

---

# USAHA JASA PARIWISATA

---

[ DISAJIKAN PADA PENDIDIKAN DAN LATIHAN PROFESI GURU  
(PLPG) BIDANG KEAHLIAN MANAJEMEN BISNIS ]

[Bandung 15 Maret 2008]

---

Lili Adi Wibowo

---

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2008

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **TUJUAN**

**Setelah mempelajari BAB ini, Anda diharapkan mampu :**

- 1. Menjelaskan pengertian pariwisata menurut beberapa ahli**
- 2. Menyebutkan dan menjelaskan jenis dan macam pariwisata**
- 3. Menyebutkan dan menjelaskan prasarana dan sarana pariwisata**

#### **1.1. Pengertian Pariwisata**

Pariwisata sebagai fenomena global, telah menjadi suatu kebutuhan dasar yang melibatkan ratusan juta manusia. Sebagai kebutuhan dasar, sudah sepantasnya berwisata menjadi bagian dari hak asasi manusia, yang harus dihormati serta dilindungi. Hal inilah yang akhirnya membuat berbagai organisasi internasional seperti PBB, Bank Dunia dan *World Tourism Organization (WTO)*, mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi.

Pariwisata itu sendiri, secara sederhana sering diartikan sebagai perjalanan untuk bersenang-senang. Namun, secara *etymologis* kata “pariwisata” berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari tiga suku kata sebagai berikut :

- *Pari* : berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap (ingat kata paripurna)
- *Wis (man)* : berarti rumah seperti, kampung, komunitas
- *Ata* : berarti pergi terus-menerus, mengembara (*roaming about*).

Berdasarkan pengertian di atas, “pariwisata” berarti bepergian sepenuhnya meninggalkan rumah, kampung halaman, tempat tinggalnya untuk berkeliling. Istilah pariwisata di Indonesia muncul pada awal tahun 1960 yang merupakan

usulan presiden Soekarno kepada Sultan Hamengku Buwono IX selaku Ketua Dewan Tourisme Indonesia (DTI).

Pengertian atau definisi “pariwisata” berkembang dengan berbagai kesamaan dan perbedaan. Kesamaannya terletak pada keinginan manusia untuk melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya ke tempat lain yang didorong oleh rasa ingin tahu untuk merasakan atau mengalami sendiri keindahan suatu objek wisata. Sedangkan, perbedaannya terletak pada pengutamakan bagian tertentu dari definisi tersebut berdasarkan sudut pandang atau kepentingannya.

Herman V. Schulalard, seorang ahli ekonomi berkebangsaan Austria memberikan batasan akan pengertian pariwisata sebagai berikut :

*“Tourism is the sum of operations, mainly of an economic nature, which directly related to the entry, stay and movemet of foreigner inside certain country, city or region”.*

Menurut pendapatnya, yang dimaksud dengan pariwisata adalah sejumlah kegiatan, terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan datangnya, menetapnya, dan Bergeraknya wisatawan dalam suatu kota, daerah atau negara. Karena batasan ini diberikan oleh seorang ahli ekonomi, maka sifatnya lebih banyak ditekankan pada aspek-aspek ekonomi, tetapi tidak secara tegas menunjukkan aspek-aspek sosiologis, psikologis, seni-budaya maupun aspek geografis kepariwisataan.

Pengertian yang lebih bersifat teknis dikemukakan oleh Prof. Huzieker dan Prof. K. Krapf sebagai berikut :

*“Tourism is the totality of the relationship and phenomena arising from the travel and stay of strangers (Ortsfremde), provide the stay does not imply the establishment of a permanent resident”.*

Prof. Huzieker dan Prof. K. Krapf menyatakan bahwa pariwisata adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan oleh suatu perjalanan dan menetapnya orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara, di mana hal tersebut tidak bersifat permanen dan tidak memperoleh penghasilan dari aktifitas yang dilakukannya. Batasan yang diberikan oleh Prof. Huzieker dan Prof.

K. Krapf merupakan pengertian yang dapat diterima secara resmi oleh *The Association International des Experts Scientifique du Tourisme (AIEST)*.

Sedangkan menurut Prof. Salah Wahab dalam bukunya yang berjudul *An Introduction on Tourism Theory* mengemukakan bahwa pengertian pariwisata hendaknya memperlihatkan anatomi dari gejala-gejala yang terdiri dari tiga unsur, yaitu : manusia (*man*), orang-orang yang melakukan perjalanan wisata; ruang (*space*), daerah atau ruang lingkup tempat melakukan perjalanan; dan waktu (*time*), waktu yang digunakan selama dalam perjalanan dan tinggal di daerah tujuan wisata.

Sebagai perbandingan, berikut ini pendapat para ahli mengenai pengertian pariwisata yang tersaji dalam tabel 1.1.

**TABEL 1.1**  
**PENGERTIAN PARIWISATA MENURUT PARA AHLI**

No	Nama Ahli	Definisi
1	R.G Soekadijo	Segala kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan
2	A.J Burkat dan S. Medik	Perpindahan orang untuk sementara (dan) dalam jangkauan waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat mereka biasa hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama di tempat tujuan itu.
3	Prof. Hans Buchli	Perpindahan tempat untuk sementara waktu dan mereka yang melakukan perjalanan tersebut memperoleh pelayanan dari perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam industri pariwisata.
4	Prof. Kurt Morgenroth	Pariwisata dalam arti sempit adalah lalu lintas orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk sementara waktu dan berpesiar di tempat lain, semata-mata sebagai

No	Nama Ahli	Definisi
		<i>konsumen</i> dari peradaban budaya dan ekonomi untuk memenuhi kebutuhan hidup dan budayanya atau keinginan yang beraneka ragam.
5	Dr. Hubert Gulden	Suatu seni dari lalu lintas masyarakat, di mana orang-orang berdiam di suatu tempat asing untuk maksud tertentu, tetapi keberadaannya tidak dimaksudkan untuk tinggal menetap.
6	Dr. R. Gluckman	Keseluruhan hubungan antar manusia yang hanya berada sementara waktu dalam suatu tempat dan berhubungan dengan orang-orang yang tinggal di tempat tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah disebutkan di atas, terlihat bahwa pada dasarnya pariwisata mencakup segala bentuk/macam perjalanan yang berhubungan dengan kegiatan rekreasi/*pleasure*. Pengertian-pengertian tersebut menunjukkan adanya suatu karakteristik khusus atau faktor-faktor pembentuk pariwisata sebagai berikut :

- a. Perjalanan dilakukan untuk sementara waktu
- b. Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lainnya
- c. Perjalanan (apapun bentuknya) harus selalu dikaitkan dengan rekreasi
- d. Orang yang melakukan perjalanan tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjungi dan semata-mata sebagai *konsumen* di tempat tersebut.

Pariwisata berdasarkan faktor-faktor di atas, diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi hanya untuk bersenang-senang dan memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

## 1.2. Jenis dan Macam Pariwisata

Sesuai dengan potensi yang dimiliki atau warisan yang ditinggalkan nenek moyang pada suatu negara, maka timbullah beraneka-ragam jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan sebagai kegiatan yang akhirnya mempunyai ciri khasnya tersendiri.

Pariwisata harus dibedakan untuk keperluan perencanaan dan pengembangan, karena dengan demikian akan mempermudah penentuan kebijaksanaan untuk mendukung hal tersebut, sehingga jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan terwujud seperti apa yang diharapkan dari pariwisata itu sendiri.

Bila ditinjau dari segi ekonomi, pemberian klasifikasi tentang jenis pariwisata merupakan hal yang sangat penting, karena dengan cara tersebut pemerintah dapat menentukan berapa penghasilan devisa yang diterima dari satu jenis pariwisata yang dikembangkan di suatu tempat atau daerah tertentu. Selain itu, hal ini pun berguna untuk menyusun statistik pariwisata atau mendapatkan data penelitian yang diperlukan dalam perencanaan selanjutnya di masa yang akan datang.

### 1.2.1. Jenis dan Macam Pariwisata Berdasarkan Letak Geografis

#### 1.2.1.1. Pariwisata Lokal (*Local Tourism*)

Pariwisata setempat yang mempunyai ruang lingkup relatif sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya pariwisata kota Bandung, DKI Jakarta, dan lain-lain.

#### 1.2.1.2. Pariwisata Regional (*Regional Tourism*)

Pariwisata yang berkembang di suatu tempat atau daerah yang ruang lingkungannya lebih luas bila dibandingkan dengan *local tourism*, tetapi lebih sempit bila dibandingkan dengan *national tourism*. Misalnya Pariwisata Sumatera Utara, Bali, dan lain-lain.

#### 1.2.1.3. Pariwisata Nasional (*National Tourism*)

- a. Pariwisata Nasional dalam arti sempit

Kegiatan pariwisata yang berkembang dalam wilayah suatu negara. Pengertian ini sama halnya dengan “pariwisata dalam negeri” atau *domestic tourism*, di mana titik beratnya orang-orang yang melakukan perjalanan wisata adalah warga negara itu sendiri dan warga asing yang berdomisili di negara tersebut.

b. Pariwisata Nasional dalam arti luas

Kegiatan pariwisata yang berkembang dalam wilayah suatu negara, selain kegiatan *domestic tourism* juga dikembangkan *foreign tourism*, di mana di dalamnya termasuk *in bound tourism* dan *out going tourism*. Jadi, selain adanya lalu lintas wisatawan di dalam negeri sendiri, juga ada lalu lintas wisatawan dari luar negeri, maupun dari dalam negeri ke luar negeri.

1.2.1.4. *Regional-International Tourism*

Kegiatan Pariwisata yang berkembang di suatu wilayah international yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Misalnya pariwisata kawasan ASEAN, Timur Tengah, Asia Selatan, Eropa Barat, dan lain-lain.

