pesona. Sapta Pesona merupakan jabaran konsep Sadar Wisata yang menggambarkan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif untuk mendorong perkembangan industri pariwisata di Indonesia (Nasution dkk, 2020). Sesuai dengan buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata, setiap elemen sapta pesona didefinisikan sebagai berikut (Rahmawati dkk, 2017) :

1. Aman.
Aman merupakan situasi destinasi wisata yang dibangun untuk memberikan rasa aman dan tenang kepada wisatawan selama berada di destinasi wisata.
2. Tertib.
Tertib merupakan situasi lingkungan dan pelayanan di destinasi wisata yang menggambarkan sikap disiplin sehingga menghasilkan kualitas layanan yang teratur dan efisien.
3. Bersih.
Bersih merupakan situasi yang menggambarkan kondisi destinasi wisata yang bersih sehingga menciptakan lingkungan destinasi wisata yang sehat dan higienis.

4. Sejuk.

Sejuk merupakan situasi destinasi wisata yang menggambarkan keadaan yang sejuk yang akan memberikan rasa nyaman dan lega bagi wisatawan.

5. Indah.

Indah merupakan situasi destinasi wisata yang bertujuan untuk menciptakan rasa takjub kepada wisatawan atas keindahan yang ada selama di destinasi wisata sehingga memberikan kesan dan kenangan yang tidak dapat terlupakan bagi wisatawan.

6. Ramah.

Ramah merupakan situasi di destinasi wisata yang bertujuan untuk menggambarkan sikap keramahan dari tuan rumah (masyarakat lokal) di destinasi wisata sehingga wisatawan merasa diterima, akrab, dan terbuka kepada masyarakat lokal.

7. Kenangan.

Kenangan merupakan pengalaman yang tercipta selama berada di destinasi wisata yang memberikan kesan berarti dan tidak terlupakan bagi wisatawan.

5.2 Daya Tarik Wisata

5.2.1 Pengertian Daya Tarik Wisata

Objek wisata adalah semua hal yang dapat tujuan melakukan kegiatan wisata dan tentunya sangat berkaitan erat dengan daya tarik wisata (Siregar, 2017). Daya tarik wisata merupakan komponen penting dalam sebuah objek wisata dan menjadi syarat mutlak bagi objek wisata. Menurut Undang-undang Republik Indonesia tentang Kepariwisata Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata. Tentunya daya tarik suatu daerah yang unik dan khas dapat menjadi keunggulan dan menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Daya tarik wisata yang dimiliki oleh suatu objek wisata mesti memiliki keunikan dan keunggulan yang dapat menarik minat orang

untuk datang dan menikmati daya tarik tersebut dengan tujuan memperoleh kesenangan. Menurut Keputusan Menteri Nomor KM.98/PW.102/MPPT-87 tentang Ketentuan Usaha Obyek Wisata, pengertian Objek wisata adalah suatu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya alam yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik yang diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Menurut Utama (2014), suatu objek wisata harus sesuai dengan 3 (tiga) ketentuan berikut :

1. *Something to see* (ada yang dilihat)

Suatu objek wisata yang menarik tentunya memiliki daya tarik visual yang oleh wisatawan dapat melihat dan menikmatinya. Tentunya visual dari daya tariknya memiliki keunikan dan kekhasan yang berbeda dari objek wisata lainnya. Contohnya seperti pemandangan pegunungan yang indah, keindahan bawah laut, keindahan lansekap pesisir Pantai, dan sebagainya.

2. *Something to do* (ada yang dikerjakan)

Selain menawarkan visual yang menarik dari daya tarik wisata, tentunya objek wisata harus menawarkan aktivitas wisata yang dapat dilakukan untuk menikmati daya tarik wisata yang ada. Contohnya seperti : diving dan snorkeling untuk melihat keindahan bawah laut, hiking di gunung, surfing di Pantai, dan sebagainya.

3. *Something to buy* (ada yang dibeli)

Ketika wisatawan berkunjung ke suatu objek wisata, biasanya untuk mengingat kenangan ketika melakukan wisata adalah membeli sesuatu atau benda yang khas yang menunjukkan identitas dari objek wisata. Hal ini merupakan sesuatu yang penting, karena dapat menjadi pengingat wisatawan terhadap objek wisata.

Obyek dan daya tarik wisata merupakan satu kesatuan yang tidak bisa terpisahkan dan menjadi bagian penting dalam suatu kegiatan wisata. Alasan utama pengunjung atau wisatawan datang mengunjungi suatu destinasi wisata adalah adanya potensi daya tarik wisata yang dimiliki obyek tersebut (Devy, 2017). Originalitas daya tarik wisata dapat menjadi kunci keberhasilan dari suatu objek

wisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, akan tetapi kualitas dari daya tarik tersebut juga perlu dijaga dan ditingkatkan. Kualitas suatu objek wisata bukan hanya dinilai dari daya tarik wisata tetapi komponen penunjang seperti fasilitas di dalam objek wisata, aksesibilitas, dan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Semua hal tersebut menjadi penentu tingkat kepuasan yang akan didapatkan oleh wisatawan selama berada di objek wisata

5.2.2 Jenis-jenis Objek Wisata berdasarkan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata atau atraksi wisata menurut Kirom et al. (2016) dalam Anggrawati dkk (2022) adalah semua hal yang memiliki kekuatan untuk menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Adapun atraksi yang dimaksud seperti :

1. Atraksi alam berkaitan dengan panorama/pemandangan, kondisi alam, kondisi geografis dan sebagainya;
2. Atraksi budaya berkaitan dengan sejarah, adat istiadat, dan sebagainya;
3. Atraksi sosial berkaitan dengan kehidupan masyarakat lokal baik itu tradisi, bahasa, cara hidup bermasyarakat, dan sebagainya;
4. Atraksi buatan berkaitan dengan segala sesuatu yang berbentuk fisik yang dibuat manusia seperti kebun binatang, taman hiburan dan sebagainya.

Menurut Kristiana (2019), jenis-jenis daya tarik wisata antara lain:

1. *Natural attraction* (daya tarik wisata alami)
Daya tarik wisata yang hadir secara alami dan terbentuk karena adanya fenomena alam yang terjadi secara natural.
2. *Cultural attraction* (daya tarik wisata budaya)
Segala atraksi atau daya tarik wisata yang berkaitan dengan budaya yang ada di destinasi wisata.
3. *Man mode attraction* (daya tarik wisata buatan)
Atraksi buatan adalah segala atraksi atau daya tarik wisata yang dibuat oleh manusia.

Berikut adalah beberapa jenis objek wisata berdasarkan bentuk pengembangan daya tarik wisata yang dimodifikasi dari Ridwan dan Windra (2019), yaitu :

1. Objek Wisata Alam

Objek wisata alam adalah objek wisata yang memiliki daya tarik wisata dengan memanfaatkan lingkungan alam. Untuk jenis pengembangan objek wisata alam yaitu wisata Bahari, wisata hutan, wisata perkebunan, wisata danau, wisata sungai dan wisata gunung. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan tentunya yang berhubungan daya tarik wisata yang ditawarkan, misalnya diving dan snorkeling untuk wisata Bahari, naik perahu sambil memancing untuk wisata danau dan sungai, dan lain sebagainya.

2. Objek Wisata Budaya dan Sejarah

Objek wisata budaya dan sejarah adalah objek wisata yang memiliki atraksi wisata yang berkaitan dengan suatu nilai budaya dan sejarah, seperti bangunan peninggalan sejarah, situs bersejarah, kesenian, dan sebagainya. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan seperti edukasi, penelitian, dan menikmati keindahan dan keunikan suatu kesenian daerah, dan lain sebagainya.

3. Objek Wisata Buatan

Objek wisata buatan adalah objek wisata yang memiliki daya tarik yang merupakan hasil buatan manusia yang dijadikan suatu objek wisata biasanya sudah berbentuk modern dan juga menggunakan sebagian ekosistem alam didalam pemanfaatannya. Sebagai contoh, yaitu : kebun binatang, taman mini, *seaworld*, *waterpark*, dan lain sebagainya.

4. Objek Wisata MICE

MICE merupakan suatu rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengumpulkan para pengusaha atau profesional yang memiliki latar belakang dan kepentingan yang homogen. MICE merupakan akronim dari kata *Meeting*, *Incentive*, *Convention*, dan *Exhibiton*.

- a. *Meeting* : pertemuan sejumlah orang tertentu dengan tujuan untuk membahas suatu permasalahan atau kepentingan tertentu.

- b. *Incentive* : kegiatan yang dilakukan oleh suatu kelompok/organisasi atau Perusahaan dengan tujuan agar dapat peningkatan kapasitas sumber daya dan memberikan motivasi dalam bekerja.
 - c. *Convention* : pertemuan para pengusaha atau para profesional dalam skala yang besar.
 - d. *Exhibition* : kegiatan pameran/peragaan sesuatu yang bertujuan memperkenalkan suatu produk.
5. Objek Wisata Pedesaan
- Objek wisata pedesaan adalah objek wisata yang memiliki atraksi wisata dengan memanfaatkan originalitas, keindahan, dan keunikan kehidupan masyarakat pedesaan yang memiliki ciri khas tertentu. Dimana daya tarik wisata dan fasilitas pendukung seperti akomodasi di dalam wisata pedesaan ini menyatu dengan kehidupan dan tradisi masyarakat setempat. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan yaitu edukasi mengenai kehidupan pedesaan.
6. Objek Wisata Belanja
- Objek wisata belanja adalah objek wisata yang memiliki atraksi wisata yang memanfaatkan kesenangan berbelanja dengan menyediakan fasilitas pusat-pusat perbelanjaan di suatu daerah/kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggrawati, Sari, dkk. 2022. *Kepariwisataaan*. Penerbit PT. Global Eksekutif Teknologi. Padang.
- Agung, Sasmita Dewi Anak. 2015. *Logo Sapta Pesona*. <https://sasmitadewianakagung.blogspot.com/2015/05/logo-sapta-pesona.html>
- Badan Pusat Statistik. 2023. *Pemulihan Pariwisata Domestik Indonesia* 2022. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/05/02/2041/pemulihan-pariwisata-domestik-indonesia-2022-.html>
- Camilleri, Mark Anthony. 2019. *Tourism Planning and Destination Marketing*. UK: Emerald Publishing Limited.
- Choirunnisa, Iin, & Mila Karmilah. 2021. *Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya Studi Kasus: Kawasan Pecinan Lasem, Kampung Lawas Maspati, Desa Selumbung*. Jurnal Kajian Ruang Vol 1 No 2 : Hal 89-109.
- Delamartha, Andreta Hayu, Galing Yudana, & Erma Fitria R. 2021. *Kesiapan Aksesibilitas Wisata dalam Mengintegrasikan Obyek Wisata (Studi Kasus : Karanganyar Bagian Timur)*. Jurnal Plano Buana, Vol 1 No 2 : Hal 78-91
- Devy, H., A. 2017. *Pengembangan Obyek Dan Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata Di Kabupaten Karanganyar*. Jurnal Sosiologi DILEMA, Vol. 32.
- Dickman, S. 1997. *Tourism: An Introductory Text*. Sydney: Hodder Headline
- Nasution, Lukman, Siti Anom, & Ahmad Karim. 2020. *Pengaruh Program Sapta Pesona Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Objek Wisata T-Garden di Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang*. JURNAL DARMA AGUNG Volume 28, Nomor 2 ; Hal 211-230
- Purwaningrum, Hesti, & Halim Ahmad. 2021. *Evaluasi Pengelolaan Wisata Jati Larangan dan Taman Sengon Melalui Indikator 5A di Dusun Iroyudan*. Kepariwisataaan : Jurnal Ilmiah, Vol 15 No 2 :Hal 107-129
- Rahmawati, Siska Wahyu, Sunarti, & Luchman Hakim. 2017. *Penerapan Sapta Pesona Pada Desa Wisata (Analisis*

- Persepsi Wisatawan atas Layanan Penyedia Jasa di Kampung Wisata Kungkuk, Desa Punten, Kota Batu*). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 50 No. 2 : Hal 195-202.
- Ridwan, Muh., & Windra Aini. 2019. *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata*. Deepublish : Yogyakarta.
- Siregar, Yulia Citra. 2017. *Fasilitas Pada Ekowisata Danau Naga Sakti Di Kabupaten Siak Sri Indrapura Riau*. Disertasi. Riau: Universitas Riau.
- Sofyan, A. M., & Noor, A. A. 2016. *Perancangan Konten Aplikasi Travel Guide Berbasis Android Menggunakan Identifikasi Komponen Pariwisata 6 (Enam)* A. Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar, 7, 161–165.
- Sugjama, A. G. 2011. *Ecotourism : Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam*. Guardaya Intimarta.
- Suryani, Ade Irma. 2016. *Strategi Pengembangan Pariwisata Lokal*. Jurnal Spasial: Penelitian, Terapan Ilmu Geografi, dan Pendidikan Geografi Tahun 2016.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2014. *Pengantar Industri Pariwisata*. Deepublish : Yogyakarta

BAB 6

PERENCANAAN DAYA TARIK WISATA

Oleh Muhammad Hasyim

6.1 Pendahuluan

Perencanaan adalah proses membuat rencana untuk mencapai tujuan atau hasil tertentu di masa depan. Perencanaan melibatkan identifikasi tujuan, penentuan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut, alokasi sumber daya yang diperlukan dan penentuan jadwal waktu untuk setiap langkah. Perencanaan dapat dilakukan dalam berbagai konteks, baik dalam kehidupan pribadi, bisnis, atau proyek-proyek tertentu. Menyusun Perencanaan merupakan hal yang sangat penting, karena akan menghasilkan *outcome* yang menentukan sukses atau tidaknya suatu pembangunan. Perencanaan melibatkan jawaban terhadap tiga pertanyaan mendasar, yaitu apa tujuan perencanaan, apa hambatan perencanaan dan bagaimana mengatasi perencanaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pengertian secara sederhana perencanaan adalah suatu prosedur sistematis yang mengarah pada pengkomunikasian suatu konsep guna mengatur keadaan di masa depan.

Reiner dan Davidof memberikan pengertian perencanaan sebagai metode untuk meramalkan masa depan dengan mengambil serangkaian Keputusan (1962). Selanjutnya, Rose(1984) mendefinisikan konsep perencanaan: *It is a complex activity that aims to be comprehensive. It encompasses various components including social, economic, political, psychological, anthropological, and technical aspects. It deals with the past, present, and future.* Suatu kegiatan multidimensi dan berupaya bersifat integratif yang mencakup faktor sosial, ekonomi, politik, psikologis, antropologis, dan teknis. Perencanaan sangat berkaitan dengan masa lalu, sekarang dan masa depan.

Berdasarkan konsep perencanaan yang dikemukakan, maka dapat dirumuskan bahwa perencanaan adalah proses strategis

untuk mencapai tujuan dengan mengatasi tantangan saat ini dan potensi melalui pemanfaatan sumber daya yang tersedia secara efisien. Dengan demikian, perencanaan memiliki tujuan untuk dicapai dan menghasilkan suatu konsep atau gagasan perencanaan yang dilaksanakan berdasarkan metode dan memanfaatkan SDM yang tersedia.

Selanjutnya, daya tarik wisata merujuk pada segala hal atau faktor yang membuat suatu destinasi menjadi menarik bagi para wisatawan (Crompton, 1979). Ini dapat termasuk keindahan alam, situs bersejarah, keunikan budaya, atraksi wisata, kegiatan rekreasi, kuliner lokal dan berbagai faktor lain yang membuat suatu tempat menjadi tujuan yang diminati (Gursoy dan Kendall, 2006). Dengan memiliki daya tarik wisata yang kuat, suatu destinasi dapat menarik lebih banyak kunjungan wisatawan dan berpotensi meningkatkan ekonomi lokal melalui pariwisata.

