

# *Pengantar* **PARIWISATA**

Perkembangan pariwisata internasional menjadi lebih signifikan sebagai sarana untuk mencapai perdamaian dunia, dengan munculnya kesempatan berwisata ke negara-negara lain. Penggunaan transportasi juga mengalami perubahan, dari mobil pribadi ke pesawat terbang berkecepatan tinggi. Buku ini membahas tentang Sistem Kepariwisataan, Sejarah Kepariwisataan, Pekerjaan di Industri Pariwisata, Usaha Jasa Pariwisata, dan Wisatawan.



PT Mafy Media Literasi Indonesia  
ANGGOTA IKAPI (041/SBA/2023)  
Email: penerbitmafya@gmail.com  
Website: penerbitmafya.com



PENGANTAR PARIWISATA

I Wayan Adi Pratama  
Ni Desak Made Santi Diwyarthi  
Selamat Riadi  
Tita Rosalina  
Tirta Mulyadi

# *Pengantar* **PARIWISATA**



# **PENGANTAR PARIWISATA**

## **UU No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta**

### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat ciptaan dan/atau produk hak terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. penggandaan ciptaan dan/atau produk hak terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. penggandaan ciptaan dan/atau produk hak terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan fonogram yang telah dilakukan pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu ciptaan dan/atau produk hak terkait dapat digunakan tanpa izin pelaku pertunjukan, produser fonogram, atau lembaga penyiaran.

### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

# **PENGANTAR PARIWISATA**

**I Wayan Adi Pratama  
Ni Desak Made Santi Diwyarthi  
Selamat Riadi  
Tita Rosalina  
Tirta Mulyadi**



# **PENGANTAR PARIWISATA**

Penulis:

**I Wayan Adi Pratama, Ni Desak Made Santi Diwyarthi,  
Selamat Riadi, Tita Rosalina, Tirta Mulyadi**

Editor:

**Andi Asari, M.A.**

Desainer:

**Tim Mafy**

Sumber Gambar Cover:

**[www.freepik.com](http://www.freepik.com)**

Ukuran:

**viii, 98 hlm, 15,5 cm x 23 cm**

ISBN:

**978-623-8427-07-9**

Cetakan Pertama:

**Oktober 2023**

**Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-Undang. Dilarang  
menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian  
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.**

**PT MAFY MEDIA LITERASI INDONESIA**

**ANGGOTA IKAPI 041/SBA/2023**

Kota Solok, Sumatera Barat, Kode Pos 27312

Kontak: 081374311814

Website: [www.penerbitmafy.com](http://www.penerbitmafy.com)

E-mail: [penerbitmafy@gmail.com](mailto:penerbitmafy@gmail.com)

# Prakata

Segala puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas pertolongan dan limpahan rahmat-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan buku yang berjudul Pengantar Pariwisata. Buku ini disusun secara lengkap dengan tujuan untuk memudahkan para pembaca memahami isi buku ini.

Buku ini membahas tentang Sistem Kepariwisata, Sejarah Kepariwisata, Pekerjaan di Industri Pariwisata, Usaha Jasa Pariwisata, dan Wisatawan.

Kami menyadari bahwa buku yang ada di tangan pembaca ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu kami sangat mengharapkan saran untuk perbaikan buku ini di masa yang akan datang. Dan tidak lupa kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penerbitan buku ini. Semoga buku ini dapat membawa manfaat dan dampak positif bagi para pembaca.

**Penulis**



# Daftar Isi

<b>Prakata</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB 1.</b>	
Sistem Kepariwisataan .....	<b>1</b>
<b>BAB 2.</b>	
Sejarah Kepariwisataan .....	<b>17</b>
<b>BAB 3.</b>	
Pekerjaan di Industri Pariwisata .....	<b>41</b>
<b>BAB 4.</b>	
Usaha Jasa Pariwisata .....	<b>59</b>
<b>BAB 5.</b>	
Wisatawan .....	<b>77</b>
<b>Tentang Penulis</b> .....	<b>93</b>





# BAB 1

## SISTEM KEPARIWISATAAN

---

I Wayan Adi Pratama

### A. Pendahuluan

Sistem kepariwisataan adalah struktur kompleks yang mencakup berbagai elemen, proses, dan aktor yang berperan dalam pengembangan, pengelolaan, dan pemasaran industri pariwisata. Tujuan utama dari sistem kepariwisataan adalah untuk memfasilitasi perjalanan wisatawan, mengoptimalkan potensi pariwisata dalam konteks ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta memberikan pengalaman berharga bagi wisatawan.

### B. Definisi Sistem Kepariwisata

Banyak perspektif kepariwisataan yang diungkap berbagai ahli. Beberapa di antara para ahli pariwisata tersebut seperti Leiper (1990), Zilinger (2007), sistem pariwisata yang relatif mudah dipahami adalah Sistem Pariwisata Leiper, yang dinamai berdasarkan nama penemu konsep ini, Neil Leiper (1979; 1990). Dalam sistem ini, ada tiga wilayah utama yang saling berhubungan, yaitu 'wilayah asal wisatawan' (*Tourist Generating Region/TGR*), 'wilayah rute transit' (*Transit Route Region/TRR*), dan 'wilayah tujuan wisatawan' (*Tourist Destination Region/TDR*). Sebagai contoh, jika seorang mahasiswa berangkat dari rumahnya

di Jakarta (TGR) untuk berlibur di Bali (TDR) dan transit di Surabaya (TRR), maka Jakarta, Bali, dan Surabaya menjadi elemen geografis utama dalam sistem ini.

Selain ketiga elemen geografis tersebut, ada dua elemen lainnya dalam sistem pariwisata leiper, yaitu wisatawan dan industri pariwisata. Dalam contoh di atas, mahasiswa asal Jakarta merupakan wisatawan, sedangkan industri pariwisata merujuk pada penyedia produk, baik barang maupun jasa, yang dibutuhkan oleh wisatawan. Contoh produk industri pariwisata mencakup daya tarik wisata, transportasi, akomodasi, restoran, dan barang-barang suvenir.

Dengan demikian, Sistem Pariwisata Leiper merupakan kerangka yang membantu memahami bagaimana interaksi antara wilayah asal wisatawan, wilayah rute transit, dan wilayah tujuan wisatawan berperan dalam mendukung industri pariwisata. Hal ini membantu menggambarkan bagaimana aliran wisatawan terjadi dan bagaimana peran berbagai pihak dalam memfasilitasi perjalanan dan pengalaman wisatawan.

### **1. Leiper (1979)**

Model pengembangan sederhana yang diusulkan oleh Leiper (1979) menggambarkan sistem pariwisata sebagai interaksi antara tiga komponen utama: Daerah asal (*origin*), daerah tujuan (*destination*), dan daerah antara (*routes*). Model ini memberikan pemahaman tentang bagaimana pariwisata terjadi melalui pergerakan wisatawan dari daerah asal menuju daerah tujuan melalui rute atau jalur yang ada di antara keduanya.

### **2. Mathieson dan Wall (1982)**

Model yang diusulkan oleh Mathieson dan Wall (1982) juga memberikan pandangan yang sederhana tentang sistem pariwisata, dengan membaginya menjadi tiga elemen utama: Elemen dinamis, elemen statis, dan elemen konsekuesial.

## C. Komponen Sistem Kepariwisata

### 1. Menurut Leiper (1979)

Leiper menjelaskan bahwa komponen kepariwisataan mencakup daerah asal (*origin*), daerah tujuan (*destinasi*), daerah antara (*routes*).

#### a. Daerah Asal (*Origin*)

Komponen pertama dalam model ini adalah daerah asal, yang merujuk pada tempat atau lokasi di mana wisatawan berasal atau memulai perjalanan mereka. Daerah asal bisa berupa kota, negara, atau wilayah lain dari mana wisatawan berangkat untuk mengunjungi destinasi tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi daerah asal termasuk daya beli penduduk, kepentingan wisatawan dalam destinasi tertentu, ketersediaan sarana transportasi, aksesibilitas, dan faktor lain yang mempengaruhi minat untuk melakukan perjalanan.

#### b. Daerah Tujuan (*Destination*)

Komponen kedua adalah daerah tujuan, yang merupakan tempat yang menarik perhatian wisatawan dan menjadi tujuan akhir perjalanan mereka. Daerah tujuan pariwisata biasanya memiliki atraksi, daya tarik alam, budaya, atau infrastruktur yang menarik wisatawan untuk berkunjung. Destinasi ini bisa berupa kota wisata, resort, obyek wisata alam, atau situs bersejarah. Perkembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata sangat penting untuk menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan dan menjaga daya tarik destinasi tersebut.

#### c. Daerah Antara (*Routes*)

Komponen ketiga adalah daerah antara atau rute yang menghubungkan daerah asal dengan daerah tujuan. Rute ini mencakup segala jenis transportasi yang digunakan oleh wisatawan selama perjalanan mereka, seperti penerbangan, kereta, bus, atau jalur transportasi lainnya. Rute juga bisa melibatkan transit atau perhentian di daerah

lain sebelum mencapai destinasi akhir. Pentingnya kualitas dan ketersediaan infrastruktur transportasi dapat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi.

Perlu diingat bahwa model ini bersifat sederhana dan menggambarkan konsep dasar tentang bagaimana pariwisata berlangsung melalui pergerakan wisatawan dari daerah asal ke daerah tujuan melalui rute atau jalur yang ada di antara keduanya. Namun, dalam kenyataannya, sistem pariwisata jauh lebih kompleks dan melibatkan banyak aspek lain seperti pengelolaan destinasi, pemasaran, partisipasi masyarakat lokal, dampak lingkungan, dan keberlanjutan pariwisata.

Model ini masih menjadi salah satu dasar konseptual dalam pemahaman tentang sistem pariwisata dan membantu mengidentifikasi pentingnya keterkaitan antara daerah asal, daerah tujuan, dan daerah antara dalam mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan dan sukses.

## **2. Menurut Mathieson dan Wall (1982)**

Model yang diusulkan oleh Mathieson dan Wall (1982) memberikan pandangan yang sederhana tentang sistem pariwisata, dengan membaginya menjadi tiga elemen utama: elemen dinamis, elemen statis, dan elemen konsekuesial.

### **a. Elemen Dinamis (*Dynamic Element*)**

Elemen dinamis dalam sistem pariwisata mengacu pada perjalanan wisatawan. Ini mencakup semua tahap perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan mulai dari daerah asal mereka hingga mencapai dan menjelajahi destinasi pariwisata. Tahap-tahap perjalanan ini mencakup perencanaan, transportasi, akomodasi, kegiatan di destinasi, dan kembali ke daerah asal. Elemen dinamis ini melibatkan proses pergerakan dan interaksi antara wisatawan dan destinasi yang dituju.

b. Elemen Statis (*Static Element*)

Elemen statis dalam sistem pariwisata mencakup keberadaan wisatawan di daerah tujuan (*destination*). Ini merujuk pada situasi dan kondisi yang ada di destinasi pariwisata ketika wisatawan tiba. Elemen ini mencakup infrastruktur pariwisata seperti akomodasi, restoran, atraksi wisata, transportasi lokal, dan fasilitas lainnya yang dibutuhkan oleh wisatawan selama masa tinggal mereka. Keberadaan elemen statis yang baik dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama perjalanan mereka.

c. Elemen Konsekuesial (*Consequential Element*)

Elemen konsekuesial mengacu pada dampak yang ditimbulkan oleh keberadaan wisatawan di destinasi pariwisata. Ini mencakup dampak ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan yang dapat terjadi karena pariwisata. Dampak ekonomi dapat meliputi kontribusi pendapatan dan lapangan kerja, sedangkan dampak sosial mencakup interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal. Selain itu, dampak budaya dan lingkungan mencakup pengaruh wisatawan terhadap budaya lokal dan lingkungan alam destinasi.

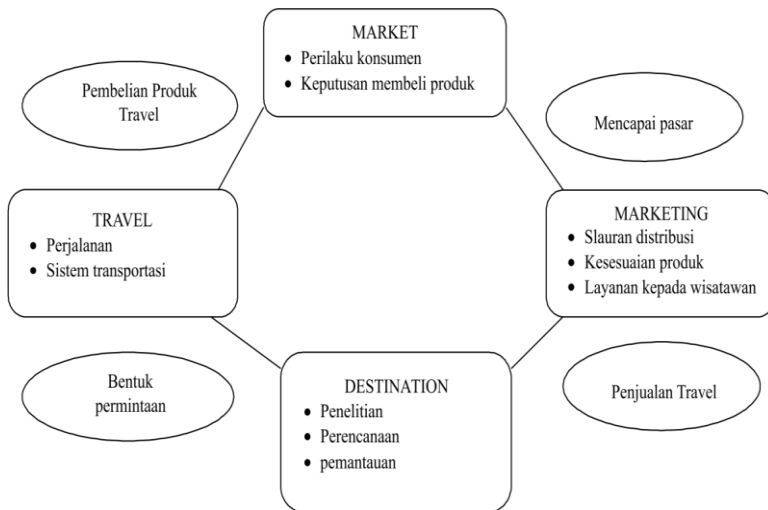
Model ini menggambarkan bahwa pariwisata melibatkan interaksi kompleks antara wisatawan, destinasi, dan dampak yang ditimbulkan. Perjalanan wisatawan dari daerah asal ke destinasi (elemen dinamis) adalah inti dari aktivitas pariwisata. Ketika wisatawan tiba di destinasi (elemen statis), mereka berinteraksi dengan lingkungan pariwisata, termasuk infrastruktur, atraksi, dan layanan. Selanjutnya, kehadiran wisatawan di destinasi berdampak pada lingkungan sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan (elemen konsekuesial).

Penting untuk diingat bahwa model ini menyederhanakan kompleksitas sistem pariwisata dan fokus pada hubungan antara tiga elemen utama. Dalam praktiknya, sistem pariwisata

melibatkan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah, masyarakat lokal, dan industri pariwisata, serta tantangan yang berkaitan dengan keberlanjutan dan manajemen pariwisata.

### 3. Menurut Mill dan Morrison (1985)

Model yang diusulkan oleh Mill dan Morrison (1985) memberikan pandangan yang lebih terperinci tentang sistem pariwisata dengan mengidentifikasi empat komponen utama yang saling berkaitan. Komponen tersebut mencakup pangsa pasar (*market*), perjalanan wisata (*travel*), tujuan wisata (*destinasi*), pemasaran (*marketing*).



**Gambar 1.1.** Model Sistem Kepariwisataan Morrison

#### a. Pangsa Pasar (*Market*)

Komponen pertama, "*market*," berfokus pada upaya mencapai pasar atau target audiens wisatawan. Di sinilah aktivitas pemasaran dan promosi pariwisata terjadi. Penjangkauan pasar mencakup berbagai strategi untuk menarik perhatian calon wisatawan dan menyampaikan pesan tentang destinasi atau produk pariwisata yang ditawarkan. Ini melibatkan kampanye iklan, pameran

pariwisata, promosi online, dan lainnya untuk meningkatkan visibilitas destinasi dan menciptakan minat pada target pasar.

b. *Travel* (Pembelian Produk Perjalanan)

Komponen kedua, "*travel*," berkaitan dengan proses pembelian produk perjalanan oleh wisatawan. Ini mencakup keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan ke destinasi tertentu dan membeli paket perjalanan atau layanan pariwisata lainnya. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ini bisa meliputi harga, ketersediaan, kualitas layanan, dan rekomendasi dari teman atau ulasan online. Bagian ini berfokus pada sisi permintaan dari pariwisata dan mengapa wisatawan memilih destinasi tertentu.

c. *Destination* (Permintaan Perjalanan)

Komponen ketiga, "*destination*," menyoroti bentuk permintaan perjalanan yang ada. Ini mencakup analisis dan pemahaman tentang jenis wisatawan yang tertarik dengan destinasi tertentu, tren perjalanan, preferensi wisatawan, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan pariwisata. Menyusun profil pasar dan memahami karakteristik target pasar sangat penting dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk destinasi.

d. *Marketing*

Komponen keempat, "*marketing*," berkaitan dengan proses penjualan produk perjalanan kepada wisatawan. Ini melibatkan pelaksanaan strategi pemasaran untuk mendorong wisatawan agar memilih destinasi tertentu dan melakukan pembelian produk perjalanan. Bagian ini mencakup kegiatan pemasaran seperti pelayanan pelanggan, branding destinasi, distribusi paket perjalanan, dan strategi harga yang relevan dengan target pasar.



Model ini menekankan pentingnya aspek pemasaran dalam sistem pariwisata dan bagaimana interaksi antara pasar, perjalanan, destinasi, dan pemasaran saling mempengaruhi. Pemasaran yang efektif akan membantu mencapai pasar yang tepat, mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan ke destinasi, dan menghasilkan dampak positif bagi destinasi dan masyarakat lokal.

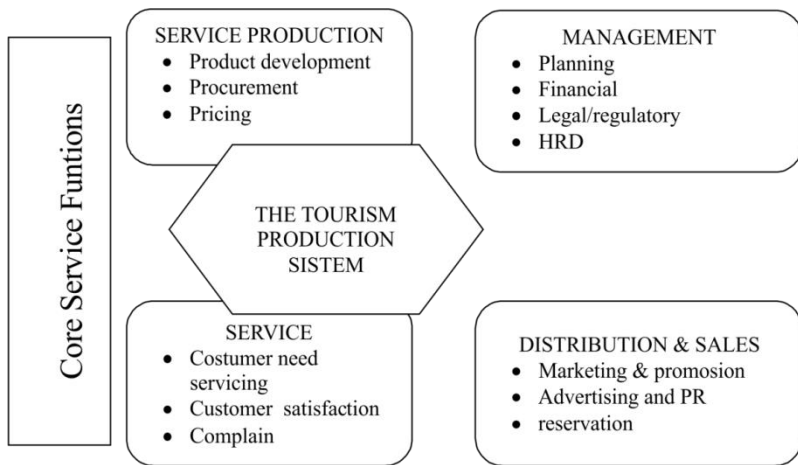
Suatu hal yang penting untuk dipahami adalah bahwa sistem pariwisata adalah sistem yang kompleks dan melibatkan banyak pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, industri pariwisata, masyarakat lokal, dan organisasi internasional. Model ini memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang bagaimana berbagai komponen dalam sistem pariwisata saling berhubungan dan saling mempengaruhi untuk menciptakan pengalaman wisata yang positif dan berkelanjutan.

#### **4. Menurut Poon (1993)**

##### **Perspektif Pemasaran Pariwisata Poon (1993):**

Poon (1993) adalah seorang sarjana pariwisata yang menyajikan pandangannya tentang pariwisata, khususnya dengan fokus pada pemasaran pariwisata. Perspektif Poon mengemukakan sistem pariwisata yang menekankan pada aspek pemasaran pariwisata dan komponen-komponen yang terdiri dalam sistem pariwisata menurut pendekatannya.

Perspektif ini menekankan pentingnya pemasaran dalam industri pariwisata sebagai cara untuk meningkatkan jumlah wisatawan, mengoptimalkan pengalaman mereka, dan mendorong pertumbuhan ekonomi di destinasi wisata.



**Gambar 1.2.** Model Sistem Pariwisata Menurut Poon

### **Komponen-komponen Sistem Pariwisata menurut Poon (1993):**

#### **a. Subsistem Produksi**

Subsistem produksi dalam pariwisata merujuk pada proses penciptaan dan pengembangan produk pariwisata. Ini melibatkan penentuan atraksi, aktivitas, dan fasilitas yang akan ditawarkan oleh destinasi wisata. Hal ini dapat mencakup pengembangan tempat wisata, atraksi alam atau budaya, akomodasi, restoran, dan berbagai layanan lainnya yang dapat menarik minat wisatawan.