1.2.1.5. *International Tourism*

Kegiatan pariwisata yang berkembang di seluruh negara di dunia termasuk *regional-international tourism* dan *national tourism*.

1.2.2. Jenis dan Macam Pariwisata Berdasarkan Pengaruhnya Terhadap Neraca Pembayaran

1.2.2.1. *In Tourism* atau Pariwisata Aktif

Kegiatan Pariwisata yang ditandai dengan fenomena masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu. Dikatakan sebagai pariwisata aktif karena dengan masuknya wisatawan asing tersebut, berarti dapat memasukkan devisa bagi negara yang dikunjungi yang tentunya secara otomatis akan memperkuat posisi Neraca Pembayaran negara yang dikunjungi wisatawan tersebut. Bila ditinjau dari segi pemasukan devisa maka jenis pariwisata

ini harus mendapat perhatian utama untuk dikembangkan, karena sifatnya yang *quick yielding* tersebut.

#### 1.2.2.2. *Out-going Tourism* atau Pariwisata Pasif

Kegiatan Pariwisata yang ditandai dengan fenomena keluarnya warga negara sendiri yang bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan. Dikatakan sebagai pariwisata pasif, karena bila ditinjau dari segi pemasukan devisa bagi negara. Kegiatan ini merugikan negara asal wisatawan karena uang yang seharusnya dibelanjakan di dalam negeri dibawa ke luar negeri dan tidak ada arti ekonominya bagi negara tersebut. Oleh karena itu, jarang sekali ada negara yang berkeinginan untuk mengembangkan pariwisata jenis ini. Namun, bila tidak ada *out-going tourism* apakah mungkin akan ada *in tourism*?

### 1.2.3. Jenis dan Macam Pariwisata Menurut Alasan/Tujuan Pariwisata

#### 1.2.3.1. *Business Tourism*

Jenis Pariwisata di mana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaan, *meeting*, *insentif*, *convention*, *exhibition* (MICE).

#### 1.2.3.2. *Vacational Tourism*

Jenis Pariwisata di mana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur atau memanfaatkan waktu luang.

#### 1.2.3.3. *Educational Tourism*

Jenis Pariwisata di mana pengunjung melakukan perjalanan untuk tujuan studi atau mempelajari sesuatu di bidang ilmu pengetahuan. *Educational Tourism* meliputi *study tour* atau dharmawisata. Dalam bidang bahasa dikenal istilah *poly glotisch*, yaitu orang-orang yang tinggal sementara waktu di suatu negara untuk mempelajari bahasa negara tersebut.

## **1.2.4. Jenis dan Macam Pariwisata Menurut Saat atau Waktu Berkunjung**

### *1.2.4.1. Seasonal Tourism*

Jenis Pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah *Summer Tourism* atau *Winter Tourism* yang biasanya ditandai dengan kegiatan olah raga.

### *1.2.4.2. Occasional Tourism*

Jenis Pariwisata di mana perjalanan wisatanya dihubungkan dengan kejadian (*occasion*) maupun suatu event. Misalnya Galungan dan Kuningan di Bali, Sekaten di Yogyakarta, Panjang Jimat di Cirebon, Cherry Blossom Festival di Tokyo, Pesta Air di India, dan lain-lain.

## **1.2.5. Jenis dan Macam Pariwisata Menurut Objeknya**

### *1.2.5.1. Cultural Tourism*

Jenis Pariwisata di mana perjalanan dilakukan karena adanya motivasi untuk melihat daya tarik dari seni-budaya suatu tempat atau daerah. Objek kunjungannya adalah warisan nenek moyang dan benda-benda kuno. Seringkali terbuka kesempatan bagi wisatawan untuk mengambil bagian dalam suatu kegiatan kebudayaan di tempat yang dikunjunginya.

### *1.2.5.2. Recuperational Tourism*

Biasanya disebut sebagai pariwisata kesehatan. Tujuan wisatawan melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan suatu penyakit. Seperti halnya mandi di sumber air panas, mandi lumpur yang biasa dijumpai di Eropa, serta mandi kopi di Jepang yang diyakini dapat membuat wajah terlihat awet muda.

### *1.2.5.3. Commercial Tourism*

Disebut sebagai pariwisata perdagangan, karena perjalanan wisata ini dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional atau internasional, di mana sering diadakan *expo*, *fair*, *exhibition*, dan lain-lain.

#### 1.2.5.4. *Sport Tourism*

Biasanya disebut dengan istilah pariwisata olah raga. Orang-orang yang melakukan perjalanan bertujuan untuk melihat atau menyaksikan suatu event olah raga di suatu tempat atau negara (dapat juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan tersebut). Misalnya Olympiade, *All England*, Pertandingan Tinju atau sepak bola.

#### 1.2.5.5. *Political Tourism*

Biasanya disebut sebagai pariwisata politik, yaitu suatu perjalanan yang tujuannya untuk melihat atau menyaksikan suatu peristiwa yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara. Misalnya kemerdekaan suatu negara (Parade 1 Mei di Tiongkok, Parade 1 Oktober di Rusia, dan lain-lain).

#### 1.2.5.6. *Social Tourism*

Pariwisata sosial jangan diasosiasikan sebagai suatu pariwisata yang berdiri sendiri. Pengertian ini hanya dilihat dari segi penyelenggaraannya saja yang tidak menekankan pada usaha untuk mencari keuntungan. Misalnya *study tour*, *youth tourism* yang dikenal dengan istilah pariwisata remaja.

#### 1.2.5.7. *Religion Tourism*

Jenis pariwisata di mana tujuan perjalanan yang dilakukan adalah untuk melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan. Seperti halnya Ibadah Haji atau Umroh ke Mekaah bagi penganut agama Islam, kunjungan ke Lourdes bagi penganut agama Katolik, dan lain-lain.

### **1.2.6. Jenis dan Macam Pariwisata Menurut Jumlah Orang yang Melakukan Perjalanan**

#### 1.2.6.1. *Individual Tourism*

Di sini yang melakukan perjalanan wisata adalah seorang wisatawan secara mandiri (seorang diri) atau satu keluarga yang berwisata bersama.

#### 1.2.6.2. *Group Tourism*

Jenis wisatawan di mana yang melakukan perjalanan wisata itu terdiri dari beberapa orang yang tergabung dalam satu *rombongan* atau kelompok (*group*) yang biasanya diorganisir oleh suatu pihak tertentu, misalnya *tour operator* atau *travel agent*.

### **1.2.7. Jenis dan Macam Pariwisata Menurut Alat Transportasi yang digunakan**

#### 1.2.7.1. *Land Tourism*

Jenis Pariwisata yang dalam kegiatannya menggunakan kendaraan mobil pribadi, bus atau kereta api. Perjalanan dari dan ke daerah tujuan menggunakan pengangkutan darat.

#### 1.2.7.2. *Sea and River Tourism*

Kegiatan Pariwisata yang menggunakan kapal laut untuk berpesiar atau mengunjungi tempat-tempat destinasi wisata.

#### 1.2.7.3. *Air Tourism*

Jenis Pariwisata yang menggunakan pengangkutan udara (pesawat terbang) dari dan ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi.

### **1.2.8. Jenis dan Macam Pariwisata Menurut Usia Wisatawan**

#### 1.2.8.1. *Youth Tourism*

Jenis Pariwisata yang dikembangkan bagi para remaja yang senang melakukan perjalanan wisata dengan harga relatif murah dan biasanya menggunakan akomodasi *Youth Hostel*.

#### 1.2.8.2. *Adult Tourism*

Kegiatan Pariwisata yang diikuti oleh orang-orang yang berusia lanjut. Biasanya orang-orang yang melakukan perjalanan ini adalah orang-orang yang sedang menjalani masa pensiunnya dan ingin menghabiskan masa tua mereka dengan pergi berwisata ke tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi sebelumnya.

### **1.2.9. Jenis dan Macam Pariwisata Menurut Jenis Kelamin**

#### *1.2.9.1. Masculine Tourism*

Jenis Pariwisata yang kegiatannya hanya diikuti oleh kaum pria saja. Seperti misalnya *Safari Hunting Adventure* yang sering dilakukan di Afrika.

#### *1.2.9.2. Feminine Tourism*

Jenis Pariwisata yang hanya diikuti oleh kaum wanita saja. Misalnya *tour* yang diselenggarakan khusus untuk menyaksikan demonstrasi kecantikan, memasak, menghias, dan lain-lain.

### **1.2.10. Jenis dan Macam Pariwisata Menurut Harga dan Tingkat Sosial**

#### *1.2.10.1. Delux Tourism*

Perjalanan Wisata yang menggunakan fasilitas *standard lux*, baik itu alat transportasi, hotel, maupun atraksi yang akan disaksikannya.

#### *1.2.10.2. Middle Class Tourism*

Perjalanan Wisata yang diperuntukan bagi mereka yang menginginkan fasilitas dengan harga yang tidak terlalu mahal, tetapi juga tidak terlalu jelek pelayanannya.

#### *1.2.10.3. Social Tourism*

Jenis Pariwisata yang penyelenggaraannya dilakukan secara bersama dengan biaya yang diperhitungkan semurah mungkin dengan fasilitas yang cukup memadai selama berada dalam perjalanan.

## **1.3. Prasarana dan Sarana Pariwisata**

### **1.3.1. Prasarana Pariwisata**

Prasarana (*infrastructures*) adalah semua fasilitas yang menungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prof. Salah Wahab

dalam bukunya *Tourism Management*, membagi prasarana ke dalam tiga bagian, yaitu : prasarana umum (*general infrastructures*), kebutuhan masyarakat banyak (*basic needs of civilized life*), dan prasarana kepariwisataan.