Beberapa definisi daya tarik wisata berdasarkan pandangan pakar pariwisata adalah sebagai berikut:

1. John S. Swarbrooke
Daya tarik wisata adalah faktor atau karakteristik yang menyebabkan wisatawan tertarik untuk mengunjungi suatu destinasi atau fasilitas wisata (Swarbrooke, 1999).
2. Stephen J. Page
Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik perhatian wisatawan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi suatu tempat tertentu (Page, 2019).
3. Donald Getz
Daya tarik wisata melibatkan elemen-elemen seperti atribut fisik, karakteristik kebudayaan, aksesibilitas, harga, kualitas layanan, dan aktivitas yang tersedia di suatu destinasi (Getz, 2008).
4. Jafar Jafari
Daya tarik wisata mencakup aspek-aspek dari ruang dan waktu, yang meliputi situs alam, budaya, atraksi, acara dan infrastruktur wisata (Jafari, 2001).

Terdapat beragam jenis daya tarik wisata yang membuat suatu destinasi menarik bagi para pengunjung. Beberapa contoh jenis daya tarik wisata meliputi:

1. Keindahan alam
Termasuk pemandangan gunung, pantai, air terjun, danau, hutan, serta lanskap alam lainnya yang menakjubkan.
2. Warisan budaya
Situs bersejarah, bangunan tua, tradisi lokal, festival budaya, seni dan kerajinan tradisional.
3. Atraksi khusus
Taman hiburan, taman tema, taman burung, kebun binatang, dan wahana air.
4. Aktivitas rekreasi
Olahraga air, *hiking*, selancar, menyelam, bersepeda, dan kegiatan *outdoor* lainnya.
5. Kuliner
Makanan khas dan restoran lokal yang terkenal dengan hidangan lezat (Williams dan Lawson, 2001).

Selain itu, faktor-faktor seperti keberagaman kegiatan, keamanan, keramahan penduduk lokal serta kemudahan aksesibilitas juga dapat menjadi daya tarik wisata yang signifikan bagi sebuah destinasi (Pearce, 1988). Dengan beragam jenis daya tarik wisata ini, destinasi tersebut dapat menarik minat wisatawan dengan berbagai preferensi dan minat.

6.2 Perencanaan Daya Tarik Wisata

Pariwisata adalah industri jasa yang berkembang dan menjadi usaha ekonomi yang signifikan. Pariwisata adalah sektor utama yang dapat dengan cepat menghidupkan kembali pertumbuhan ekonomi dan memastikan distribusi yang adil, khususnya memberikan manfaat bagi masyarakat lokal. Pembangunan pariwisata menawarkan delapan manfaat ekonomi: 1) peningkatan peluang usaha, 2) kesempatan kerja, 3) penerimaan pajak yang lebih tinggi, 4) pertumbuhan pendapatan nasional, 5) pemerataan pendapatan yang lebih cepat, 6) peningkatan nilai produk budaya, 7) perluasan pasar dalam negeri, dan 8) adanya efek

multiplier effect ekonomi dari wisatawan, investor dan belanja perdagangan luar negeri (Citra, 2018).

Pariwisata sebagai suatu industri jasa dengan menggunakan prinsip ekonomi diperlukan suatu perencanaan yang diarahkan pada pembentukan dan pengelolaan destinasi wisata di suatu daerah baik pada skala Kabupaten, Kota ataupun Provinsi. Selain itu, pariwisata adalah kegiatan yang sangat kompleks atau berdimensi banyak sehingga perencanaan dan pengelolaan pariwisata membutuhkan kerjasama dan kordinasi dari berbagai pihak.

Yang dimaksud dengan perencanaan daya tarik wisata adalah perencanaan konsep-konsep dasar kepariwisataan yang disesuaikan karakteristik objek wisata untuk mencapai tujuan pembangunan pariwisata. Perencanaan daya tarik wisata adalah proses merancang dan mengembangkan atraksi wisata yang menarik untuk menarik pengunjung.

Beberapa langkah dalam merencanakan daya tarik wisata adalah:

1. **Penelitian dan Identifikasi Potensi Lokasi Wisata**

Melakukan kegiatan penelitian untuk mengidentifikasi potensi lokasi wisata, termasuk keindahan alam, situs bersejarah, dan daya tarik unik lainnya (Tavallaeaa dkk, 2014).

2. **Pengembangan Konsep Wisata**

Menerapkan konsep dan tema daya tarik wisata yang ingin dikembangkan berdasarkan karakteristik dan keunggulan lokasi tersebut (Page,2019).

3. **Perencanaan Fasilitas dan Infrastruktur**

Merancang fasilitas dan infrastruktur pendukung seperti tempat parkir, toilet, jalur *hiking*, dan tempat istirahat untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung (Fyall dkk, 2022).

4. **Strategi Pemasaran dan Promosi**

Membuat strategi pemasaran yang efektif untuk memperkenalkan daya tarik wisata kepada target *audiens* dan meningkatkan jumlah kunjungan (Pike, 2008).

5. **Evaluasi dan Pengembangan Berkelanjutan**

Melakukan evaluasi terhadap performa daya tarik wisata secara berkala dan mengajukan pengembangan

berkelanjutan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung (Wood, 2017).

Untuk perencanaan daya tarik wisata, ada beberapa factor yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

1. **Tujuan dan Tema Wisata**

Mentukan tujuan utama dari wisata tersebut dan tema yang akan diusung. Apakah ingin mempromosikan keindahan alam, sejarah, budaya, atau atraksi lainnya?

2. **Fasilitas dan Infrastruktur**

Tersedianya fasilitas seperti transportasi, akomodasi, toilet, tempat makan, dan sarana pendukung lainnya agar wisatawan merasa nyaman selama berkunjung.

3. **Keamanan dan Kebersihan**

Ketersediaan layanan keamanan dan kebersihan area wisata untuk menjamin kenyamanan serta keselamatan pengunjung.

4. **Pemasaran dan Promosi**

Strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target *audiens* dan meningkatkan daya tarik wisata tersebut.

5. **Kerjasama dengan Pihak Terkait**

Bekerjasama dengan pemerintah daerah, komunitas lokal, dan pemangku kepentingan lainnya untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Untuk melakukan perencanaan daya tarik wisata yang akan dijadikan sebagai destinasi wisata, diperlukan kajian potensi wisata. Kajian potensi wisata adalah proses evaluasi mendalam terhadap potensi daya tarik suatu lokasi atau daerah untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata. Kajian potensi wisata memiliki beberapa tujuan utama, yaitu:

1. **Identifikasi Potensi Lokasi**

Mengidentifikasi sumber daya alam, budaya, sejarah, dan lainnya yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata (Weaver, 2018).

2. Pengembangan Destinasi Wisata

Menyusun rencana pengembangan destinasi wisata berdasarkan potensi yang dimiliki oleh suatu lokasi (Sharpley dan Telfer, 2014).

3. Meningkatkan Daya Saing

Memperkuat daya saing destinasi wisata melalui peningkatan kualitas dan inovasi berdasarkan hasil kajian potensi (Hall dan Duval, 2012).

4. Konservasi dan Pembangunan Berkelanjutan

Memastikan bahwa pengembangan wisata dilakukan secara berkelanjutan dan tetap memperhatikan konservasi lingkungan dan keberlanjutan sosial-ekonomi.

5. Memperoleh Dukungan dan Investasi (Prideaux, (2009).

Membuat argumentasi yang kuat untuk memperoleh dukungan dari pihak terkait dan investasi yang diperlukan untuk mengembangkan potensi wisata (Douglas dan Douglas, 2013).

Untuk menetapkan suatu destinasi wisata, diperlukan kajian potensi wisata atau daya tarik wisata sebagai karaktersitik yang dimiliki suatu lokasi atau daerah. Kajian potensi wisata yang dapat dilakukan adalah:

1. Penelitian Awal

Melakukan penelitian terhadap kondisi geografis, sejarah, budaya, dan potensi lain dari lokasi yang akan dikaji (Williams, 2014).

2. Analisis Pasar

Melakukan analisis pasar untuk mengidentifikasi target pasar potensial serta tren dan preferensi wisatawan saat ini (Dwyer, 2010).

3. Studi Daya Tarik dan Keunikan

Melakukan identifikasi daya tarik utama dan keunikan lokasi tersebut yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan (Deery, 2004).

4. Analisis Potensi Pengembangan

Melakukan peninjauan potensi pengembangan infrastruktur, fasilitas dan atraksi baru yang dapat meningkatkan daya tarik wisata lokasi tersebut (Sharpley, 2002).

5. Perencanaan Pengelolaan Wisata

Merancang strategi pengelolaan wisata secara berkelanjutan yang meliputi aspek keberlanjutan lingkungan, sosial, dan ekonomi (Swarbrooke, 1999).

Setelah dilakukan kajian potensi atas daya tarik wisata yang dimiliki, dapat ditetapkan lokasi itu sebagai destinasi wisata yang selanjutnya dilakukan perencanaan dan pengelolaan destinasi wisata. Perencanaan pariwisata adalah tindakan untuk menerapkan konsep-konsep dasar perencanaan berdasarkan hasil kajian potensi wisata untuk mencapai tujuan pembangunan pariwisata oleh suatu daerah. Melalui rencana strategis bidang Pembangunan pariwisata, pemerintah suatu daerah dapat menetapkan target capaian Pembangunan pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Douglas, N., & Douglas, N. (2013). *Tourism and Water*. Channel View Publications.
- Dwyer, L., Forsyth, P., Dwyer, W. 2010. *Tourism Economics and Policy*. United Kingdom: Channel View Publications.
- Deery, M., Jago, L. Fredline, L. .2004. Sport tourism or event tourism: Are they one and the same? *Journal of Sport & Tourism*, 9(3).
- Fyall, A., Garrod, B., Leask, A., Wanhill, S. 2022. *Managing Visitor Attractions*. New York: Routledge.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29 (3): 403–428.
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). The influence of promotional activities on expectations and experiences and their relationship to satisfaction in the context of a festival. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 409-421.
- Hall, C. M., Timothy, D. J., & Duval, D. T. (2012). *Safety and Security in Tourism: Relationships Management from the Best Practices*. Routledge.
- Jafari, J., (2001). The scientification of tourism. In *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century*, Smith, V. L., & Brent, M, editors. New York, Cognizant Communications, pp. 28-41.
- Page, Stephen J. 2019. *Tourism Management*. New York: Routledge.
- Persada, Citra (2018) *Perencanaan Pariwisata Dalam Pembangunan Wilayah Berkelanjutan*. Aura, Bandar Lampung.
- Pearce, D. G. (1988). *Tourist development*. Longman.
- Pike, Steven. 2008. *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. New York: Routledge.
- Prideaux, B. (2009). *Risk and Tourism*. Routledge.
- Reiner, T.A., & Davidoff, P. 1962. A Choice of theory of planning. *Journal of the American Institute of Planners*, Vol. 28.
- Rose, E.A. 1984. *Philosophy and purpose in planning. The spirit and purpose of planning*. Burton, M.J. London: Hutchinson.

- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2014). *Tourism and Development*. Routledge.
- Swarbrooke, J. 1999. *Sustainable Tourism Management*. United Kingdom: CABI Publishing Series.
- Tavallaeaa, S., Asadib, A., Abyaa, H. and Ebrahimic, M. 2014. Tourism planning: an integrated and sustainable development approach. *Management Science Letters*, 4 (2014), 2495–2502.
- Uysal, M., & Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844-846.
- Weaver, D. B. (2018). *Tourism Management*. Wiley.
- Williams, P. W., & Lawson, R. W. (2001). Developing multi-industry productivity measures in tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(3), 128-140.
- Williams, S. 2014. *Tourism Geography Critical Understandings of Place, Space and Experience*. New York: Routledge.
- Wood, M. E. 2017. *Sustainable Tourism on a Finite Planet Environmental, Business and Policy Solutions*. New York: Routledge.

BAB 7

DOKUMEN PERJALANAN WISATA

Oleh Mohammad Annas

Perencanaan perjalanan wisata yang sukses memerlukan persiapan matang, termasuk kelengkapan dokumen perjalanan yang sesuai. Dokumen-dokumen ini berfungsi sebagai verifikasi identitas, otorisasi akses, dan bukti pemenuhan persyaratan regulasi. Panduan komprehensif ini bertujuan untuk membekali individu dengan pengetahuan dan langkah-langkah yang diperlukan untuk memastikan perjalanan yang lancar dan terhindar dari hambatan (Nielsen and Feddersen, 2023).

7.1 Paspor

Dokumen identitas internasional yang wajib dimiliki setiap WNI yang melakukan perjalanan ke luar negeri. Pastikan paspor masih berlaku minimal 6 bulan dari tanggal kembali ke Indonesia dan memiliki jumlah halaman kosong yang cukup untuk visa (jika diperlukan). Buatlah fotokopi paspor untuk berjaga-jaga. Paspor merupakan dokumen perjalanan resmi yang wajib dimiliki oleh Warga Negara Indonesia (WNI) yang ingin melakukan perjalanan ke luar negeri. Berfungsi sebagai verifikasi identitas dan bukti kewarganegaraan, paspor menjadi kunci utama bagi WNI untuk memasuki negara lain (Scheffer, Connors and Viti, 2021). Di Indonesia, terdapat dua jenis paspor yang dapat dipilih:

1. Paspor Elektronik (*e-Passport*)

Dilengkapi chip yang menyimpan data biometrik (sidik jari dan wajah) dan informasi pemilik. E-Paspor menawarkan proses imigrasi yang lebih cepat dan aman. Masa berlakunya adalah 5 tahun untuk orang dewasa dan 3 tahun untuk anak-anak di bawah usia 17 tahun.

2. Paspor Non-Elektronik

Tidak memiliki chip dan informasi pemilik tercantum di halaman paspor. Masa berlakunya adalah 5 tahun untuk

orang dewasa dan 3 tahun untuk anak-anak di bawah usia 17 tahun.

Pembuatan paspor dapat dilakukan di Kantor Imigrasi terdekat atau melalui layanan online Ditjen Imigrasi. Persyaratan dan biaya pembuatan paspor dapat diakses di situs web resmi Ditjen Imigrasi Kemenkumham. Persyaratan Dokumen diantaranya adalah Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang masih berlaku, Akta Kelahiran/Surat Keterangan Kelahiran, Kartu Keluarga (KK), Bukti pembayaran biaya pembuatan paspor. Prosedur Pembuatan:

1. Kunjungi Kantor Imigrasi atau akses layanan online Ditjen Imigrasi.
2. Isi formulir permohonan pembuatan paspor.
3. Serahkan dokumen yang diperlukan.
4. Bayar biaya pembuatan paspor.
5. Lakukan pengambilan foto dan sidik jari (untuk *e-Passport*).
6. Tunggu proses pencetakan paspor.
7. Ambil paspor yang telah selesai dicetak.

Disarankan untuk mengajukan permohonan paspor minimal 6 bulan sebelum tanggal keberangkatan ke luar negeri. Pastikan data diri pada paspor sudah benar dan sesuai. Simpan paspor di tempat yang aman dan terhindar dari kerusakan. Segera laporkan kehilangan paspor ke Kantor Imigrasi terdekat. Paspor merupakan dokumen penting bagi WNI yang ingin melakukan perjalanan ke luar negeri. Dengan memahami informasi dan panduan yang diberikan, diharapkan WNI dapat mempersiapkan diri dengan baik dan memiliki pengalaman perjalanan yang lancar dan aman.