#### **b. Subsistem Deliveri**

Subsistem deliveri berkaitan dengan cara menyampaikan produk pariwisata kepada calon wisatawan atau konsumen. Ini melibatkan strategi distribusi informasi dan pemasaran yang efektif. Subsistem ini juga mencakup berbagai saluran pemasaran, seperti perjalanan agen, situs web pariwisata, iklan, promosi, dan kemitraan dengan pihak-pihak terkait untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

c. Subsistem Manajemen

Subsistem manajemen dalam pariwisata mencakup perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan aktivitas yang terkait dengan industri pariwisata. Ini termasuk pengelolaan destinasi, manajemen atraksi wisata, pengelolaan lingkungan, serta manajemen sumber daya manusia dan keuangan yang terlibat dalam industri pariwisata.

d. Subsistem Distribusi

Subsistem distribusi berfokus pada aliran fisik dari wisatawan dari tempat asal ke destinasi wisata. Ini melibatkan infrastruktur transportasi, seperti bandara, pelabuhan, jaringan jalan, dan sarana transportasi lainnya. Subsistem distribusi juga termasuk perencanaan dan pengaturan rute perjalanan, sistem pemesanan tiket, dan kemudahan lain yang memfasilitasi pergerakan wisatawan.

Poon (1993) menggambarkan bahwa keempat subsistem ini saling terkait dan harus bekerja secara sinergis untuk mencapai kesuksesan pariwisata dalam hal jumlah wisatawan yang berkunjung, kualitas pengalaman mereka, dan dampak ekonomi yang positif pada destinasi. Pendekatan pemasaran yang kuat dan koordinasi yang baik antara berbagai komponen ini menjadi kunci untuk meningkatkan daya tarik dan keberhasilan industri pariwisata.

## 5. Menurut Noronha (1977)

Model pengembangan destinasi wisata yang dikembangkan oleh Noronha (1977) berdasarkan teori Greenwood menggambarkan tiga tahap utama dalam perkembangan suatu daerah tujuan wisata. Tahap-tahap tersebut adalah "*discovery*" (penemuan), "*local response and initiative*" (respon dan inisiatif lokal), dan "*institutionalization*" (pembentukan institusi).

a. *Discovery*

Pada tahap pertama, yang disebut sebagai tahap "*discovery*," perkembangan pariwisata di daerah tujuan wisata terjadi secara spontan dan tidak terencana. Wisatawan mulai mengunjungi daerah tersebut, dan masyarakat lokal merespon dengan mengakomodasi mereka secara sederhana. Pada tahap ini, pariwisata masih bersifat sporadis, dan belum ada pengaturan formal dari pemerintah atau lembaga lainnya.

b. *Initiative*

Selanjutnya, pada tahap kedua yang disebut sebagai "*local response and initiative*" masyarakat lokal mulai menunjukkan inisiatif yang lebih serius dalam mengembangkan pariwisata di daerah mereka. Mereka menyadari potensi ekonomi dan sosial dari industri pariwisata dan berusaha untuk mengoptimalkannya. Pemerintah daerah juga biasanya ikut campur dalam pengaturan dan pembinaan pariwisata, tetapi masih dalam skala yang terbatas.

c. *Institutionalization*

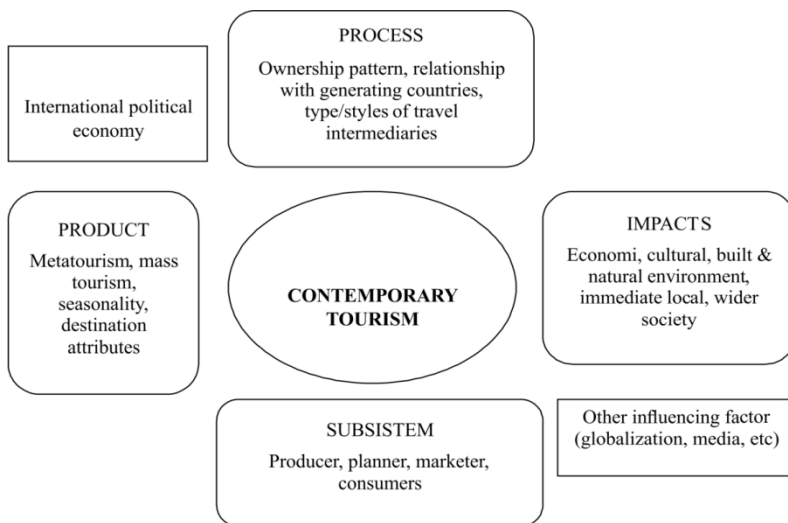
Pada tahap ketiga yang disebut "*institutionalization*," sistem pariwisata di daerah tujuan wisata sudah mencapai tingkat kedewasaan dan dikendalikan oleh pihak luar atau unsur-unsur eksternal. Pada fase ini, pariwisata telah menjadi "industri" skala internasional dan menarik minat banyak investor, perusahaan besar, atau entitas global lainnya. Masyarakat lokal cenderung terpinggirkan karena kendali dan manfaat dari pariwisata lebih banyak berada di tangan pihak eksternal. Dampak positif pada masyarakat lokal menjadi berkurang karena manfaat ekonomi yang dihasilkan cenderung "bocor" keluar dari daerah tersebut.

Secara keseluruhan, model Noronha ini menggambarkan evolusi pariwisata dari tahap awal yang spontan dan didorong

oleh masyarakat lokal, hingga tahap akhir di mana pariwisata menjadi industri yang didominasi oleh pihak eksternal dengan dampak yang berpotensi merugikan masyarakat lokal.

## 6. Menurut Burns dan Holden

Burns dan Holden menjelaskan bahwa sistem pariwisata bisa dilihat dari proses perkembangan pariwisata yang berlangsung pada suatu daerah. Demikian pula dengan dampak yang ditimbulkan oleh pariwisata pada daerah tersebut.



**Gambar 1.3.** Gambar Model Sistem Kepariwisataan menurut Burns dan Holden

Berdasar uraian di atas, komponen utama dalam sistem kepariwisataan mencakup:

### a. Wisatawan

Wisatawan adalah elemen sentral dalam sistem kepariwisataan. Mereka adalah individu atau kelompok yang melakukan perjalanan ke destinasi tertentu untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau edukasi. Wisatawan membawa

pendapatan ke destinasi dan mempengaruhi perkembangan pariwisata.

b. Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata adalah tempat yang menarik perhatian wisatawan untuk dikunjungi. Destinasi ini bisa berupa kota, wilayah, atau negara yang menawarkan daya tarik wisata, seperti keindahan alam, warisan budaya, acara dan festival, atau tempat-tempat bersejarah.

c. Atraksi Wisata

Atraksi wisata adalah objek atau tempat tertentu di destinasi yang menarik minat wisatawan. Ini bisa berupa monumen bersejarah, pantai yang indah, taman nasional, museum, dan sebagainya.

d. Industri Pariwisata

Industri pariwisata mencakup berbagai sektor yang mendukung dan terlibat dalam pariwisata, seperti akomodasi (hotel, vila, hostel), transportasi (pesawat, kereta, bus), restoran dan kuliner, agen perjalanan, dan penyedia layanan wisata lainnya.

e. Pengelolaan Destinasi

Pengelolaan destinasi pariwisata mencakup perencanaan, pengembangan, dan pemeliharaan infrastruktur, atraksi wisata, serta pengaturan aspek-aspek lain yang memengaruhi kualitas dan daya tarik destinasi.

f. Pemasaran Pariwisata

Upaya pemasaran dilakukan untuk mempromosikan destinasi kepada target pasar potensial. Pemasaran pariwisata melibatkan strategi promosi, iklan, kehadiran online, partisipasi dalam pameran, dan kampanye branding destinasi.

g. Pemerintah dan Regulasi

Peran pemerintah dalam sistem kepariwisataan sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif dan teratur bagi pengembangan pariwisata. Ini melibatkan pembuatan kebijakan, regulasi, dan legislasi untuk mengelola pariwisata secara berkelanjutan dan melindungi sumber daya alam dan budaya.

h. Komunitas Lokal

Peran masyarakat lokal sangat penting dalam pengelolaan destinasi pariwisata. Masyarakat dapat menjadi tuan rumah yang baik dan menghadirkan budaya serta tradisi lokal yang positif bagi wisatawan.

i. Keterlibatan Swasta

Perusahaan swasta, termasuk hotel, restoran, maskapai penerbangan, dan agen perjalanan, memiliki peran besar dalam menyediakan layanan dan infrastruktur untuk wisatawan.

j. Organisasi Internasional

Organisasi internasional, seperti Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO), berperan dalam memfasilitasi kerja sama antarnegara dan memberikan pedoman untuk pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

Uraian ini menjelaskan bahwa kepariwisataan adalah industri yang sangat dinamis dan kompleks, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti perubahan tren wisatawan, peristiwa global, kondisi ekonomi, dan inovasi teknologi. Oleh karena itu, sistem kepariwisataan harus terus berkembang dan beradaptasi untuk tetap relevan dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

# Daftar Pustaka

- Burn, PM & A. Holden. 1995. *Tourism, a new Perspective*. Englewood Cliffts: Prentice Hall.
- Butler, RW. 1980. "The concept of a tourism area cycle of evolution: implication fot the management of resources". *The Canadian Geographer* 24(1): 5-16.
- Goodwin, Harold. 1996. *Community-Based Tourism: A Pathway to Sustainability for Local Communities?* *Journal of Sustainable Tourism*, 4(2), p. 85-108. DOI: 10.1080/09669589608667256
- Hall, C.M. 2000. *Sustainable Tourism: Socio-Cultural, Environmental, and Economic Impact*. *Tourism Geographies*, 2(3), p. 369-382. DOI: 10.1080/146166800750076656.
- Leiper, N. 1979. "The Framework of The Tourism: Toward a Definition of Tourism, Tourist and Tourism Industry". *Annals of Tourism Research*. 6:390-407.
- Lundberg, E., Page, S.J., Dredge, Diane. 2018. *Destination Management and Marketing: Breaking the Chains of Dependency*. Routledge. ISBN: 978-1138233203.
- Mathieson, A.; Wall, G. 2012. *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman: New York.
- Mill, Robert & Morrison, Alistair. 2015. *The Tourism System*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Muhammad, R.A.T., Sutrisno, Budi. 2016. *Sosioglobal. Jurnal Pemikiran dan Pengertian Sosiologi*. 1(1), p. 68-81.
- Nasikun. 2017. Model pariwisata pedesaan: Pemodelan pariwisata pedesaan yang berkelanjutan. In M. P. Gunawan (Ed.), *Prosiding Pelatihan dan Lokakarya Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan*. Bandung: Penerbit ITB.
- Noronha, Raymond. 2017. *Social and Cultural Dimensions of Tourism A Review of the Literature in English*. Washington DC: World Bank.
- Page, Stephen J. 2020. *Tourism Management: An Introduction*. Routledge. ISBN: 978-0367185216.



- Poon, A. 2013. *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Wellington: CAB
- Song, H., Ap, J. 1996. *The Role of Government in the Development of Tourism in China: A Study of Guangdong Province*. *Tourism Management*. 17(3), p. 183-193. DOI: 10.1016/0261-5177(95)00103-1
- Weaver, D., Lawton, L. 2014. *Sustainable Tourism: A Comprehensive Guide to Its Principles, Practices, and Policies*. Routledge. ISBN: 978-0415824283

# **BAB 2**

## **SEJARAH KEPARIWISATAAN**

---

Ni Desak Made Santi Diwyarthi

### **A. Sejarah Kepariwisata**

Perkembangan pariwisata dunia telah dimulai sejak zaman primitif, di mana bangsa-bangsa primitif melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain untuk mencari sumber daya dan kelangsungan hidup. Selanjutnya, peradaban Bangsa Phoenesia dan Polynesia menggunakan perjalanan sebagai sarana untuk berdagang dan bertukar budaya. Berikutnya, bangsa Romawi mulai melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan pengetahuan tentang cara hidup, sistem politik, dan aspek ekonomi di wilayah lain. Namun, setelah Perang Dunia I, sejarah perkembangan pariwisata mengalami perubahan signifikan, di mana pariwisata menjadi lebih populer untuk kepentingan rekreasi dan liburan. Penting untuk dicatat bahwa pariwisata tidak hanya bermaksud untuk rekreasi semata, tetapi juga memiliki tujuan lain yang lebih khusus dan bervariasi.

Sejarah perkembangan pariwisata di dunia yang dibagi menjadi tiga fase, yaitu Zaman Pra Sejarah, Zaman Sejarah, dan Zaman Pasca Sejarah, merupakan teori yang diajukan oleh seorang pakar pariwisata bernama Erik Cohen. Teori ini

dijelaskan dalam bukunya yang berjudul "*Contemporary Tourism: Diversity and Change*".

### **1. Zaman Pra Sejarah (*Prehistory*)**

Dalam fase ini, pariwisata tidak memiliki catatan sejarah tertulis karena terjadi sebelum munculnya sistem penulisan dan dokumentasi. Namun, teori ini menyatakan bahwa bahkan pada zaman prasejarah, manusia sudah melakukan perjalanan untuk mencari makanan, bertahan hidup, dan berpindah tempat untuk berbagai alasan.

### **2. Zaman Sejarah (*History*)**

Fase kedua, Zaman Sejarah, terjadi ketika masyarakat telah memiliki sistem penulisan dan peradaban yang lebih maju. Pada masa ini, perjalanan dan pariwisata mulai tumbuh dengan tujuan perdagangan, ekspansi wilayah, serta pertukaran budaya dan pengetahuan antar bangsa dan kota-kota perdagangan. Bangsa Phoenesia dan Polynesia, yang telah disebutkan sebelumnya, merupakan contoh bangsa-bangsa yang melakukan perjalanan untuk tujuan perdagangan di zaman ini.

### **3. Zaman Pasca Sejarah (*Post History*)**

Fase ketiga, Zaman Pasca Sejarah, berkaitan dengan perkembangan pariwisata setelah munculnya perang dunia ke-1. Pada masa ini, pariwisata mulai berkembang sebagai aktivitas rekreasi dan liburan untuk masyarakat yang lebih luas. Tujuan perjalanan tidak lagi terbatas pada hal-hal yang bersifat perdagangan atau pengetahuan, melainkan juga mengeksplorasi keindahan alam, budaya, dan hiburan.

Erik Cohen menguraikan fenomena perjalanan dan pariwisata, serta menggambarkan perkembangan sejarah, dalam bukunya, *Contemporary Tourism: Diversity and Change* (2021). Buku ini memberikan wawasan tentang beragam aspek

pariwisata termasuk sejarah, perkembangan, dan perubahan yang terjadi dalam industri pariwisata.

## **B. Perkembangan Kepariwisata**

Pariwisata di dunia telah mengalami perkembangan sejak zaman kuno hingga sebelum tahun 1920. Pada awalnya, perjalanan dilakukan oleh bangsa-bangsa primitif untuk mencari sumber daya dan bertahan hidup. Seiring waktu, munculnya peradaban seperti bangsa Sumeria membawa kemajuan dalam perdagangan dengan adanya muhibah wisata dari bangsa Phoenesia dan Polynesia untuk tujuan perdagangan. Pada masa kejayaan Romawi, perjalanan dilakukan bukan hanya untuk rekreasi, tetapi lebih untuk memperluas pengetahuan tentang cara hidup, sistem politik, dan ekonomi. Revolusi industri pada tahun 1760-1850 kemudian membawa perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat Eropa. Pertambahan penduduk, urbanisasi, dan kemajuan teknologi transportasi menjadi faktor kunci dalam munculnya pasar pariwisata.

Revolusi industri juga memunculkan agen perjalanan, seperti Thomas Cook & Son Ltd. (didirikan pada tahun 1840 di Inggris) dan American Express Company (didirikan pada tahun 1841 di Amerika Serikat), serta industri perhotelan yang berkembang pesat. Buku panduan tentang usaha pariwisata dan daerah-daerah wisata juga mulai muncul, membantu orang dalam merencanakan perjalanan mereka.

Pariwisata semakin berkembang dengan destinasi populer di Mesir, Italia, Yunani, dan Amerika. Perjalanan tersebut diatur dan dikoordinasikan oleh Thomas Cook & Son Ltd. pada awal abad ke-19, sekitar tahun 1861.

Dengan demikian, perkembangan pariwisata pada periode ini mencakup perjalanan dari tujuan awal yang lebih fungsional dan tujuan perdagangan menjadi lebih beragam, mencakup aspek rekreasi dan pengetahuan tentang budaya dan kehidupan di tempat lain.

Perkembangan kepariwisataan modern dimulai setelah tahun 1919, yang ditandai dengan penggunaan mobil sebagai angkutan pribadi setelah Perang Dunia I (1914-1918). Perang tersebut membuka kesempatan bagi orang-orang untuk mengenal negara-negara lain, yang kemudian meningkatkan minat dalam berwisata ke negara-negara tersebut.

Perkembangan pariwisata internasional menjadi lebih signifikan sebagai sarana untuk mencapai perdamaian dunia, dengan munculnya kesempatan berwisata ke negara-negara lain. Penggunaan transportasi juga mengalami perubahan, dari mobil pribadi ke pesawat terbang berkecepatan tinggi.

Pada tahun 1914, perusahaan kereta api di Inggris menghadapi masalah keuangan, sehingga mengambil kebijakan untuk menggantikan kereta api bermesin uap dengan mesin diesel dan listrik. Selain itu, jalur kereta api yang kurang menguntungkan dikurangi.

Dalam era ini, muncul sarana transportasi berteknologi tinggi seperti mobil dan pesawat, yang memberikan kenyamanan dan kecepatan lebih bagi para pelancong. Transportasi ini menjadi pilihan populer untuk perjalanan wisata.

Secara keseluruhan, masa ini menandai awal munculnya era modern dalam pariwisata, dengan peningkatan mobilitas dan fasilitas transportasi yang canggih, membuka lebih banyak peluang bagi orang-orang untuk menjelajahi dunia dan berinteraksi dengan budaya-budaya yang berbeda.

Dalam abad ini, sejarah perkembangan pariwisata dipengaruhi oleh kemajuan sarana angkutan, terutama melibatkan tiga faktor utama, yakni motorisasi, pesawat udara, agen perubahan dan industri akomodasi

**Motorisasi:** Kemajuan dalam penggunaan kendaraan bermotor, seperti mobil dengan tenaga listrik, telah mengubah wajah pariwisata. Dampaknya adalah meningkatnya popularitas wisata dalam negeri, dengan berkembangnya penginapan dan hotel di sepanjang jalan raya. Pada tahun 1920, munculnya pengusaha bus wisata (coach) memberikan kontribusi positif bagi

pariwisata. Negara Inggris juga merespon dengan mengeluarkan undang-undang lalu lintas pada tahun 1924-1930.

**Pesawat Udara:** Sebelum Perang Dunia II, pesawat udara lebih digunakan untuk kepentingan komersial, seperti pengiriman surat dan paket. Namun, sejak tahun 1963, pariwisata mengalami lonjakan dengan diperkenalkannya paket perjalanan wisata menggunakan pesawat terbang, termasuk pesawat supersonik dan Concorde yang memungkinkan perjalanan lebih nyaman dan cepat.

**Kemunculan Agen Perjalanan dan Industri Akomodasi:** Peningkatan pendapatan per kapita di negara maju seperti Eropa, Amerika, dan Jepang, serta tingkat pendidikan yang lebih tinggi, telah mendorong minat masyarakat untuk mengenal negara-negara luar. Ini mendorong pertumbuhan agen perjalanan, agen perjalanan umum, dan industri akomodasi, karena semakin banyak orang yang ingin menjelajahi dunia dan memahami budaya dan negara lainnya.

Dengan perkembangan sarana angkutan ini, pariwisata menjadi lebih terjangkau, mudah diakses, dan menarik bagi masyarakat luas, yang pada akhirnya telah mempengaruhi pertumbuhan industri pariwisata secara signifikan.