#### 1.3.1.1. Prasarana Umum (*General Infrastructures*)

Prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak yang pengadaannya bertujuan untuk membantu kelancaran roda perekonomian, yaitu :

- Pembangkit tenaga listrik dan sumber energi lainnya
- Sistem penyediaan air bersih
- Sistem jaringan jalan raya dan jalur kereta api
- Sistem irigasi
- Perhubungan dan Telekomunikasi

#### 1.3.1.2. Kebutuhan Masyarakat Banyak (*Basic Needs of Civilized Life*)

Prasarana yang menyangkut kebutuhan orang banyak, seperti halnya rumah sakit, apotik, bank, kantor pos, pompa bensin, dan administrasi pemerintahan (polisi, pengadilan, badan legislatif, dan lain-lain).

#### 1.3.1.3. Prasarana Kepariwisataan

##### a. *Receptive Tourist Plant*

Segala bentuk badan usaha atau organisasi yang kegiatannya khusus untuk mempersiapkan kedatangan wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata, yaitu :

- Perusahaan yang kegiatannya adalah merencanakan dan menyelenggarakan perjalanan bagi orang yang akan melakukan perjalanan wisata (*tour operator and travel agent*).
- Badan atau organisasi yang memberikan penerangan, penjelasan, promosi dan propaganda tentang suatu daerah tujuan wisata (*Tourist Information Center* yang terdapat di *airport*, terminal, pelabuhan, atau suatu *resort*).

##### b. *Residential Tourist Plant*

Semua fasilitas yang dapat menampung kedatangan para wisatawan untuk menginap dan tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan

wisata. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah semua bentuk akomodasi yang diperuntukan bagi wisatawan dan juga segala bentuk rumah makan dan restoran yang ada. Misalnya hotel, motor hotel (motel), wisma, *homestay*, *cottages*, *camping*, *youth hostel*, serta rumah makan, restoran, *self-services*, *cafeteria*, *coffee shop*, *grill room*, *bar*, *tavern*, dan lain-lain.

c. *Recreative and Sportive Plant*

Semua Fasilitas yang dapat digunakan untuk tujuan rekreasi dan olah raga. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah fasilitas untuk bermain golf, kolam renang, *boating*, *surfing*, *fishing*, *tennis court*, dan fasilitas lainnya.

### 1.3.2. Sarana Pariwisata

Sarana Pariwisata (*tourism superstructures*) adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupan perusahaan tersebut sangat tergantung pada kedatangan wisatawan. Sarana Pariwisata dapat di bagi ke dalam tiga bagian, yaitu : sarana pokok pariwisata, sarana pelengkap pariwisata, dan sarana penunjang pariwisata,

#### 1.3.2.1. Sarana Pokok Pariwisata (*Main Tourism Superstructures*)

Sarana pokok pariwisata adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata, yaitu :

- *Travel Agent and Tour Operator*
- Perusahaan-perusahaan angkutan wisata
- Hotel dan jenis akomodasi lainnya
- Bar dan Restoran, serta rumah makan lainnya
- Objek wisata dan atraksi wisata

Pada dasarnya, perusahaan-perusahaan tersebut merupakan fasilitas minimal yang harus ada pada suatu daerah tujuan wisata, jika salah satu tidak ada maka dapat dikatakan perjalanan wisata yang dilakukan tidak

berjalan seperti yang diharapkan. Sarana pokok pariwisata ini oleh Nyoman S. Pendit disebut dengan istilah “perusahaan utama yang langsung” yang terbagi ke dalam Objek Sentra dan Subjek Sentra sebagai berikut :

- Objek Sentra : termasuk perusahaan akomodasi, perusahaan pengangkutan/transportasi, tempat peristirahatan yang khusus bagi pengunjung yang sakit beserta kliniknya, perusahaan manufaktur (kerajinan tangan atau barang-barang kesenian), toko-toko souvenir, badan usaha yang menyajikan hiburan-hiburan (*EO*) atau menyediakan pemandu (*guide*) serta penerjemah, lembaga khusus untuk mempromosikan pariwisata.
- Subjek Sentra : perusahaan penerbitan pariwisata yang memajukan promosi pariwisata secara umum ataupun khusus, kantor yang membiayai pariwisata (*Travel Bank, Travel Credit, Social Tourism, and Youth Travel*), asuransi pariwisata (seperti kecelakaan, sakit dan biaya rumah sakit saat melakukan perjalanan).

#### 1.3.2.2. Sarana Pelengkap Pariwisata (*Supplementing Tourism Superstructures*)

Sarana pelengkap pariwisata adalah perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok pariwisata, tetapi yang terpenting adalah untuk membuat wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Sarana pelengkap pariwisata oleh Nyoman S. Pendit disebut sebagai “perusahaan pariwisata sekunder”, karena tidak seluruhnya tergantung kepada kedatangan wisatawan tetapi juga diperuntukan bagi masyarakat setempat yang membutuhkannya. Nyoman S. Pendit memberi contoh perusahaan pariwisata sekunder sebagai berikut :

- Perusahaan yang membuat kapal khusus untuk wisatawan, seperti : *cuiser*, gerbong khusus bagi wisatawan, mobil atau bus khusus bagi wisatawan.
- Toko pakaian (*boutiques*), toko perhiasan (*jewellery*), toko kelontongan dan toko foto (cuci-cetak).
- Binatu, salon (*barbershop*), salon kecantikan, dan lain-lain.

### 1.3.2.3. Sarana Penunjang Pariwisata (*Supporting Tourism Superstructures*)

Sarana penunjang pariwisata adalah perusahaan yang menunjang sarana pelengkap dan sarana pokok. Selain berfungsi untuk membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, sarana penunjang pariwisata memiliki fungsi yang jauh lebih penting yaitu membuat wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjunginya. Misalnya *night club*, *casinos*, *steambaths*, dan lain-lain. Adanya sarana pelengkap dan penunjang pariwisata seperti yang telah diuraikan di atas akan mendukung sarana-sarana pokok. Hal ini berarti bahwa ketiga sarana pariwisata tersebut, satu sama lainnya harus saling mengisi dan melengkapi.

## **LATIHAN PEMBELAJARAN DAN PEMAHAMAN**

1. Sebutkan karakteristik perjalanan wisata! Berdasarkan karakteristik tersebut, kemukakanlah pemahaman Anda pribadi mengenai pengertian pariwisata!
2. Pariwisata merupakan kegiatan yang dilatarbelakangi oleh adanya waktu luang. Mengapa fenomena pariwisata muncul di tengah masyarakat industrialis yang justru memiliki tingkat kesibukan yang tinggi? Kemukakanlah pemahaman kritis Anda!
3. Terdapat beberapa jenis dan macam pariwisata. Pilihlah salah satu jenis dan macam pariwisata yang menurut Anda sangat potensial untuk dikembangkan! Kemukakan alasan Anda beserta upaya konseptual untuk mengembangkannya!
4. Pariwisata memiliki beraneka ragam jenis dan macam karena adanya faktor-faktor tertentu. Sebutkan dan jelaskan faktor-faktor tersebut! Mungkinkah jenis dan macam pariwisata akan bertambah di masa yang akan datang? Kemukakan argumentasi Anda beserta alasannya!
5. Pilihlah salah satu jenis dan macam pariwisata, buatlah analisis SWOT mengenai jenis dan macam pariwisata tersebut!
6. Jelaskan perbedaan mendasar antara prasarana dan sarana pariwisata!

7. Kemukakanlah peran prasarana dan sarana dalam suatu perjalanan wisata secara jelas dan lengkap!
8. Buatlah daftar prasarana dan sarana yang dibutuhkan wisatawan dari mulai kepergiannya meninggalkan rumah, menetap di destinasi wisata, hingga kembali ke tempat asalnya! Berikanlah penjelasan singkat mengenai hal tersebut!
9. Buatlah konsep pembangunan sarana pelengkap pariwisata di daerah destinasi pantai! Mengapa Anda berencana membangun sarana pelengkap tersebut? Sertakan argumentasi Anda secara singkat dan jelas!
10. Prasarana dan sarana dapat dijadikan sebagai faktor penarik (*pull factor*). Kemukakanlah daya dan upaya untuk membuat prasarana dan sarana menjadi suatu faktor penarik (*pull factor*) datangnya seorang wisatawan!