7.2 Visa

Visa adalah izin masuk yang diberikan oleh negara tujuan. Persyaratan visa bervariasi tergantung negara (Nishigaki *et al.*, 2024). Kunjungi situs web resmi kedutaan besar atau konsulat negara tujuan untuk informasi detail. Proses pembuatan visa membutuhkan waktu, uruslah jauh-jauh hari sebelum keberangkatan. Bagi Warga Negara Indonesia (WNI) yang ingin menjelajahi dunia, memahami persyaratan visa dan dokumen

perjalanan merupakan aspek penting dalam mempersiapkan perjalanan yang lancar dan aman (Zheng *et al.*, 2024). Panduan komprehensif ini bertujuan untuk membekali individu dengan pengetahuan dan langkah-langkah yang diperlukan untuk memastikan kelancaran perjalanan internasional. Berbagai jenis visa tersedia untuk memenuhi berbagai tujuan kunjungan, termasuk:

1. Visa Kunjungan: Diperuntukkan bagi WNI yang ingin melakukan wisata, mengunjungi keluarga, atau menghadiri acara.
2. Visa Bisnis: Memfasilitasi kegiatan bisnis, menghadiri konferensi, atau bertemu mitra kerja.
3. Visa Studi: Diperlukan bagi WNI yang ingin melanjutkan studi di universitas atau institusi pendidikan di negara tujuan.
4. Visa Kerja: Diperuntukkan bagi WNI yang ingin bekerja di negara tujuan.

Proses permohonan visa umumnya dilakukan di kedutaan besar atau konsulat jenderal negara tujuan. Persyaratan dan prosedur permohonan visa bervariasi tergantung negara tujuan. Persyaratan umum diantaranya adalah:

1. Paspor yang masih berlaku minimal 6 bulan dari tanggal keberangkatan.
2. Formulir aplikasi visa yang diisi lengkap dan ditandatangani.
3. Foto terbaru ukuran 4x6 cm.
4. Bukti pemesanan tiket pesawat/kereta api.
5. Bukti pemesanan akomodasi.
6. Bukti keuangan yang menunjukkan kecukupan dana selama di negara tujuan.

Dokumen pendukung lainnya (tergantung jenis visa).

Prosedur Umum:

1. Unduh dan isi formulir aplikasi visa dari situs web resmi kedutaan besar atau konsulat jenderal negara tujuan.
2. Siapkan dokumen yang diperlukan.

3. Buat janji temu untuk wawancara visa.
4. Hadiri wawancara visa dan jelaskan tujuan kunjungan Anda secara jelas dan terstruktur.
5. Bayar biaya visa.
6. Tunggu proses pemeriksaan visa.
7. Dapatkan visa (jika disetujui).

Rencanakan perjalanan Anda jauh-jauh hari dan segera ajukan permohonan visa. Periksa kembali persyaratan visa di situs web resmi kedutaan besar atau konsulat jenderal negara tujuan. Siapkan dokumen yang diperlukan secara lengkap, rapi, dan terorganisir (Jati *et al.*, 2023). Berpakaian rapi dan sopan saat wawancara visa. Jujur dan terbuka saat menjawab pertanyaan selama wawancara visa. Patuhi semua peraturan dan protokol kesehatan yang berlaku di negara tujuan. Dengan memahami dan mengikuti panduan ini, WNI diharapkan dapat mempersiapkan diri dengan baik dan memiliki pengalaman perjalanan internasional yang lancar, aman, dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

7.3 Tiket Pesawat

Bukti pemesanan tempat duduk yang menunjukkan konfirmasi perjalanan. Simpan tiket dalam bentuk fisik dan digital. Catat nomor penerbangan/kereta api untuk memudahkan identifikasi. Bagi para pelancong, penerbangan menjadi gerbang utama untuk menjelajahi berbagai destinasi di seluruh dunia (Wong, Lian and Sun, 2023). Tiket pesawat berperan sebagai kunci akses penting untuk membuka pintu gerbang tersebut. Panduan ini dirancang untuk membekali individu dengan pengetahuan dan langkah-langkah yang diperlukan dalam memilih, membeli, dan menggunakan tiket pesawat secara cerdas dan profesional. Memilih tiket pesawat yang tepat dapat menjadi hal yang membingungkan, mengingat banyaknya jenis dan pilihan yang tersedia. Berikut adalah penjelasan lebih lengkap mengenai jenis-jenis tiket pesawat yang perlu Anda ketahui sebelum memesan tiket (Yan, Ma and Zhang, 2023).

7.3.1 Tiket Pesawat Menurut Kelasnya

Menurut kelasnya tiket pesawat dikategorikan menjadi 3 (tiga) kelas diantaranya adalah:

1. *First Class* (Kelas F)

Tiket kelas ini menawarkan pengalaman penerbangan paling mewah dengan kursi yang sangat luas dan nyaman, tempat tidur datar, layanan pramugari khusus, hidangan gourmet, dan berbagai fasilitas eksklusif lainnya (Fu *et al.*, 2021). Cocok untuk para pelancong yang menginginkan kenyamanan dan kemewahan terbaik. Contoh maskapai yang menawarkan First Class: Garuda Indonesia, Singapore Airlines, Emirates.

2. *Business Class* (Kelas C): Menyediakan kenyamanan dan layanan yang lebih baik daripada kelas ekonomi, dengan kursi yang lebih luas, ruang kaki yang lebih lega, tempat duduk yang dapat direbahkan, pilihan hiburan yang lebih banyak, dan akses ke lounge bandara (RubacaRubaca and KhanKhan, 2023). Cocok untuk para pelancong bisnis dan wisatawan yang menginginkan kenyamanan lebih selama penerbangan. Contoh maskapai yang menawarkan Business Class: Garuda Indonesia, Batik Air, Qatar Airways.

3. *Economy Class* (Kelas Y): Pilihan paling ekonomis, dengan kursi yang lebih sempit dan ruang kaki yang lebih terbatas. Namun, kelas ekonomi masih menawarkan berbagai fasilitas dasar seperti makanan dan minuman ringan, hiburan dalam pesawat, dan bagasi check-in. Cocok untuk para pelancong dengan anggaran terbatas. Contoh maskapai yang menawarkan *Economy Class*: Lion Air, Citilink, Sriwijaya Air.

7.3.2 Tiket Pesawat Menurut Wilayah Operasi

Tiket pesawat terbagi menjadi 2 kategori menurut cakupan wilayah operasinya yaitu:

1. Domestik

Digunakan untuk penerbangan di dalam wilayah negara yang sama. Contoh: penerbangan dari Jakarta ke Bali, Surabaya ke Makassar.

2. Internasional

Digunakan untuk penerbangan ke luar negeri. Contoh: penerbangan dari Jakarta ke Singapura, Surabaya ke Tokyo.

7.3.3 Tiket Pesawat Menurut Jenis Penerbangan

Tiket pesawat terbagi menjadi 3 (tiga) kategori menurut jenis penerbangannya, yaitu:

1. *One-way*

Tiket sekali jalan, hanya berlaku untuk satu kali perjalanan. Cocok untuk para pelancong yang tidak memiliki rencana kembali ke kota asal dengan penerbangan yang sama.

2. *Round-trip*

Tiket pulang pergi, berlaku untuk dua kali perjalanan, yaitu penerbangan pergi dan pulang. Cocok untuk para pelancong yang memiliki rencana kembali ke kota asal dengan penerbangan yang sama (Fang *et al.*, 2022).

3. *Multi-city*

Tiket untuk beberapa kali perjalanan ke berbagai kota tujuan. Cocok untuk para pelancong yang ingin mengunjungi beberapa kota dalam satu perjalanan.

7.3.4 Tiket Pesawat Menurut Fleksibilitas

Menurut tingkat fleksibilitasnya tiket pesawat dibagi menjadi beberapa kategori, diantaranya adalah:

1. *Reguler*

Harga lebih murah, namun tidak dapat diubah jadwalnya atau dibatalkan. Cocok untuk para pelancong dengan rencana perjalanan yang pasti.

2. *Flexible*

Harga lebih mahal, namun dapat diubah jadwalnya atau dibatalkan dengan biaya tertentu. Cocok untuk para pelancong dengan rencana perjalanan yang tidak pasti atau sering berubah.

7.3.5 Tiket Pesawat Menurut Jenis Pembayaran

Tiket pesawat menurut jenis pembayarannya dibagi menjadi 2 (dua) kategori yaitu:

1. Full Payment

Tiket harus dibayar lunas saat pemesanan

2. Installment

Tiket dapat dibayar dengan cara dicicil. Cocok untuk para pelancong dengan anggaran terbatas.

7.3.6 Jenis Tiket Pesawat Lainnya

Terdapat juga beberapa jenis tiket pesawat lain seperti:

1. Charter

Yaitu pesawat yang disewa oleh pihak tertentu untuk penerbangan khusus, biasanya untuk keperluan bisnis atau grup.

2. Grup

Yaitu tiket yang dibeli untuk beberapa orang sekaligus, biasanya untuk keperluan wisata atau perjalanan dinas.

3. Promo

Yaitu tiket yang ditawarkan dengan harga yang lebih murah untuk menarik minat penumpang.

Memilih tiket pesawat yang tepat dapat membantu Anda mendapatkan pengalaman penerbangan yang nyaman dan sesuai dengan anggaran (Chen, 2024). Dengan memahami berbagai jenis tiket yang tersedia dan mempertimbangkan tips di atas, Anda dapat membuat pilihan yang tepat untuk perjalanan Anda.

7.4 Bukti Pemesanan Akomodasi

Bukti pemesanan hotel, resort, atau tempat tinggal lainnya selama di negara tujuan. Simpan voucher atau email konfirmasi pemesanan (Jørgensen and Danieli, 2024). Dokumen bukti pemesanan akomodasi merupakan bukti bahwa Anda telah memesan dan memiliki hak untuk menempati kamar di hotel, apartemen, atau penginapan lainnya. Bukti ini umumnya diperlukan untuk berbagai keperluan, seperti:

1. Mengurus visa

Banyak negara mewajibkan pelancong untuk menunjukkan bukti pemesanan akomodasi sebagai salah satu syarat pengajuan visa.

2. Check-in hotel

Saat check-in di hotel, Anda biasanya akan diminta untuk menunjukkan bukti pemesanan sebagai verifikasi reservasi.

3. Klaim asuransi perjalanan: Jika Anda perlu membatalkan perjalanan karena alasan tertentu, bukti pemesanan dapat membantu Anda dalam proses klaim asuransi perjalanan (Itani and Hollebeek, 2021).

Berikut adalah beberapa jenis dokumen bukti pemesanan akomodasi yang umum digunakan:

1. Konfirmasi Pemesanan (*Reservation Confirmation*)
2. E-voucher:
3. Tiket Pesawat (dalam Paket Wisata)
4. Bukti Pembayaran:

7.5 Asuransi Perjalanan

Memberikan perlindungan terhadap biaya medis, evakuasi, dan kehilangan barang bawaan. Pilihlah asuransi yang sesuai dengan kebutuhan dan anggaran. Asuransi perjalanan adalah polis asuransi yang memberikan perlindungan kepada tertanggung selama melakukan perjalanan, baik domestik maupun internasional (Polat and Arslan, 2019). Perlindungan ini tidak hanya terbatas pada biaya pengobatan dan evakuasi medis, tetapi juga mencakup berbagai hal lain, seperti:

1. Keterlambatan atau pembatalan penerbangan: Mendapatkan ganti rugi jika penerbangan Anda terlambat atau dibatalkan, termasuk biaya hotel, makanan, dan transportasi
2. Kehilangan atau kerusakan bagasi: Mendapatkan ganti rugi jika bagasi Anda hilang, dicuri, atau rusak selama perjalanan.

3. Kecelakaan diri: Mendapatkan santunan jika Anda mengalami kecelakaan diri selama perjalanan, seperti cacat permanen atau meninggal dunia.
4. Pencurian: Mendapatkan ganti rugi jika barang pribadi Anda dicuri selama perjalanan.
5. Tanggung jawab hukum pihak ketiga: Mendapatkan perlindungan jika Anda secara tidak sengaja menyebabkan kerugian atau cedera pada orang lain selama perjalanan (Tsaor and Chen, 2018)

7.5.1 Manfaat Asuransi Perjalanan

Memiliki asuransi perjalanan menawarkan beberapa manfaat penting, di antaranya:

1. Keamanan dan ketenangan pikiran
Mengetahui bahwa Anda memiliki perlindungan finansial jika terjadi hal yang tidak terduga dapat memberikan ketenangan pikiran saat bepergian, terutama bagi para pelancong yang mengunjungi negara dengan sistem kesehatan yang mahal (Baloglu and Mangaloglu, 2001).
2. Perawatan medis yang terjangkau
Biaya pengobatan di luar negeri bisa sangat mahal, terutama untuk perawatan medis yang kompleks seperti operasi. Asuransi perjalanan dapat membantu Anda menanggung biaya ini jika Anda sakit atau terluka saat bepergian, membebaskan Anda dari kekhawatiran finansial dan memungkinkan Anda untuk fokus pada pemulihan (Clerides, Nearchou and Pashardes, 2008).
3. Penggantian barang hilang atau rusak
Kehilangan barang bawaan saat bepergian bisa sangat merepotkan dan mahal. Asuransi perjalanan dapat membantu Anda mengganti barang-barang yang hilang atau rusak, memungkinkan Anda untuk melanjutkan perjalanan dengan nyaman tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan yang signifikan.
4. Bantuan dalam situasi darurat
Asuransi perjalanan dapat memberikan bantuan 24/7 dalam situasi darurat, seperti kehilangan paspor atau

dokumen penting lainnya, terjemahan bahasa, evakuasi medis, dan bahkan bantuan hukum (Graburn, 2008).

5. Akses ke jaringan rumah sakit

Banyak perusahaan asuransi perjalanan memiliki jaringan rumah sakit rekanan di berbagai negara, memberikan Anda akses ke perawatan medis berkualitas tinggi dengan harga yang wajar.

7.5.2 Jenis-jenis Asuransi Perjalanan

Ada beberapa jenis asuransi perjalanan yang tersedia, masing-masing dengan manfaat dan cakupan yang berbeda yaitu:

1. Asuransi perjalanan individual

Dirancang untuk individu yang bepergian sendiri atau bersama keluarga, cocok untuk pelancong yang menginginkan perlindungan personal (Wong *et al.*, 2022).

2. Asuransi perjalanan keluarga

Dirancang untuk keluarga yang bepergian bersama, biasanya menawarkan premi yang lebih murah per orang dibandingkan dengan asuransi perjalanan individual.

3. Asuransi perjalanan tahunan

Dirancang untuk orang yang sering bepergian, memberikan perlindungan untuk beberapa perjalanan dalam satu tahun dengan premi yang lebih hemat.

4. Asuransi perjalanan backpacker

Dirancang khusus untuk backpacker, menawarkan perlindungan untuk kegiatan yang lebih berisiko seperti trekking, hiking, dan olahraga air (Huang *et al.*, 2021).

5. Asuransi perjalanan pelajar

Dirancang untuk pelajar yang bepergian untuk studi atau magang, mencakup biaya tambahan seperti evakuasi medis dan repatriasi.

6. Asuransi perjalanan bisnis

Dirancang untuk profesional yang bepergian untuk urusan bisnis, menawarkan perlindungan untuk kehilangan gadget kerja dan penundaan penerbangan terkait pekerjaan.