## **1. Teori Keberlanjutan Pariwisata**

Teori ini menekankan pentingnya pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dari segi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan bertujuan untuk memastikan manfaat jangka panjang bagi komunitas lokal, melindungi lingkungan alam, dan memastikan kelestarian budaya dan warisan lokal. Buku *"Sustainable Tourism: A Marketing Perspective"* oleh Manfredo K. Boekstein (2001).

## **2. Teori Partisipasi Masyarakat**

Teori ini menekankan pentingnya keterlibatan dan partisipasi masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan pariwisata. Partisipasi masyarakat

dapat mencakup pemilik lahan, penduduk lokal, dan kelompok masyarakat lainnya untuk memastikan bahwa keuntungan ekonomi dan sosial dari pariwisata juga dirasakan oleh mereka. Buku "*Community Participation in Tourism Planning*" oleh Richard Sharpley (2000).

### **3. Teori Pengalaman Wisatawan**

Teori ini fokus pada pemahaman tentang motivasi, persepsi, dan perilaku wisatawan selama perjalanan mereka. Memahami kebutuhan dan preferensi wisatawan membantu tujuan wisata dan industri pariwisata dalam menyediakan pengalaman yang memuaskan dan sesuai dengan harapan wisatawan. Buku "*The Tourist Experience*" oleh Mike Morgan (2010).

### **4. Teori Dampak Pariwisata**

Teori ini mengevaluasi dampak positif dan negatif dari pariwisata pada destinasi wisata. Dampak dapat mencakup ekonomi, lingkungan, sosial, dan budaya. Dengan memahami dampak yang dihasilkan oleh industri pariwisata, tindakan pengelolaan yang tepat dapat diambil untuk memaksimalkan manfaat positif dan mengurangi dampak negatif. Buku "*Tourism: Principles, Practices, Philosophies*" oleh Charles R. Goeldner dan J.R. Brent Ritchie (2012).

Teori pariwisata Richard Sharpley adalah pendekatan yang penting dalam memahami dan menganalisis fenomena pariwisata. Dalam karyanya, terutama dalam bukunya yang berjudul "*Tourism Development and the Environment: Beyond Sustainability?*" dan karya-karya lainnya, Sharpley membahas berbagai aspek yang berkaitan dengan perkembangan pariwisata dan dampaknya pada lingkungan.

Beberapa poin utama dari teori pariwisata Richard Sharpley adalah: keberlanjutan pariwisata, dampak lingkungan pariwisata, pengaruh budaya, keterlibatan masyarakat, perencanaan pariwisata.

**Keberlanjutan Pariwisata:** Teori ini menekankan pada pentingnya keberlanjutan dalam pengembangan pariwisata. Sharpley mempertanyakan apakah keberlanjutan sejati mungkin dicapai dalam industri pariwisata yang cenderung mengutamakan pertumbuhan dan keuntungan ekonomi. Dia mendorong agar fokus diberikan pada upaya untuk mencapai pariwisata yang berkelanjutan dari segi ekonomi, lingkungan, dan sosial.

**Dampak Lingkungan Pariwisata:** Teori ini memperhatikan dampak pariwisata terhadap lingkungan alam, termasuk degradasi lingkungan, polusi, dan konsumsi sumber daya alam. Sharpley mengajukan pertanyaan tentang bagaimana dampak ini dapat dikurangi atau dikelola secara efektif tanpa mengorbankan kepentingan pariwisata.

**Pengaruh Budaya:** Sharpley juga menyoroti pengaruh pariwisata terhadap aspek budaya dan sosial. Dia membahas bagaimana industri pariwisata dapat menyebabkan komersialisasi budaya, homogenisasi budaya, atau bahkan munculnya kesenjangan sosial di masyarakat lokal.

**Keterlibatan Masyarakat:** Teori ini menggarisbawahi pentingnya keterlibatan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata. Partisipasi masyarakat dianggap sebagai kunci untuk memastikan bahwa keuntungan ekonomi dari pariwisata dirasakan oleh penduduk lokal dan untuk meminimalkan dampak negatif pada masyarakat.

**Perencanaan Pariwisata:** Sharpley membahas tentang pentingnya perencanaan pariwisata yang komprehensif dan berkelanjutan. Perencanaan yang baik diperlukan untuk mengatur pertumbuhan pariwisata, mengidentifikasi potensi masalah dan risiko, serta mengambil tindakan pencegahan yang sesuai.

Teori pariwisata Richard Sharpley telah memberikan wawasan penting bagi para akademisi, praktisi pariwisata, dan pembuat kebijakan untuk memahami tantangan dan peluang dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Penelitiannya telah berkontribusi pada pemikiran kritis dan penerapan praktik yang lebih baik dalam industri pariwisata.



Teori pariwisata Goeldner dan Ritchie merupakan salah satu teori penting dalam bidang pariwisata yang dijelaskan dalam buku mereka yang berjudul "*Tourism: Principles, Practices, Philosophies*". Teori ini memberikan pemahaman tentang aspek-aspek kunci dalam industri pariwisata dan bagaimana mereka saling berhubungan. Beberapa poin utama dari teori pariwisata Goeldner dan Ritchie adalah: Aspek pariwisata, dampak pariwisata, perencanaan dan pengelolaan pariwisata, filsafat Pancasila.

Aspek Pariwisata: Goeldner dan Ritchie mengidentifikasi tiga aspek utama dalam industri pariwisata:

1. Aspek Spasial: Berkaitan dengan lokasi dan distribusi destinasi wisata di seluruh dunia.
2. Aspek Fungsional: Melibatkan elemen-elemen penting dalam infrastruktur dan layanan pariwisata, seperti transportasi, akomodasi, restoran, dan aktivitas wisata.
3. Aspek Perilaku: Mempertimbangkan motivasi, keputusan, dan perilaku konsumen dalam perencanaan dan pengambilan keputusan pariwisata.

Dampak Pariwisata: Teori ini juga membahas dampak dari pariwisata pada destinasi wisata. Dampak dapat bersifat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Penyadaran terhadap dampak-dampak ini membantu dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan.

Perencanaan dan Pengelolaan Pariwisata: Teori ini menekankan pentingnya perencanaan dan pengelolaan yang efektif dalam industri pariwisata. Perencanaan yang baik membantu mengoptimalkan manfaat pariwisata sambil meminimalkan dampak negatifnya.

Filsafat Pariwisata: Goeldner dan Ritchie juga membahas beberapa filsafat pariwisata yang mendasari industri ini, termasuk pandangan tentang pariwisata sebagai bentuk perdagangan, sebagai bentuk interaksi budaya, atau sebagai upaya pelestarian alam dan budaya.

Teori pariwisata Goeldner dan Ritchie merupakan panduan yang komprehensif bagi para profesional pariwisata, mahasiswa, dan akademisi untuk memahami berbagai aspek yang terlibat dalam industri pariwisata. Buku mereka "*Tourism: Principles, Practices, Philosophies*" telah menjadi referensi penting dalam studi pariwisata sejak diterbitkan pertama kali dan telah mengalami beberapa edisi dengan pembaruan dan perluasan materi.

Teori keberlanjutan pariwisata berfokus pada upaya untuk mengembangkan industri pariwisata secara ekonomis, sosial, dan lingkungan, tanpa mengorbankan kebutuhan dan aspirasi generasi masa depan. Tujuan utamanya adalah mencapai keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial.

Beberapa poin yang menjadi bagian dari teori pariwisata berkelanjutan meliputi: Pengelolaan lingkungan, pemberdayaan masyarakat, keadilan sosial, kualitas pengalaman wisatawan, pengelolaan hubungan kemasyarakatan, kualitas pelayanan bagi wisatawan, Kerjasama dan kemitraan antar-institusi dan stakeholder lain.

**Pengelolaan Lingkungan:** Mengintegrasikan praktik dan kebijakan yang bertujuan untuk melindungi lingkungan alam dari dampak negatif pariwisata, seperti polusi, kerusakan ekosistem, dan konsumsi sumber daya alam yang berlebihan. Selain itu, mempromosikan praktik pariwisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

**Pemberdayaan Masyarakat:** Memperhatikan partisipasi dan manfaat langsung masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata. Ini mencakup melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan, memperkuat ekonomi lokal, dan melestarikan budaya serta warisan lokal.

**Keadilan Sosial:** Memastikan bahwa manfaat ekonomi dan sosial dari pariwisata didistribusikan secara adil di antara masyarakat lokal dan melibatkan kelompok yang rentan dan marginal.

Kualitas Pengalaman Wisatawan: Menawarkan pengalaman berkualitas tinggi kepada wisatawan yang mencakup pemahaman tentang budaya dan lingkungan tujuan wisata serta mempromosikan etika perjalanan yang bertanggung jawab.

Pengelolaan hubungan dengan masyarakat dan kepuasan wisatawan: Menganalisis dan mengelola dampak pariwisata terhadap kualitas hidup masyarakat lokal dan kenyamanan wisatawan untuk mencapai keseimbangan yang memuaskan kedua pihak.

Kerja sama dan Kemitraan: Memperkuat kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, masyarakat lokal, dan organisasi non-pemerintah untuk mencapai tujuan keberlanjutan pariwisata.

### **C. Perkembangan Pariwisata Berkelanjutan**

Perkembangan terkini dalam teori pariwisata berkelanjutan mungkin mencerminkan isu-isu dan tren terbaru yang dihadapi industri pariwisata, serta pendekatan inovatif untuk mencapai keberlanjutan dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata. Jika Anda ingin memperoleh informasi yang lebih mendalam tentang teori pariwisata berkelanjutan terkini, disarankan untuk mencari literatur dan sumber-sumber terbaru yang diterbitkan oleh para ahli dan lembaga pariwisata terkemuka.

1. **Kajian SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)** analisis pada industri pariwisata, teori pariwisata berperan penting dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja dan perkembangan industri tersebut. SWOT adalah alat analisis yang populer dan digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal suatu organisasi (dalam hal ini, industri pariwisata) serta peluang dan ancaman eksternal yang mungkin mempengaruhi industri tersebut.

#### ***Strengths (Kekuatan)***

Dalam konteks teori pariwisata, kekuatan dapat merujuk pada aspek-aspek positif dalam industri pariwisata yang

memberikan keunggulan kompetitif. Misalnya, keberagaman atraksi wisata, kekayaan budaya, pariwisata alam yang menakjubkan, atau infrastruktur yang baik adalah beberapa contoh kekuatan dalam industri pariwisata. Teori pariwisata membantu mengidentifikasi aset-aset ini dan menggambarkan cara untuk memanfaatkannya secara optimal.

### ***Weaknesses (Kelemahan)***

Kelemahan merujuk pada aspek-aspek internal dalam industri pariwisata yang dapat menjadi hambatan atau batasan dalam mencapai tujuan. Contoh kelemahan mungkin termasuk kekurangan dalam pengelolaan pariwisata, degradasi lingkungan, atau kurangnya kerja sama antara pemangku kepentingan. Teori pariwisata membantu mengenali kelemahan ini dan mencari solusi untuk mengatasi atau mengurangnya.

### ***Opportunities (Peluang)***

Peluang adalah faktor eksternal yang menguntungkan industri pariwisata dan dapat membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan pengembangan. Contoh peluang dalam industri pariwisata mungkin termasuk peningkatan minat wisatawan terhadap destinasi tertentu, perkembangan teknologi informasi, atau kebijakan pemerintah yang mendukung pariwisata. Teori pariwisata membantu mengidentifikasi peluang ini dan memberikan panduan tentang bagaimana mengambil manfaat dari situasi tersebut.

### ***Threats (Ancaman)***

Ancaman adalah faktor eksternal yang berpotensi mengganggu atau menghambat pertumbuhan industri pariwisata. Misalnya, perubahan iklim yang drastis, bencana alam, atau perubahan regulasi pemerintah dapat menjadi ancaman bagi industri pariwisata. Teori pariwisata membantu memahami ancaman ini dan mengidentifikasi langkah-langkah yang perlu diambil untuk mengurangi dampak negatifnya.

Dalam kajian SWOT analisis, teori pariwisata menjadi landasan penting untuk memahami dinamika dan kompleksitas industri pariwisata, serta membantu merencanakan langkah-langkah strategis untuk mengoptimalkan potensi industri ini dan menghadapi tantangan yang ada. Dengan memanfaatkan teori pariwisata dalam analisis SWOT, pemangku kepentingan di industri pariwisata dapat mengambil keputusan yang lebih baik dan efektif untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan industri mereka

## **2. Kajian Aspek yang Berpengaruh pada Perkembangan Pariwisata**

Sapta Nirwandar adalah seorang praktisi dan ahli pariwisata Indonesia yang memiliki pengalaman dan kontribusi yang signifikan dalam industri pariwisata Indonesia. Meskipun saya tidak memiliki akses langsung ke tulisan atau pidato Sappta Nirwandar, berikut adalah beberapa perkembangan pariwisata yang umumnya dicerminkan oleh para ahli pariwisata seperti beliau:

**Peningkatan Jumlah Wisatawan:** Salah satu perkembangan utama dalam industri pariwisata adalah peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke destinasi tertentu. Kebijakan dan promosi pariwisata yang efektif dapat menarik lebih banyak pengunjung, baik dari dalam negeri maupun mancanegara.

**Diversifikasi Produk Pariwisata:** Perkembangan pariwisata juga melibatkan diversifikasi produk pariwisata, termasuk pengembangan atraksi wisata baru, pemasaran wisata budaya, ekowisata, atau pariwisata petualangan. Dengan cara ini, destinasi menjadi lebih menarik dan menjangkau berbagai segmen wisatawan.

**Infrastruktur dan Aksesibilitas:** Perkembangan pariwisata seringkali didorong oleh peningkatan infrastruktur dan aksesibilitas. Investasi dalam transportasi, akomodasi, dan fasilitas pariwisata lainnya membuka pintu bagi lebih banyak orang untuk mengunjungi suatu destinasi.

**Keberlanjutan Pariwisata:** Semakin banyak perhatian diberikan pada keberlanjutan pariwisata, termasuk upaya untuk mengurangi dampak negatif pada lingkungan dan budaya serta memastikan manfaat ekonomi yang adil bagi masyarakat lokal.

**Penggunaan Teknologi:** Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga telah berdampak pada industri pariwisata. Pemasaran digital, aplikasi perjalanan, dan integrasi teknologi dalam pengalaman wisatawan semakin menjadi fokus untuk meningkatkan daya tarik destinasi.

**Peran Pemerintah:** Pemerintah memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata dengan mengeluarkan kebijakan, mengatur regulasi, dan mengalokasikan sumber daya untuk memajukan industri ini.

**Krisis dan Tantangan:** Industri pariwisata juga menghadapi krisis dan tantangan, seperti bencana alam, perubahan iklim, atau pandemi seperti yang dialami pada tahun 2020 dan 2021 (COVID-19). Menghadapi tantangan ini, industri pariwisata harus menyesuaikan dan mencari solusi untuk pulih dan beradaptasi.

Perkembangan pariwisata sangat dinamis dan beragam, dan pandangan Sappta Nirwandar mungkin menyoroti berbagai aspek penting dalam perkembangan industri pariwisata di Indonesia atau wilayah lainnya. Penting untuk terus memantau pandangan dan kontribusi para ahli pariwisata seperti beliau guna memahami tren dan isu terkini dalam industri ini.

Tinjauan pariwisata adalah proses evaluasi menyeluruh terhadap berbagai aspek industri pariwisata, termasuk analisis data, perencanaan, implementasi kebijakan, dan pengelolaan destinasi wisata. Tinjauan pariwisata bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang mendalam tentang kinerja industri, tantangan yang dihadapi, dan peluang untuk pengembangan lebih lanjut.

### 3. Strategi Perencanaan dan Pelaksanaan Pariwisata

**Adi Pratama (2022)** tinjauan pariwisata mencakup beberapa aspek, seperti:

**Data dan Statistik Pariwisata:** Melibatkan analisis data kunjungan wisatawan, tingkat okupansi akomodasi, pendapatan pariwisata, dan informasi lainnya untuk mengevaluasi kinerja industri.

**Analisis SWOT:** Menganalisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam industri pariwisata.

**Perencanaan Destinasi:** Mengevaluasi perencanaan destinasi wisata yang ada dan menyusun rencana strategis untuk mengoptimalkan potensi pariwisata setempat.

**Keberlanjutan Pariwisata:** Menilai upaya untuk mencapai pariwisata berkelanjutan dari segi ekonomi, lingkungan, dan sosial.

**Pengelolaan Risiko:** Menilai risiko yang mungkin terkait dengan industri pariwisata dan merencanakan langkah-langkah untuk menghadapinya.

**Kualitas Pengalaman Wisatawan:** Menilai tingkat kepuasan wisatawan dan kualitas pengalaman yang ditawarkan oleh destinasi wisata.

**Pemasaran Pariwisata:** Mengevaluasi strategi pemasaran dan promosi untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik destinasi wisata.

**Peran Pemerintah dan Keterlibatan Masyarakat:** Meninjau peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata dan keterlibatan masyarakat lokal.

Tinjauan pariwisata membantu dalam mengidentifikasi masalah, kekuatan, dan potensi dalam industri pariwisata untuk menciptakan strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan. Hal ini membantu dalam mengambil keputusan yang tepat untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan berkualitas.

Informasi teknologi dan pemasaran memainkan peranan krusial dalam perkembangan kepariwisataan di era digital. Kemajuan teknologi informasi dan pemasaran yang efektif telah mengubah cara industri pariwisata beroperasi, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan wisatawan. Berikut adalah beberapa peran penting informasi teknologi dan pemasaran terhadap perkembangan kepariwisataan:

**Akses Informasi:** Teknologi informasi memungkinkan akses mudah dan cepat terhadap informasi tentang destinasi wisata, akomodasi, transportasi, dan aktivitas. Situs web, aplikasi seluler, platform pemesanan online, dan media sosial memfasilitasi wisatawan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terkini sebelum dan selama perjalanan mereka.

**Promosi dan Pemasaran:** Media sosial dan saluran digital lainnya telah menjadi alat pemasaran yang efektif bagi destinasi wisata. Dengan menggunakan konten visual menarik, video, dan cerita pengalaman wisatawan, pemasaran pariwisata dapat menjangkau audiens global dan meningkatkan popularitas destinasi.

**Pemasaran Berbasis Data:** Informasi teknologi memungkinkan pengumpulan dan analisis data konsumen. Dengan memahami preferensi, perilaku, dan kebutuhan wisatawan, destinasi wisata dan perusahaan dapat mengembangkan kampanye pemasaran yang lebih terfokus dan personal.

**Peningkatan Layanan Pelanggan:** Dalam industri pariwisata, pelayanan pelanggan yang baik sangat penting. Dengan teknologi informasi, komunikasi dengan wisatawan menjadi lebih cepat dan responsif, membantu meningkatkan pengalaman dan kepuasan wisatawan.

**Pengelolaan Destinasi:** Teknologi informasi juga berperan dalam pengelolaan destinasi wisata secara efisien. Sistem manajemen destinasi, perangkat lunak reservasi, dan teknologi lainnya membantu mengatur dan mengoptimalkan operasi dan pelayanan di destinasi wisata.



Pariwisata Berkelanjutan: Informasi teknologi juga dapat digunakan untuk mempromosikan pariwisata berkelanjutan dengan memberikan informasi tentang praktik ramah lingkungan, pengurangan limbah, dan kesadaran tentang keberlanjutan di antara wisatawan.

Pengalaman Wisata Digital: *Virtual reality*, *augmented reality*, dan teknologi lainnya memungkinkan pengalaman wisata digital yang mengesankan, membantu wisatawan untuk merencanakan dan merasakan pengalaman wisata sebelum mereka benar-benar mengunjungi destinasi.