## BAB II INDUSTRI PARIWISATA

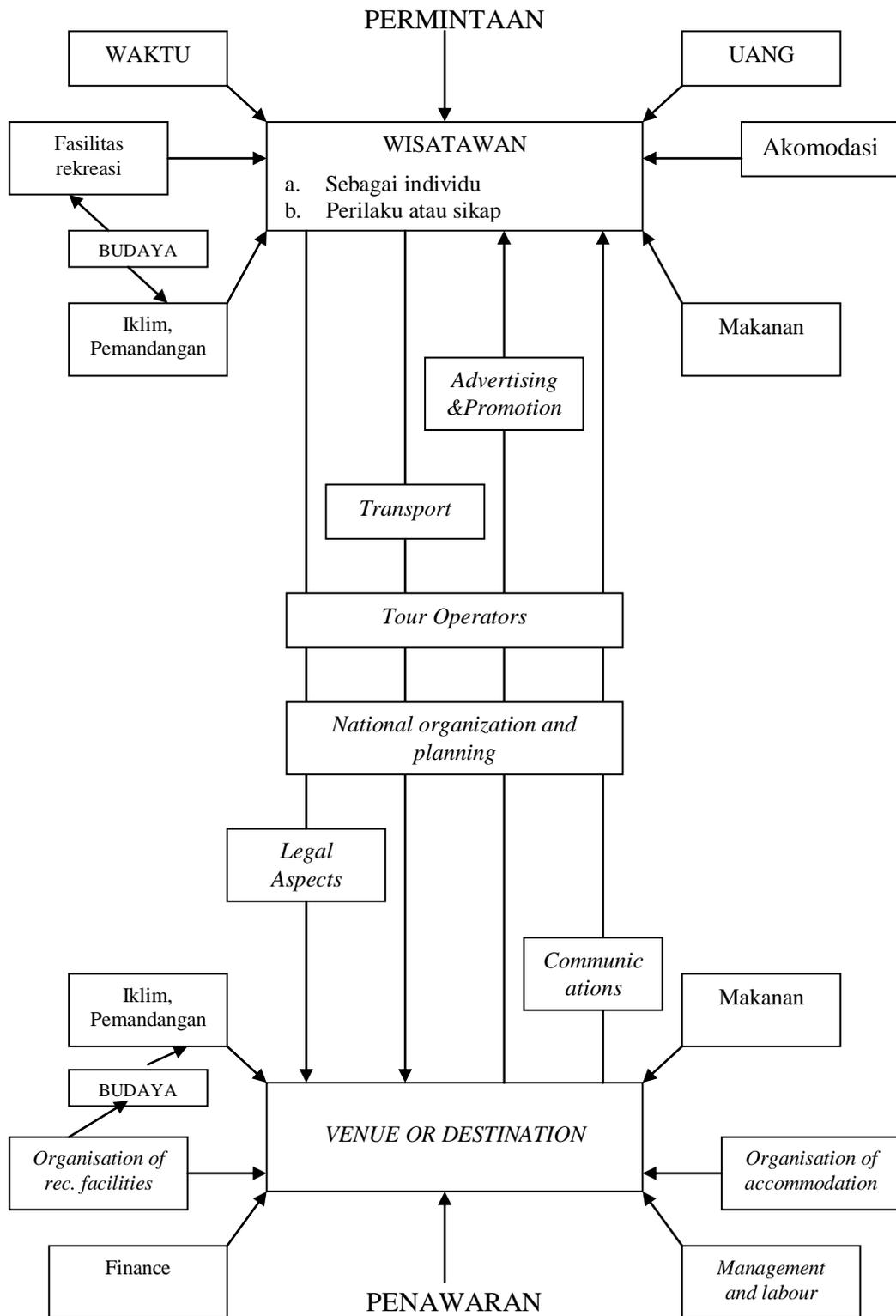
### TUJUAN

Setelah mempelajari BAB ini, Anda diharapkan mampu :

1. Menjelaskan pengertian pariwisata sebagai suatu industri
2. Menjelaskan pengertian industri pariwisata
3. Menjelaskan konsep pengertian produk industri pariwisata
4. Memahami karakteristik produk industri pariwisata

### 2.1. Pengertian Pariwisata sebagai suatu Industri

Bila meninjau pariwisata dari segi ekonomi, seperti misalnya dari segi permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*), maka menurut G. Janata pariwisata dapat dibagi ke dalam dua kelompok, yaitu : *dynamic sector* dan *static sector*. *Dynamic sector* adalah kegiatan yang berhubungan dengan *travel agent*, *tour operator*, angkutan atau transportasi wisata dan pelayanan lain yang berkaitan. Sedangkan yang dimaksud dengan *static sector* adalah perusahaan akomodasi, *catering services*, transportasi (secara umum), *entertainment*, *souvenir-shop*, dan lain-lain. Banyak aktivitas lain yang dapat menciptakan permintaan akan pelayanan perusahaan-perusahaan di atas. Fenomena ini ternyata berkesinambungan dan terjadi secara terus menerus. Setiap ada satu kegiatan yang mendorong terjadinya kegiatan perjalanan wisata, maka selalu ada permintaan akan jasa-jasa pelayanan yang sifatnya menyatu/tergabung (walupun produknya dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan yang berbeda). Proses dari fenomena secara keseluruhan, sebagai akibat dari adanya orang-orang yang melakukan perjalanan dengan macam-macam tujuan, dapat menciptakan permintaan (*demand*) akan beragam jasa pelayanan dari macam-macam perusahaan yang berbeda. Hal tersebut dapat disebut dengan istilah “industri pariwisata”.



**GAMBAR 1.1**  
**MODEL INDUSTRI PARIWISATA**

Para ahli umumnya memberikan batasan pengertian kata “industri” sebagai berikut :

- Industri, adalah segala usaha yang bertujuan untuk menghasilkan barang-barang atau jasa-jasa
- Industri, adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang sejenis atau serupa
- Industri, adalah kumpulan dari bermacam-macam perusahaan (*firms*) yang menggunakan bahan mentah yang sama.
- Industri, adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan (*firms*) yang mempunyai proses yang sama.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan “industri” adalah segala usaha yang bertujuan untuk menciptakan atau menghasikan barang-barang atau jasa-jasa melalui suatu proses produksi.

Pariwisata sebagai suatu industri baru di kenal di Indonesia setelah dikeluarkan Intruksi Presiden R.I. No. 9 Tahun 1969 pada tanggal 6 Agustus 1969, di mana dalam BAB II pasal 3 disebutkan :

“Usaha-usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan *industri pariwisata* dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negara”.

Sesuai dengan intruksi Presiden tersebut, dapat dikatakan bahwa tujuan pengembangan pariwisata Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan negara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan serta lapangan kerja dan mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya.
2. Memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia.
3. Meningkatkan persaudaraan/persahabatan nasional dan internasional.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka jelaslah bahwa usaha-usaha yang berhubungan dengan pariwisata merupakan usaha yang bersifat komersial dalam rangka untuk meningkatkan penerimaan devisa negara.

## 2.2. Pengertian Industri Pariwisata

Menurut Dewan Perjalanan dan Pariwisata Dunia (*World Travel and Tourism Council-WTTC*), saat ini pariwisata termasuk ke dalam kelompok industri terbesar dunia (*the world's largest industry*) yang menghasilkan pendapatan dunia lebih dari US\$ 3,5 triliun pada tahun 1993 atau 6% dari pendapatan kotor dunia. Pariwisata pun telah menjadi penyumbang terbesar dalam perdagangan internasional dari sektor jasa sebesar 37%, termasuk *5-top exports categories* di 83% negara WTO, sumber utama devisa di 38% negara dan di Asia Tenggara pariwisata dapat menyumbangkan 10-12 persen dari GDP serta 7-8 persen dari *total employment*. Atas dasar angka-angka tersebut maka pantaslah apabila pariwisata merupakan industri yang lebih besar daripada industri kendaraan baja, elektronik maupun pertanian. Ruang lingkup usaha yang luas menyebabkan sektor pariwisata mampu membuka lapangan kerja bagi 127 juta pekerja (satu dalam 15 pekerja di dunia).

Berdasarkan data yang dikutip dari WTO, pada tahun 2000 wisatawan mancanegara (wisman) internasional mencapai jumlah 698 juta orang yang mampu menciptakan pendapatan sebesar USD 476 milyar. Prospek pariwisata ke depan pun sangat menjanjikan bahkan sangat memberikan peluang besar. WTO memperkirakan bahwa jumlah wisatawan internasional (*inbound tourism*) pada tahun 2010 akan mencapai 1,046 milyar orang dan 1,602 milyar orang (tahun 2020). Jumlah tersebut mencakup 231 juta wisatawan dan 438 juta orang yang berada di kawasan Asia Timur dan Pasifik dengan perkiraan.

Pesatnya perkembangan industri pariwisata menyebabkan banyak negara di dunia yang menganggap pariwisata sebagai satu di antara aspek terpenting dan integral dari strategi pengembangan negara. Banyak literatur kepariwisataan yang memberikan ulasan bahwa sektor pariwisata memberikan keuntungan ekonomi

terhadap negara yang bersangkutan. Keuntungan-keuntungan ini biasanya diperoleh dari pendapatan nilai tukar mata uang asing, pendapatan pemerintah, stimulasi pengembangan regional, dan penciptaan tenaga kerja serta peningkatan pendapatannya.

Selaras dengan perkembangan pariwisata dunia, sektor pariwisata di Indonesia dewasa ini tumbuh dan berkembang menjadi suatu industri yang penting dan dapat diandalkan guna menambah devisa negara. Disebut sebagai suatu industri karena aktivitas rekreasi (pariwisata) tersebut secara ekonomi telah menciptakan permintaan yang memerlukan pasar bagi produk barang dan jasa pelayanan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan yang masing-masing terpisah sama sekali, namun saling melengkapi. Misalnya produk cinderamata, perhotelan, makanan, dan perjalanan. Industri pariwisata di samping mendatangkan devisa bagi negara, juga dapat memperluas lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat terutama yang berada di sekitar daerah tujuan wisata, serta pendapatan daerah. Oleh karena itu, perkembangan pariwisata diharapkan dapat berperan multi ganda (*multiplier effect*), yakni manfaat ekonomi melalui perolehan devisa negara dan manfaat pada masyarakat setempat.

Industri pariwisata itu sendiri merupakan kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa (*good and services*) yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan *traveller* pada umumnya selama dalam perjalanannya. Industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan, tetapi juga dalam besarnya perusahaan, lokasi tempat kedudukan, letak geografis, fungsi, bentuk organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasarannya.

R.S. Damarjadi mengatakan bahwa yang dimaksudkan dengan industri pariwisata adalah sebagai berikut :

“Industri pariwisata merupakan rangkuman dari berbagai macam bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk maupun jasa-

jasa/pelayanan-pelayanan yang nantinya baik secara langsung maupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perjalanannya”.

Pengertian industri pariwisata akan lebih jelas bila mempelajari jasa atau produk yang dihasilkan atau pelayanan-pelayanan yang diharapkan wisatawan saat mereka sedang dalam perjalanannya. Dengan cara ini akan terlihat tahap-tahap di mana wisatawan sebagai konsumen memerlukan pelayanan (*services*) tertentu. Pendekatan ini menganggap bahwa produk dari industri pariwisata adalah semua jasa yang diberikan oleh macam-macam perusahaan, semenjak seorang wisatawan meninggalkan tempat kediamannya, sampai di daerah tujuan wisata yang telah menjadi pilihannya, hingga sampai kembali ke tempat asalnya.