7.5.3 Memilih Asuransi Perjalanan yang Tepat

Memilih asuransi perjalanan yang tepat sangat penting untuk memastikan Anda mendapatkan perlindungan yang sesuai dengan kebutuhan Anda (Newman *et al.*, 2022). Berikut beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu:

1. Tujuan perjalanan: Pertimbangkan negara tujuan Anda dan tingkat risikonya. Negara-negara dengan sistem kesehatan yang mahal atau tingkat kriminalitas yang tinggi mungkin memerlukan cakupan yang lebih luas.
2. Lama perjalanan: Semakin lama perjalanan Anda, semakin tinggi premi asuransi Anda. Pertimbangkan membeli asuransi perjalanan jangka panjang jika Anda sering bepergian.
3. Aktivitas yang akan dilakukan: Jika Anda berencana untuk melakukan aktivitas berisiko tinggi, pastikan untuk memilih asuransi yang memberikan perlindungan untuk aktivitas tersebut.
4. Riwayat kesehatan: Jika Anda memiliki kondisi medis yang sudah ada, Anda mungkin perlu membayar premi yang lebih tinggi atau memilih asuransi dengan pengecualian tertentu (Dominici and Maitland, 2016).
5. Usia: Premi asuransi perjalanan biasanya meningkat seiring bertambahnya usia. Pertimbangkan asuransi perjalanan khusus untuk lansia jika Anda berusia di atas 65 tahun.

7.6 Bukti Kemampuan Keuangan

Beberapa negara mungkin memerlukan bukti keuangan, seperti slip gaji atau rekening koran, untuk menunjukkan kecukupan dana selama perjalanan. Memiliki bukti kemampuan keuangan merupakan hal yang esensial bagi para pelancong, baik domestik maupun internasional (Hoang *et al.*, 2023). Bukti ini, seperti rekening koran atau slip gaji, berperan penting dalam menjamin kelancaran perjalanan wisata Anda. Berikut beberapa alasan dan manfaatnya:

1. Memenuhi Persyaratan Visa

Banyak negara menerapkan kebijakan visa yang mewajibkan pemohon untuk menunjukkan bukti kemampuan keuangan. Hal

ini bertujuan untuk menguji kredibilitas finansial dan memastikan bahwa Anda memiliki cukup dana untuk membiayai perjalanan dan hidup di negara tersebut. Bukti keuangan yang umumnya diterima adalah Rekening Koran, yang menunjukkan saldo rata-rata selama 3-6 bulan terakhir. Pastikan saldo mencukupi untuk menanggung biaya hidup selama durasi visa yang Anda ajukan; Slip gaji yang merupakan bukti penghasilan bulanan yang stabil. Pastikan nominalnya melampaui batas minimum yang ditetapkan oleh negara tujuan; Surat sponsor, jika Anda dibiayai oleh pihak lain, Anda perlu melampirkan surat sponsor beserta bukti kemampuan keuangan sponsor (Buhalis and Ujma, 2006).

2. Melancarkan Proses Imigrasi

Petugas imigrasi di beberapa negara berhak meminta bukti kemampuan keuangan kepada wisatawan saat memasuki negara tersebut. Hal ini dilakukan untuk mencegah potensi penyalahgunaan visa dan memastikan bahwa Anda tidak akan menjadi beban bagi negara. Bukti keuangan yang dapat ditunjukkan saat memasuki imigrasi antara lain uang tunai, yang sebaiknya disiapkan dalam mata uang negara tujuan dalam jumlah yang wajar; Kartu kredit/debit dengan memastikan kartu Anda memiliki saldo yang cukup dan aktif di luar negeri; dan Travel cheque yang merupakan pilihan aman dan praktis untuk membawa uang dalam jumlah besar (Page, 2011).

3. Meningkatkan Kredibilitas Finansial

Bukti kemampuan keuangan juga berfungsi untuk meningkatkan kredibilitas Anda di mata penyedia layanan, seperti agen perjalanan, maskapai penerbangan, hotel, dan penyewa mobil. Dengan menunjukkan bukti ini, Anda lebih mudah mendapatkan persetujuan untuk berbagai layanan, seperti pemesanan tiket pesawat dan hotel yang merupakan bukti keuangan dapat menjadi jaminan pembayaran saat melakukan reservasi; Penyewaan mobil yang menunjukkan kemampuan Anda untuk menanggung biaya sewa dan deposit

mobil; dan pembayaran tur wisata: Bukti keuangan memastikan Anda mampu membayar biaya tur dan aktivitas wisata lainnya.

4. Manfaat Tambahan

Memberikan ketenangan pikiran dengan mengetahui bahwa Anda memiliki cukup dana untuk perjalanan wisata dapat membantu Anda merasa lebih tenang dan fokus untuk menikmati perjalanan. Selain itu asuransi akan memudahkan penukaran mata uang karena bukti keuangan dapat membantu Anda mendapatkan nilai tukar yang lebih baik saat menukar mata uang di negara tujuan. Di sisi lain asuransi dapat juga membantu dalam situasi darurat: Jika Anda mengalami situasi darurat selama perjalanan, bukti keuangan dapat membantu Anda mendapatkan bantuan keuangan dari kedutaan besar atau konsulat.

Pelancong sebaiknya selalu berkonsultasi dengan kedutaan besar atau konsulat negara tujuan Anda untuk mengetahui persyaratan visa dan bukti kemampuan keuangan yang spesifik. Simpanlah bukti kemampuan keuangan Anda di tempat yang aman dan mudah diakses. Pertimbangkan untuk membawa kartu kredit atau kartu debit dengan cadangan dana yang cukup untuk perjalanan Anda. Diversifikasikan dana perjalanan Anda: Sebaiknya bawa uang tunai, kartu kredit/debit, dan travel cheque untuk berjaga-jaga jika terjadi kehilangan atau kerusakan. Dengan mempersiapkan bukti kemampuan keuangan yang memadai, Anda dapat memastikan kelancaran dan kenyamanan perjalanan wisata Anda. Ingatlah bahwa bukti ini bukan hanya formalitas, tetapi juga berperan penting dalam menjamin kelancaran perjalanan Anda di negara lain. Persyaratan bukti kemampuan keuangan dapat berbeda-beda di setiap negara. Pastikan untuk melakukan riset terlebih dahulu sebelum Anda melakukan perjalanan. Beberapa negara memiliki kebijakan bebas visa untuk turis Indonesia. Pastikan Anda untuk mengecek informasi terbaru di situs resmi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.

Dengan persiapan menyeluruh dan kelengkapan dokumen yang memadai, individu dapat menjelajahi dunia dengan penuh keyakinan dan terhindar dari kendala selama perjalanan. Sumber informasi terpercaya juga disertakan untuk membantu individu dalam proses perencanaan dan persiapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baloglu, S. and Mangaloglu, M. (2001) 'Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents', *Tourism Management*, 22(1), pp. 1–9. Available at: [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00030-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00030-3).
- Buhalis, D. and Ujma, D. (2006) 'Chapter 19 - Intermediaries: travel agencies and tour operators', in D. Buhalis and C.B.T.-T.B.F. Costa (eds). Oxford: Butterworth-Heinemann, pp. 171–180. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-6377-9.50026-2>.
- Chen, L.-H. (2024) 'Pedaling beyond ratings: A data-driven quest to Unravel the determinants of guided bicycle-tour satisfaction', *Tourism Management*, 103, p. 104906. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.104906>.
- Clerides, S., Nearchou, P. and Pashardes, P. (2008) 'Intermediaries as quality assessors: Tour operators in the travel industry', *International Journal of Industrial Organization*, 26(1), pp. 372–392. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2007.02.001>.
- Dominici, S. and Maitland, R. (2016) 'The PTA: Promoting Swiss tours, 1888–1939', *Annals of Tourism Research*, 60, pp. 31–47. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.05.010>.
- Fang, J. *et al.* (2022) 'Which trip destination matters? Estimating the influence of the built environment on mode choice for home-based complex tours', *Journal of Transport Geography*, 105, p. 103474. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2022.103474>.
- Fu, X. *et al.* (2021) 'Understanding tour guides' service failure: Integrating a two-tier triadic business model with attribution

- theory', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, pp. 506–516. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.05.004>
- Graburn, N. (2008) 'Culture on Tour: Ethnographies of Travel', *Annals of Tourism Research*, 35(3), pp. 843–846. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.03.003>
- Hoang, S.D. *et al.* (2023) 'Harnessing the power of virtual reality: Enhancing telepresence and inspiring sustainable travel intentions in the tourism industry', *Technology in Society*, 75, p. 102378. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102378>
- Huang, C. *et al.* (2021) 'Cost-Based attraction recommendation for tour operators under stochastic demand', *Omega*, 102, p. 102314. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.omega.2020.102314>
- Itani, O.S. and Hollebeek, L.D. (2021) 'Light at the end of the tunnel: Visitors' virtual reality (versus in-person) attraction site tour-related behavioral intentions during and post-COVID-19', *Tourism Management*, 84, p. 104290. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104290>
- Jati, G.K. *et al.* (2023) 'Discrete komodo algorithm for traveling salesman problem', *Applied Soft Computing*, 139, p. 110219. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.asoc.2023.110219>
- Jørgensen, M.T. and Danieli, I. (2024) 'Micro-foundations of absorptive capacity in platform economy-based tour guiding companies', *Tourism Management*, 100, p. 104812. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104812>
- Newman, C. *et al.* (2022) 'Mental health issues among international touring professionals in the music industry', *Journal of*

- Psychiatric Research*, 145, pp. 243–249. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2021.12.031>.
- Nielsen, C.G. and Feddersen, A. (2023) 'Willingness to pay for hosting the Tour de France', *Sports Economics Review*, 3, p. 100014. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.serev.2023.100014>.
- Nishigaki, T. *et al.* (2024) 'Using entropy maximisation for establishing city-wide touristic tour patterns', *Applied Soft Computing*, 154, p. 111316. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.asoc.2024.111316>.
- Page, S.J. (2011) 'Chapter 7 - Tour operating and travel retailing', in S.J.B.T.-T.M. (Fourth E. Page (ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann, pp. 180–214. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-08-096932-9.10007-9>.
- Polat, H.A. and Arslan, A. (2019) 'The rise of popular tourism in the Holy Land: Thomas Cook and John Mason Cook's enterprise skills that shaped the travel industry', *Tourism Management*, 75, pp. 231–244. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.05.003>.
- RubacaRubaca, U. and KhanKhan, M. (2023) 'Job resourcefulness, job crafting and task performance in a post-COVID-19 context: a diary study on tour and travel frontline employees', *Career Development International*, 29(1), pp. 127–140. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/CDI-06-2023-0191>.
- Scheffer, A., Connors, R. and Viti, F. (2021) 'Trip chaining impact on within-day mode choice dynamics: Evidences from a multi-day travel survey', *Transportation Research Procedia*, 52, pp. 684–691. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.trpro.2021.01.082>.

- Tsaur, R.-C. and Chen, C.-H. (2018) 'Strategies for cross-border travel supply chains: Gaming chinese group tours to Taiwan', *Tourism Management*, 64, pp. 154–169. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.011>.
- Wong, I.A. *et al.* (2022) 'Welcome to stay-at-home travel and virtual attention restoration', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 51, pp. 207–217. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.03.016>.
- Wong, I.A., Lian, Q.L. and Sun, D. (2023) 'Autonomous travel decision-making: An early glimpse into ChatGPT and generative AI', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 56, pp. 253–263. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.06.022>.
- Yan, M., Ma, Q. and Zhang, L. (2023) 'Why do freelance tour guides still stay after the attack of COVID-19 : A path-dependent perspective', *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 56, pp. 31–39. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.05.021>.
- Zheng, X. *et al.* (2024) 'Two-stage greedy algorithm based on crowd sensing for tour route recommendation', *Applied Soft Computing*, 153, p. 111260. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.asoc.2024.111260>.

BAB 8

USAHA JASA WISATA

Oleh Krishna Anugrah

8.1 Pendahuluan

Pariwisata salah satu sektor yang merupakan andalan salah satu sektor bagi pendapatan negara dan daerah, kehadiran wisatawan ke suatu daerah diharapkan menumbuhkan sektor perekonomian daerah. Kedatangan wisatawan yang banyak untuk berlibur ke suatu destinasi menimbulkan efek berantai yang berdampak terhadap perputaran perekonomian daerah hal ini dapat diilustrasikan sebagai berikut wisatawan yang datang akan membeli wisata yang dijual seperti tiket masuk ke obyek wisata, di dalam obyek wisata terdapat penjual makanan, minuman, sewa peralatan yang mendukung aktivitas wisata seperti sewa perahu, sewa ban jika obyek wisata berada di pantai ataupun menampilkan wahana air. Negara dan daerah mendapatkan pendapatan dari pajak yang dihasilkan dari pendapatan penjualan produk wisata, penghasilan karyawan yang bekerja dibidang pariwisata dan lain sebagainya. Wisatawan selain dikenakan tiket masuk umumnya wisatawan ingin menikmati fasilitas lain yang disediakan seperti membeli makanan dan minuman. Makanan dan minuman yang laku terjual tentunya akan berdampak kepada penyediaan bahan baku. Bahan baku akan habis jika makanan dan minuman yang disediakan laku terjual sehingga para penjual yang berada di obyek akan membeli bahan baku ke penjual bahan baku, penjual baku mengadakan suplai untuk barang jualan dengan mencari ke produsen. Dengan demikian efek berantai dari sektor pariwisata berjalan baik, memutar perekonomian daerah karena timbulnya daya beli masyarakat dan menghidupkan masyarakat di daerah. Wisatawan yang datang ke obyek wisata tidaklah harus dari luar daerah dimana obyek berada, warga lokalpun dapat menikmati berwisata ke obyek yang ada di daerahnya. Secara umum jenis wisatawan terbagi menjadi 2 (dua) yakni wisatawan mancanegara

yakni wisatawan yang berasal dari negara lain dan wisatawan nusantara yang berasal dari daerah luar tempat wisata berada dan warga yang berada di daerah itu sendiri. Wisatawan yang berasal dari mancanegara dan yang berasal dari luar daerah akan memberikan efek berantai yang lebih luas lagi dalam proses perputaran ekonomi daerah. Biasanya mereka akan membeli tiket pesawat, tiket bus, travel minibus ataupun kapal laut kemudian mereka akan menghabiskan waktu istirahat (tidur) di akomodasi yang sesuai dengan keinginan dan anggarannya serta bila sudah mendekati proses kepulangan mereka akan mencari dan membeli oleh-oleh untuk sanak saudara ataupun rekan kerja ataupun teman-temannya. Tidak dapat dipungkiri dengan kondisi seperti tersebut maka banyak orang yang terlibat dalam kegiatan wisata, jumlah uang yang beredar akan semakin banyak dan terbagi-bagi sehingga daya beli masyarakat meningkat dikarenakan pendapatan dari sektor pariwisata.

Seluruh wilayah Indonesia memiliki potensi dari alam hingga budaya yang dapat dijadikan sektor pengembangan pariwisata. Sektor pariwisata tidak akan habis tidak seperti halnya sektor energi pertambangan akan habis bila dimanfaatkan terus menerus. Sektor pariwisata akan dapat terus berkembang dengan catatan bahwa sumber daya manusia sebagai pengelola berperan dengan baik, tanpa adanya pengelolaan dari sumber daya manusia maka sektor pariwisata tidak berjalan sebagai mana mestinya atau dengan kata lain berjalan ditempat. Daerah yang memiliki keterbatasan sumber daya alam seperti tidak memiliki sektor energi pertambangan dapat mengembangkan sektor pariwisata, karena sektor pariwisata mengembangkan keindahan alam, memanfaatkan sumber daya lainnya seperti adat dan budaya serta memperkuat sumber daya manusia sebagai pengelola.