Kombinasi informasi teknologi dan pemasaran yang efektif memperluas jangkauan industri pariwisata, menciptakan kesadaran, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan mendukung keberlanjutan industri pariwisata. Dalam era digital ini, kehadiran yang kuat di platform digital dan penggunaan teknologi informasi yang canggih menjadi kunci untuk mengembangkan dan menghadapi tantangan dalam industri pariwisata.

Dampak pariwisata dapat beragam dan kompleks, dan dampaknya bisa bersifat positif maupun negatif. Berikut adalah beberapa contoh dampak pariwisata berdasarkan teori dan penelitian:

Dampak Ekonomi: Industri pariwisata dapat memberikan dampak ekonomi yang signifikan pada destinasi wisata. Pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja langsung maupun tidak langsung bagi masyarakat lokal, menggerakkan sektor lain seperti transportasi, perdagangan, dan jasa, serta menyumbang pendapatan dari pajak wisata. (Referensi: "*The Economics of Tourism Destinations*" oleh Norbert Vanhove, 2005).

**Norbert Vanhove** adalah seorang ekonom pariwisata. Dia telah menulis buku berjudul "*The Economics of Tourism Destinations*" yang mencakup analisis tentang berbagai aspek ekonomi pariwisata dan dampaknya pada destinasi pariwisata.

Dampak pariwisata meliputi dampak positif dan negatif. Dampak Ekonomi Positif: Pariwisata dapat menyediakan

sumber pendapatan ekonomi bagi destinasi wisata melalui sektor-sektor seperti akomodasi, makanan dan minuman, transportasi, dan jasa lainnya. Industri pariwisata juga dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi.

**Dampak Multiplier:** Pariwisata dapat memiliki efek multiplier dalam ekonomi lokal, yaitu ketika uang yang dihabiskan oleh wisatawan secara tidak langsung menciptakan pendapatan dan pekerjaan tambahan melalui pengeluaran berulang di berbagai sektor ekonomi lokal.

**Dampak Penerimaan Pajak:** Pariwisata dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada penerimaan pajak negara dan daerah melalui pajak yang dibayarkan oleh industri pariwisata dan wisatawan.

**Dampak Infrastruktur:** Pariwisata dapat memicu investasi dalam infrastruktur seperti bandara, jalan, dan transportasi publik, yang juga dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal dan sektor lain di luar pariwisata.

**Dampak Ketergantungan:** Ketergantungan yang terlalu tinggi pada pariwisata dapat mengekspos destinasi wisata terhadap risiko ekonomi jika ada fluktuasi dalam jumlah kunjungan wisatawan atau perubahan dalam preferensi wisatawan.

**Dampak Lingkungan:** Peningkatan pariwisata dapat menyebabkan dampak negatif pada lingkungan alam, seperti polusi, kebisingan, dan kerusakan lingkungan lainnya.

**Dampak Sosial:** Pariwisata dapat membawa perubahan sosial bagi masyarakat lokal, termasuk perubahan budaya, konflik sosial, dan masalah lain yang terkait dengan pertumbuhan pariwisata.

Dampak pariwisata adalah topik yang kompleks dan sangat bervariasi tergantung pada konteks lokal dan karakteristik destinasi wisata. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mendalam dan merujuk pada penelitian terbaru dari para ahli, termasuk karya-karya seperti yang

ditulis oleh Norbert Vanhove, untuk memahami dampak pariwisata secara lebih komprehensif dan tepat.

**Dampak Sosial:** Pariwisata dapat membawa dampak sosial, termasuk perubahan budaya, interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal, serta pengaruh terhadap kehidupan sosial masyarakat lokal. Pariwisata juga dapat mempengaruhi tingkat kesejahteraan masyarakat lokal dan menimbulkan masalah sosial seperti ketegangan antar kelompok. (Referensi: "*Community Participation in Tourism Planning*" oleh Richard Sharpley, 2000).

**Profesor Richard Sharpley** adalah seorang ahli pariwisata yang terkenal atas kontribusinya dalam bidang kepariwisataan, khususnya dalam kaitannya dengan keberlanjutan, partisipasi masyarakat, dan dampak sosial pariwisata. Dalam karya-karyanya, ia telah mengidentifikasi beberapa dampak pariwisata yang relevan. Berikut adalah beberapa dampak pariwisata menurut pandangan Richard Sharpley:

**Dampak Ekonomi:** Pariwisata dapat memberikan kontribusi besar pada perekonomian lokal dan nasional melalui pengeluaran wisatawan, menciptakan lapangan kerja di sektor pariwisata dan sektor terkait, serta menggerakkan sektor lain seperti perdagangan dan jasa.

**Dampak Sosial dan Budaya:** Pariwisata dapat membawa perubahan sosial dan budaya di masyarakat lokal. Kontak antara wisatawan dan masyarakat lokal dapat mempengaruhi nilai-nilai, norma, dan budaya setempat. Pariwisata juga dapat menjadi sarana untuk mempromosikan dan melestarikan warisan budaya dan tradisi.

**Dampak Lingkungan:** Pariwisata dapat memiliki dampak negatif pada lingkungan alam, termasuk kerusakan lingkungan, kebisingan, polusi, dan peningkatan limbah. Dalam konteks keberlanjutan, Sharpley menekankan pentingnya mengelola dampak lingkungan dengan bijaksana untuk melindungi sumber daya alam dan keanekaragaman hayati.

**Partisipasi Masyarakat:** Sharpley menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan dan pembagian manfaat dari pariwisata dapat membantu menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

**Konflik dan Tantangan Sosial:** Pertumbuhan pariwisata juga dapat menyebabkan konflik sosial, terutama jika tidak ada manajemen yang tepat dalam mengatasi masalah sosial dan perbedaan kepentingan antara wisatawan dan masyarakat lokal.

**Keseimbangan antara Pertumbuhan dan Pelestarian:** Dalam pandangan Sharpley, mencapai keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi melalui pariwisata dan pelestarian lingkungan dan budaya adalah kunci untuk pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

Dampak pariwisata adalah subjek yang kompleks dan dapat sangat bervariasi tergantung pada konteks setempat dan bagaimana pariwisata dikelola. Karya-karya Richard Sharpley memberikan wawasan penting tentang dampak pariwisata dan tantangan yang harus dihadapi untuk mencapai pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi masyarakat lokal dan lingkungan.

**Dampak Lingkungan:** Pariwisata dapat memiliki dampak besar terhadap lingkungan alam. Kegiatan pariwisata seperti pembangunan infrastruktur, pemanfaatan sumber daya alam, dan peningkatan jumlah pengunjung dapat menyebabkan degradasi lingkungan, polusi, kerusakan ekosistem, dan hilangnya keanekaragaman hayati. (Referensi: "*Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*" oleh Manfredo K. Boekstein, 2001).

**Dampak Budaya:** Pariwisata dapat mempengaruhi budaya lokal dengan cara yang positif maupun negatif. Sementara pariwisata dapat menjadi sarana untuk mempromosikan dan melestarikan budaya lokal, terkadang juga dapat menyebabkan komersialisasi, homogenisasi, atau

distorsi budaya. (Referensi: "*The Tourist Gaze*" oleh John Urry, 1990).

**John Urry** adalah seorang sosiolog terkenal yang juga telah memberikan kontribusi dalam bidang pariwisata. Dalam salah satu karyanya yang berjudul "*The Tourist Gaze*" yang diterbitkan pada tahun 1990, Urry membahas tentang "gaze" (pandangan) wisatawan dan bagaimana pariwisata mempengaruhi pengalaman dan persepsi mereka terhadap destinasi wisata. Namun, secara khusus, dampak pariwisata menurut pandangan John Urry lebih terfokus pada aspek budaya dan sosial. Berikut adalah beberapa dampak pariwisata menurut pandangan John Urry:

**Konstruksi Destinasi Wisata:** Urry menyoroti bagaimana destinasi wisata seringkali dibentuk dan dikonstruksi melalui lensa "gaze" wisatawan. Destinasi yang dianggap menarik oleh wisatawan cenderung menerima lebih banyak perhatian dan investasi dari pihak-pihak terkait dengan pariwisata, sehingga menciptakan citra destinasi yang spesifik.

**Komodifikasi Budaya:** Urry menekankan bahwa pariwisata dapat menyebabkan budaya lokal dikomodifikasi menjadi produk konsumsi yang dipasarkan kepada wisatawan. Hal ini dapat menyebabkan distorsi atau komersialisasi dari budaya asli, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi identitas dan nilai-nilai lokal.

**Hubungan Antara Wisatawan dan Masyarakat Lokal:** Urry menyoroti pentingnya memahami dinamika dan interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal. Interaksi ini dapat memiliki dampak sosial dan budaya yang signifikan, baik positif maupun negatif, tergantung pada bagaimana kedua pihak berinteraksi.

**Konflik dan Tantangan Sosial:** Pariwisata dapat menyebabkan konflik sosial dan ketegangan antara wisatawan dan masyarakat lokal atau antar kelompok masyarakat lokal yang berbeda. Hal ini dapat terjadi terutama ketika pertumbuhan pariwisata tidak diimbangi dengan manajemen dan partisipasi masyarakat lokal.

Identitas Destinasi: Urry menggambarkan bahwa pariwisata dapat mempengaruhi cara destinasi melihat diri mereka sendiri. Persepsi destinasi tentang identitas mereka seringkali dipengaruhi oleh citra yang diciptakan oleh "gaze" wisatawan.

Perubahan Ekonomi dan Sosial: Pertumbuhan pariwisata dapat membawa perubahan ekonomi dan sosial dalam masyarakat lokal. Ini termasuk menciptakan lapangan kerja baru, mengubah struktur ekonomi lokal, dan mempengaruhi kualitas hidup dan kehidupan sehari-hari masyarakat lokal.

Pandangan John Urry tentang dampak pariwisata menekankan pentingnya memahami dinamika sosial dan budaya yang muncul dari interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal. Dia menggarisbawahi pentingnya mempertimbangkan dampak budaya dan sosial pariwisata selain dampak ekonomi yang sering ditekankan oleh ahli pariwisata lainnya

Penting untuk diingat bahwa dampak pariwisata dapat bervariasi dari satu destinasi wisata ke destinasi lainnya, tergantung pada konteks sosial, budaya, dan lingkungan setempat. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dan merujuk pada sumber-sumber teoritis dan jurnal akademis terpercaya untuk memahami dampak pariwisata secara lebih spesifik dalam suatu konteks atau wilayah tertentu.



# Daftar Pustaka

- Adi Pratama, I.W. 2022. *Digital Marketing: Tinjauan Konseptual*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Afandi, M. 2013. *Evaluasi Pembelajaran Sekolah Dasar*. Semarang: UNISSULA Press.
- Danial, D., Nurjannah, N., & Mirna, M. 2019. *Evaluation of The Learning*.
- Farida, I. 2017. *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fitriani. 2019. Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa SMP. *JTMT: Journal Tadris Matematika*, 01(01), 25-30. <http://journal.iaimsinjai.ac.id/index.php/Jtm/article/view/393>.
- Hamalik, Oemar. 2010. *Manajemen Pengembangan Kurikulum*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Judisseno, R.K. 2017. *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisataaan*. Jakarta: Gramedia.
- Mathieson, A.; Wall, G. 2012. *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman: New York.
- Mill, Robert & Morrison, Alistair. 2015. *The Tourism System*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Muhammad, R.A.T., Sutrisno, Budi. 2016. Sosioglobal. *Jurnal Pemikiran dan Pengertian Sosiologi*. 1(1), p. 68-81.
- Nasikun. 2017. Model pariwisata pedesaan: Pemodelan pariwisata pedesaan yang berkelanjutan. In M. P. Gunawan (Ed.), *Prosiding Pelatihan dan Lokakarya Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan*. Bandung: Penerbit ITB.
- Noronha, Raymond. 2017. *Social and Cultural Dimensions of Tourism A Review of the Literature in English*. Washington DC: World Bank.



Program of Mathematics Study Program at Islamic Institute Of Muhammadiyah Sinjai. 2019. *Matematika dan Pembelajaran*, 7(1), 65. <https://doi.org/10.33477/mp.v7i1.1046>.

Ratnawulan, E. 2014. *Evaluasi Pembelajaran*. Bandung: Penerbit pustaka.

# BAB 3

## PEKERJAAN DI INDUSTRI PARIWISTA

---

Selamat Riadi

### A. Pendahuluan

Sektor pariwisata pada Indonesia juga mempunyai peranan penting pada upaya meningkatkan pendapatan nasional dengan memanfaatkan objek yang menjadi **daya tarik wisata**. Pekerjaan pariwisata sekarang ini adalah sektor membuka ruang usaha agar menghidupkan pelestarian budaya.

Untuk meningkatkan pelestarian budaya dengan meningkatkan kesejahteraan pada masyarakat maka pariwisata akan merujuk pada basis masyarakat. Pekerjaan di industri pariwisata akan bermuara di basis peningkatan warga merupakan salah satu jenis pariwisata yang memasukkan partisipasi masyarakat menjadi unsur primer pada pariwisata guna mencapai tujuan pembangunan pariwisata berkelanjutan (Telfer, 2008).

Pembangunan pariwisata diperlukan dukungan dari warga sekitar yang notabene secara aktif berinteraksi pada wisatawan, menurut (Murphy, 1985) pariwisata berarti “industri masyarakat”, akibatnya keberlangsungan pembangunan kepariwisataan

dipengaruhi oleh penerimaan dan dukungan masyarakat terhadap pariwisata.

Mengenai hal tersebut, maka (Tosun, 2000, hal. 113-134) membangun tiga tingkat keterlibatan masyarakat dalam pengembangan industri pariwisata:

1. *Pseudo community participation*: Non-partisipasi, keputusan mengenai kebutuhan dasar untuk mengurangi risiko, program jangka pendek, dominasi pemerintah, dan pengembangan pariwisata yang tidak dimaksudkan untuk keterlibatan masyarakat secara kolektif.
2. *Passive community participation*: Sebagai *endorsement*/ persetujuan atas keputusan yang dibuat untuk masyarakat, bukan dari oleh masyarakat, hanya terlibat dalam implementasi, minimnya keterlibatan masyarakat, masyarakat bukan sebagai pembuat keputusan tetapi pelaksana keputusan, efektivitas dan efisiensi dalam memenuhi tujuan pihak ketiga.
3. *Spontaneous community participation*: Partisipasi langsung, partisipasi aktif, dan partisipasi otentik.

Pariwisata skala kecil, juga dikenal sebagai pariwisata berbasis masyarakat, diciptakan oleh komunitas lokal dan melibatkan berbagai masyarakat lokal, termasuk bisnis, organisasi, dan pemerintah daerah. (Telfer, 2008) telah melakukan perbandingan antara pariwisata skala kecil dengan skala besar untuk mengetahui dampak pembangunan pariwisata terhadap masyarakat lokal. Berdasarkan perbandingan tersebut, diketahui bahwa pengembangan pariwisata skala kecil memiliki karakteristik yang sangat berbeda dengan pengembangan pariwisata skala besar Adapun perbedaan karakteristik tersebut dapat diilustrasikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel1.1.** Perkebangan Industri Pariwisata Skala Kecil, Skala Besar dan Perkembangannya di Era Tahun 2023

Skala Kecil	Skala Besar	Perkembangan Pariwisata
Secara fisik menyatu dengan struktur ruang/kehidupan masyarakat lokal	Secara fisik terpisah dari komunitas lokal, namun efektif membangun citra kuat dalam rangka promosi	Sertifikasi tempat wisata
Perkembangan kawasan wisata bersifat spontan/tumbuh atas inisiatif masyarakat lokal ( <i>spontaneous</i> )	Pengembangan kawasan pariwisata melalui perencanaan yang cermat dan profesional ( <i>well planned</i> )	Pengembangan promosi secara digital
kontribusi masyarakat lokal dalam pembangunan pariwisata	Investor dengan jaringan internasional sebagai pelaku utama usaha kepariwisataan	Membangun jaringan antardaerah pariwisata
Interaksi terbuka dan intensif antara wisatawan dengan masyarakat lokal	Interaksi sangat terbatas antara wisatawan dengan masyarakat lokal	Persiapan SDM di setiap lokasi

Sumber: Diolah dari Jenkins, 1982

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa partisipasi masyarakat menjadi peluang yang besar dalam pariwisata, selanjutnya akan ada pariwisata skala kecil yang akan berkembang dan melakukan interaksi dengan wisatawan.

Kontribusi masyarakat umum dalam kepariwisataan merupakan salah satu alternatif strategi pembangunan yang ideal, meskipun banyak hambatan dan hambatan dalam pelaksanaannya. Scheyvens (2002) pada kenyataannya masyarakat lokal di suatu daerah tujuan wisata terbagi menjadi berbagai faksi atau kelompok yang saling mempengaruhi berdasarkan kelas sosial, jenis kelamin, suku. Antarfaksi biasanya mengklaim memiliki banyak keistimewaan atas keberadaan sumber daya.

## B. Industri Pariwisata Berbasis Masyarakat

Sektor pariwisata. Penyelenggaraan pariwisata berbasis masyarakat seringkali didominasi oleh sejumlah kelas sosial yang berkecukupan, yang kemudian memonopoli distribusi atau

pengumpulan pendapatan. (Mowforth dan Munt, 2016). Mengenai hal tersebut, mendorong tumbuhnya pariwisata berbasis masyarakat harus memperhatikan pemerataan. Selain itu, pertimbangan harus diberikan pada masalah kelas, gender dan etnis, khususnya ketika merencanakan masa depan industri pariwisata.

Tantangan selanjutnya adalah sulitnya masyarakat mengenali pariwisata sebagai strategi lokal untuk pengembangan masyarakat. Masyarakat lokal rentan terhadap eksploitasi karena mereka biasanya kekurangan informasi, dan sumber daya yang dibutuhkan untuk membuat banyak keputusan penting terkait pengembangan pariwisata.

Dalam perkembangan saat ini di tahun 2023 saat ini menjadi yang berbeda dari sebelumnya, yaitu kekuatan unsur masyarakat, promosi dan media digital menjadi sangat mempengaruhi secara cepat. Disamping kesiapan SDM dilokasi pariwisata menjadi sumber utama.

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat juga akan menghadapi berbagai hambatan. (Tosun, 2000) mengungkapkan terdapat tiga hambatan dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat terutama di negara berkembang. Adapun hambatan yang dimaksud berupa:

1. Keterbatasan operasional yang menjadi kendala saat ini adalah sentralisasi administrasi publik, lemahnya koordinasi, dan minimnya informasi pariwisata.
2. Keterbatasan struktural; berupa sikap pelaku wisata, terbatasnya tenaga ahli, dominasi elite masyarakat, aturan hukum yang tidak tepat, sedikitnya sumber daya manusia (SDM) yang kompeten, dan akses modal ekonomi/keuangan yang minim.
3. Batasan budaya, terbatasnya kapasitas, terutama bagi masyarakat yang kurang mampu, dan rendahnya pemahaman masyarakat lokal tentang pariwisata. Pembatasan semacam ini dapat sangat menghambat keterlibatan masyarakat baik dalam pengambilan keputusan maupun perencanaan yang baik serta dalam berbagi dampak positif dari pariwisata.

### C. Produk Wisata

Produk wisata adalah segala fasilitas atau jasa yang ditawarkan kepada wisatawan yang dapat diperoleh, dirasakan, atau dialami sehingga memiliki pengalaman berwisata yang positif. Dengan berkembangnya industri jasa pariwisata, fasilitas pariwisata, kebutuhan akan tenaga kerja semakin meningkat. Akibatnya, penting untuk mempertimbangkan potensi lapangan kerja di sektor pariwisata. Ada 7 Komponen komunikasi pariwisata, yaitu

1. Komunikasi (proses pemindahan makna dari sender kepada *receiver*).
2. Wisatawan.
3. Pemasaran.
4. Aksesibilitas.
5. Destinasi.
6. Pemilik modal.
7. Sumber Daya Manusia (SDM) kelembagaan.