Dapat dibayangkan betapa banyaknya jasa yang diperlukan oleh seorang wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata (semenjak meninggalkan rumah sampai kembali ke rumah). Jasa yang dibutuhkan tidak hanya dihasilkan oleh satu perusahaan saja, tetapi dihasilkan oleh banyak perusahaan yang berbeda fungsi dan proses pemberian pelayanannya. Jadi terdapat serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa yang diperlukan wisatawan. Oleh karena itu, produk industri pariwisata merupakan atau *packages* baik itu perjalanan yang direncanakan sendiri (*independent tour*) atau diatur oleh *tour operator* dalam suatu *package tour* dengan *itineraries* yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.

Berikut ini adalah perusahaan-perusahaan yang termasuk ke dalam industri pariwisata, yaitu :

1. *Travel Agent* atau *Tour Operator*

Perusahaan yang telah memberikan informasi dan saran, melakukan reservasi, mengurus tiket dan *vouchers*, serta pengurusan dokumen perjalanan sehubungan dengan perjalanan wisatawan.

2. Perusahaan Pengangkutan

Dapat berupa angkutan darat, laut maupun udara yang akan membawa wisatawan ke daerah tujuan wisata.

3. Akomodasi

Tempat di mana wisatawan akan menginap untuk sementara waktu selama berada di daerah tujuan wisata.

4. Bar dan Restoran

Tempat di mana wisatawan dapat memesan makanan dan minuman yang sesuai dengan selernya.

5. *Travel Agent* atau *Tour Operator Local*

Perusahaan yang akan menyelenggarakan *sightseeing* atau *tour, entertainment*, dan atraksi wisata lainnya.

6. *Souvenir-shop* dan *Handicraft*

Tempat di mana wisatawan dapat berbelanja atau membeli cinderamata sebagai kenang-kenangan untuk dibawa pulang ke tempat asalnya.

7. Perusahaan-perusahaan yang Berkaitan dengan Aktivitas Wisatawan

Perusahaan seperti yang menjual dan mencetakkan foto, kantor pos, *money changer, bank*, dan lain-lain.

Perusahaan-perusahaan di atas bersifat saling melengkapi satu sama lain, sehingga merupakan industri mandiri yang hasil produknya dikonsumsi oleh wisatawan dalam bentuk paket wisata (*package tour*).

### 2.3. Pengertian Produk Industri Pariwisata

Pada umumnya yang dimaksud dengan produk dalam ilmu ekonomi adalah segala sesuatu yang dihasilkan melalui proses produksi. Produk adalah semua yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen/pasar yang berusaha memenuhi kebutuhan (*need*) atau keinginannya (*want*). Produk industri pariwisata dapat merupakan suatu susunan produk yang terpadu, terdiri dari objek wisata, atraksi wisata, transportasi (jasa angkutan), akomodasi dan hiburan, di mana setiap unsur dipersiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah.

Medlik dan Middleton berpendapat bahwa terdapat tiga unsur yang membentuk produk pariwisata, yaitu :

1. Atraksi wisata (persepsi di benak wisatawan)

2. Fasilitas di daerah destinasi wisata (*accommodation, catering, entertainment, and recreation*), dan
3. *Accessibility of the destination* (kemudahan mencapai daerah destinasi).

Pengertian produk di atas sejalan dengan pengertian industri pariwisata yang tidak dapat berdiri sendiri dan tidak terpisahkan karena merupakan serangkaian perusahaan yang menghasilkan bermacam-macam jasa. Jadi tidak hanya satu macam jasa saja yang diperlukan dalam perjalanan wisata, tetapi diperlukan serangkaian jasa yang merupakan produk dari industri pariwisata. Hal ini lah yang menyebabkan timbulnya istilah paket wisata. Paket wisata merupakan rencana perjalanan wisata yang disusun secara tetap atau pasti dengan biaya tertentu, di mana di dalamnya sudah termasuk biaya untuk menginap, angkutan/transportasi, *catering*, dan lain-lain.

#### **2.4. Karakteristik Produk Industri Pariwisata**

Berikut ini adalah beberapa karakteristik atau ciri utama suatu produk industri pariwisata, yaitu :

1. Produk industri pariwisata tidak dapat dipindahkan. Oleh karena itu, dalam penjualannya tidak mungkin produk itu sendiri di bawa kepada konsumen, sebaliknya konsumen (dalam hal ini wisatawan) yang harus mendatangi tempat produk itu berada atau dihasilkan.
2. Pada dasarnya peranan perantara (*middlemen*) tidak diperlukan, karena proses produksi terjadi pada waktu yang bersamaan dengan proses konsumsi. Satu-satunya perantara yang merupakan saluran (*channel*) dalam penjualan jasa industri pariwisata hanyalah *travel agent* atau *tour operator* saja.
3. Produk industri pariwisata tidak dapat ditimbun seperti halnya yang terjadi pada industri barang lainnya, di mana penimbunan hanya merupakan kebiasaan untuk meningkatkan permintaan. Misalnya, hari raya Galungan di Bali tidak dapat disaksikan seminggu kemudian. Begitu pula dengan pemandangan yang indah pada cuaca yang baik, tidak dapat disajikan saat cuaca sedang buruk atau dalam keadaan hujan.

4. Produk industri pariwisata tidak mempunyai standar atau ukuran yang objektif, seperti halnya dengan industri manufaktur yang mempunyai ukuran panjang, lebar, dan lain-lain. Patokan yang digunakan dalam industri pariwisata hanya berupa puas atau tidaknya seorang wisatawan akan pelayanan yang diberikan.
5. Permintaan terhadap produk pariwisata bersifat tidak tetap dan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor non-ekonomi. Peperangan, bencana alam, akan mengakibatkan permintaan untuk berwisata berkurang. Sebaliknya, permintaan akan meningkat saat musim liburan atau *week ends* tiba.
6. Calon wisatawan tidak dapat mencoba atau mencicipi produk wisata yang akan dibelinya. Wisatawan hanya dapat melihat dari brosur, *booklets*, *leaflets*, *TV*, atau tayangan film yang sengaja dibuat untuk mempromosikan suatu produk wisata tertentu.
7. Produk industri pariwisata sangat tergantung akan sumber daya manusia untuk mengelolanya.
8. Dari segi kepemilikan usaha, penyediaan produk industri pariwisata dengan membangun sarana kepariwisataan yang memakan biaya besar, mempunyai tingkat resiko yang tinggi karena perubahan elastisitas permintaan sangat peka sekali.

## LATIHAN PEMBELAJARAN DAN PEMAHAMAN

1. Mengapa pariwisata menjadi sebuah industri? Kemukakan pemahaman kritis Anda beserta alasannya!
2. Sebutkan dan jelaskan karakteristik industri pariwisata!
3. Jelaskanlah gambar “Model Industri Pariwisata” dalam suatu paragraf eksposisi!
4. Jelaskanlah peran perusahaan-perusahaan yang termasuk ke dalam industri pariwisata!
5. Berdasarkan peran perusahaan-perusahaan industri pariwisata, kemukakanlah wewenang dan tanggung jawab masing-masing perusahaan terhadap kemajuan industri pariwisata!
6. Buatlah suatu perencanaan kerjasama (*business plan*) antara perusahaan-perusahaan industri pariwisata dalam rangka kegiatan bersama melayani wisatawan selama dalam perjalanan wisata (pilih hubungan antara dua perusahaan saja)!
7. Jelaskanlah peran masing-masing produk pariwisata terhadap kepuasan wisatawan selama berwisata!
8. Jelaskanlah istilah produk pariwisata sebagai suatu “paket”!
9. Buatlah konsep produk pariwisata untuk jenis *educational tourism*!
10. Berdasarkan karakteristiknya, sebutkan dan jelaskan kekurangan serta kelebihan suatu produk pariwisata (pilih satu destinasi untuk menganalisis produk tersebut)! Bagaimanakah cara untuk mengatasi kekurangan dan mengembangkan kelebihan tersebut? Jelaskan berdasarkan pemahaman Anda!

## **BAB III**

### **USAHA JASA PARIWISATA**

#### **TUJUAN**

**Setelah mempelajari BAB ini, Anda diharapkan mampu :**

- 1. Memahami dan menjelaskan pengertian dan ruang lingkup usaha pariwisata**
- 2. Menjelaskan ketentuan, sektor, dan dasar hukum mengenai ruang lingkup usaha pariwisata**
- 3. Memahami secara lebih detail mengenai jenis-jenis usaha pariwisata**

#### **3.1. Pengertian dan Ruang Lingkup Usaha Pariwisata**

Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata dengan menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait dibidang tersebut. Sesuai dengan Undang-undang RI No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan, usaha pariwisata digolongkan ke dalam:

##### **a) Usaha Jasa Pariwisata yang terdiri dari:**

- 1) Jasa Biro Perjalanan Wisata;
- 2) Jasa Agen Perjalanan Wisata;
- 3) Jasa Pramuwisata;
- 4) Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran;
- 5) Jasa Impresariat;
- 6) Jasa Konsultan Pariwisata;
- 7) Jasa Informasi Pariwisata.

**b) Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik Wisata dikelompokkan dalam:**

- 1) Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik Wisata Alam;
- 2) Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik Wisata Budaya;
- 3) Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik Wisata Minat Khusus.

**c) Usaha Sarana Pariwisata yang dikelompokkan dalam:**

- 1) Penyediaan Akomodasi;
- 2) Penyediaan Makanan dan Minuman;
- 3) Penyediaan Angkutan Wisata;
- 4) Penyediaan Sarana Wisata Tirta;
- 5) Penyediaan Kawasan Pariwisata.