Pariwisata sebenarnya merupakan sektor usaha yang harus dikelola dengan baik. Uraian di atas dapat diartikan bahwa banyaknya sektor usaha yang terlibat dalam pengembangan pariwisata. Pesawat, bus, *travel minibus* dan kapal pengangkut merupakan sektor usaha yang juga terlibat dalam perkembangan pariwisata sebagai alat transportasi yang membantu perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lain. Akomodasi juga merupakan

sektor usaha yang dapat dimiliki ataupun didirikan oleh perusahaan baik swasta maupun badan usaha pemerintah. Penjualan makanan dan minuman juga merupakan sektor usaha baik itu skala kecil, menengah dan besar. Penyediaan oleh-oleh yang terlibat dalam pengembangan pariwisata juga merupakan sektor usaha.

Sektor pariwisata menjual produk *tangible* dan *intangible*, produk ini keberadaannya harus saling mendukung sehingga menimbulkan rasa senang bagi yang membeli ataupun menggunakannya, sebagai contoh akomodasi menjual kamar, kamar merupakan produk yang nyata namun terdapat produk yang turut menyertainya tidak dapat dilihat secara kasat mata namun hanya dapat di rasakan oleh hati orang yang membeli atau menggunakan produk tersebut dapat seperti pelayanan keramahan karyawan dalam menyambut kedatangan tamu yang akan menginap. Permenparekraf no 4 tahun 2014 tentang Standar Usaha Jasa Perjalanan Wisata pasal 1 menyebutkan usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/ atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

Peraturan menteri pariwisata dan ekonomi kreatif tersebut menjabarkan tentang pengertian usaha pariwisata yang mana mengacu pada undang-undang no 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menyebutkan jenis usaha pariwisata. Undang-undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 14 menyebutkan usaha pariwisata, antara lain:

1. Daya tarik wisata
2. Kawasan pariwisata
3. Jasa transportasi wisata
4. Jasa perjalanan wisata
5. Jasa Makanan dan minuman
6. Penyediaan akomodasi
7. Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi
8. Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran
9. Jasa informasi pariwisata
10. Jasa konsultan pariwisata
11. Jasa Pramuwisata
12. Wisata tirta dan

13. Spa

Undang-undang tersebut telah menyebutkan secara garis besar jenis usaha pariwisata.

8.2 Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik berupa keunikan, kemudahan, keanekaragaman kekayaan alam, budaya, nilai sosial dan hasil buatan manusia dan nilai, yang menjadi keinginan wisatawan untuk datang ke suatu destinasi (Didin Syarifuddin, 2018). Penelitian lain (Ismayanti 2009) menjelaskan bahwa daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat (Lapian dkk dalam Ester, Syarifah and ZA Zainurossalamia Saida, 2020). Daya tarik wisata dapat dikelompokkan dalam beberapa jenis seperti keindahan alam (Pantai, danau, gunung), Sejarah (monumen, situs purbakala), fasilitas wisata (rumah makan, taman rekreasi), acara atau kegiatan khusus (festival, konser *music*).



Gambar 8.1. Salah Satu Daya Tarik wisata di Gorontalo
(Sumber: Dokumentasi pribadi, 2024)

Daya tarik wisata yang berasal dari alam dapat dijadikan sebagai obyek wisata demikian pula seperti fasilitas wisata rumah makan dapat dijadikan wisata kuliner. Obyek-obyek wisata dapat

dikelola sebagai suatu usaha baik itu secara bersama-sama atau pengelolaan berbasis Masyarakat ataupun dikelola oleh investor.

8.3 Kawasan Wisata

Pengertian kawasan pariwisata yaitu sebagai area yang dikembangkan dengan penyediaan fasilitas dan pelayanan lengkap (untuk rekreasi/relaksasi, pendalaman suatu pengalaman/kesehatan) (Rusvitasari and Solikhin, 2014). Undang-undang No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 menyebutkan kawasan strategis wisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek seperti pertumbuhan ekonomi, sosial, dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kawasan pariwisata merupakan area yang difungsikan atau diperuntukkan kepentingan kepariwisataan yang dikembangkan dengan berbagai macam fasilitas dan pelayanan sehingga berpengaruh terhadap segala aspek kehidupan seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya. Area yang dijadikan kawasan memiliki batasan luasan dengan batasan tersebut dapat saja satu kawasan pariwisata terdiri dari beberapa obyek pariwisata yang dilengkapi dengan berbagai macam fasilitas dan pelayanan.

8.4 Jasa Transportasi Wisata

Transportasi memiliki peran yang penting dalam pariwisata, karena transportasi sebagai alat yang membawa perpindahan manusia dari satu tempat dari asal menuju tempat tujuan. Tujuan utama transportasi sebagai alat perpindahan manusia baik untuk peruntukan umum ataupun peruntukkan khusus. Permenpar No 18 tahun 2016 tentang pendaftaran usaha pariwisata pasal 1 menjelaskan tentang pengertian Usaha Jasa Transportasi Wisata yakni adalah usaha penyediaan angkutan untuk kebutuhan dan kegiatan pariwisata, bukan angkutan transportasi reguler/umum. Pengertian tersebut dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan jasa transportasi wisata merupakan angkutan yang khusus

digunakan untuk keperluan atau kepentingan berwisata. Banyak bentuk transportasi wisata yang sudah dikenal selama ini, umumnya transportasi tersebut adalah transportasi darat dan transportasi air, seperti bus pariwisata, sewa *travel minibus* (*shuttle*), kereta wisata, perahu wisata dan kapal pesiar.

Sekian banyak jenis transportasi darat dan air yang tersedia diperlukan perizinan usaha bagi para pemilik usaha. Izin usaha diperlukan saat alat transportasi mulai digunakan atau dioperasikan. Izin operasional dilakukan ke instansi pemerintah terkait, seperti dinas perhubungan atau kementerian perhubungan. Banyak jenis perizinan yang dikeluarkan oleh pemerintah, hal ini dilakukan tergantung besar kecilnya usaha yang didirikan, jumlah minimal armada yang harus dimiliki jika transportasi darat, uji kelaikan untuk memastikan bahwa kendaraan atau alat transportasi yang digunakan untuk operasional masih laik jalan sehingga meminimalisir terjadinya kecelakaan dan lain sebagainya.

Penggunaan transportasi pariwisata terutama angkutan darat umumnya disewakan khusus kepada orang tertentu yang ingin menggunakan untuk keperluan wisata kelompoknya. Biaya sewa atau tarif yang dibayarkan merupakan biaya sewa 1(satu) kendaraan dalam hitungan waktu tertentu, sebagai contoh sewa bus pariwisata dengan tarif per hari atau per 12 jam. Namun akan berbeda dengan transportasi air seperti kapal pesiar, tarif akan dikenakan per individu yang ingin menikmati pelayaran dari satu tempat ke tempat lain dengan durasi waktu yang telah ditentukan. Pelayaran kapal pesiar menawarkan pelayanan dan fasilitas seperti hotel dan juga taman rekreasi yang dapat dinikmati selama pelayaran.

Usaha dalam bidang transportasi darat khusus sewa pariwisata saat ini cukup menjanjikan untuk mendatangkan pendapatan bagi para pelaku usahanya. Hal ini dikarenakan memiliki tarif khusus yang memiliki kepastian pendapatan bila tersewa. Pengusaha tidak akan bingung mencari kekosongan tempat duduk yang tidak terisi yang menimbulkan berkurangnya pendapatan dengan beban biaya operasional yang sama.

8.5 Jasa perjalanan wisata

Usaha jasa perjalanan wisata dengan usaha jasa transportasi tidaklah sama. Usaha jasa perjalanan wisata lebih kepada mengatur dan atau menawarkan perjalanan wisata kelompok. Penawaran ini dilakukan oleh biro atau agen perjalanan wisata, umumnya biro atau agen perjalanan mengemas penawaran wisata di suatu lokasi dengan mengemas perjalanan dimulai dari transportasi dan akomodasi yang digunakan, kunjungan tempat wisata yang telah ditentukan, jumlah hari dihabiskan, tarif atau biaya yang dikenakan hingga pengaturan kebutuhan makan dan minum serta kunjungan pembelian suvenir.

Biro atau agen perjalanan dalam menyusun penawaran wisata berkerja sama dengan pihak terkait yang memiliki hubungan dengan wisata yang ditawarkan. Kerja sama bertujuan untuk mendapatkan harga khusus untuk mendapatkan produk dan pelayanan yang sesuai, sebagai contoh kerja sama dengan pihak penyedia makanan dan minuman, biro atau agen akan mendapatkan harga khusus bukan harga umum untuk makanan dan minuman yang disajikan kepada tamu yang datang dari biro atau agen perjalanan untuk dihidangkan secara prasmanan. Harga umum yang ditetapkan selain biro atau agen perjalanan adalah sebesar Rp 50.000/orang, namun dengan kerja sama maka biro atau agen perjalanan hanya dikenakan biaya sebesar Rp 35.000/orang untuk jenis hidangan yang sama.

Selisih harga merupakan keuntungan bagi pihak biro atau agen perjalanan, sehingga harga paket wisata yang ditawarkan bisa dikurangi beban biayanya dengan demikian harga paket wisata akan menjadi lebih kompetitif di mata calon konsumen dan menarik untuk dibeli.

8.6 Jasa Makanan dan minuman

Makanan dan minuman sangat dibutuhkan oleh manusia, merupakan salah satu kebutuhan dasar yang harus dipenuhi setiap hari dalam kondisi dan situasi apapun. Rasa haus dan lapar akan timbul dalam tubuh manusia, sehingga harus mengkonsumsi makanan dan minuman agar tetap dapat beraktifitas seperti biasa. Makanan dan minuman juga diperlukan oleh manusia saat

berwisata, oleh sebab itu diperlukan kehadiran usaha jasa makanan dan minuman.

Usaha jasa makanan dan minuman memiliki ragam jenis berdasarkan makanan dan minuman yang disajikan. Berdasarkan jenis usahanya dapat dibedakan menjadi usaha kecil dan menengah serta usaha besar. Berdasarkan jenis usaha makanan dan minuman yang disajikan dibedakan menjadi restoran cepat saji, *specialist restaurant* (menu hidangan dari daerah atau negara tertentu), *coffeshop*, *fine dinning*, *bar*, *catering* dan lain sebagainya.

Kesuksesan usaha jasa makanan dan minuman tergantung pada beberapa faktor seperti kemampuan juru masak yang memproduksi makanan, pelayanan yang dihadirkan, suasana yang diciptakan, harga jual makanan dan minuman, kebersihan ruangan. Usaha makanan dan minuman juga dapat dinikmati warga lokal ditempat usaha tersebut berada, bukan hanya wisatawan saja yang dapat menikmati makanan dan minuman yang dijual. Sehingga peluang untuk mendapatkan pendapatan serta keuntungan menjadi tidak terbatas. Mendirikan usaha jasa makanan dan minuman memerlukan perizinan yang harus dilakukan mulai dari izin badan usaha hingga beberapa jenis usaha memiliki sertifikat halal dalam upaya membangun kepercayaan pelanggan. Perizinan pendirian usaha jasa makanan dan minuman dapat dilakukan ke instansi pemerintah daerah dimana lokasi usaha dilaksanakan.

Beberapa tahun lalu pemerintah khususnya dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata daerah mempunyai program wisata kuliner. Wisata ini merupakan wisata minat khusus bagi individu maupun kelompok yang memiliki minat dalam bidang kuliner, yang ingin mencoba makanan dan minuman khas dari negara lain atau daerah lain. Wisata kuliner ini diharapkan menjadi salah satu faktor pendorong kemajuan pariwisata dan ketertarikan individu maupun kelompok penggemar kuliner untuk datang ke Indonesia ataupun ke provinsi lain, sambil menikmati kuliner juga dapat berwisata sekaligus. Wisata kuliner dapat dibangun oleh individu, perusahaan swasta ataupun sekelompok masyarakat, dengan menghadirkan keindahan alam yang mana juga dapat menikmati menu hidangan yang dijual secara bersamaan.

8.7 Penyediaan Akomodasi

Akomodasi atau penginapan adalah salah satu bidang yang memegang peran penting dalam pembangunan pariwisata. Akomodasi menyediakan tempat menginap bagi individu atau kelompok yang belum memiliki tempat untuk menginap di daerah tujuan. Akomodasi sendiri terbagi menjadi 2(dua) klasifikasi yakni kelas berbintang dan kelas non bintang. Perbedaan kelas tersebut terletak antara lain pada fasilitas yang disediakan atau yang dimiliki, jumlah kamar yang disediakan dan lain sebagainya. Semakin banyak jumlah kamar yang dimiliki dan fasilitas yang dimiliki semakin banyak maka klasifikasi yang dimiliki dapat semakin tinggi.

Kelas hotel non bintang umumnya memiliki jumlah kamar yang sedikit dengan fasilitas yang kurang lengkap jika dibandingkan hotel yang berbintang. Contoh fasilitas yang biasanya terdapat pada akomodasi berbintang adalah fasilitas olahraga (kolam renang, lap tennis, *gym*), layanan antar jemput bandara menggunakan kendaraan hotel, fasilitas parkir mobil yang luas, kelengkapan kamar (*stasionery, aminities*) dan desain kamar, penyewaan ruangan perhelatan dan rapat, *restaurant*, binatu, pusat informasi.

Kehadiran fasilitas akomodasi yang jumlahnya banyak terdapat di daerah menunjang pengembangan kepariwisataan daerah, bagi wisatawan yang ingin datang berkunjung tidak akan bingung mencari akomodasi yang akan dipilih. Banyaknya pilihan akomodasi yang hadir di suatu daerah tidak akan mengurungkan niat kedatangan wisatawan sehingga wisatawan juga dapat menghabiskan waktu bermalam di daerah tersebut dan juga turut memberikan kontribusi kepada pendapatan daerah. Namun jika tidak ada ataupun kurangnya fasilitas akomodasi yang banyak dan memadai yang menjadi pilihan dapat saja yang terjadi adalah wisatawan hanya datang ke daerah tersebut untuk menghabiskan waktu beberapa jam saja dan kembali pulang ke rumah atau mereka akan hanya menjadikan lokasi transit sesaat untuk menuju wisata selanjutnya yang berada di daerah tetangga.

Fasilitas akomodasi yang ada di suatu daerah juga dapat dinikmati oleh warga lokal di daerah tersebut, seperti menggunakan persewaan ruangan rapat atau membuat kegiatan perusahaan atau instansi di ruangan perhelatan, dengan demikian akomodasi

memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Pembagian kelas klasifikasi akomodasi ditentukan oleh suatu lembaga sertifikasi usaha dengan melihat kesesuaian kualifikasi yang ditentukan oleh aturan-aturan. Klasifikasi akomodasi dapat mendorong kepercayaan dan pemenuhan harapan konsumen dalam menggunakan produk yang dijual. Harga yang ditawarkan oleh akomodasi berbintang dengan non bintang akan berbeda, akomodasi berbintang akan cenderung menawarkan harga yang lebih mahal dari yang non bintang.