Pengembangan industri pariwisata yang perlu diperhatikan:

1. *“Something to do”* yakni daerah itu harus mempunyai objek wisata dan perjumpaan di tempat wisata yang berbeda dengan daerah lain, termasuk berbagai sarana lainnya.
2. *“Something to see”* yakni daerah tersebut banyak yang dilihat dan disaksikan yang dapat membuat betah wisatawan.
3. *“Something to buy”* yakni daerah tersebut harus tersedia souvenir dan kerajinan masyarakat setempat sebagai cenderamata.

### D. Pariwisata Era Revolusi Industri

Saat ini telah terjadi peningkatan teknologi informasi, khususnya di sektor publik karena munculnya periode 4.0 di industri pariwisata, yang merupakan hasil dari revolusi Industri 4.0 yang memudahkan mengakses informasi melalui media sosial.

Revolusi Industri 4.0 merupakan perubahan secara menyeluruh dari berbagai aspek produksi dalam industri digital, berbasis internet, dan konvensional. Inovasi Industri 4.0 diperkirakan memiliki potensi sebagai berikut:

1. Dapat memenuhi kebutuhan setiap pelanggan secara individual melalui proses bisnis yang sangat efisien, memungkinkan terciptanya bisnis baru yang meningkatkan harga barang dan jasa.
2. Memiliki kemampuan untuk mempercepat pengembangan produk, memprioritaskan permintaan individu, memproduksi dengan cepat dan efisien, dan, jika mereka produsen yang berfokus pada 4.0, mampu menyelesaikan masalah dengan operasi sehari-hari yang hemat energi.
3. Revolusi industri 4.0 juga dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas, mengurangi beban pajak penghasilan, meningkatkan remunerasi pekerja per jam, dan meningkatkan investasi.

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi industri 4.0 dapat meningkatkan produktivitas, fleksibilitas produk, standar layanan pelanggan, dan tingkat pembayaran agar berdampak positif terhadap perekonomian.

#### **E. Peluang Kerja di Industri Pariwisata**

Industri pariwisata mampu menghasilkan 4.585.000 lapangan pekerjaan di Indonesia pada tahun 2017, pada tahun 2018 diperkirakan jumlah ini akan meningkat hampir 18% menjadi 4.668.000. Salah satu contoh bisnis pariwisata yang akan berkembang adalah industri hotel dan restoran. Pariwisata seperti hotel dan travel, dianggap sebagai usaha "padat karya". Selain itu, pariwisata dapat menciptakan peluang kerja, seperti pembangunan jalan dan bangunan. Ada banyak bangunan yang dibangun, seperti hotel, restoran, art shop, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pariwisata memiliki beberapa manfaat dari sudut pandang linguistik dan profesional. Dari sudut pandang ekonomi, sisi positif pariwisata, yaitu

1. Potensi pasar dalam menjual produk seperti barang maupun jasa oleh warga sekitar tempat wisata.
2. Menambah penghasilan masyarakat yang aktivitasnya berkaitan dengan jasa pariwisata.

3. Menumbuhkan prospek lapangan kerja baik di industri yang berhubungan langsung seperti hotel, restoran, dan biro perjalanan, maupun yang tidak berhubungan, termasuk industri kerajinan, penyediaan produk pertanian, atraksi budaya lainnya, dan lain sebagainya.
4. Membangkitkan ide bagi pekerja seni, pengrajin industri kecil yang ditujukan untuk konsumsi wisatawan.

Permintaan tenaga kerja di industri pariwisata semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan industri infrastruktur pariwisata, jasa pariwisata. Akibatnya, kesempatan kerja di sektor pariwisata juga harus diperhitungkan tergantung pada jumlah pengunjung wisata, sarana dan fasilitas wisata.

## **F. Pekerjaan di Industri Pariwisata**

Saat ini Pariwisata menjadi Industri terbesar di dunia yang terdiri dari berbagai usaha yang berkaitan dengan pariwisata. Ada beberapa jenis bisnis pariwisata yang bisa dijadikan tempat untuk bekerja khususnya di Indonesia, antara lain:

### **1. *Travel Consultant***

Tugas konsultan perjalanan, yaitu sebagai agen perjalanan yang meliputi: Menjadwalkan perjalanan klien sesuai dengan anggaran yang ditetapkan, memberikan informasi lengkap kepada konsumen tentang biaya paket perjalanan, memberikan informasi terkini kepada klien mengenai jadwal penerbangan, dan lain sebagainya.

### **2. Agen Perjalanan**

Agen perjalanan adalah perusahaan yang merencanakan perjalanan dengan menawarkan paket wisata yang menarik. Beberapa pekerjaan di sektor perjalanan termasuk pemandu wisata, koordinator perjalanan, perencana paket wisata, dan konsultan perjalanan.



### 3. Jasa Makanan Minuman

"Kuliner" adalah satu hal yang tidak bisa dilewatkan ketika berwisata. Pengunjung wisata biasanya akan menanyakan tentang jenis makanan yang khas di lokasi wisata yang dituju. Jadi tidak heran jika industri kuliner merupakan salah satu dari beberapa usaha wisata yang memiliki banyak potensi untuk dikembangkan. Kuliner juga bisa menjadi ikon suatu tempat wisata. Akan lebih baik jika bisnis kuliner yang berkembang dapat menjadi produk unggulan untuk tempat wisata tertentu.

### 4. Penyediaan Akomodasi

Pada usaha penyediaan akomodasi menyediakan jasa penginapan, mulai dari kedatangan hingga keberangkatan.

### 5. Tempat Hiburan dan Rekreasi

Kegiatan hiburan dan rekreasi merupakan industri yang memiliki potensi sangat besar dan menjanjikan. Usaha ini menawarkan beberapa jenis hiburan seperti seni pertunjukan, dan lain sebagainya.

### 6. Jasa Informasi Pariwisata

Usaha ini adalah usaha dalam penyediaan data, berita, feature, foto, video, dan hasil penelitian kepariwisataan yang dibuat dalam bentuk kertas atau media elektronik.

### 7. Jasa Pramuwisata

Usaha penyediaan dan tenaga pemandu wisata berkoordinasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata.

Ketersediaan pengetahuan untuk kewirausahaan memungkinkan potensi pertumbuhan berbagai jenis pekerjaan di industri pariwisata. Jenis pekerjaan ini termasuk menerbitkan buku panduan bagi wisatawan.

Beberapa pekerjaan tambahan terkait pariwisata termasuk menjadi blogger atau YouTuber yang berfokus pada pariwisata, bekerja sebagai fotografer objek-objek profesional, merencanakan acara untuk festival atau karnaval yang berfokus pada pariwisata, dan mengorganisir budaya atau karnaval pariwisata.

Pekerjaan di industri pariwisata banyak peluang bagi para profesional dan terdidik untuk mengambil peran praktis di semua tingkatan, dari yang paling rendah hingga yang paling tinggi, pekerjaan di industri pariwisata masih didominasi oleh orang-orang dengan pelatihan kejuruan. Peraturan Kerangka Kualifikasi Kerja Indonesia (KKNI) yang terdapat dalam Peraturan Menteri Tenaga Kerja Nomor 23 Tahun 2014 mengatur tentang jenjang karir di industri pariwisata. KKNI menawarkan kerangka kualifikasi kompetensi yang dapat menyandikan, menyetarakan, dan mengintegrasikan bidang pendidikan dan pelatihan kerja di berbagai usaha pariwisata untuk menghasilkan kompetensi kerja yang konsisten dengan struktur pekerjaan di industri pariwisata.

Sistem pendidikan nasional, sistem pelatihan kerja nasional, dan sistem penilaian prestasi belajar nasional semuanya dimiliki oleh Indonesia dan berfungsi untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan efektif. KKNI merupakan perwujudan dari sifat-sifat tersebut dan jati diri bangsa Indonesia. Sembilan tingkat kualifikasi tercantum dalam KKNI untuk sumber daya manusia yang efektif di Indonesia. Setiap tahapan penjabaran kualifikasi KKNI, mempertimbangkan semua kemungkinan hasil pembelajaran—formal, informal, nonformal, atau mandiri untuk menghasilkan tenaga kerja yang mampu menghasilkan karya yang berkualitas tinggi. Penjelasan untuk setiap tahapan kualifikasi juga diperbarui untuk mencerminkan kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi atau seni, serta kemajuan industri yang mendukung perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, seperti pariwisata.

## **G. Jasa Pariwisata**

Menurut (Meis, 1992) industri pariwisata adalah sebuah konsep yang perlu dipahami untuk dianalisis dan sebagai bahan

pengambilan keputusan. Namun, hampir semua negara tidak memahami hal ini, sehingga menimbulkan berbagai masalah yang mempersulit industri pariwisata untuk berkembang secara realistis atau kredibel terkait dengan informasi dasar pariwisata dalam memprediksi kontribusinya terhadap perekonomian regional, nasional, dan global.

Pariwisata juga banyak didukung oleh usaha lain, karena industri pariwisata merupakan industri multi-sektoral. Pengadaan akomodasi merupakan salah satu dari sekian banyak jenis usaha pariwisata yang disebut sebagai fasilitas wisata. Usaha akomodasi adalah suatu usaha yang menawarkan jasa penginapan yang dilengkapi jasa pariwisata lainnya.

Jika dilihat dari sisi ilmu ekonomi nasional, industri pariwisata merupakan sektor produksi barang dan jasa yang ditujukan untuk kepentingan pariwisata, sehingga dalam aspek pelayanan digunakan strategi pelayanan atau jasa. Strategi pelayanan atau jasa ini memberikan gambaran tentang jenis pelayanan atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan.

## **H. Tenaga Kerja**

Tenaga kerja ialah setiap orang yang mampu bekerja untuk menghasilkan barang atau jasa yang bermanfaat bagi dirinya atau masyarakat pada umumnya. Setiap orang yang bekerja untuk diri sendiri atau anggota keluarganya tanpa menerima imbalan uang berupa upah atau mereka yang mau dan mampu bekerja termasuk dalam pengertian tenaga kerja ini. Angkatan kerja terdiri dari penduduk yang telah memiliki pekerjaan, mencari pekerjaan, dan mereka yang melakukan tugas-tugas lain termasuk mengurus rumah tangga. Tidak ada batasan usia atas di Indonesia untuk pekerja atau penduduk yang berusia 10 tahun ke atas. Indonesia saat ini tidak memiliki sistem jaminan sosial nasional.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2013 tentang Ketenagakerjaan disebutkan bahwa pengertian tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhannya sendiri maupun untuk masyarakat.

Tenaga kerja terbagi dalam dua kelompok, yaitu

### **1. Angkatan Kerja**

Merupakan masyarakat dalam usia produktif yang terlibat dalam penciptaan produk dan jasa. Angkatan kerja dibagi dalam dua kelompok, yaitu

- a. Pekerja. Yaitu orang yang telah memiliki pekerjaan, dan saat ini sedang bekerja, juga orang yang mempunyai pekerjaan. Seseorang dapat dikatakan sebagai pekerja apabila waktu minimum bekerja adalah selama satu minggu. Golongan pekerja dapat dibedakan menjadi 2 subkelompok, yaitu
  - 1) Pekerja penuh. Memanfaatkan pekerjaan secara optimal dari segi jam kerja maupun skill yang sesuai dengan persyaratan untuk bekerja yang meliputi bekerja selama 8 jam per hari, bekerja sesuai dengan jurusan, dan mendapatkan gaji yang sesuai dengan upah minimum regional (UMR).
  - 2) Paruh Waktu. Pekerja yang kurang dimanfaatkan dalam bekerja diukur dari segi jam kerja, produktivitas tenaga kerja, dan penghasilan yang diperoleh.
- b. Pengangguran (Tidak Bekerja). Orang yang tidak memiliki pekerjaan atau sedang mencari kerja dan belum bekerja minimal 1 jam selama seminggu

### **2. Bukan Angkatan Kerja**

Yang termasuk golongan bukan angkatan kerja, yaitu orang yang dalam usia kerja tetapi tidak bekerja, tidak memiliki pekerjaan atau sedang tidak mencari pekerjaan. Tidak termasuk angkatan kerja yang terdiri dari golongan yang masih sekolah, ibu rumah tangga, dan lain sebagainya.

### **I. Pasar Tenaga Kerja**

Pasar tenaga kerja dapat diartikan sebagai sebuah pasar di dalamnya terjadi proses penawaran dan permintaan tenaga kerja. Penjual adalah orang yang mencari pekerjaan; mereka

menawarkan tenaga, bakat, atau keahlian mereka untuk "dibeli" oleh pemilik bisnis. Pasar tenaga kerja memiliki keuntungan sebagai berikut:

1. Menurunkan tingkat pengangguran sehingga pencari kerja dapat menemukan pekerjaan.
2. Membantu pemilik usaha untuk menjalankan usahanya dengan memperoleh tenaga kerja yang mereka butuhkan.
3. Membantu pemerintah dalam mengatasi kesulitan-kesulitan yang berhubungan dengan ketenagakerjaan.

Adapun Kelemahan adanya pasar tenaga kerja adalah sebagai berikut:

1. Munculnya kegiatan percaloan tenaga kerja.
2. Terjadinya penipuan dan kekerasan kepada pencari kerja.

#### **J. Identifikasi Lapangan Kerja Pariwisata**

Pariwisata berarti "industri multi-produk" pengalaman wisata secara keseluruhan diciptakan oleh bauran produk. Akomodasi, restoran, adalah beberapa produk yang dapat disebutkan. Pekerjaan di sektor pariwisata mencakup berbagai sektor, contohnya akomodasi, restoran, maskapai penerbangan, souvenir, agen perjalanan, dll.

Pembahasan sumber daya manusia, bahwa tidak semua fasilitas wisata digunakan oleh wisatawan. banyak fasilitas yang disediakan dipergunakan oleh wisatawan maupun penduduk lokal, akibatnya sulit untuk membedakan antara tenaga kerja dan sumber daya manusia pariwisata dan non-pariwisata. Masalah lain dalam menyampaikan batasan lapangan pekerjaan pariwisata adalah pemerataan ekonomi informal dalam pariwisata. banyak destinasi usaha, bisnis, dan profesi tertentu beroperasi dalam ekonomi bayangan.

Lapangan pekerjaan di bidang pariwisata tersedia dalam sejumlah industri, contohnya seperti pertanian, ritel, angkutan umum, jasa usaha, serta pemerintah daerah yang kemudian memperluas keragaman pada kesempatan bekerja yang ditawarkan pada bidang pariwisata.

## K. Membangun Pusat Informasi Pemasaran Pariwisata

Pusat Informasi Pariwisata dan Perdagangan (PIPP) merupakan pusat layanan informasi bagi pelaku ekonomi khususnya pelaku perdagangan, sekaligus sebagai pusat layanan informasi pariwisata. Pembangunan pusat informasi ini merupakan penjabaran dari pengembangan sistem perdagangan barang dan jasa unggulan. Berawal dari kebutuhan wisatawan, maka dapat dilihat apa yang sebenarnya wisatawan butuhkan dan apa yang wisatawan lakukan di suatu tempat wisata, sebagai berikut:

1. Mencari informasi detail.
2. Memesan hotel.
3. Memesan tiket perjalanan.
4. Mencari paket tour.
5. Mencari lokasi situs tujuan pariwisata.

Pariwisata dilihat dari dimensi geografis artinya pariwisata terjadi karena adanya aktivitas manusia dari suatu daerah ke daerah lain. Sedangkan dari dimensi waktu, yang dimaksud dengan kegiatan atau kegiatan wisata adalah kegiatan yang dilakukan kurang dari 1 tahun, sedangkan jika dilihat dari dimensi tujuan dan sasaran kegiatan, wisata tidak hanya untuk kegiatan liburan. Namun ada kegiatan lain seperti bisnis bahkan tujuan lain yang belum disebutkan.

Sementara itu, dalam konteks pariwisata sebagai industri, pariwisata adalah destinasi dimana semua tempat di dunia memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata. Pemerintah harus dapat menyediakan fasilitas yang berkaitan dengan industri pariwisata untuk mendorong perkembangan ekonomi regional, nasional, atau bahkan global sehingga dapat ditetapkan sebagai daerah tujuan wisata.

Sebaliknya, istilah "*hospitality*" digunakan di Indonesia untuk merujuk pada bisnis yang menyediakan penginapan, makanan, dan layanan terkait pariwisata lainnya.

Hospitality merupakan interaksi tuan rumah dengan tamu pada saat bersamaan dengan menyediakan layanan akomodasi seperti makanan dan minuman. **Tujuan dari bisnis dalam**

**hospitality industri** ini ialah untuk mendapatkan laba atau keuntungan dengan memberikan pelayanan terbaik pada tamu. Dengan adanya bisnis *hospitality* ini tentunya suatu daerah bahkan negara dapat melebarkan ciri khas tempat tersebut, seperti kuliner dan tempat wisata lainnya yang akan mengembangkan kegiatan ekonomi baik untuk daerah wisata, ataupun negara.

Pengertian “industri pariwisata” menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional adalah “kumpulan usaha pariwisata yang saling berkaitan untuk menghasilkan barang dan atau jasa guna memenuhi kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata”.

Berikut adalah ciri-ciri industri pariwisata menurut (Yoeti, 2008):

1. **Industri jasa.** Perusahaan yang terdaftar dalam industri pariwisata adalah perusahaan jasa yang bekerja sama untuk menciptakan (barang dan jasa) untuk kebutuhan wisatawan.
2. **Labor Intensive.** Mampu menampung lebih banyak tenaga kerja.
3. **Capital Intensive.** Diperlukan modal yang cukup besar dalam pembangunan sarana dan prasarana di industri pariwisata, meskipun dalam jangka panjang atau cukup lama.
4. **Sensitive.** Kegiatan pariwisata sangat peduli terhadap isu keamanan (*security*) dan kenyamanan (*comfortably*).
5. **Seasonal.** Kegiatan pariwisata dipengaruhi oleh waktu luang para wisatawan, misalnya: Liburan kerja atau libur hari raya.
6. **Quick Yelling Industry.** Dalam kegiatan pariwisata kehadiran wisatawan mancanegara membantu dalam pertukaran mata uang. Perolehan devisa dapat diperoleh saat wisatawan berkunjung ke negara lain dan akan lebih cepat dibandingkan kegiatan ekspor konvensional.

## **L. Sumber Daya Manusia**

Dalam memajukan suatu bangsa, diperlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Dinamika pembangunan di Indonesia

sebagai negara berkembang bertujuan untuk meningkatkan pendidikan guna meningkatkan standar sumber daya manusia. Pendidikan merupakan sarana pembinaan pengetahuan, nilai, dan perilaku yang membentuk pribadi yang lebih baik. Tujuan pendidikan adalah untuk mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas di berbagai bidang. Pendidikan juga berperan penting dalam membantu memecahkan masalah ketenagakerjaan seperti masalah pengangguran. Pendidikan formal berperan dalam memberikan kontribusi terhadap calon tenaga kerja yang berkualitas.

Menurut (Suryadi, 2002) pendidikan sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi dikarenakan pendidikan berperan dalam meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Pertumbuhan ekonomi masyarakat dapat ditentukan jika setiap orang memiliki pendapatan yang lebih tinggi karena memiliki pendidikan yang lebih tinggi. Menurut hipotesis human capital, pendidikan formal merupakan investasi yang bijaksana baik bagi individu maupun masyarakat secara keseluruhan.

#### **M. Pariwisata terhadap Perekonomian**

Pertumbuhan industri pariwisata dapat mengarah pada usaha komersial yang menguntungkan dan bermanfaat bagi masyarakat, kepentingan budaya dan ekonomi suatu bangsa. Kesuksesan pemerintah dari industri pariwisata yang dapat memacu tumbuhnya industri lain dan menjadi bukti keberhasilan industri tersebut.