Sesuai ketentuan, batasan pengertian dari masing-masing bidang usaha adalah sebagai berikut :

**a. Usaha Jasa Pariwisata :**

- 1) Jasa biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata;
- 2) Jasa agen perjalanan wisata adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan;
- 3) Usaha jasa pramuwisata adalah kegiatan usaha bersifat komersial yang mengatur, mengkoordinir dan menyediakan tenaga pramuwisata untuk memberikan pelayanan bagi seseorang atau kelompok orang yang melakukan perjalanan wisata;
- 4) Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran adalah usaha dengan kegiatan pokok memberikan Jasa pelayanan bagi satu pertemuan sekelompok orang (misalnya negarawan, usahawan, cendekiawan) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama;

- 5) Jasa impresariat adalah kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan baik yang mendatangkan, mengirimkan maupun mengembalikannya serta menentukan tempat, waktu dan jenis hiburan;
- 6) Jasa konsultasi pariwisata adalah jasa berupa saran dan nasehat yang diberikan untuk penyelesaian masalah-masalah yang timbul mulai dan penciptaan gagasan, pelaksanaan operasinya dan disusun secara sistematis berdasarkan disiplin ilmu yang diakui serta disampaikan secara lisan, tertulis maupun gambar oleh tenaga ahli profesional;
- 7) Jasa informasi pariwisata adalah usaha penyediaan informasi, penyebaran dan pemanfaatan informasi kepariwisataan.

**b. Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik Wisata :**

- 1) Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata alam merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan tata lingkungannya yang telah ditetapkan sebagai obyek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata;
- 2) Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata budaya merupakan usaha seni budaya bangsa yang telah dilengkapi sebagai obyek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata;
- 3) Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata minat khusus merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan atau potensi seni budaya bangsa untuk dijadikan sasaran wisatawan yang mempunyai minat khusus.

**c. Usaha Sarana Pariwisata :**

- 1) Penyediaan akomodasi adalah usaha penyediaan kamar dan fasilitas lain serta pelayanan yang diperlukan;
- 2) Penyediaan makanan dan minuman adalah usaha pengolahan, penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman yang dapat dilakukan sebagai bagian dari penyediaan akomodasi ataupun sebagai usaha yang berdiri sendiri;

- 3) Penyediaan angkutan wisata adalah usaha khusus atau sebagian dari usaha dalam rangka penyediaan angkutan pada umumnya yaitu angkutan khusus wisata atau angkutan umum yang menyediakan angkutan wisata;
- 4) Penyediaan sarana wisata tirta adalah usaha penyediaan dan pengelolaan prasarana dan sarana serta jasa yang berkaitan dengan kegiatan wisata tirta (dapat dilakukan di laut, sungai, danau, rawa, dan waduk), dermaga serta fasilitas olahraga air untuk keperluan olahraga selancar air, selancar angin, berlayar, menyelam dan memancing;
- 5) Penyediaan kawasan pariwisata adalah usaha yang kegiatannya membangun atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

### **3.2. Ketentuan, Sektor, dan Dasar Hukum Mengenai Ruang Lingkup Usaha Pariwisata**

#### **3.2.1. Ketentuan-Ketentuan Ruang Lingkup Usaha Pariwisata**

##### **3.2.1.1. Biro Perjalanan dan Agen Perjalanan Wisata**

Sesuai Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM.10/PW/102/ MPPT-93 tanggal 13 Januari 1993, kegiatan biro perjalanan wisata dan agen perjalanan wisata meliputi :

- 1) penyusunan dan penyelenggaraan paket wisata;
- 2) penyediaan dan atau pelayanan angkutan wisata;
- 3) pemesanan akomodasi, restoran dan sarana lainnya; dan
- 4) penyelenggaraan pelayanan perlengkapan (dokumen) perjalanan wisata.

##### **3.2.1.2. Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran, Lingkup Kegiatan Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran.**

Keputusan Direktorat Jenderal Pariwisata, Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. Kep-06/U/IV/1992 tentang Pelaksanaan Ketentuan Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran, lingkup kegiatan

usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran mencakup antara lain:

- 1) perencanaan;
- 2) konsultasi;
- 3) pengorganisasian.

### 3.2.1.3. Usaha Jasa Manajemen Hotel Jaringan Internasional

Sesuai Keputusan Direktur Jenderal Pariwisata No. Kep 06/K/VI/97 tanggal 13 Juni 1997, usaha jasa manajemen hotel jaringan internasional adalah usaha jasa manajemen hotel yang kedudukan badan hukum usahanya berada di luar Indonesia serta akan dan sedang menjalankan usaha di Indonesia yang menghasilkan jasa dengan tujuan mencari keuntungan.

- 1) Kegiatan usaha jasa manajemen hotel jaringan internasional meliputi:
  - a) Jasa Konsultasi;
  - b) Jasa Waralaba (*franchise*);
  - c) Jasa Pengelolaan.
- 2) Bagi usaha jasa manajemen hotel jaringan internasional yang menjalankan usaha pengelolaan hotel di Indonesia, apabila bidang dan jenis pekerjaan yang tersedia dalam mengelola hotel belum atau tidak sepenuhnya dapat diisi oleh tenaga kerja Warga Negara Indonesia, maka dapat menggunakan Tenaga Kerja Warga Negara Asing (TKA) dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a) Bagi hotel bintang lima dan bintang lima tanda berlian, hanya boleh menggunakan sebanyak-banyaknya 3 orang TKA;
  - b) Bagi hotel bintang empat, hanya boleh menggunakan sebanyak-banyaknya 2 orang TKA;
  - c) Bagi hotel bintang tiga, hanya boleh menggunakan sebanyak-banyaknya 1 orang TKA;
  - d) Bagi hotel bintang dua, tidak dapat menggunakan TKA;
  - e) Bagi hotel bintang satu, tidak dapat menggunakan TKA.

#### 3.2.1.4. Kawasan Pariwisata

Sesuai Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. 59/PW.002/MPPT-85 tanggal 23 Juli 1985, pengertian yang terkait dengan kawasan pariwisata adalah sebagai berikut:

- 1) Kawasan pariwisata adalah kawasan yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata;
- 2) Pembangunan kawasan pariwisata tidak mengurangi areal tanah pertanian dan dilakukan di atas tanah yang mempunyai fungsi utama untuk melindungi sumber daya alam warisan budaya;
- 3) Pengusaha kawasan pariwisata membantu pengurusan pariwisata yang diperlukan dalam rangka usaha di bidang pariwisata.

#### 3.2.1.5. Usaha Jasa Rekreasi dan Hiburan

Sesuai Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. 70/PW.105/MPPT-85 tanggal 30 Agustus 1985 tentang Usaha Jasa Rekreasi dan Hiburan, usaha jasa rekreasi dan hiburan adalah setiap usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya dimaksudkan untuk memberikan kesegaran rohani dan jasmani.

### **3.2.2. Sektor Pariwisata**

Industri pariwisata meliputi bidang-bidang usaha yang dapat dikelompokkan ke dalam tiga sektor sebagai berikut:

1. Usaha jasa pariwisata : antara lain biro perjalanan wisata, jasa konvensi, perjalanan insentif, pamera jasa konsultasi pariwisata, jasa informasi pariwisata
2. Usaha sarana pariwisata : antara lain hotel melati, persinggahan karavan, angkutan wisata, jasa boga dan bar, kawasan pariwisata, rekreasi dan hiburan umum seperti taman rekreasi, gelanggang renang, padang golf, gelanggang bowling, rumah billiard, panti mandi uap, ketangkasan, desa wisata dan jasa hiburan rakyat
3. Usaha jasa objek wisata; yaitu wisata budaya, wisata minat khusus dan wisata alam yang memerlukan keahlian dan ketrampilan khusus

### **3.2.3. Dasar Hukum Ruang Lingkup Usaha Pariwisata**

1. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan (Lembaran Negara Tahun 1990 Nomor 78 Tambahan Lembaran Negara Nomor 3427);
2. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 1997 Nomor 41, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3685) sebagaimana diubah Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2000 Nomor 246, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4048);
3. Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan (Lembaran Negara Tahun 1996 Nomor 101, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3658);
4. Peraturan Pemerintah Nomor 25 Tahun 2000 Tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai Daerah Otonom (Lembaran Negara Tahun 2000 Nomor 54, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3848);
5. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2001 Tentang Retribusi Daerah (Lembaran Negara Tahun 2001 Nomor 119, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3848);
6. Peraturan Daerah Kotamadya Tingkat II Surakarta Nomor 8 Tahun 1993 Tentang Rencana Umum Tata Ruang Kotamadya Daerah tingkat II Surakarta Tahun 1993 sampai 2013;
7. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 4 Tahun 2002 Tentang Usaha Rekreasi dan Hiburan Umum.

### **3.3. Jenis-Jenis Usaha Pariwisata**

#### **3.3.1. Usaha Jasa Akomodasi**

##### **3.3.1.1. Pengertian Hotel**

Hotel merupakan suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan, dan minum, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara

komersial. Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa suatu hotel memiliki karakteristik sebagai berikut :

- Merupakan suatu jenis akomodasi
- Menyediakan pelayanan akomodasi, makanan, dan minuman
- Disediakan bagi setiap orang, dan
- Dikelola secara komersial (bertujuan untuk mencari keuntungan).