8.8 Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan rekreasi

Kegiatan hiburan dibutuhkan bukan hanya untuk wisatawan namun kegiatan ini juga dibutuhkan oleh warga masyarakat sekitar, agar dapat menyelenggarakan kegiatan ini umumnya memerlukan tempat yang luas sehingga dapat menampung banyak orang contohnya penyelenggaraan konser musik grup band ternama dan memiliki penggemar yang banyak. Penyelenggaraan konser musik grup band ternama juga dapat mendorong kegiatan wisata. Penggemar akan berminat melihat konser musik yang akan diselenggarakan di daerah atau negara tertentu, jika konser yang diadakan tidak jauh dari tempat tinggalnya dan dirasa masih dapat dijangkau maka penggemar tersebut akan membeli tiket konser yang diikuti dengan pembelian lainnya seperti akomodasi, tiket pesawat, makan dan minum selama menginap. Pelaksanaan kegiatan seperti ini harus mengkaji kesiapan daerah sehingga dengan kegiatan ini bukan hanya pendapatan dari konser saja yang didapatkan akan tetapi dampak berantai ke bidang lain juga turut menikmati pendapatan.

Kegiatan rekreasi juga memiliki kesamaan dengan kegiatan hiburan, namun kecenderungan kegiatan ini lebih banyak dinikmati oleh warga lokal yang ingin memilih menghabiskan waktu untuk wisata dalam waktu yang hanya beberapa jam. Kegiatan rekreasi umumnya merupakan wisata buatan yang terdapat di suatu daerah, warga lokal datang untuk menikmati wisata yang disediakan oleh penyelenggara. Lokasi yang digunakanpun harus memiliki luas yang memadai sehingga dapat menampung banyak orang untuk berwisata dengan berbagai macam fasilitas disediakan, sebagai

contoh wisata wahana air (*water park*), kebun binatang dan lain sebagainya.

Kegiatan hiburan dapat dilaksanakan oleh suatu badan usaha biasanya disebut dengan *event organizer* sedangkan untuk kegiatan rekreasi juga dapat dilakukan oleh suatu badan usaha ataupun individu yang berperan sebagai investor dan juga sebagai pengelola kegiatan.

8.9 Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan insentif, Konferensi dan Pameran

Kegiatan ini sering dikenal dengan MICE, untuk dapat menyelenggarakan kegiatan ini diperlukan tempat yang memadai tergantung tingkat pelaksanaannya seperti pelaksanaan tingkat nasional, pelaksanaan tingkat daerah dan tingkat internasional. Penyelenggaraan kegiatan MICE akan melibatkan dan memerlukan dukungan banyak pihak agar dapat terselenggara dengan baik. Utamanya bila diselenggarakan pada tingkat yang lebih tinggi seperti tingkat nasional dan tingkat internasional. Kegiatan ini biasanya akan ditangani oleh suatu badan usaha yang bergerak khusus menangani pertemuan-pertemuan biasa disebut dengan *Event Organizer*.

Penyelenggaraan MICE memerlukan waktu yang cukup panjang agar dapat berjalan dengan baik dimulai dari waktu perencanaan dan hingga evaluasi hasil penyelenggaraan. Koordinasi antar pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan kegiatan MICE sangat menentukan kesuksesan berjalannya acara. Penyelenggaraan kegiatan MICE juga harus memperhatikan batasan yang menjadi aturan baku sehingga menjadi layak untuk dilaksanakan, sebagai contoh penyelenggaraan MICE untuk tingkat internasional bahwa daerah harus memiliki jumlah hotel berbintang dengan jenis kamar kelas tertentu yang sudah menjadi ketetapan sehingga dapat digunakan oleh tamu VIP suatu delegasi negara yang hadir.

8.10 Jasa Informasi Pariwisata

Usaha ini merupakan jasa yang memberikan informasi tentang daerah wisata yang ada di daerah tempat keberadaan kantor informasi pariwisata. Umumnya informasi yang diberikan

sudah dilengkapi dengan penawaran paket tour, pihak informasi memiliki kerjasama dengan beberapa badan usaha ataupun orang yang memiliki usaha berkaitan dengan penyelenggaraan wisata.

8.11 Jasa Konsultan Pariwisata

Usaha jasa konsultan pariwisata dibutuhkan dalam pembangunan ataupun pengembangan pariwisata. Jasa konsultan umumnya berbadan hukum yang dimiliki oleh individu yang memiliki tim tenaga kerja ahli bidang kepariwisataan. Tim tersebut bekerja untuk memberikan masukan kepada pemerintah ataupun badan usaha yang ingin membuka, mengembangkan wisata mulai dari kajian aspek analisis pasar hingga dampak yang akan ditimbulkan dari pengembangan wisata tersebut. Dengan adanya jasa konsultan ini maka pembangunan, pengembangan wisata daerah dapat terarah dan tertata dengan baik.

8.12 Jasa Pramuwisata

Tour guide merupakan salah satu usaha dalam bidang pariwisata yang memiliki salah satu tugas mengawal wisatawan di daerah tujuan wisata dan memberikan penjelasan mengenai segala aspek yang berkaitan di tempat wisata, seperti aturan yang diterapkan di obyek wisata. Menjadi seorang *tour guide* harus memenuhi kualifikasi yang telah ditetapkan dan mengikuti pelatihan profesi sehingga tidak diragukan kemampuannya dalam membawa wisatawan. Pelatihan profesi untuk *tour guide* dilakukan oleh lembaga sertifikasi profesi yang telah mendapatkan legalitas dari pemerintah.

Seorang *guide* dapat bekerja tanpa melalui biro atau agen perjalanan wisata. *Guide* akan berkerja mencari orang atau kelompok yang akan berwisata di daerah tersebut dengan melakukan penawaran harga. *Guide* yang bekerja tersebut umumnya memiliki kerjasama dengan penyedia pelayanan jasa lainnya seperti akomodasi dan transportasi. *Guide* yang berkerja di bawah naungan biro atau agen perjalanan akan bekerja pada saat wisata yang tawarkan kepada wisatawan berjalan sesuai dengan paket yang *tour* yang ditawarkan.

8.13 Wisata Tirta

Permenpar No 18 tahun 2016 pasal 1 menyebutkan pengertian Usaha Wisata Tirta adalah usaha penyelenggaraan wisata dan olahraga air untuk rekreasi, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan laut, pantai, sungai, danau, dan waduk. Lebih lanjut dijelaskan dalam pasal 13 yang berbunyi Bidang usaha wisata tirta meliputi jenis usaha:

1. Wisata arung jeram;
2. Wisata dayung;
3. Wisata selam;
4. Wisata memancing;
5. Wisata selancar;
6. Wisata olahraga tirta; dan
7. Dermaga wisata.

Usaha wisata tirta dapat didirikan oleh badan usaha berbadan hukum ataupun perorangan, untuk dapat beroperasi diperlukan perizinan dengan instansi pemerintah daerah terkait.

8.14 SPA

Salus Per Aquam (SPA) memiliki arti kesehatan melalui air. Pada Permenkes no 8 tahun 2014 tentang Pelayanan Kesehatan SPA pasal 1 menyebutkan Pelayanan Kesehatan SPA adalah pelayanan kesehatan yang dilakukan secara holistik dengan memadukan berbagai jenis perawatan kesehatan tradisional dan modern yang menggunakan air beserta pendukung perawatan lainnya berupa pijat penggunaan ramuan, terapi aroma, latihan fisik, terapi warna, terapi musik, dan makanan untuk memberikan efek terapi melalui panca indera guna mencapai keseimbangan antara tubuh (body), pikiran (mind), dan jiwa (spirit), sehingga terwujud kondisi kesehatan yang optimal. Lebih lanjut dalam pasal 5 dijelaskan pelayanan kesehatan yakni:

1. Pelayanan kesehatan SPA tradisional
2. Pelayanan kesehatan SPA medis.

Kehadiran usaha SPA turut mendukung pengembangan pariwisata, walaupun tidak semua wisatawan membutuhkan SPA. SPA hadir sebagai fasilitas yang menunjang diperuntukkan bagi wisatawan yang ingin lebih relaksasi saat lelah setelah mengunjungi obyek wisata. SPA biasanya hadir disediakan sebagai salah satu fasilitas di akomodasi berkelas bintang, namun saat ini sudah banyak usaha SPA yang berdiri sendiri yang bukan sebagai bagian fasilitas hotel sehingga orang dapat bebas memilih tempat SPA yang hadir di daerah tersebut. SPA tidak hanya dapat digunakan oleh wisatawan namun juga dapat digunakan bagi masyarakat yang berdiam di daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Didin Syarifuddin (2018) 'Pasar Tradisional Dalam Perspektif Nilai Daya Tarik Wisata', *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 15(1), pp. 19–32.
- Ester, A., Syarifah, H. and ZA Zainurossalamia Saida (2020) 'Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda', *Jurnal Manajemen*, 12(1), pp. 145–153. Available at: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>.
- Rusvitasari, E. and Solikhin, A. (2014) 'Strategi Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Obyek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang', *Pariwisata Indonesia*, 10(1), pp. 1–24.
- Peraturan Menteri Pariwisata No 18 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata.
- Peraturan Menteri kesehatan No 8 Tahun 2014 Tentang Pelayanan Kesehatan SPA.
- Undang-undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

BAB 9

USAHA SARANA PARIWISATA

Oleh Dina Mayasari Soeswoyo

9.1 Pendahuluan

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor yang signifikan dalam perekonomian global, termasuk di Indonesia. Dengan besarnya kekayaan alam, keragaman budaya, dan warisan sejarah yang kaya, Indonesia memiliki potensi kuat untuk menjadi salah satu tujuan pariwisata unggul di dunia. Sektor pariwisata telah memberikan kontribusi yang penting dalam pembangunan Indonesia, seperti membuka peluang bagi berbagai usaha pariwisata, meningkatkan kesempatan kerja bagi penduduk lokal, meningkatkan pendapatan pajak negara, mempromosikan kekayaan budaya bangsa, dan juga dalam mendatangkan devisa negara. Bahkan sejak tahun 2017, sektor pariwisata Indonesia telah menjadi penyumbang valuta asing terbesar ke-dua bagi negara (Soeswoyo, 2019).

Untuk mendukung pertumbuhan sektor dan peningkatan daya saing pariwisata, penting bagi Indonesia untuk mengembangkan infrastruktur dan juga sarana pariwisata pendukung yang memadai (Djati et al., 2023). Tersedianya beragam fasilitas pendukung, memiliki fungsi dan pengaruh penting pada perkembangan industri pariwisata. Pengembangan sarana wisata harus dapat menyesuaikan dengan kebutuhan para wisatawan, termasuk preferensi mereka terkait dengan tingkat dan mutu pelayanan. Ini tidak hanya penting untuk kenyamanan wisatawan tetapi juga sebagai sumber pendapatan bagi mereka yang terlibat dalam industri pariwisata. Oleh karena itu, pemahaman tentang jenis usaha sarana pariwisata yang dibutuhkan dan patut dikembangkan sangatlah penting bagi para *stakeholders* yang terlibat, baik pemerintah, swasta, dan juga masyarakat (Galang et al., 2009).

Bab ini memaparkan tentang pengertian dari usaha sarana pariwisata, berbagai bidang dan jenisnya, Beberapa kategori usaha atau bisnis pariwisata, dan juga aspek legalitas yang perlu diperhatikan bagi para calon pengusaha pariwisata. Dengan membaca bab ini, diharapkan dapat memberi wawasan lebih luas tentang beragam usaha pariwisata, dan perizinan yang perlu dilengkapi untuk turut mengembangkan pariwisata Indonesia melalui usaha sarana pariwisata.

9.2 Pengertian Usaha Sarana Pariwisata

Sarana merupakan peralatan yang secara langsung digunakan untuk mencapai suatu tujuan (Suhelayanti et al., 2020). Sarana wisata merupakan fasilitas atau alat yang merupakan bagian dari suatu destinasi wisata, yang memungkinkan wisatawan untuk dapat berkunjung, menikmati atau turut terlibat dalam *atracttion* yang disediakan, bahkan menginap di lokasi tersebut (Ester et al., 2020). Menurut (Koranti et al., 2017), sarana wisata adalah komponen penting dalam pembentukan produk wisata yang berfungsi untuk mendukung kemudahan dan kenyamanan wisatawan selama perjalanan mereka. Dalam Undang-Undang, disebutkan bahwa usaha atau bisnis sarana pariwisata meliputi berbagai kegiatan untuk membangun, mengelola, dan menyediakan bermacam-macam fasilitas berikut jasa yang diperlukan dalam penyelenggaraan pariwisata (UU-RI No. 9 Tentang Kepariwisataan, 1990).

Dari beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa usaha sarana pariwisata merupakan berbagai usaha yang mencakup penyediaan, pembangunan, dan pengelolaan fasilitas pariwisata berikut dengan pelayanan yang terkait di dalamnya, yang bertujuan untuk memudahkan dan memungkinkan wisatawan berkunjung dan/atau tinggal di suatu destinasi wisata. Dalam cakupan yang lebih luas, Usaha Pariwisata didefinisikan menurut Peraturan Menteri Pariwisata adalah berbagai bentuk bisnis yang menyediakan barang dan/atau jasa untuk kebutuhan wisatawan dan turut menyokong pariwisata terselenggara (Permenparekraf, 2016).

Sarana dan prasarana berperan penting dalam membantu kelancaran, keteraturan, serta efektivitas dan efisiensi suatu kegiatan. Pembangunan sarana wisata harus melihat aspek kebutuhan wisatawan, dari sisi jumlahnya maupun kualitasnya. Memperhatikan aspek kualitatif sarana wisata akan mencerminkan mutu pelayanan yang diberikan, sehingga akan tercermin dalam kepuasan wisatawan yang ditimbulkan (Mistriani et al., 2021).

9.3 Usaha Sarana Pariwisata

Usaha sarana pariwisata memegang peran penting sebagai penyedia fasilitas dan layanan yang mendukung kegiatan wisatawan selama mereka berkunjung ke suatu destinasi. Sarana pariwisata mencakup berbagai fasilitas yang secara langsung berkontribusi terhadap pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang bidang usaha sarana pariwisata menjadi kunci dalam mengoptimalkan potensi pariwisata suatu daerah.

9.3.1 Bidang Usaha Pariwisata dan Usaha Sarana Pariwisata

Menurut Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata (2016), sektor pariwisata mencakup 13 bidang;

1. Daya tarik wisata (*tourist attraction*)
2. Kawasan pariwisata
3. Angkutan pariwisata
4. Jasa perjalanan wisata
5. Jasa makanan dan minuman
6. Penyediaan penginapan
7. Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi
8. Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran
9. Jasa informasi pariwisata
10. Jasa konsultan pariwisata
11. Jasa pramuwisata
12. Wisata tirta
13. Spa

Semua bidang usaha pariwisata ini kemudian dikelompokkan ke dalam tiga kategori yaitu:

1. Usaha atau Bisnis jasa pariwisata,
2. Bisnis objek dan daya tarik wisata, dan
3. Bisnis sarana pariwisata, sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 9.1 berikut:

Tabel 9.1. Bidang Usaha Pariwisata

	Usaha Jasa Pariwisata	Bisnis Objek dan Daya Tarik Pariwisata	Bisnis Sarana Pariwisata
Definisi	Usaha atau bisnis yang menyediakan layanan perencanaan, layanan pelayanan, dan layanan penyelenggaraan dalam industri pariwisata.	Kegiatan pengelolaan pembangunan dan pengelolaan objek dan atraksi wisata, termasuk berbagai fasilitas dan infrastrukturnya, atau mengelola daya tarik maupun objek wisata yang sudah tersedia.	Bisnis yang terlibat dalam pembangunan, pengelolaan, dan penyediaan fasilitas serta jasa untuk memenuhi berbagai keperluan wisatawan.
Jenis atau Tipe Usaha	Jasa biro perjalanan untuk wisatawan Jasa agen perjalanan pariwisata Jasa pramuwisata Jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran Jasa impresariat Jasa konsultasi pariwisata Jasa informasi pariwisata.	Pengelolaan atraksi alam dan objek pariwisata Pengelolaan atraksi budaya dan objek wisata Pengelolaan atraksi minat khusus dan objek pariwisata	Penyediaan fasilitas penginapan Penyediaan layanan makan dan minum Pengadaan transportasi wisata fasilitas wisata air Pengembangan dan tata kelola kawasan pariwisata

Sumber: UU Kepariwisataan, 2009

Berdasarkan data Tabel 9.1, dapat disimpulkan bahwa usaha sarana pariwisata terdiri atas lima bidang usaha, yang dipaparkan lebih jelas dalam Tabel 9.2 berikut :

Tabel 9.2. Bidang Usaha Sarana Pariwisata dan Jenis Usaha

No	Bidang Usaha Sarana Pariwisata	Pengertian	Jenis Usaha
1	Penyediaan Akomodasi Pariwisata	Bisnis yang menyediakan layanan akomodasi untuk wisatawan yang juga dapat disertai dengan berbagai layanan pariwisata tambahan.	a. Hotel b. Kondominium hotel c. Apartemen servis d. Bumi perkemahan e. Persinggahan karavan f. Vila g. Pondok wisata h. Jasa manajemen hotel i. Hunian wisata senior/lanjut usia j. Rumah wisata (<i>Homestay</i>) k. Motel.
2	Penyediaan Makanan dan Minuman	Bisnis yang menyediakan makanan dan minuman lengkap dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan	a. Restoran b. Rumah makan c. Bar/rumah minum d. Kafe e. Jasa boga f. Pusat penjualan makanan.