Meningkatnya frekuensi kunjungan wisatawan merupakan keberhasilan paling nyata yang bisa dilihat. Jika pengunjung yang datang puas dengan tujuan yang dituju dengan berbagai fasilitas yang disediakan, pertumbuhan jumlah wisatawan dapat terlihat. Pelanggan yang senang dengan liburannya akan lebih cenderung untuk kembali ke tempat wisata tersebut di masa yang akan datang dan mengajak teman dan keluarga mereka untuk melakukan perjalanan yang sama.

Dari sisi ekonomi, pariwisata memiliki dampak positif seperti:



1. Menambah potensi bagi masyarakat setempat untuk meningkatkan penjualan produk barang dan jasa.
2. Menaikkan pendapatan masyarakat yang tinggal di daerah wisata yang aktivitasnya berkaitan dengan industri pariwisata.
3. Meningkatkan Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD).
4. Memberikan ruang bagi pekerja seni, termasuk pengrajin industri.

## **N. Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan wisatawan penting dalam proses promosi produk dan layanan yang berkelanjutan. Keberhasilan pemasaran destinasi wisata penting dalam hal kepuasan wisatawan, yang berdampak langsung pada keputusan wisatawan untuk menikmati produk dan jasa, dengan keputusan untuk dapat dipengaruhi oleh kepuasan wisatawan. (Rozak, 2000, hal. 260).

Kepuasan pelanggan merupakan prinsip utama dalam konteks pemasaran saat ini dalam mengelola sebuah perusahaan dan untuk memenuhi tujuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Pelanggan yang puas dengan bisnis ini merupakan asset besar bagi keberlangsungan hidup perusahaan. Dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan, sangat penting untuk mengelola kualitas layanan yang diberikan. Kualitas layanan yang dikelola dengan baik akan menghasilkan hasil positif yang akan berdampak kepada kepuasan pelanggan. Pelanggan memiliki kebebasan untuk memutuskan apakah layanan yang diberikan oleh bisnis memenuhi kebutuhan mereka atau tidak. Jika layanan dianggap di bawah standar, diyakini pelanggan menceritakan hal buruk kepada orang lain, yang akan berdampak pada pertumbuhan perusahaan penyedia layanan. Sebaliknya apabila pelanggan puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan, maka hal tersebut akan lebih menguntungkan perusahaan.

# Daftar Pustaka

- Meis. 1992. *Ruang Lingkup Pariwisata*. Yogyakarta: Pengantar Industri Pariwisata.
- Murphy, P. E. 1985. *Tourism A Community Approach*. New York: Methuen.
- Rozak, M. R. 2000. Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain, as an Off-Season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*.
- Sharply, R. T. 2008. *Tourism and Development in the Developing World*, Routledge. New York.
- Suryadi, A. 2002. *Pendidikan, Investasi SDM, dan Pembangunan: Isu, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Telfer, R. d. 2008. *Turism and Developmen in the Developing World*, Rouledge. New York.
- Tosun, C. 2000. Towart a typology of Community Paticipation in the Tourism Development Process, Anatolia. *An International Jurnal of Tourism and Hospitality Research*.
- Yoeti, O. A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.



# **BAB 4**

## **USAHA JASA PARIWISATA**

---

Tita Rosalina

### **A. Pendahuluan**

#### **1. Latar Belakang**

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pariwisata tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pendapatan negara melalui pajak dan devisa, tetapi juga menciptakan lapangan kerja serta mendorong perkembangan infrastruktur dan industri terkait lainnya. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang usaha jasa pariwisata menjadi krusial bagi pelaku bisnis dan pemerintah.

Berbagai faktor telah mendorong pertumbuhan industri pariwisata dalam beberapa dekade terakhir. Salah satunya adalah peningkatan daya beli masyarakat di berbagai negara yang memungkinkan lebih banyak orang unruk melakukan perjalanan wisata baik di dalam maupun di luar negeri. Selain itu, kemajuan dalam teknologi informasi tentang destinasi wisata, memesan akomodasi, dan merencanakan perjalanan mereka.

Namun, seperti industri lainnya, usaha pariwisata juga dihadapkan berbagai tantangan. Salah satunya adalah dampak lingkungan akibat peningkatan jumlah kunjungan wisatawan terhadap destinasi alam dan budaya. *Overcrowding*, polusi, dan kerusakan lingkungan menjadi masalah serius yang perlu ditangani dengan bijaksana agar keindahan alam dan budaya suatu daerah tetap terjaga untuk generasi mendatang.

Selain itu, perubahan pola perjalanan akibat situasi seperti pandemi COVID-19 juga telah memberikan dampak signifikan pada industri pariwisata. Pembatasan perjalanan dan penurunan minat untuk berpergian secara internasional telah memaksa pelaku usaha jasa pariwisata untuk beradaptasi dengan cepat. Mereka harus mencari cara baru untuk menarik wisatawan lokal dan menghadapi tantangan dalam hal kebersihan dan kesehatan.

Bab ini bertujuan untuk membahas lebih tentang usaha jasa pariwisata, mulai dari jenis-jenisnya seperti agen perjalanan, operator tur, penyedia akomodasi, restoran, hingga transportasi. Selain itu juga membahas strategi pemasaran yang efektif dalam industri pariwisata, termasuk pemanfaatan media sosial dan teknologi digital. Selain itu, dampak positif dan negatif dari industri pariwisata terhadap ekonomi, budaya, dan lingkungan juga akan dijelaskan secara komprehensif.

Dengan memahami latar belakang dan dinamika usaha jasa pariwisata, pembaca diharapkan akan mendapatkan wawasan yang lebih baik tentang peran penting industri ini dalam perekonomian global serta upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk menjaga keberlanjutan dan keseimbangan antara ekonomi, lingkungan, dan budaya.

## **2. Tujuan dan Ruang Lingkup**

### **a. Tujuan**

Usaha jasa pariwisata bertujuan untuk mengembangkan dan memanfaatkan potensi wisata suatu daerah dengan cara menyediakan berbagai layanan dan fasilitas

yang mendukung pengalaman positif para wisatawan. Tujuan utama dari usaha jasa pariwisata adalah untuk menciptakan dampak positif terhadap perekonomian lokal melalui peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, serta merangsang pertumbuhan sektor lain seperti perdagangan, kerajinan, dan pertanian.

Selain aspek ekonomi, tujuan usaha jasa pariwisata juga mencakup upaya melestarikan dan mempromosikan budaya, sejarah, dan kekayaan alam suatu daerah, serta meningkatkan kesadaran dan pentingnya keberlanjutan lingkungan dalam pengembangan sektor pariwisata. Dengan kata lain, tujuan usaha jasa pariwisata tidak hanya sebatas profit ekonomi semata, tetapi juga mencakup aspek sosial dan lingkungan.

#### **b. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup usaha jasa pariwisata meliputi berbagai kegiatan dan layanan yang berkaitan dengan penyediaan pengalaman wisata bagi para pelancong. Ruang lingkup dari usaha jasa pariwisata meliputi:

- 1) **Akomodasi:** Pengelolaan hotel, resort, vila, penginapan, dan layanan akomodasi lainnya yang memenuhi kebutuhan wisatawan selama masa menginap.
- 2) **Restoran dan Kuliner:** Penyediaan makanan dan minuman lokal atau internasional yang menggambarkan kekayaan kuliner suatu daerah.
- 3) **Transportasi:** Layanan transportasi seperti penerbangan, kereta, bus, taksi, dan layanan antarjemput untuk memudahkan mobilitas wisatawan.
- 4) **Atraksi Wisata:** Pengembangan, pengelolaan, dan promosi objek wisata alam, budaya, sejarah, dan hiburan yang menarik minat wisatawan.
- 5) **Pemandu Wisata:** Layanan pemandu lokal atau internasional yang memberikan informasi, panduan, dan pengalaman lebih mendalam kepada wisatawan.

- 6) **Aktivitas Rekreasi:** Penyediaan berbagai kegiatan rekreasi seperti olahraga air, petualangan alam, seni dan kerajinan, serta berbagai acara budaya.
- 7) **Promosi dan Pemasaran:** Upaya untuk memasarkan destinasi wisata dan menarik minat calon wisatawan melalui berbagai saluran komunikasi.
- 8) **Pendidikan dan Pelatihan:** Pelatihan sumber daya manusia di sektor pariwisata untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman wisatawan.
- 9) **Pengembangan Infrastruktur:** Investasi dalam fasilitas dan infrastruktur seperti bandara, jalan, dan sarana umum yang mendukung aksesibilitas destinasi.

## **B. Peran Pariwisata dalam Pertumbuhan Ekonomi Lokal**

Pariwisata memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dalam konteks ini, pertumbuhan ekonomi dapat diukur dari berbagai aspek, termasuk peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, stimulasi sektor ekonomi lainnya, serta peningkatan investasi dan pembangunan infrastruktur (Gokovali *and* Bahar, 2006).

### **1. Dampak Positif Pariwisata terhadap Perekonomian**

Pariwisata memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian suatu daerah. Dampak-dampak ini tidak hanya terbatas pada peningkatan pendapatan, tetapi juga melibatkan sektor-sektor lain dalam ekonomi. Berikut adalah penjelasan rinci tentang dampak positif pariwisata terhadap perekonomian (Gokovali *and* Bahar, 2006):

- a. **Pendapatan dan Pemasukan Devisa:** Pariwisata memberikan sumber pendapatan yang substansial bagi perekonomian lokal melalui pengeluaran wisatawan dalam bentuk akomodasi, makanan, transportasi, dan pembelian barang dan jasa. Pemasukan devisa dari pariwisata juga berkontribusi pada penguatan mata uang negara, yang dapat berdampak positif pada neraca perdagangan.

- b. **Peningkatan Pendapatan Daerah:** Wisatawan berkontribusi pada pendapatan daerah melalui pembayaran pajak, retribusi, dan biaya masuk ke tempat wisata. Pendapatan ini dapat dialokasikan kembali untuk pembangunan infrastruktur, pendidikan, dan layanan publik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat.
- c. **Penciptaan Lapangan Kerja:** Industri pariwisata menciptakan berbagai peluang pekerjaan, baik langsung maupun tidak langsung. Pekerjaan langsung meliputi hotel, restoran, transportasi, dan atraksi wisata. Pekerjaan tidak langsung mencakup sektor pendukung seperti peternakan, perikanan, dan pasokan bahan makanan.
- d. **Stimulasi Pertumbuhan Ekonomi Sekunder:** Kehadiran wisatawan mendorong pertumbuhan sektor ekonomi lainnya. Penyediaan makanan, minuman, transportasi, dan barang-barang lainnya memicu permintaan dan pertumbuhan sektor perdagangan lokal.
- e. **Peningkatan Investasi:** Peningkatan jumlah wisatawan sering kali mendorong investasi dalam pembangunan infrastruktur dan akomodasi. Ini dapat meningkatkan daya saing daerah sebagai destinasi wisata dan mendorong pembangunan ekonomi lebih lanjut.
- f. **Promosi Budaya dan Keberlanjutan:** Pariwisata dapat mendorong promosi budaya dan warisan lokal, yang dapat berkontribusi pada pelestarian identitas budaya dan sejarah suatu daerah. Selain itu, dengan mendorong praktik pariwisata berkelanjutan, sektor ini juga dapat berperan dalam pelestarian lingkungan.

## **2. Dampak Positif Pariwisata terhadap Pendapatan Daerah**

Usaha jasa pariwisata memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan daerah suatu wilayah. Kontribusi ini datang dari berbagai aspek pengeluaran wisatawan selama mereka berkunjung dan menghabiskan waktu di destinasi tersebut. Berikut adalah penjelasan rinci



tentang kontribusi usaha jasa pariwisata terhadap pendapatan daerah (Nunes, Raposo and Gomes, 2020):

- a. **Pajak Akomodasi dan Pajak Wisata:** Wisatawan yang menginap di hotel atau akomodasi lain di daerah tersebut biasanya dikenakan pajak akomodasi. Pajak ini merupakan sumber pendapatan penting bagi pemerintah daerah. Selain itu, beberapa daerah juga menerapkan pajak wisata tambahan yang dikumpulkan dari wisatawan.
- b. **Retribusi Tempat Wisata:** Wisatawan sering kali dikenai retribusi atau biaya masuk ke tempat-tempat wisata tertentu seperti taman nasional, museum, atau situs bersejarah. Pendapatan dari retribusi ini dapat digunakan untuk pemeliharaan dan pengembangan tempat-tempat wisata tersebut.
- c. **Pendapatan dari Atraksi Wisata dan Aktivitas:** Pengelolaan atraksi wisata dan berbagai aktivitas, seperti tur, olahraga, dan hiburan, juga menghasilkan pendapatan bagi daerah. Tiket masuk, pemesanan tur, dan partisipasi dalam kegiatan tersebut menyumbang kepada pendapatan daerah.
- d. **Belanja dan Konsumsi Wisatawan:** Wisatawan berbelanja untuk makanan, minuman, souvenir, dan barang lainnya selama mereka berada di destinasi. Pendapatan dari konsumsi ini berkontribusi pada pendapatan daerah melalui pajak penjualan dan layanan.
- e. **Pendapatan dari Transportasi:** Jika daerah tersebut memiliki layanan transportasi lokal seperti taksi, bus wisata, atau penyewaan mobil, pendapatan dari sektor ini juga menjadi bagian dari kontribusi usaha jasa pariwisata terhadap pendapatan daerah.

### 3. Penciptaan Lapangan Kerja

Usaha jasa pariwisata memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja yang signifikan di berbagai sektor. Dari sektor akomodasi hingga transportasi dan atraksi wisata, banyak pekerjaan langsung dan tidak langsung tercipta melalui

perkembangan pariwisata. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai penciptaan lapangan kerja dari usaha jasa pariwisata (Dwyer, 2015):

- a. **Lapangan Kerja Langsung:** Usaha jasa pariwisata secara langsung menciptakan lapangan kerja dalam sektor-sektor seperti akomodasi (hotel, resort, penginapan), restoran, transportasi (penerbangan, kereta, bus), dan atraksi wisata (pemandu wisata, operator atraksi). Pekerja-pekerja ini bertanggung jawab untuk menyediakan layanan dan pengalaman yang positif kepada wisatawan.
- b. **Lapangan Kerja Tidak Langsung:** Selain pekerjaan langsung, usaha jasa pariwisata juga menciptakan lapangan kerja tidak langsung dalam sektor pendukung. Contohnya, pertumbuhan pariwisata dapat meningkatkan permintaan akan bahan makanan dan produk lokal, menghasilkan lapangan kerja dalam pertanian, peternakan, dan industri makanan. Selain itu, sektor kerajinan lokal juga dapat berkembang untuk memenuhi permintaan wisatawan terhadap suvenir dan produk lokal.
- c. **Pengembangan Infrastruktur:** Pertumbuhan pariwisata memerlukan investasi dalam infrastruktur seperti bandara, jalan, dan sarana umum. Proyek-proyek ini menciptakan lapangan kerja dalam konstruksi, perencanaan, dan pemeliharaan infrastruktur.
- d. **Pendidikan dan Pelatihan:** Pariwisata mendorong permintaan akan sumber daya manusia yang berkualifikasi. Pendidikan dan pelatihan untuk pekerja di sektor pariwisata, seperti pemandu wisata, koki, dan petugas layanan pelanggan, menciptakan lapangan kerja dalam bidang pendidikan.

### **C. Strategi Pengembangan Usaha Jasa Pariwisata**

Pengembangan usaha jasa pariwisata memerlukan strategi yang matang untuk mengoptimalkan potensi wisata suatu daerah. Strategi ini mencakup berbagai langkah yang dirancang untuk meningkatkan daya Tarik destinasi, meningkatkan layanan

kepada wisatawan, dan memaksimalkan dampak ekonomi positif. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai strategi pengembangan usaha jasa pariwisata, antara lain (Mason, 2015):

### **1. Pengembangan Infrastruktur**

- a. Investasi dalam infrastruktur yang mendukung aksesibilitas destinasi, seperti pembangunan bandara, jalan, dan transportasi umum yang efisien.
- b. Peningkatan fasilitas umum seperti toilet umum, tempat parkir, dan area istirahat yang ramah wisatawan.

### **2. Promosi dan Pemasaran**

- a. Penyusunan rencana promosi yang efektif melalui berbagai saluran, termasuk media sosial, situs web resmi, dan partisipasi dalam pameran wisata.
- b. Penggunaan konten visual yang menarik, seperti foto dan video, untuk menggambarkan keunikan dan daya Tarik destinasi.

### **3. Diversifikasi Layanan Wisata**

- a. Pengembangan beragam jenis atraksi wisata, termasuk wisata alam, budaya, sejarah, kuliner, dan olahraga.
- b. Penyediaan paket wisata yang beragam dengan opsi aktivitas yang bisa disesuaikan dengan berbagai preferensi wisata.

### **4. Pelatihan dan Pendidikan Sumber Daya Manusia**

- a. Peningkatan kualitas tenaga kerja di sector pariwisata melalui pelatihan dalam pelayanan pelanggan, komunikasi, dan keterampilan interpersonal.
- b. Peningkatan kemampuan pemandu wisata untuk memberikan informasi yang akurat dan menarik kepada wisatawan.

## **5. Pengembangan Keberlanjutan**

- a. Implementasi praktik pariwisata berkelanjutan, seperti pengurangan limbah, penghematan energi, dan perlindungan lingkungan.
- b. Edukasi kepada wisatawan tentang pentingnya menjaga lingkungan dan budaya lokal.

## **6. Kerja Sama dengan Komunitas Lokal**

- a. Melibatkan komunitas lokal dalam pengembangan pariwisata seperti melibatkan usaha mikro dan kecil dalam menyediakan produk dan layanan usaha untuk wisatawan.
- b. Mempromosikan kegiatan budaya dan kegiatan komunitas lokal yang dapat menambah daya tarik destinasi.

## **D. Tantangan Pengembangan Usaha Jasa Pariwisata**

Tantangan usaha jasa pariwisata tidak terlepas dari berbagai tantangan yang harus dihadapi. Tantangan-tantangan ini di dapat berasal dari berbagai aspek, termasuk lingkungan eksternal dan internal, regulasi, serta perubahan tren dan preferensi wisatawan. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai tantangan dalam mengembangkan usaha jasa pariwisata (Ricaurte, 2013):

### **1. Keberlanjutan Lingkungan**

Tantangan utama adalah menjaga keseimbangan antara perkembangan pariwisata dengan pelestarian lingkungan alam dan budaya. Terlalu cepatnya pertumbuhan pariwisata bisa mengakibatkan degradasi lingkungan dan kerusakan.

### **2. Kualitas Layanan**

Menjaga kualitas layanan yang konsisten dan memenuhi harapan wisatawan adalah tantangan yang nyata. Variabilitas dalam standar layanan dapat merusak reputasi destinasi.

### **3. Persaingan Global**

Destinasi pariwisata bersaing dengan banyak lokasi lain di tingkat global. Tantangan ini memicu perlunya inovasi

berkelanjutan untuk mempertahankan daya tarik dan minat wisatawan.

#### **4. Krisis dan Ketidapastian**

Krisis alam, perubahan cuaca ekstrim, atau isu-isu keamanan dapat secara mendadak mempengaruhi minat wisatawan. Industri pariwisata harus bersiap menghadapi situasi seperti ini.

#### **5. Perubahan Kebijakan**

Perubahan kebijakan pemerintah dalam hal regulasi, perizinan, atau insentif pajak dapat mempengaruhi perkembangan usaha pariwisata.

#### **6. Ketenagakerjaan dan Kualifikasi Sumber Daya Manusia**

Ketersediaan dan kualifikasi sumber daya manusia yang sesuai untuk industri pariwisata dapat menjadi tantangan, terutama di destinasi yang berkembang.