#### 3.3.1.2. Beberapa Perbedaan yang Ada di antara Tipe Akomodasi

- Paying/non-paying
- Service/non-service
- Owned/rented
- Primary purpose/secondary purpose
- Static/mobile
- Purpose to visit

#### 3.3.1.3. Pokok Pikiran dalam Menetapkan Golongan Kelas Hotel

- Berorientasi kepada konsumen/tamu
- Memberikan perlindungan kepada keselamatan umum maupun lingkungan
- Menumbuhkan perusahaan hotel bertanggung jawab yang memiliki dan melaksanakan kode etik profesi
- Di samping sistem menetapkan golongan kelas hotel, juga menetapkan kriteria tambahan yang bersifat melengkapi

#### 3.3.1.4. Kriteria Penggolongan Hotel

- Fisik  
Persyaratan lebih ditekankan pada keberadaan unsur fisik
- Operasional/Manajemen  
Kemampuan hotel dalam mengelola berfungsinya persyaratan fisik hotel untuk menjamin kualitas pelayanan
- Pelayanan  
Kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen

#### 3.3.1.5. Ruang Lingkup Kriteria Penggolongan Hotel

- Persyaratan Dasar
  - a. Semua perizinan untuk operasi suatu hotel
  - b. Kenaikan tingkat intalasi/peralatan yang digunakan
  - c. Sanitasi *hygiene*
- Persyaratan Teknis Operasional  
Merupakan unsur persyaratan yang akan membentuk kualitas produk hotel.

#### 3.3.1.6. Unsur-unsur dalam Penilaian Kelas Hotel

- Standar hotel yang ramah lingkungan
- Standar pengelolaan dan pengolahan makanan dan minuman
- Standar kompetensi sumber daya manusia
- Penggunaan produk dalam negeri
- Pemberdayaan masyarakat sekitar.

#### 3.3.1.7. Enam Tipe Dasar Hotel

- Hotel Tradisional
- Motel
- Resort
- *Convention or conferenc hotel*
- *Resident hotel*
- *Bed and breakfast inn*

#### 3.3.1.8. Pendekatan Hotel

- Pendekatan melalui rencana (*plan*)
  - a. *European Plan*
  - b. *Continental Plan*
  - c. *Modified American Plan*
  - d. *Full American Plan*
- Pendekatan melalui jenis
  - a. *Family Hotel*
  - b. *Business Hotel*

- c. *Tourist Hotel*
- d. *Cure Hotel*
- e. *Convention Hotel*

#### 3.3.1.9. Perbedaan *Boutique Hotel* dengan Jenis Hotel Lainnya

- Menggunakan elemen-elemen yang berbeda baik pada warna, tekstur bangunan, pola, pencahayaan, ruang, dan lain-lain.
- Memiliki arsitektur yang unik atau khusus
- Memiliki gaya dan kepribadian tersendiri
- Memiliki level yang tinggi akan keramahtamahan dan kemewahan
- Menggunakan sentuhan seni dan teknologi tradisional akan semua fasilitasnya
- Mempunyai suasana kekeuargaan dan pelayanan khusus secara personal

#### 3.3.1.10. Kebutuhan Akomodasi

- *Common Characteristic*
  - a. *Importance of location*
  - b. *Fixity of premises*
  - c. *Cost of structures*
  - d. *Demand dependence*
  - e. *Contact dependence*
  - f. *Core service/territory/ownership*
- *Variable Characteristic*
  - a. *Range of services and facilities*
  - b. *Business mix*
  - c. *Ownership*
  - d. *Seasonality*

#### 3.3.1.11. Trend dan Perkembangan

- *Reservations*
- *Branding*

- *Environmental issues*
- *Quality*

### **3.3.2. Usaha Jasa Restoran**

Usaha jasa restoran sangat penting dan berguna bagi keberlangsungan industri pariwisata secara global, hal ini dikarenakan beberapa faktor penting di bawah ini :

1. Usaha jasa restoran mampu memberikan kesempatan bekerja (membuka lapangan kerja baru).
2. Setiap orang pasti membutuhkan makanan dan minuman. Oleh sebab itu, banyak orang mencari restoran/tempat makan yang mampu menyediakan jenis makanan dan minuman tertentu dengan pelayanan yang menyertainya.
3. Usaha jasa restoran mampu menyerap pendapatan yang cukup besar.

#### **1. Persyaratan sebuah Restoran**

Sebuah Restoran yang berada di sebuah hotel harus memiliki fasilitas standar. Kelengkapan standar sebuah restoran pada hotel Bintang 4 berdasarkan SK Memparpostel No K.M.37/PW-304/MPPT-86 tanggal 7 Juni 1986 adalah sebagai berikut :

- 1) Menyediakan restoran minimal 2 jenis yang berbeda salah satunya adalah *Coffee Shop*.
- 2) Jumlah tempat duduk sebanding dengan luas restoran tetapi setiap tempat duduk memerlukan minimal 1,5 m<sup>2</sup>.
- 3) Tinggi restoran tidak boleh lebih rendah dari tinggi kamar tamu (2,60m).
- 4) Letak restoran berhubungan langsung dengan dapur dilengkapi pintu untuk masuk dan keluar yang berbeda.
- 5) Tata udara diatur dengan atau tanpa pengatur udara.
- 6) Restoran yang letaknya tidak berdampingan dengan lobby harus dilengkapi dengan toilet umum yang terpisah untuk pria dan wanita.
- 7) Peralatan dan perlengkapan minimal :

- Pisau daging dengan jumlah setengah kali jumlah kursi
- Pisau ikan dengan jumlah setengah kali jumlah kursi
- Sendok sup dengan jumlah dua kali jumlah kursi
- Pisau dan garpu dessert dengan jumlah dua kali jumlah kursi
- Sendok kopi dengan dua kali jumlah dua setengah kali kali
- Sendok makan dengan jumlah dua setengah kali jumlah kursi
- Garpu makan dengan jumlah dua setengah kali jumlah kursi
- Garpu ikan dengan jumlah dua setengah kali jumlah nkursi
- Serbet makan dari linen dengan jumlah dua setengah kali jumlah kursi
- Meja dilengkapi dengan *Place mats*
- Gelas minum putih bening (*Water goblet*), gelas anggur dan gelas *juice* dengan jumlah dua setengah kali jumlah kursi
- Meja dilengkapi dengan asbak,tempat garam dan merica
- Tersedia meja bantu (side stand) untuk perlatan pelayanan
- Lodor atau piring besar (platter) dengan jumlkah satu buah untuk tiap meja
- Teko teh/kopi dengan jumlah sebuah untuk setiap delapan kursi
- Tempat untuk gula/selai
- Tersedia daftar makanan dan minuman serta harganya
- Piring makan pokok dengan jumlah dua setengah kali jumlah kursi
- Piring *dessert* dengan jumlah dua setengah kali jumlah kursi
- Piring sup dengan jumlah dua setengah kali jumlah kursi
- Pisin dengan jumlah dua setengah kali jumlah kursi
- Cangkir dengan jumlah dua setengah kali jumlah kursi
- Cangkir untuk *consomee (consomee cup)* dengan jumlah dua setengah kali jumlah kursi
- *Water pitcher* dengan jumlah satu buah untuk setiap kursi
- Soup *tureen* dengan jumlah satu buah untuk setiap kursi
- *Vegetable bowl* dengan jumlah satu buah untuk setiap empat kursi
- *Rechaud* dengan jumlah satu buah untuk setiap empat kursi
- *Pepper mill* dengan jumlah satu buah untruk setiap empat kursi
- *Sauce boat* dengan jumlah satu buah untuk setiap empat kursi.

8) Fasilitas standar sebagai berikut :

➤ RUANGAN:

- Ruang makan (*dining room*)
- Ruang gudang (*store room*)
- Ruang penerimaan barang (*receiving area*)
- Ruang kantor (*Office Space*)
- Ruang pertunjukkan (*dance floor/show stage*)
- Ruang dapur (*kitchen area*)
- Ruang toilet

➤ FURNITURE

- *Guest Table*
- *Guest chair*
- *Side board/Side stand* (lemari bantu untuk menyimpan alat saji dan alat makan)
- *Cashier Counter*
- *Bar Counter*

➤ DEKORASI

- Dekorasi pada sebuah restoran diperlukan untuk meningkatkan suasana dan interior restoran tersebut.
- Restoran di dalam sebuah hotel ada yang bersuana formal maupun tidak formal.
- *Exclusive dining room* adalah sebuah restoran formal yang biasanya didekor dengan tema tertentu.

## 2. Tamu dalam Usaha Jasa Restoran

- Orang yang sangat penting bagi bisnis kita.
- Nadi kehidupan industri jasa makanan.
- Orang yang tidak tergantung pada kita, justru kita yang selalu tergantung padanya.
- Orang yang sama sekali tidak mengganggu pekerjaan kita tetapi karena merekalah kita bisa mencapai tujuan usaha.

- Orang yang menghargai kita bila mereka memanggil kita untuk melayani.
- Bukan sebagai orang luar tetapi merupakan bagaian bisnis kita.
- Manusia yang memiliki perasaan, dan emosi seperti kita.

### 3. Jenis Restoran berdasarkan Pelayanannya

#### ➤ *FORMAL DINING ROOM*

- Restoran yang berada di dalam hotel dan termasuk dalam *high class* restoran.
- Sifatnya eksklusif dan hanya orang tertentu saja yang bisa masuk restoran ini.
- Faktor faktor yang menyebabkan restoran tersebut menjadi prestige bagi hotel tersebut adalah:
  - Peralatan yang dipakai menggunakan bahan bahan yang mewah
  - Cara pelayanan secara pribadi
  - Jenis makanan yang disediakan harganya mahal
  - Biasanya dipakai untuk jamuan makan yang lengkap dan formal
  - Makanan tertentu biasanya dimasak dihadapan tamu.

Contoh *formal dining room* antara lain :

*Rotiserie* :Restoran eksklusif dimana tempat pembakaran makanan dapat dilihat oleh tamu.

*Grill* :Restoran untuk *Steak* atau *Chop* yang dibakar menurut selera tamu.