No	Bidang Usaha Sarana Pariwisata	Pengertian	Jenis Usaha
		penyajian.	
3	Penyediaan Angkutan Wisata	Bisnis yang menyediakan layanan angkutan khusus untuk kebutuhan dan aktivitas pariwisata, bukan angkutan transportasi reguler atau umum.	a. Angkutan jalan wisata b. Angkutan wisata dengan kereta api c. Angkutan wisata di sungai dan danau d. Angkutan laut wisata dalam negeri e. Angkutan laut internasional wisata.
4	Usaha Wisata Tirta	Bisnis yang mengorganisir kegiatan wisata dan olahraga air untuk rekreasi, termasuk menyediakan fasilitas dan infrastruktur, serta layanan lainnya yang dijalankan secara komersial di perairan laut, pantai, sungai, danau, dan waduk.	a. Wisata arung jeram b. Wisata dayung c. Wisata selam d. Wisata memancing e. Wisata selancar f. Wisata olahraga tirta g. Dermaga wisata.
5	Usaha Kawasan Pariwisata	Bisnis yang berfokus pada pembangunan atau pengelolaan kawasan tertentu dengan luas yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan industri pariwisata.	Pengukuan suatu wilayah sebagai kawasan pariwisata merupakan wewenang Pemerintah yang didasarkan pada perencanaan tata ruang kawasan dan sesuai dengan rencana pengembangan pariwisata. Contoh-contoh yang mencakup

No	Bidang Usaha Sarana Pariwisata	Pengertian	Jenis Usaha
			hal ini adalah Kawasan Nasional Geopark Ciletuh dan Kawasan konservasi Pulau Komodo.

Sumber : UU Kepariwisata, 2009; Permenpar, 2016

9.3.2 Jenis-jenis Usaha Sarana Pariwisata

Berikut adalah contoh beberapa jenis usaha sarana pariwisata

1. Akomodasi Wisata

Akomodasi merupakan fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal bagi wisatawan. Beberapa contoh meliputi:

- a. Hotel: Merupakan salah satu jenis akomodasi yang paling lengkap dan paling umum. Hotel menyediakan berbagai fasilitas seperti kamar penginapan, restoran, layanan makan dan minum, serta layanan lainnya untuk umum. Operasinya bersifat komersial.
- b. Apartemen: Penginapan yang disewakan untuk jangka waktu tertentu dengan fasilitas yang mencakup kamar tidur, ruang tamu, kamar mandi, dapur, dan terkadang dilengkapi dengan peralatan memasak.
- c. Motel (Motor hotel): Bangunan yang dirancang untuk keperluan penginapan dengan fasilitas tambahan berupa garasi di setiap kamar. Biasanya berbentuk bangunan dua lantai, dengan kamar tidur di lantai atas dan garasi untuk motor atau mobil di lantai bawah. Motel juga sering dilengkapi dengan fasilitas seperti pompa bensin dan bengkel untuk mobil atau motor. Jenis lain dari motel termasuk moberge, motorlodge, motor court, dan motor inn.
- d. Rumah wisata (Homestay): Rumah pribadi yang kamar-kamarnya disewakan kepada wisatawan untuk tinggal

sementara. Pemilik rumah biasanya tinggal di tempat tersebut dan berinteraksi dengan para tamu wisatawan.

2. Penyediaan Makanan dan Minuman

a. Restoran atau rumah makan

Restoran atau rumah makan adalah usaha yang menyediakan layanan makanan dan minuman secara komersial, menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KN.73/PVVI05/MPPT-85 tentang Peraturan Usaha Rumah Makan dan Jasa Pangan. Restoran umumnya menjadi tujuan bagi individu ataupun wisatawan yang mencari beragam pilihan makanan dan minuman, seringkali masing-masing restoran memiliki ciri khasnya sendiri yang membedakan dengan restoran lainnya, baik melalui menu masakan minuman, hiburan, maupun desain fisik bangunannya.

Restoran dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis berdasarkan sistem pengelolaan dan penyajiannya, menurut Prasetya (2011), yaitu *Formal Restaurant*, *Informal Restaurant*, dan *Specialties Restaurant*.

1) *Formal Restaurant* (restoran formal):

Restoran formal adalah industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara profesional dengan layanan eksklusif. Beberapa ciri khas restoran formal adalah:

- a) Pelanggan biasanya harus melakukan reservasi terlebih dahulu.
- b) Pelanggan diharapkan mengenakan pakaian formal.
- c) Menu yang ditawarkan cenderung menu klasik atau populer di Eropa.
- d) Penyajian makanan menggunakan sistem Russian Service, French Service, atau modifikasi dari keduanya.
- e) Terdapat area khusus untuk minuman beralkohol sebelum makan.

- f) Menyediakan beragam merek minuman, terutama wine dan champagne dari berbagai negara penghasil wine.
- g) Menyediakan hiburan live music dan tempat untuk bersantai dengan suasana eksklusif.
- h) Harga makanan dan minuman relatif tinggi dibandingkan dengan restoran informal.
- i) Penataan bangku dan kursi memiliki area layanan yang lebih luas.

Contoh: *Membership Restaurant • Super Club • Gourmet • Main Dining Room • Grilled Restaurant • Executive Restaurant*

2) *Informal restaurant*

Restoran informal adalah industri jasa yang menyediakan makanan dan minuman secara komersial dan profesional, dengan fokus utama pada kecepatan pelayanan, kepraktisan, dan meningkatkan frekuensi pelanggan yang datang secara berkelanjutan. Beberapa ciri khas restoran informal adalah:

- a) Harga makanan dan minuman relatif terjangkau.
- b) Tidak ada sistem reservasi tempat untuk pelanggan.
- c) Tidak ada aturan berpakaian formal untuk pelanggan.
- d) Penyajian makanan dan minuman menggunakan *American Service*, *ready plate*, bahkan *self-service* atau *counter-service*.
- e) Tidak menyediakan hiburan live music.
- f) Meja dan kursi biasanya diletakkan cukup rapat satu sama lain.
- g) Daftar menu tidak disampaikan langsung oleh pramusaji kepada pelanggan, melainkan

dipampang di konter atau langsung di setiap meja untuk mempercepat proses pelayanan.

- h) Menu yang tersedia terbatas dan cenderung memuat menu-menu yang cepat disiapkan.

Contoh: • *Café* • *Cafeteria* • *Fast Food Restaurant* • *Coffe shop* • *Bistro* • *Canteen* • *Taverns* • *Family Restaurant* • *Pub* • *Sandwich corner* • *Burger corner* • *Snack bar*

3) *Specialties restaurant*

Specialty restaurant adalah bisnis layanan makanan dan minuman yang dijalankan secara komersial dan profesional dengan menawarkan hidangan khas dari suatu negara tertentu, yang disajikan dengan sistem penyajian yang khas. Restoran jenis ini memiliki beberapa ciri khas, termasuk menyediakan reservasi tempat, menyajikan menu khas yang populer dari suatu negara dan disukai oleh banyak pelanggan, mengadaptasi sistem penyajian sesuai dengan budaya negara asal dan memodifikasinya dengan pengaruh budaya internasional, hanya buka untuk makan siang atau makan malam, menyajikan menu yang disampaikan oleh pramusaji kepada pelanggan, *ala-carte* sering kali menyajikan musik atau hiburan khas dari negara asal, serta menawarkan harga makanan yang relatif tinggi dibandingkan dengan restoran informal.

Contoh: • *Indonesian food restaurant* • *Italian food restaurant* • *Thai food restaurant* • *Japanese food restaurant* • *Korean food restaurant*

b. Bisnis Bar/Rumah Minum

Bar merupakan usaha yang menyediakan minuman beralkohol maupun non-alkohol, dilengkapi dengan peralatan untuk pembuatan, penyimpanan, dan

penyajiaannya, berlokasi di satu tempat tetap tanpa berpindah-pindah.

c. Kafe

Kafe adalah bisnis yang menyediakan makanan ringan dan minuman, dilengkapi dengan berbagai alat dan perlengkapan untuk membuat, menyimpan, dan menyajikannya, menetap di satu tempat tanpa berpindah-pindah.

d. Jasa Boga

Jasa boga adalah bisnis yang menyediakan makanan dan minuman, dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk pembuatan, penyimpanan, dan penyajian, untuk diantar dan disajikan di lokasi yang diminta oleh pelanggan.

e. Pusat Penjualan Makanan

Pusat penjualan makanan adalah bisnis yang menyediakan area makan dilengkapi sarana dan prasarana untuk restoran, rumah makan, dan/atau kafe, dilengkapi dengan meja dan kursi.

9.3.2 Kategori Fungsi Usaha Sarana Pariwisata

Menurut Yoeti (1992), berdasarkan fungsinya dikenal ada tiga kategori sarana pariwisata yakni:

1. Sarana Pokok Pariwisata (*Main Tourism Superstructures*)

Sarana Pokok Pariwisata mengacu pada bisnis-bisnis yang secara langsung terkait dan berpengaruh pada aliran kunjungan wisata. Contoh termasuk agen perjalanan dan Biro perjalanan wisata, perusahaan transportasi pariwisata, hotel dan berbagai tipe penginapan lainnya, serta rumah makan. Kehadiran entitas-entitas ini dianggap sebagai fasilitas minimum yang harus ada di destinasi wisata; kekurangan salah satu dari mereka dapat mengganggu pengalaman wisatawan.

Sarana pokok pariwisata ini dapat dibagi menjadi Objek Sentra dan Subjek Sentra:

- a. Objek Sentra: mencakup berbagai usaha yang terlibat langsung dalam menyediakan layanan kepada wisatawan, seperti akomodasi, transportasi, tempat peristirahatan khusus, perusahaan kerajinan, toko souvenir, penyedia hiburan, serta lembaga promosi pariwisata.
- b. Subjek Sentra: termasuk perusahaan kantor keuangan yang mendukung kegiatan pariwisata (*Travel Bank, Travel Credit*), bisnis penerbitan yang bertugas mendukung promosi pariwisata, dan lembaga asuransi yang menangani perlindungan bagi wisatawan selama perjalanan.

2. Sarana Pelengkap Pariwisata (*Supplementing Tourism Superstructures*)

Sarana pendukung pariwisata merujuk pada entitas atau lokasi yang menyediakan fasilitas rekreasi untuk memperpanjang tinggal wisatawan di suatu destinasi. Walaupun fungsinya adalah sebagai pelengkap sarana pokok pariwisata, namun memiliki misi utama adalah untuk memperpanjang periode tinggal bagi wisatawan di suatu destinasi. Sarana pendukung pariwisata sering disebut sebagai perusahaan pariwisata sekunder karena tidak hanya melayani kebutuhan wisatawan, tetapi juga menyediakan layanan untuk kebutuhan komunitas lokal. Contoh usaha ini adalah: a. Toko-pakaian, toko perhiasan, toko kelontong, b. Layanan seperti binatu, salon, dan pusat kecantikan.

3. Sarana Penunjang Pariwisata (*Supporting Tourism Superstructures*)

Perusahaan yang berperan dalam mendukung sarana pelengkap dan pokok pariwisata disebut sebagai sarana penunjang pariwisata. Fungsi utama mereka tidak hanya memperpanjang masa tinggal wisatawan di destinasi tertentu, tetapi juga mendorong pengeluaran yang lebih banyak dari para wisatawan di lokasi yang mereka kunjungi. Contohnya meliputi klub malam, kasino, dan lain sebagainya. Tabel 13.3 di

bawah ini menggambarkan tiga jenis sarana pariwisata beserta contohnya.

Tabel 9.3. Kategori Sarana Pariwisata

SARANA POKOK PARIWISATA	SARANA PELENGKAP PARIWISATA	SARANA PENUNJANG PARIWISATA
Akomodasi Restoran/Rumah makan Jasa Perjalanan Wisata Transportasi Wisata	Kendaraan khusus untuk wisata (<i>cruise</i> , gerbong/ kendaraan khusus) <i>Art shop</i> Salon Laundry	Spa Kasino Karaoke Klub malam

Sumber : Yoeti, 1992

9.4 Legalitas Usaha Pariwisata

Menurut ketentuan yang tercantum dalam Peraturan Menteri Pariwisata tentang Registrasi Usaha Pariwisata (2016), setiap Pengusaha Pariwisata yang berencana menjalankan bisnisnya diwajibkan memiliki dokumen resmi yang disebut Tanda Daftar Usaha Pariwisata, yang sering disebut sebagai TDUP. Dokumen ini merupakan bukti resmi yang menegaskan bahwa usaha pariwisata yang dijalankan oleh pengusaha tersebut telah terdaftar dalam daftar usaha pariwisata (Kharisma & Yuniningsih, 2017).

Proses untuk memperoleh TDUP tersebut diajukan melalui Pelayanan Terpadu Satu Pintu, yang lebih dikenal dengan singkatan PTSP. Sistem pelayanan PTSP sudah terintegrasi yakni menggabungkan berbagai tahapan proses, mulai dari permohonan hingga penerbitan TDUP, yang dilakukan melalui satu pintu.

Registrasi atau pendaftaran bisnis pariwisata bertujuan utama pada beberapa hal. Pertama, memberikan jaminan hukum kepada Pengusaha Pariwisata agar mereka dapat menjalankan usaha mereka dengan keyakinan. Kedua, menyediakan sumber informasi yang jelas bagi semua pihak yang tertarik tentang status

registrasi bisnis pariwisata. Ketiga, menetapkan persyaratan yang harus dipenuhi dalam proses sertifikasi bisnis pariwisata.

Proses registrasi bisnis pariwisata harus mematuhi prinsip-prinsip penyelenggaraan pelayanan publik yang transparan. Prinsip-prinsip ini mencakup prosedur layanan yang sederhana, persyaratan teknis dan administratif yang mudah dimengerti, waktu penyelesaian yang cepat, aksesibilitas lokasi layanan yang baik, standar pelayanan yang jelas, dan ketersediaan informasi layanan yang terbuka untuk umum.