#### **7. Infrastruktur Terbatas**

Kurangnya infrastruktur seperti jalan, bandara, dan transportasi umum yang memadai dapat menghambat pertumbuhan pariwisata.

#### **8. Kemajuan Teknologi**

Teknologi yang terus berkembang dapat mengubah cara wisatawan merencanakan dan mengalami perjalanan, mengharuskan usaha jasa pariwisata untuk beradaptasi.

### **E. Peran Pemerintah dan Kerja Sama Stakeholder**

Peran pemerintah dan kerja sama stakeholder memiliki dampak penting dalam pengembangan dan kelangsungan usaha jasa pariwisata. Pemerintah sebagai regulator dan stakeholder sebagai pemangku kepentingan berkontribusi dalam membentuk lingkungan yang mendukung perkembangan pariwisata yang berkelanjutan. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai peran

pemerintah dan kerjasama stakeholder dalam usaha jasa pariwisata (Ritchie, Molinar and Frechtling, 2010).

## 1. Peran Pemerintah

Pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam usaha dan jasa pariwisata karena sebagai lembaga pusat yang berperan untuk mengatur semua regulasi yang berdampak langsung untuk sektor pariwisata. Di bawah ini terdapat penjelasan peran pemerintah dalam usaha jasa pariwisata, antara lain:

- a. **Regulasi dan Kebijakan:** Pemerintah berperan dalam merumuskan regulasi dan kebijakan yang mengatur perkembangan pariwisata. Regulasi yang jelas dan konsisten membantu menciptakan lingkungan yang stabil dan menarik bagi investor dan pelaku usaha.
- b. **Pengembangan Infrastruktur:** Pemerintah bertanggung jawab untuk mengembangkan infrastruktur yang mendukung pariwisata, seperti jalan, bandara, dan fasilitas umum. Investasi dalam infrastruktur meningkatkan aksesibilitas destinasi dan pengalaman pariwisata.
- c. **Promosi dan Pemasaran:** Pemerintah dapat berkontribusi dalam mempromosikan destinasi pariwisata melalui kampanye pemasaran yang efektif. Promosi yang baik dapat meningkatkan visibilitas di tingkat nasional dan internasional.
- d. **Perlindungan Lingkungan dan Budaya:** Pemerintah memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan pelestarian budaya. Kebijakan pelestarian lingkungan dan regulasi yang ketat dapat memastikan pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab.

## 2. Kerjasama Stakeholder

Di bawah ini terdapat penjelasan kerjasama stakeholder dalam usaha jasa pariwisata, antara lain:

- a. **Industri Pariwisata:** Para pelaku usaha dalam industri pariwisata, seperti hotel, restoran, dan atraksi wisata, berkontribusi dalam menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan.
- b. **Masyarakat Lokal:** Keterlibatan masyarakat lokal penting dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Masyarakat dapat berperan dalam mempromosikan budaya lokal, menyediakan layanan, dan menjadi tuan rumah yang baik bagi wisatawan.
- c. **Asosiasi dan Organisasi Pariwisata:** Asosiasi pariwisata dan kelompok-kelompok terkait memainkan peran dalam mengkoordinasikan upaya bersama, memfasilitasi pelatihan, dan mengadvokasi kepentingan industri kepada pemerintah.
- d. **Lembaga Pendidikan dan Penelitian:** Kerjasama dengan lembaga pendidikan dan penelitian dapat memfasilitasi pengembangan sumber daya manusia berkualifikasi dalam sektor pariwisata dan memberikan wawasan tentang tren dan inovasi terbaru.

## F. Inovasi dan Teknologi

Inovasi dan teknologi memiliki peran penting dalam pengembangan dan peningkatan usaha jasa pariwisata. Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan mengadopsi inovasi, industri pariwisata dapat memberikan pengalaman yang lebih baik kepada wisatawan, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan daya saing. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai inovasi dan teknologi dalam usaha jasa pariwisata (Bhuiyan *et al.*, 2022), yaitu

### 1. Pengalaman Wisata yang Lebih Menarik

#### a. Realitas Virtual (VR) dan Realitas Augmentasi (AR)

Teknologi VR dan AR memungkinkan wisatawan untuk mengalami destinasi dan atraksi wisata secara virtual

sebelum mereka benar-benar berkunjung. Ini dapat meningkatkan minat wisatawan dan membantu mereka merencanakan perjalanan dengan lebih baik.

**b. Aplikasi Pemandu Wisata Berbasis Lokal**

Aplikasi mobile yang menggunakan teknologi GPS dapat memberikan panduan interaktif kepada wisatawan saat mereka menjelajahi destinasi, memberikan informasi sejarah, budaya, dan informasi praktis.

**2. Peningkatan Layanan Pelanggan**

**a. Chatbot dan Pelayanan Berbasis AI**

Penggunaan chatbot dan kecerdasan buatan dapat meningkatkan layanan pelanggan dengan memberikan jawaban cepat atas pertanyaan wisatawan dan membantu dalam proses relevansi dan informasi.

**b. Analisis Sentimen**

Dengan menganalisis umpan balik dan ulasan dari wisatawan di media sosial dan platform review, bisnis pariwisata dapat memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan untuk meningkatkan layanan.

**3. Manajemen Operasional yang Efisien**

**a. Sistem Manajemen Hotel Berbasis Cloud**

Hotel dan akomodasi mengelola reservasi, *check in/out*, dan inventaris dengan lebih efisien menggunakan solusi berbasis cloud.

**b. Pemantauan Kinerja Aset Berbasis IoT**

Teknologi Internet of Things (IoT) dapat digunakan untuk memantau dan mengelola aset seperti peralatan dan kendaraan wisata dengan lebih baik.



#### **4. Pemasaran dan Promosi**

##### **a. Pemasaran Digital dan Media Sosial**

Pemasaran digital melalui platform online dan media sosial membantu destinasi pariwisata untuk mencapai audiens yang lebih luas dan mengkomunikasikan daya tarik mereka.

##### **b. Konten Berbasis Pengalaman**

Pemanfaatan video, gambar 360 derajat, dan konten interaktif lainnya dapat memberikan pengalaman mendalam tentang destinasi kepada calon wisatawan.

#### **G. Masa Depan Pariwisata Lokal**

Masa depan pariwisata lokal dalam usaha jasa pariwisata dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk perkembangan teknologi, perubahan tren wisata, kesadaran akan berkelanjutan, dan peran pemerintah dalam pengembangan destinasi. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai potensi masa depan pariwisata lokal (Gretzel, *et al.*, 2015):

##### **1. Peningkatan Pengalaman Wisata Digital**

Penggunaan teknologi seperti VR, AR, dan aplikasi mobile akan terus berkembang untuk meningkatkan pengalaman wisatawan sebelum, selama, dan setelah perjalanan. Ini akan memungkinkan wisatawan untuk menjelajahi destinasi secara virtual, merencanakan rute dengan lebih baik, dan mengakses informasi lebih lanjut.

##### **2. Pariwisata Berkelanjutan dan Bertanggung Jawab**

Peningkatan kesadaran akan berkelanjutan akan mendorong lebih banyak destinasi dan bisnis pariwisata untuk mengadopsi praktik berkelanjutan, seperti pengelolaan limbah, perlindungan lingkungan, dan keterlibatan masyarakat lokal.

### **3. Pemberdayaan Komunitas Lokal**

Komunitas lokal akan semakin berperan dalam pengembangan pariwisata. Partisipasi komunitas dalam penyediaan layanan, promosi budaya, dan pengelolaan destinasi akan menjadi lebih penting.

### **4. Personalisasi Pengalaman Wisata**

Teknologi akan memungkinkan personalisasi pengalaman wisata, di mana wisatawan dapat menyesuaikan rencana perjalanan mereka sesuai dengan preferensi pribadi. Ini akan mencakup pilihan akomodasi, dan makanan.

### **5. Pengembangan Destinasi Alternatif**

Keterlibatan wisatawan dalam pariwisata berkelanjutan dan minat mereka untuk menjauh dari destinasi yang terlalu komersial akan mendorong perkembangan destinasi alternatif yang lebih autentik dan kurang padat.

### **6. Kolaborasi dan Keterlibatan Stakeholder**

Kerja sama antara pemerintah, industri pariwisata dan masyarakat akan menjadi lebih penting dalam pengembangan destinasi yang berkelanjutan dan sukses.

## **H. Kesimpulan**

Dalam artikel ini, telah membahas secara mendalam tentang usaha jasa pariwisata dan peran pentingnya dalam pertumbuhan ekonomi lokal. Usaha jasa pariwisata tidak hanya memberikan dampak positif terhadap pendapatan daerah, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan merangsang pertumbuhan ekonomi. Dengan menerapkan strategi pengembangan yang tepat, seperti penggunaan inovasi dan teknologi, serta kerja sama yang kuat antara pemerintah dan stakeholder, potensi pariwisata lokal dapat dioptimalkan untuk memberikan manfaat jangka panjang.

Pemerintah memegang peran kunci dalam merumuskan regulasi dan kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata. Investasi dalam infrastruktur dan promosi yang

efektif dapat meningkatkan daya tarik destinasi. Kerja sama dengan komunitas lokal dan berbagai stakeholder juga berkontribusi pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Dalam melihat ke masa depan, pariwisata lokal memiliki potensi untuk berkembang lebih lanjut dengan memanfaatkan teknologi seperti realitas virtual dan *augmented reality*, serta meningkatkan fokus pada keberlanjutan dan pengalaman personalisasi bagi wisatawan. Dengan memperkuat kolaborasi dan memprioritaskan tanggung jawab sosial, pariwisata lokal dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya lokal.

Dalam kesimpulannya, usaha jasa pariwisata memiliki dampak yang signifikan pada perekonomian lokal dan keseluruhan masyarakat. Dengan perencanaan yang matang, inovasi yang berkelanjutan, serta keterlibatan aktif dari pemerintah dan stakeholder, pariwisata lokal dapat terus berkembang sebagai sektor yang berdaya saing dan berkelanjutan.

# Daftar Pustaka

- Bhuiyan, K. H. *et al.* 2022. 'Smart Tourism Ecosystem: A New Dimension toward Sustainable Value Co-Creation', *Sustainability*, 14(22), pp. 1–14. doi: 10.3390/su142215043.
- Dwyer, L. 2015. 'Computable general equilibrium modelling: An important tool for tourism policy analysis', *Tourism and hospitality management*, 2(12), pp. 111–126. doi: 10.20867/thm.21.2.1.
- Gokovali, U. and Bahar, O. 2006. 'Contribution of Tourism to Economic Growth: A Panel Data Approach', *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17(2). Available at: [https://www.researchgate.net/publication/233107422\\_Contribution\\_of\\_Tourism\\_to\\_Economic\\_Growth\\_A\\_Panel\\_Data\\_Approach](https://www.researchgate.net/publication/233107422_Contribution_of_Tourism_to_Economic_Growth_A_Panel_Data_Approach).
- Gretzel, U. *et al.* 2015. 'Smart tourism: Foundations and developments', *Electronic Markets*, 25(3). doi: 10.1007/s12525-015-0196-8.
- Mason, P. 2015. *Tourism impacts, planning and management*. Routledge: Butterworth-Heinemann. Available at: [https://www.skylineuniversity.ac.ae/pdf/tourism/Tourism Impacts.pdf](https://www.skylineuniversity.ac.ae/pdf/tourism/Tourism%20Impacts.pdf).
- Nunes, L. J. R., Raposo, M. and Gomes, C. J. 2020. 'The Impact of Tourism Activity on Coastal Biodiversity: A Case Study at Praia da Cova Redonda (Algarve-Portugal)', *Environments Journal*, 7(10), p. 88. doi: 10.3390/environments7100088.
- Ricaurte, C. 2013. 'Self-organisation in tourism planning: complex dynamics of planning, tourism planning and tourism governance in Santa Elena, Ecuador'. doi: 10.13140/RG.2.2.25022.66887.
- Ritchie, J. R. B., Molinar, C. M. A. and Frechtling, D. C. 2010. 'Impacts of the World Recession and Economic Crisis on Tourism: North America', *Journal of Travel Research*, 49(1), pp. 5–15. doi: 10.1177/0047287509353193.



# BAB 5

## WISATAWAN

---

Tirta Mulyadi

### A. Pendahuluan

Pariwisata adalah salah satu industri yang memiliki dampak besar pada ekonomi global. Fenomena perjalanan wisata telah menjadi lebih dari sekadar aktivitas rekreasi; ia telah menjadi bagian integral dari cara hidup modern. Pariwisata tidak hanya memberikan hiburan dan peluang bagi individu untuk menjelajahi dunia, tetapi juga memiliki potensi untuk membangkitkan perekonomian suatu daerah, mempromosikan budaya, dan memfasilitasi pertukaran budaya serta pengetahuan lintas batas.

Perkembangan teknologi dan aksesibilitas transportasi telah mengubah lanskap pariwisata. Hari ini, orang dapat dengan mudah merencanakan dan memesan perjalanan melalui platform daring, menjadikan wisata lebih terjangkau dan mudah diakses (Wibowo, 2022). Teknologi juga memungkinkan wisatawan untuk berinteraksi dengan tujuan wisata sebelum bahkan tiba di sana, menciptakan pengalaman yang lebih kaya dan terhubung.

Namun, bersama dengan manfaatnya, industri pariwisata juga menghadapi sejumlah tantangan. Pertumbuhan pariwisata yang cepat di beberapa destinasi telah menyebabkan masalah seperti *overcrowding*, degradasi lingkungan, dan perubahan

budaya yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, perlunya pengembangan pariwisata berkelanjutan dan pengelolaan yang bijaksana menjadi semakin mendesak.

Dalam konteks ini, pemahaman yang lebih mendalam tentang wisatawan menjadi penting. Siapa mereka, apa motivasi mereka, dan bagaimana mereka mempengaruhi destinasi wisata adalah pertanyaan-pertanyaan kunci yang perlu dijawab dalam rangka merencanakan dan mengelola pariwisata secara efektif. Pemahaman tentang profil wisatawan, perilaku mereka, dan dampak yang ditimbulkannya dapat membantu pengambil kebijakan, pelaku industri, dan masyarakat lokal berkolaborasi untuk menciptakan pengalaman wisata yang positif, berkelanjutan, dan bermanfaat bagi semua pihak terlibat.

## **B. Jenis-jenis Wisatawan**

Dalam industri pariwisata, wisatawan datang dalam berbagai bentuk, tujuan, dan preferensi. Setiap individu membawa motivasi unik yang mendorong mereka untuk menjelajahi dunia, berinteraksi dengan budaya baru, atau hanya bersantai di lingkungan yang berbeda (Argubi, *et al.*, 2020). Pengenalan terhadap beragam jenis wisatawan ini membantu kita memahami berbagai preferensi dan kebutuhan mereka, sehingga dapat merencanakan pengalaman wisata yang sesuai dan memuaskan. Berikut ini jenis-jenis wisatawan:

### **1. Pariwisata Rekreasi**

Pariwisata rekreasi menawarkan peluang bagi wisatawan untuk melarikan diri dari rutinitas harian dan menikmati momen santai. Para pelancong ini mungkin mencari pantai yang tenang, pemandangan alam yang menakjubkan, atau resor yang menawarkan fasilitas relaksasi. Mereka ingin mengisi waktu luang dengan kegiatan yang menyenangkan, seperti berjemur di bawah matahari, berenang, atau berkeliling kota tanpa tergesa-gesa.

## **2. Pariwisata Budaya**

Pariwisata budaya menarik bagi wisatawan yang ingin merasakan kedalaman dan kekayaan budaya suatu tempat. Mereka tertarik dengan seni, tradisi, sejarah, dan kehidupan sehari-hari masyarakat lokal. Wisatawan budaya sering mengunjungi museum, situs bersejarah, festival, dan pertunjukan seni tradisional untuk merasakan esensi budaya yang unik.

## **3. Pariwisata Petualangan**

Bagi para pencari petualangan, pariwisata petualangan adalah panggilan. Wisatawan ini mencari pengalaman di alam terbuka yang menantang, seperti pendakian gunung, menyelam di kedalaman laut, dan aktivitas olahraga ekstrem lainnya. Tujuan-tujuan dengan lanskap alam yang dramatis dan fasilitas untuk kegiatan petualangan menjadi daya tarik bagi mereka.

## **4. Pariwisata Bisnis**

Pariwisata bisnis menawarkan platform bagi para profesional untuk menggabungkan pekerjaan dan perjalanan. Wisatawan bisnis menghadiri pertemuan, konferensi, dan acara bisnis lainnya di destinasi yang berbeda. Mereka mencari fasilitas konferensi yang modern dan tempat untuk berinteraksi dengan rekan bisnis, sambil kadang-kadang memiliki waktu luang untuk mengeksplorasi destinasi.

## **5. Pariwisata Medis**

Pariwisata medis muncul sebagai alternatif bagi mereka yang mencari perawatan medis berkualitas tinggi di luar negara asal mereka. Wisatawan medis mencari klinik atau rumah sakit yang terkenal di destinasi tertentu untuk prosedur medis atau perawatan kesehatan yang lebih terjangkau atau canggih.



## **6. Pariwisata Kuliner**

Pariwisata kuliner menjadi pilihan bagi wisatawan yang ingin merasakan cita rasa dunia melalui makanan. Mereka menjelajahi kota dan daerah dengan mencicipi hidangan lokal yang autentik, mencari restoran terkenal, atau bahkan mengikuti tur kuliner untuk mengeksplorasi keunikan kuliner dari tempat yang mereka kunjungi.

### **C. Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan**

Ketika seseorang memutuskan untuk melakukan perjalanan wisata, keputusan tersebut sering kali dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang kompleks. Pemahaman tentang faktor-faktor ini tidak hanya penting bagi para penyedia layanan pariwisata, tetapi juga memberikan wawasan yang berharga bagi tujuan wisata dan pemerintah lokal dalam mengelola destinasi secara efektif (Mohaidin, 2017). Dalam bagian ini, penulis akan mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan para wisatawan dalam memilih tujuan wisata dan mengapa faktor ini memiliki dampak signifikan dalam industri pariwisata.

#### **1. Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi. Tempat-tempat yang menawarkan pemandangan alam yang menakjubkan, atraksi budaya, dan keunikan lainnya akan lebih menarik bagi para wisatawan (Kirillova, *et al.*, 2014).

#### **2. Akomodasi dan Fasilitas**

Ketersediaan akomodasi yang berkualitas, seperti hotel, villa, atau penginapan lainnya, serta fasilitas seperti restoran, pusat perbelanjaan, dan transportasi yang nyaman, dapat sangat mempengaruhi apakah seseorang akan memilih suatu destinasi.

#### **3. Transportasi dan Aksesibilitas**

Ketersediaan penerbangan, kereta, atau jalur transportasi lainnya yang mudah diakses ke destinasi juga menjadi

pertimbangan penting. Aksesibilitas yang baik bisa membuat destinasi lebih menarik bagi wisatawan.

#### **4. Budaya dan Warisan**

Ketertarikan akan budaya dan warisan suatu tempat juga memengaruhi keputusan wisatawan. Destinasi dengan budaya yang kaya, festival, dan acara budaya yang unik dapat menarik wisatawan budaya.

#### **5. Keamanan dan Kenyamanan**

Faktor keamanan dan kenyamanan sangat penting bagi para wisatawan. Destinasi yang dianggap aman dan nyaman akan lebih diminati dibandingkan dengan yang memiliki masalah keamanan atau kenyamanan.

#### **6. Promosi Pariwisata**

Upaya promosi pariwisata, baik melalui iklan, media sosial, atau platform daring lainnya, dapat berpengaruh besar terhadap bagaimana suatu destinasi dilihat oleh wisatawan potensial.