*Cabaret* :*Supper Club* Restoran yang mengadakan pertunjukkan pada acara makan.

#### ➤ *INFORMAL DINING ROOM* (Coffee Shop, Tavern, Cocktail Lounge, Pool Snack Bar, Room Service)

##### a. COFFEE SHOP

*Coffee Shop is a commercial food facilities designed to offer the customer meal or snack in an informal atmosphere without the service, variety ,or cost associated with a restaurant, and at those times when a restaurant may not be open.*

b. *TAVERN*

*Tavern* adalah restoran kecil yang berada di hotel dengan bir dan anggur sebagai minuman utama.

c. *COCKTAIL LOUNGE*

*Cocktail lounge* is a facility that offers, customers a place to have a drink in a relatively quiet, often dimly lit, atmosphere.

d. *POOL SNACK BAR*

*Pool Snack Bar* adalah *counter bar* kecil yang terletak di tepi kolam renang sebuah hotel. Di samping dapat memesan makanan yang tersaji tamu juga dapat memesan makanan lain yang dibuat di *main kitchen*.

e. *ROOM SERVICE*

*Room Service* is a service to hotel guest where Food & Beverage delivery to the guest,s room

f. *SPECIALITIES RESTAURANT*

Adalah restopran yang ada dalam hotel dengan menghadirkan makanan makanan khusus.

#### 4. Tipe Pelayanan di Restoran

1. *Table Service*

Adalah cara pelayanan dengan menggunakan meja makan. Ini merupakan pelayanan yang tertua dan umum dipergunakan di restoran. Pelayanan semacam ini banyak ragamnya mulai dari *formal service*, *semi formal service* dan *non formal service* dengan pelayanan cepat seperti di *coffee shop*.

2. *Counter Service*

Merupakan service informal dan banayak terdapat di restoran restoran yang murah misalnya *coffee shop*, *snack bar*,*fountain bar*.

3. *TRAY SERVICE*

Cara pelayanan dengan menggunakan baki. Merupakan pelayanan informal yang banyak terdapat di *airline*, *hospital*, *cafeteria*.

#### 4. SELF SERVICE

Tamunya mengambil makanan sendiri makanan yang sudah disediakan diatas meja, etalase atau *food condiment*. Biasa dilaksanakan di daerah ramai, di mana tamunya mengambil makanan sendiri yang tersedia pada *counter* dan membayar apa yang telah dimakannya pada kasir.

#### 5. Jenis Usaha Restoran

1. *BISTRO* : Adalah restoran kecil ala Perancis (*Small French Restaurant*).
2. *CANTEEN* : Restoran yang menyediakan makanan kecil atau *refreshment stay* yang aslinya berada di camp militer.
3. *CAFÉ* : Restoran yang fungsinya sebagai tempat makan dan minum bagi umum (*Public Dining Place*).
4. *CABARET* : Restoran yang mengadakan pertunjukkan disamping melayani makanan dan minuman.
5. *CAFETARIA* : Adalah restoran yang tamunya mengambil makanan sendiri (*Self Service*) dan makanan diatur diatas meja *service*. Di *charge* menurut apa yang diambil oleh tamu.
6. *COFFEE POT* : Restoran kecil yang tidak terlalu formal pelayanannya dan harganya cukup murah berada di tepi jalan (model warung kopi ala Tegal).
7. *COFFEE SHOP* : Restoran yang menyediakan dan menghidangkan makanan dan minuman dengan *service informal*, tapi lebih cepat dalam pelayanannya karena umumnya makanan sudah *ready to serve* dan tidak menghidangkan *Full Course Dinner* atau jamuan makan resmi (*Formal Service*).

8. *DELICATESSENT*: : *Special Restaurant* yang menjual *Delicatessent Food* seperti : Sausage, Bacon, dan Ham.
9. *DINNER* : Restoran yang ada diatas kereta api yang berbentuk lokomotif yang menyediakan makanan dan minuman *ala informal service*.
10. *DRIVE INN* : Restoran yang berada dilingkungan *Drive Inn Theatre* (teater mobil) yang menghadirkan makanan dan minuman yang diantar ke mobil teater, kadang hanya menjual makanan kecil seperti *hot dog, sandwich, ice cream* dan sebagainya.
11. *GRILL RESTAURANT* : *Special restaurant* yang khusus menjual *steak* atau *chop*, di mana makanan tersebut dibakar menurut selera tamu.
12. *INN* : Hotel atau Motel di mana dalam harga kamarnya sudah termasuk hidangan yang disajikan dan diantar ke kamar tamu yang bersangkutan.
13. *LUNCH WAGON* : Restoran yang mempergunakan kereta dorong atau mobil dan biasanya digelar di tempat keramaian dan menghadirkan makanan kecil seperti : bakso, sate mie ayam, mie goreng dan lain-lain.
14. *RATHSKELLER* : Restoran ala jerman yang berada atau dibangun di bawah tangga jalan atau jembatan di bawah jalan.
15. *ROTISSERIE* : Restoran di mana tempat pembakaran daging dapat dilihat oleh orang yang mememesannya.
16. *TAVERN* : Restoran kecil yang menjual *beer* dan *wines*.
17. *COMMON* : Restoran yang menyediakan makanan untuk orang banyak dalam suatu meja panjang dan

biasanya terdapat pada institusi atau camp militer.

*18. SPECIALITIES*

: Restoran yang menghadirkan makanan dan minuman istimewa (makanan khas) seperti : *Sea Food*, Makanan Padang, Masakan khas Jawa Timur.

### LATIHAN PEMBELAJARAN DAN PEMAHAMAN

1. Jelaskanlah latar belakang munculnya usaha pariwisata!
2. Usaha pariwisata digolongkan ke dalam tiga jenis usaha. Sebutkan dan jelaskanlah ruang lingkup (*job descriptions*) masing-masing golongan usaha tersebut secara jelas dan lengkap!
3. Jelaskan perbedaan konsep pengembangan pengusahaan obyek dan daya tarik wisata alam dengan pengusahaan obyek dan daya tarik wisata budaya, dan pengusahaan obyek dan daya tarik wisata minat khusus!
4. Buatlah suatu perencanaan strategik bagi perusahaan-perusahaan yang tergolong ke dalam jenis usaha jasa pariwisata (tiga saja) agar dapat tetap bertahan di tengah pesatnya persaingan bisnis perusahaan!
5. Salah satu kegiatan biro dan agen perjalanan wisata adalah menyusun paket wisata. Buatlah suatu paket wisata (daerah destinasi, waktu, biaya, dan jadwal disesuaikan dengan minat Anda masing-masing)!
6. Seberapa pentingkah penyediaan sarana wisata tirta bagi Anda selaku wisatawan di suatu daerah destinasi? Jelaskan secara singkat dan jelas!
7. Anda bekerja di usaha jasa impresariat. Jenis produk apakah yang dapat Anda tawarkan kepada para wisatawan? Bagaimana cara memasarkannya? Kemukakan beberapa argumentasi berdasarkan teori yang Anda pahami!
8. Berdasarkan pemahaman Anda, “hal” apa sajakah yang selayaknya berada atau dibangun di kawasan pariwisata?
9. Buatlah *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* (STP) bagi bisnis perhotelan atau restoran (pilih salah satu)! Anda dapat “menciptakan” hotel atau restoran sendiri dengan STP yang Anda konsepkan (sertakan nama hotel atau restoran imajinatif Anda)!
10. Sebagai insan pariwisata, Anda tertarik dengan ruang lingkup usaha pariwisata yang mana? Jelaskan argumentasi Anda secara jelas! Kontribusi apakah yang sekiranya dapat Anda sumbangkan bagi ruang lingkup usaha tersebut di masa yang akan datang?

## DAFTAR PUSTAKA

- Burkat and S. Medlik. 1995. *Tourism, Past-Present-and-Future*. Heniman. London.
- \_\_\_\_\_. 1996. *The Management of Tourism*. Heniman. London.
- Charles Kaiser Jr and Larry E. Herbert. 1997. *Tourism Planning and Development*. CBI Publishing Company Inc. Boston. Massachusetts.
- Christopher, Holloway. 1983. *The Business of Tourism*. Mac Donald and Evans. Entover-Plymouth.
- Clara A. Gunn. 1993. *Tourism Planning*. Crane Russak and Company. New York.
- Cooper, Chris et.al. 1998. *Principles and Practice, Second Edition*. Addison Wesley Longman Publishing. New York.
- Damardjati, R., S. 2000. *Istilah-istilah Dunia Pariwisata*. Pradya Paramita. Jakarta.
- Lehmann, Armin, D. 1999. *Travel and Tourism*. Bobbs Merrill Educational Publishing. Indianapolis.
- Malcom, Lawson. 1998. *Teaching Tourism*. Tourism International Press. London.
- Manuel Baud-Bovy abd Fred Lawson. 1997. *Tourism and Recreation*. Boston. Massachusetts.
- Mill, Robert Christie. 2000. *The International Business*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Pendit, Nyoman, S. 2000. *Pariwisata, Sebuah Studi, Analisa dan Informasi*. Pradya Paramita. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Ilmu Pariwisata; Sebuah Pengantar Perdana*. Pradya Paramita. Jakarta.
- Peter E. Murphy. 1985. *Tourism A Community Approach*. Methuen. New York.
- Robert A. Mc. Intosch. 1998. *Tourism, Principles, Philosophie*. Grid Inc. Colombus.
- Robert T. Reily. 1992. *Tourism Marketing Technicques*. Merton House Publishers Inc. Illinois.
- Wahab Salah, Prof. Ph. D. 1995. *Tourism Management*. Tourism International Press. London.
- Yoeti, Oka A, Drs. BA. 1996. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradya Paramita. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2002. *Pemasaran Pariwisata*. Angkasa. Bandung.