9.5 Ketentuan Umum Pendirian Restoran

Berdasarkan Peraturan Pemerintah, sektor usaha Rumah Makan dianggap sebagai bagian dari industri pariwisata, dan pengawasannya didelegasikan kepada Pemerintah Daerah Tingkat I (PP RI No 24, 1979). Untuk memastikan konsistensi dalam pengaturan dan pembinaan usaha Rumah Makan, pemerintah mengeluarkan Surat Keputusan (SK) Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi tentang Peraturan Urusan Rumah Makan, yang di antaranya menyebutkan bahwa pembinaan dan pengawasan Rumah Makan ditetapkan sebagai tanggung jawab Gubernur, sementara prosedur pengawasan ditentukan oleh Gubernur sebagai Kepala Daerah Tingkat I. Oleh karena itu, untuk mendirikan sebuah Rumah Makan, diperlukan izin lokasi dan izin usaha yang masing-masing diberikan oleh Gubernur sebagai Kepala Daerah Tingkat I. Perijinan dalam industri restoran umumnya dibagi menjadi dua jenis:

1. Ijin Sementara Usaha Restoran

Merupakan izin sementara dengan masa berlaku hingga 3 tahun yang diberikan oleh Direktorat Jenderal untuk pembangunan restoran.

2. Ijin Tetap Usaha Restoran

Izin Tetap Usaha Restoran yang diberikan oleh pemerintah bertujuan untuk mengoperasikan restoran, menekankan bahwa pengusaha harus memperoleh izin yang sesuai dari Direktorat Jenderal Pariwisata untuk membangun dan menjalankan restoran. Sementara itu, layanan-layanan lain di lingkungan restoran yang tidak termasuk dalam Izin Tetap Usaha restoran

harus dijalankan dengan izin usaha yang sesuai dengan regulasi yang berlaku. Pengawasan terhadap pembangunan dan operasional restoran dilakukan oleh Direktur Jenderal atau pejabat yang ditunjuk, termasuk proses pemindahan kepemilikan restoran atau perubahan nama dan lokasi yang harus dilaporkan secara tertulis.

Setiap usaha restoran dan rumah makan harus memperoleh izin dari Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Untuk memperoleh izin tersebut, masing-masing bisnis restoran harus memiliki sertifikat *hygiene* sanitasi yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan setempat. Selain itu, setiap restoran harus menunjuk seorang penanggung jawab yang memiliki pengetahuan tentang sanitasi makanan dan telah memiliki sertifikat yang sesuai. Staf yang menangani makanan di warung makan atau restoran harus dalam keadaan sehat dan menjalani pemeriksaan kesehatan secara berkala minimal dua kali setahun. Mereka juga harus memiliki sertifikat dari kursus penanganan makanan yang dapat diperoleh dari lembaga penyelenggara kursus sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Namun sejak tahun 1999, pemerintah kita telah menerapkan program kebijakan Otonomi Daerah (Otda) yang dilaksanakan mulai tahun 2001. Dengan diterapkannya kebijakan Otda ini, beberapa instansi pemerintah yang memiliki kewenangan dalam pengelolaan restoran dan rumah makan, bertanggung jawab kepada Kantor Dinas Pariwisata Daerah, dan mulai tahun 2001, segala bentuk perizinan, terutama yang berkaitan dengan restoran dan rumah makan, secara bertahap dialihkan kepada Pemerintah Daerah Tingkat II (Prasetya, 2011).

DAFTAR PUSTAKA

- Djati, S. P., Permata, A., Suyanto, B., Derizal, Octarina, D., Soeswoyo, D. M., Lasut, F. M. O., & Gandhiwati, H. T. (2023). *Pengantar Filsafat Pariwisata* (W. A. Rini & Nurbaeti (eds.)). PT . Scifintech Andrew Wijaya.
- Ester, A., Syarifah, H., & ZA Zainurossalamia Saida. (2020). Pengaruh daya tarik wisata citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 145–153.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Galang, O., Yudha, W., Ngurah, G., Ni, W., Ayu, G., & Satyawati, D. (2009). *Perkembangan Asas Partisipasi Dalam Peraturan Usaha Penyediaan Sarana Wisata Tirta*. 1–5.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata, Pub. L. No. Permenparrekraf No.18 Tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata (2016).
- Kharisma, D., & Yuniningsih, T. (2017). *Efektivitas Organisasi Dalam Penyelenggaraan Pelayanan Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang*. 11. <http://www.fisip.undip.ac.id>
- Koranti, K., Sriyanto, & Lestiyono. Sidik. (2017). Analisis Preferensi Wistawan Terhadap Sarana Di Wisata Kopeng. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(3), 242–254.
- Mistriani, N., Nasrullah, Lestari, N., Revida, E., Simarmata, M. M., Murdana, I. M., Suwandi, A., Utami, N. R., Lestari, Y., & Tristantie, N. (2021). Pengantar Pariwisata dan Perhotelan. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- PP RI No 24, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia 1 (1979). <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjWxrKeif7eAhVYfysKHcHWAOWQFjAAegQICRAC&url=https%3A%2F%2Fwww.ojk.go.id%2Fid%2Fkanal%2Fpasar-modal%2Fregulasi%2Fundang->

undang%2FDocuments%2FPages%2Fundang-undang-
nomo

- Prasetia, A. (2011). *Restoran dan Segala Permasalahannya, Jogja Resto dan Galery*. Andi Offset.
- Soeswoyo, D. M. (2019). Kontribusi Sektor Pariwisata Dan Realisasi Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota. *Jurnal Sosial Humaniora*, 10(2), 108.
<https://doi.org/10.30997/jsh.v10i2.2024>
- Suhelayanti, d. (2020). *Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- UU-RI No. 9 Tentang Kepariwisata, Republik Indonesia (1990).

BIODATA PENULIS



Tarida Marlin S.M, Ir, MM.

Dosen di Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan (IBIK), Bogor.

Penulis lahir di Tapanuli pada tahun 1962. Penulis menyelesaikan S1 pada Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, IPB dan menyelesaikan S2 di IPWIJA, Jakarta. Sejak tahun 2003 penulis menjadi dosen tetap STIE KESATUAN, sejak tahun 2019 menjadi IBI KESATUAN. Penulis Tahun 2021 penulis menjadi dosen tetap di Program Studi Pariwisata, Fakultas Informatika dan Pariwisata. Di Prodi Pariwisata penulis mengajar "*English for tourism*". Penulis lebih banyak mencurahkan waktu dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi (Pengajaran, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat). Pada saat ini penulis ditugaskan di LPPM IBI Kesatuan yang bertugas mengkoordinir semua administrasi di LPPM. Penulis menyukai aktifitas membaca dan menulis.

BIODATA PENULIS



Suyamto, S.ST., M. MPar.

Dosen Program Studi Perhotelan
Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Karanganyar

Penulis lahir di Karanganyar tanggal 13 Februari 1970. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Perhotelan Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Karanganyar. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Kepariwisata dan melanjutkan S2 pada Jurusan Kepariwisata.

Saat ini penulis merupakan dosen tetap di Program Studi Perhotelan Fakultas Komunikasi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Karanganyar. Selain sebagai dosen tetap, penulis merupakan praktisi di bidang perhotelan.

BIODATA PENULIS



Fatrisia Yulianie, SST.Par.,M.Par

Dosen Program Studi D3 Perhotelan
Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional

Penulis lahir di Palangka Raya tanggal 22 Juli 1985. Penulis adalah dosen tetap di Program Studi DIII Perhotelan, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Bali. Ia menyelesaikan Program D4 Pariwisata di Universitas Udayana pada tahun 2007 dengan gelar Sarjana Sains Terapan Pariwisata (SST.Par). Pada tahun 2013 melanjutkan Program Magister Kajian Pariwisata di Universitas Udayana dan tamat pada tahun 2015 dengan gelar Master Pariwisata. Pada saat ini sedang menempuh pendidikan di Program Doktorat Pariwisata Universitas Udayana dengan beasiswa LPDP-BPI. Selama beberapa tahun terakhir telah melahirkan beberapa buku dan karya ilmiah. Di antaranya buku referensi "Pariwisata Berbasis Masyarakat Model Bali", buku "Pariwisata Berkelanjutan", buku "Indonesia Maju", dan buku "Perencanaan Destinasi Pariwisata". Fokus penelitian *Community Based Tourism*.

BIODATA PENULIS



Ni Wayan Marsha Satyarini, S. ST. Par., M.Par., MM

Dosen Program Studi Pariwisata

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka

Penulis lahir di Jakarta, 19 Maret 1990. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka. Penulis menyelesaikan pendidikan D4 Perhotelan di Institut Pariwisata Trisakti, Jakarta dan melanjutkan pendidikan S2 Pariwisata dengan skema double degree di Institut Pariwisata Trisakti, Jakarta dengan konsentrasi atraksi dan destinasi pariwisata dan S2 Manajemen dengan bidang International Tourism Management di Burapha University, Thailand. Sampai saat ini penulis aktif melakukan penelitian di bidang pariwisata, khususnya perilaku wisatawan dan pariwisata alternatif.

BIODATA PENULIS



Normayasari, S.T., M.Sc

Dosen Program Studi Ekowisata Bahari
Akademi Komunitas Kelautan dan Perikanan Wakatobi

Penulis lahir di Kendari tanggal 26 Mei 1991. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ekowisata Bahari, Akademi Komunitas Kelautan dan Perikanan Wakatobi. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Teknik Arsitektur dan melanjutkan S2 pada Jurusan Kajian Pariwisata. Penulis memiliki hobi menulis. Beberapa tulisan yang dihasilkan berkaitan dengan tema pariwisata dan ekowisata bahari. Selain itu, penulis juga aktif melaksanakan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Memiliki pengalaman sebagai praktisi di perhotelan sebelum bergabung menjadi dosen di Akademi Komunitas Kelautan dan Perikanan Wakatobi menambah khasanah penulis dalam sektor kepariwisataan.

BIODATA PENULIS



Prof. Dr. Muhammad Hasyim, M.Si.

Dosen Program Studi Sastra Perancis
Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Hasanuddin

Penulis adalah dosen tetap pada Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin (Vokasi Destinasi Pariwisata, Program Studi Pariwisata dan Sastra Perancis). Menyelesaikan pendidikan Sarjana, Magister dan Doktor di Universitas Hasanuddin. Penyelesaian penelitian tugas akhir (disertasi) dilakukan di Universitas Toronto Kanada dengan pembimbing Prof. Marcel Danesi, pakar bidang semiotika. Telah mengikuti berbagai pelatihan dalam peningkatan SDM dosen di Perancis (1994 dan 2014) dan di Kanada (2011). Menghasilkan karya-karya ilmiah (artikel) yang telah diterbitkan di jurnal internasional bereputasi: Warkop (Coffeehouse) And The Construction Of Public Space In Makassar City (International Journal of Professional Business Review, 2022); Human-Computer Interaction: Method of Translation Facebook Auto Translation in Translating Arabic-Indonesian on Al Jazeera Channel Posts (International Journal of Intelligent Systems and Applications in Engineering, 2023); Digital Literacy on Current Issues in Social Media: Social Media as a Source of Information (Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 2023); Semiotic Multimodality Communication in The Age of New Media (Studies in Media and Communication, 2023); Humane Coffee: Meaning Symbolic Interaction of a Cup of Coffee (Migration Letters, 2023).

Penulis telah memiliki pengalaman sebagai reviewer pada jurnal Internasional (Scopus): Heliyon journal, Tourism Management, African Journal of Political Science and International Relations dan Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal). Terdapat beberapa buku yang telah diterbitkan antara lain: [Antara Tanah dan Air, Budi Daya Pasang Surut di Palingkau, Kalimantan Tengah](#) (terjemahan dari Bahasa Perancis ke Bahasa Indonensia), Semiotika dan Sensualitas dalam Iklan (2021); [Berwisata bersama cerita: menapaki sekelumit Sulawesi Selatan](#) (2022); Berani hadapi quarter life crisis (2023). Beberapa bookchapter yang telah dihasilkan antara lain: Pengantar dan Konsep Semiotika (2022); Penelitian Operasioanl (2023), Literasi Media (2023) dan Strategi Pemasaran Pariwisata (2023).

BIODATA PENULIS



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M, CSCP, CHRP.

Dosen Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara

Penulis lulus dari Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung pada tahun 1997, kemudian meniti karir profesional di industri perhotelan dan *hospitality*. Pada tahun 2011, dalam kondisi masih aktif bekerja di sebuah perusahaan ritel multinasional, penulis meneruskan pendidikan ke jenjang magister di Universitas Mercu Buana Jakarta dan lulus pada tahun 2013. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan ke jenjang doctoral pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2019 di Universitas Muhammadiyah Jakarta. Sejak tahun 2016 sampai sekarang penulis menjadi pengajar penuh waktu di Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara Tangerang. Penulis fokus pada bidang *supply chain*, *logistic* dan pengembangan sumber daya manusia. Sebagai seorang akademisi yang juga sekaligus berlatar belakang praktisi, penulis aktif menulis artikel ilmiah berskala nasional maupun internasional, termasuk di dalamnya aktif menjadi *reviewer* jurnal nasional dan internasional. Penulis mendapatkan hibah penelitian dari Kemristek Dikti RI pada tahun 2017 sampai dengan 2019. Penulis juga berperan aktif dalam asosiasi industri diantaranya adalah Asosiasi Logistik Indonesia, pengurus harian di Asosiasi Profesi Produktivitas Indonesia, Forum Doktor Manajemen Pendidikan dan forum industri lainnya. Penulis juga seorang asesor kompetensi Badan Nasional Sertifikasi Profesi Republik Indonesia (BNSP RI) untuk bidang logistik dan sumber daya manusia. Email Penulis: mohammad.annas@umn.ac.id/
annasjom@gmail.com

BIODATA PENULIS



Krishna Anugrah, S. ST Par., M.Par.

Dosen Program Studi Pariwisata
Program Vokasi Universitas Negeri Gorontalo

Penulis lahir di Jakarta tanggal 18 November 1976. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pariwisata Program Vokasi, Universitas Negeri Gorontalo. Menyelesaikan pendidikan D IV pada Jurusan Administrasi Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata Bali dan melanjutkan S2 pada Jurusan Kajian Pariwisata Universitas Udayana Bali. Penulis menekuni bidang Menulis sejak tahun 2008 dalam bidang pariwisata, sebagai peneliti bidang pariwisata dan pemateri dalam bidang pelatihan pariwisata.

BIODATA PENULIS



Dina Mayasari Soeswoyo S.E., M.Par.

Dosen Program Studi Manajemen Perhotelan
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor

Penulis yang lahir di Jakarta tahun 1968 ini mulai aktif menjadi dosen sejak tahun 2015. Sebelumnya, penulis adalah praktisi di industri pariwisata dan *hospitality* dengan pengalaman di bidang *Travel Agent*, Biro Perjalanan Wisata, MICE, Restoran dan Hotel. Posisi terakhir penulis di industri adalah *Corporate Marketing Manager* Aryaduta Hotels Group (PT Lippo Karawaci Tbk.) Menyelesaikan pendidikan terakhir sebagai Magister Pariwisata di STP Trisakti Jakarta tahun 2014. Beberapa mata kuliah yang diampu selama mengajar di STP Bogor di antaranya *Marketing for Hospitality and Tourism*, *Principle of Management*, *Management of Human Resource* dan *Entrepreneurship*.

Selama menjadi dosen, penulis aktif melakukan *research*, menulis artikel ilmiah, buku, menjadi narasumber, aktif memberikan sosialisasi dalam pendampingan pengembangan desa wisata dan juga menjadi konsultan Manajemen Perhotelan & Pariwisata.