#### **7. Cuaca dan Musim**

Cuaca dan musim juga menjadi pertimbangan. Beberapa wisatawan lebih suka mengunjungi destinasi selama musim tertentu untuk menghindari cuaca ekstrem atau untuk menikmati acara-acara tertentu.

#### **8. Faktor Ekonomi**

Ketersediaan anggaran dan biaya yang terkait dengan perjalanan juga menjadi faktor penting. Faktor ekonomi bisa memengaruhi pilihan tujuan dan jenis akomodasi yang dipilih oleh wisatawan.

### **D. Dampak Wisatawan**

Wisatawan memiliki dampak yang signifikan terhadap destinasi yang mereka kunjungi. Dampak tersebut dapat bersifat positif

maupun negatif, dan penting untuk memahami kedua sisi ini agar pariwisata dapat dikelola dengan baik. Berikut adalah penjelasan singkat mengenai dampak wisatawan:

## **Dampak Positif**

### **1. Kontribusi Ekonomi**

Wisatawan berkontribusi terhadap perekonomian lokal dengan menghabiskan uang di akomodasi, restoran, toko, dan layanan lainnya. Ini menciptakan peluang kerja dan meningkatkan pendapatan lokal.

### **2. Pengembangan Infrastruktur**

Pertumbuhan pariwisata dapat mendorong pembangunan infrastruktur seperti jalan, bandara, dan fasilitas umum lainnya, yang juga bermanfaat bagi penduduk lokal.

### **3. Pengenalan Budaya**

Wisatawan membawa keanekaragaman budaya dan memperkenalkan aspek budaya mereka kepada masyarakat lokal, menghasilkan pertukaran pengetahuan dan pengalaman.

### **4. Pemberdayaan Lokal**

Pariwisata dapat membantu meningkatkan keterampilan dan peluang masyarakat lokal dalam industri jasa, kerajinan tangan, dan kuliner.

### **5. Preservasi Warisan**

Dengan meningkatkan kesadaran tentang warisan budaya dan alam, wisatawan dapat membantu mempromosikan pelestarian situs bersejarah dan lingkungan alam.

## **Dampak Negatif**

### **1. Overcrowding**

Jumlah wisatawan yang berlebihan dapat menyebabkan *overcrowding* di destinasi, merusak pengalaman wisata dan lingkungan alam.

## **2. Degradasi Lingkungan**

Peningkatan jumlah wisatawan dapat menyebabkan polusi, kerusakan terhadap lingkungan alam, dan kerusakan terumbu karang atau hutan.

## **3. Perubahan Budaya**

Wisatawan dapat membawa perubahan dalam gaya hidup dan budaya lokal, kadang-kadang mengganggu keseimbangan budaya yang sudah ada.

## **4. Ketidaksetaraan Ekonomi**

Pariwisata tidak selalu meratakan pendapatan. Terkadang, pendapatan lebih banyak mengalir ke perusahaan besar daripada ke masyarakat lokal.

## **5. Ketergantungan Ekonomi**

Ketika destinasi hanya bergantung pada pariwisata, fluktuasi industri ini bisa berdampak besar pada ekonomi lokal saat terjadi gangguan, seperti bencana alam atau krisis global.

Dalam mengelola destinasi pariwisata, penting untuk mencari keseimbangan antara dampak positif dan negatif. Pemerintah, industri pariwisata, dan masyarakat lokal perlu bekerja sama untuk merencanakan dan mengimplementasikan strategi yang mendorong manfaat positif dan mengatasi dampak negatif guna menjaga keberlanjutan destinasi dan kesejahteraan masyarakat setempat.

## **E. Etika Wisatawan**

Dalam dunia pariwisata, etika wisatawan adalah prinsip-prinsip moral dan perilaku yang memandu tindakan para pelancong saat mereka menjelajahi berbagai destinasi. Etika wisatawan bertujuan untuk memastikan bahwa perjalanan wisata memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal, budaya, dan lingkungan, sambil menjaga penghormatan terhadap hak dan nilai-nilai setempat (Wibowo, 2020). Pemahaman yang mendalam

tentang etika wisatawan membantu menciptakan hubungan saling menghormati antara wisatawan dan komunitas yang dikunjungi.

### **1. Penghargaan terhadap Budaya Lokal**

Etika wisatawan mengharuskan para pelancong untuk menghormati budaya dan tradisi lokal. Mengenali kebiasaan, norma, dan etiket setempat adalah cara untuk menghindari perilaku yang tidak pantas atau menghina.

### **2. Konservasi Lingkungan**

Para wisatawan bertanggung jawab untuk menjaga lingkungan alam di destinasi yang mereka kunjungi. Ini melibatkan pembuangan sampah dengan benar, menghindari merusak atau mengganggu flora dan fauna lokal, serta mendukung upaya pelestarian alam.

### **3. Pemberdayaan Ekonomi Lokal**

Wisatawan dapat mendukung ekonomi lokal dengan membeli produk lokal dan berbelanja di toko-toko setempat. Ini membantu masyarakat lokal merasakan manfaat ekonomi dari industri pariwisata.

### **4. Respek terhadap Penduduk Lokal**

Menghormati penduduk lokal dan hak mereka adalah prinsip etika wisatawan. Hindari sikap merendahkan, privasi yang tidak pantas, dan perilaku yang mengganggu kehidupan sehari-hari mereka.

### **5. Menghormati Tempat Suci dan Bersejarah**

Wisatawan diharapkan untuk menghormati tempat-tempat bersejarah, keagamaan, atau suci, serta mengikuti peraturan yang berlaku di tempat-tempat tersebut.

### **6. Mengurangi Jejak Karbon**

Para pelancong bisa berkontribusi terhadap perubahan iklim dengan mengurangi dampak lingkungan perjalanan

mereka. Menggunakan transportasi umum, menghemat energi di akomodasi, dan menghindari pemborosan sumber daya adalah bagian dari etika wisatawan yang berkelanjutan.

## **7. Memberi Tips Secara Pantas**

Memberikan tips kepada pelayan atau pemandu wisata adalah hal yang umum dalam beberapa budaya. Namun, etika wisatawan menekankan pentingnya memberi tips secara pantas dan adil, mengikuti kebiasaan setempat.

## **8. Menjaga Keberlanjutan**

Etika wisatawan melibatkan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari tindakan mereka. Menjaga keberlanjutan destinasi dengan menghindari kegiatan yang merusak atau menghabiskan sumber daya berharga adalah bagian dari tanggung jawab wisatawan.

## **F. Tantangan**

Industri pariwisata yang dinamis dan berkembang juga dihadapkan pada berbagai tantangan yang perlu diatasi untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas, berkelanjutan, dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat. Beberapa tantangan utama dalam dunia pariwisata meliputi:

### **1. *Over-Tourism***

*Over-tourism* terjadi ketika jumlah wisatawan melebihi daya dukung suatu destinasi (Marsiglio, 2017). Hal ini dapat menyebabkan kerusakan lingkungan, peningkatan harga, dan perasaan ketidakpuasan bagi wisatawan dan masyarakat lokal.

### **2. Dampak Lingkungan**

Pertumbuhan pariwisata sering kali berdampak pada lingkungan. Peningkatan konsumsi air, energi, dan limbah dapat merusak ekosistem alam, seperti pemanasan global, kerusakan terumbu karang, dan hilangnya habitat alami.

### **3. Pemeliharaan Budaya**

Perubahan cepat dalam budaya dan gaya hidup lokal akibat pariwisata dapat mengancam identitas budaya masyarakat lokal. Masyarakat bisa kehilangan warisan budaya mereka jika tidak dijaga dengan bijak.

### **4. Kesenjangan Ekonomi**

Meskipun pariwisata dapat memberikan manfaat ekonomi, distribusi pendapatan seringkali tidak merata. Sebagian besar manfaat ekonomi seringkali diperoleh oleh bisnis besar daripada oleh masyarakat lokal.

### **5. Perubahan Sosial**

Pariwisata dapat memicu perubahan sosial dan budaya yang cepat, yang mungkin tidak selalu diinginkan oleh masyarakat lokal. Hal ini dapat menciptakan konflik dan perpecahan dalam komunitas.

### **6. Kualitas Pengalaman Wisata**

Meningkatnya jumlah wisatawan dapat memengaruhi kualitas pengalaman wisata karena kepadatan yang tinggi, antrian panjang di tempat wisata, dan layanan yang menurun.

### **7. Teknologi dan Privasi**

Berkembangnya teknologi dan penggunaan media sosial dapat mengancam privasi penduduk lokal dan menciptakan situasi yang tidak nyaman bagi mereka.

### **8. Bencana Alam dan Krisis**

Destinasi pariwisata rentan terhadap bencana alam dan krisis global seperti pandemi. Ketika situasi darurat terjadi, industri pariwisata bisa terkena dampak yang serius.

### **9. Kekurangan SDM**

Peningkatan jumlah wisatawan dapat menyebabkan kekurangan tenaga kerja yang terampil di industri pariwisata,

terutama di destinasi yang tidak memadai dalam pengembangan sumber daya manusia.

## **10. Kebijakan Pemerintah**

Ketidakpastian dalam regulasi dan kebijakan pemerintah terkait perizinan, pajak, dan pengelolaan pariwisata dapat mempengaruhi pertumbuhan dan stabilitas industri.

## **G. Peluang**

Industri pariwisata tidak hanya dihadapkan pada tantangan, tetapi juga memiliki berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik, berkelanjutan, dan bermanfaat. Berikut adalah beberapa peluang utama dalam industri pariwisata:

### **1. Pariwisata Berkelanjutan**

Peluang ini melibatkan pengembangan pariwisata yang mengutamakan pelestarian lingkungan dan budaya (Choi, Oh and Chon, 2021). Melalui praktik-praktik berkelanjutan, seperti penggunaan energi terbarukan dan pengurangan limbah, destinasi dapat menjadi lebih ramah lingkungan.

### **2. Pemberdayaan Masyarakat Lokal**

Menggandeng masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata dapat memberikan manfaat ekonomi dan pemberdayaan sosial. Ini termasuk pelatihan bagi warga setempat, dukungan pada usaha mikro dan kecil, dan mempromosikan warisan budaya mereka.

### **3. Wisata Bertema Pendidikan**

Destinasi yang memiliki nilai pendidikan tinggi dapat menarik wisatawan yang ingin memperoleh pengetahuan baru dan meningkatkan wawasan mereka. Museum, situs bersejarah, dan pusat ilmiah adalah contoh destinasi wisata bertema pendidikan.



#### **4. Pariwisata Medis dan Kesehatan**

Peluang ini melibatkan pengembangan fasilitas medis dan kesehatan berkualitas tinggi yang menarik wisatawan yang mencari perawatan medis atau relaksasi di suatu tempat yang berbeda.

#### **5. Pengembangan Teknologi**

Inovasi teknologi dapat meningkatkan pengalaman wisatawan, seperti penggunaan aplikasi untuk panduan wisata, realitas virtual untuk tur virtual, dan solusi berbasis teknologi lainnya.

#### **6. Pariwisata Kuliner**

Menawarkan pengalaman kuliner yang unik dan autentik dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang ingin merasakan rasa dan budaya lokal.

#### **7. Destinasi Tersembunyi**

Promosi destinasi yang kurang dikenal atau "tersembunyi" dapat menarik wisatawan yang ingin menjelajahi tempat-tempat baru dan tidak terlalu ramai oleh pengunjung.

#### **8. Pariwisata Berbasis Komunitas**

Keterlibatan langsung masyarakat lokal dalam mengatur dan mengelola destinasi dapat menciptakan pengalaman yang lebih otentik dan mendalam bagi wisatawan.

#### **9. Ekowisata dan Petualangan**

Berkembangnya minat terhadap ekowisata dan petualangan dapat dijadikan peluang dengan mengembangkan destinasi dan aktivitas yang sesuai dengan minat ini.

## 10. Kolaborasi Industri

Kolaborasi antara berbagai sektor industri, seperti pariwisata, seni, budaya, dan olahraga, dapat menciptakan produk dan acara yang menarik dan bervariasi.

## H. Kesimpulan

Dari pariwisata rekreasi hingga petualangan, setiap jenis wisatawan membawa motivasi dan preferensi yang unik. Pariwisata juga memiliki dampak yang luas, baik positif maupun negatif. Oleh karena itu, menjaga etika wisatawan menjadi kunci untuk menciptakan interaksi yang saling menghormati antara wisatawan dan tujuan wisata.

Pariwisata dapat menghadapi tantangan seperti *overtourism*, dampak lingkungan, dan perubahan budaya, namun juga menyediakan peluang dalam berkelanjutan, pemberdayaan masyarakat, dan pengembangan teknologi. Untuk menghadapi tantangan ini, kerjasama di antara pemerintah, industri pariwisata, dan masyarakat lokal sangat diperlukan. Dengan memanfaatkan peluang dengan bijak dan mengatasi tantangan dengan solusi yang tepat, kita dapat merancang masa depan pariwisata yang berkelanjutan, inklusif, dan bermanfaat bagi semua. Dengan mematuhi etika wisatawan, kita dapat menjaga keberlanjutan destinasi dan meningkatkan pengalaman wisatawan, menciptakan perjalanan yang bermakna dan berkesan bagi semua pihak yang terlibat.



# Daftar Pustaka

- Argubi, A. H. *et al.* 2020. *Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Banten: CV AA Rizky.
- Choi, Y. E., Oh, C. O. and Chon, J. 2021. 'Applying the resilience principles for sustainable ecotourism development: A case study of the Nakdong Estuary, South Korea', *Tourism Management*, 83 (December 2018), p. 104237. doi: 10.1016/j.tourman.2020.104237.
- Kirilova, K. *et al.* 2014. 'What makes a destination beautiful? Dimensions of tourist aesthetic judgment', *Tourism Management*, 42, pp. 282–293. doi: 10.1016/j.tourman.2013.12.006.
- Marsiglio, S. 2017. 'On the carrying capacity and the optimal number of visitors in tourism destinations', *Tourism Economics*, 23(3), pp. 632–646. doi: 10.5367/TE.2015.0535/ASSET/IMAGES/LARGE/10.5367\_TE.2015.0535-FIG1.JPEG.
- Mohaidin, Z. 2017. 'Factors influencing the tourists' intention to select sustainable tourism destination: a case study of Penang, Malaysia', *International Journal of Tourism Cities*. doi: <https://doi.org/10.1108/IJTC-11-2016-0049>.
- Wibowo, A. 2020. *Perilaku Konsumen & Hubungan Masyarakat*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wibowo, A. 2022. *Transformasi Ekonomi Digital*, Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik. Available at: <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/173>.



# Tentang Penulis



**I Wayan Adi Pratama,  
S.Tr.Par., M.Par.**

Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana Terapan Pariwisata pada Politeknik Pariwisata Bali, pada tahun 2018, dan menuntaskan program Magister Pariwisata pada Universitas Udayana pada tahun 2020. Dosen Muda pada Politeknik Internasional Bali, dan wirausahawan muda ini aktif mengajak kaum muda bergerak kreatif pada berbagai bidang, seperti desain grafis, *content creator*, tenaga penggerak pedesaan, desa wisata. Beberapa karya tulis yang dihasilkan: Smart Tourism Destination (2016), Peranan Homestay dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Ubud (2017), Analisis Faktor-faktor Motivasi Wisatawan Mancanegara dalam Memilih Homestay di Ubud (2021), Komunikasi Korporat (2021) Pengantar Manajemen (2022) Digital Marketing (2022), Psikologi Komunikasi (2022), Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi (2022), Inovasi Pendidikan (2022), Manajemen Pemasaran di Era 4.0 (2023).



**Dr. Dra. Ni Desak Made  
Santi Diwyarthi, M.Si.**

Penulis merupakan lulusan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, dan kini sebagai dosen Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Pariwisata Bali. Aktif sebagai penulis dengan beberapa karya seperti Psikologi Komunikasi, Psikologi Umum, Psikologi Perkembangan, Digital Marketing, Manajemen Sumber Daya Manusia Pengantar di Era Modern, Manajemen Pemasaran di Era 4.0, Inovasi Pendidikan.



**Dr. Selamat Riadi, S.E, M.I.Kom.**

Dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Medan Area. Penulis lahir di Medan tanggal 13 Desember 1970. Penulis adalah dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Medan Area. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ekonomi Manajemen dan melanjutkan S2 Ilmu Komunikasi serta S3 Ilmu Komunikasi. Penulis menekuni bidang Penelitian efektifitas Komunikasi organisasi di berbagai bidang.





**Tita Rosalina, S. Sos., M.Par.**

Penulis merupakan anak pertama dari pasangan keluarga sederhana yang lahir di daerah pulau kalimantan yaitu Kalimantan Barat tepatnya di Kabupaten Sambas. Kabupaten yang berada di ujung atau ekor Kalimantan (Borneo) dan berbatasan langsung dengan Negara Malaysia Timur (Serawak). Penulis adalah salah satu dosen di Politeknik Negeri Sambas, khususnya dosen Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata. Karir Penulis di Politeknik Negeri Sambas yang disebut juga dengan POLTESA dimulai pada tahun 2008 hingga sekarang. Latar belakang pendidikan S1 penulis yaitu di Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Jurusan Administrasi Negara program studi Ilmu Administrasi Negara Universitas Tanjungpura Pontianak pada tahun 2000-2005. Setelah menyelesaikan S1, penulis juga pernah menjadi seorang guru di SMPN dari tahun 2006-2008. Selanjutnya pada tahun 2009-2011 penulis mengikuti pendidikan S2 di Program Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana Denpasar. Saat ini penulis sedang mengikuti studi S3 pada Program pascasarjana UIN Alauddin Makassar yang dimulai pada tahun 2022. Selain mengikuti pendidikan formal, penulis juga pernah mengikuti pendidikan non formal di pusat pelatihan bahasa *Aliance France* Denpasar dari tahun 2009-2010. Selain mengajar, Penulis juga aktif menekuni bidang Penelitian dan PKM pada bidang perhotelan dan pariwisata. Selain itu penulis juga aktif dalam menghasilkan beberapa karya berupa jurnal maupun buku. Meskipun penulis merupakan seorang penulis pemula, beberapa karya buku yang telah dihasilkan diantaranya adalah buku yang berjudul *Abon Rebon, Manajemen Produksi dan Operasi*, *Antologi Puisi: Merah Darahku, Putih Tulangku*, *Manajemen Destinasi Wisata, Ekonomi Pariwisata*.



**Tirta Mulyadi, S.E., M.M.Par.**

Penulis lahir di Jakarta Barat. Tahun 1980 Merupakan dosen Politeknik Pariwisata Batam. Penulis merupakan tim pendiri dari Politeknik Pariwisata Batam dan Institut Teknologi Batam. Penulis pernah juga menjabat ketua Yayasan Vitka yang pertama dari tahun 2014-2019. Penulis menyelesaikan Pendidikan S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara Jakarta dan melanjutkan program S2 Bidang Pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. Pengalaman bisnis penulis merupakan pemilik dari PT. Tirta Mulya Chemindo dan PT. Tirta tour. Serta menjadi Direktur Marketing dan pengembangan bisnis dari yayasan vitka yang merupakan yayasan dari kampus Politeknik pariwisata Batam dan Iteba. Pengalaman professional sebagai dosen di Politeknik Pariwisata Batam yang mengampu mata kuliah kewirausahaan, Pemasaran digital, dasar dasar manajemen dan dasar dasar pariwisata yang merupakan prodi seni kuliner. Penulis juga aktif di kegiatan organisasi bisnis seperti HIPMI dan KADIN serta merupakan alumni Taplai Lemhanas dan pengurus ikatan alumni Lemhanas RI di Kepulauan Riau untuk periode 2021-2026. Kegemaran untuk belajar menulis juga di salurkan untuk memenuhi tanggung jawab sebagai dosen dengan menerbitkan beberapa jurnal yang terdokumentasi di google scholar.

