STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI INDONESIA

Soebagyo

Fakultas Ekonomi Universitas Pancasila
Jl. Srengseng Sawah, Jagakarsa
Jakarta Selatan
email: soebagyofeup@yahoo.co.id

Abstract

Tourism has provided considerable foreign exchange in many countries. Tourists visit will stimulate social interaction with people around the major tourist attractions in adapting well in the field of economy, society and culture. The positive impact of tourism activities in the field of economics, namely the State foreign exchange income. Tourism development has three functions: to promote economic, preserve national identity and the preservation of function and quality of the environment, and fostering a sense of patriotism and the nation. Because it needs to be developed as well as increased marketing and promotion of tourism education and training. Very significant contribution of tourism for job creation. Tourism needs to develop new tour packages such as agro-tourism or ecotourism. Society needs to be given the opportunity to market local products and help them to the skills and the provision of capital for businesses that bring in profits.

Kata Kunci: pariwisata, manajemen strategi

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, sektor pariwisata merupakan industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi global. Sektor pariwisata akan menjadi pendorong utama perekonomian dunia pada abad ke-21, dan menjadi salah satu industri yang mengglobal.

Pariwisata telah memberikan devisa yang cukup besar bagi berbagai negara. Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari 17.508 pulau atau disebut juga sebagai nusantara atau negara maritim, telah menyadari pentingnya sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia dikarenakan pertumbuhan pariwisata Indonesia selalu di atas pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Sejak tahun 1978, pemerintah terus berusaha untuk mengembangkan kepariwisataan. Hal ini dituangkan dalam TAP MPR No. IV/MPR/1978, yaitu bahwa pariwisata perlu ditingkatkan dan diperluas untuk meningkatkan penerimaan devisa, memperluas lapangan kerja dan memperkenalkan kebudayaan. Pembinaan serta pengembangan pariwisata dilakukan dengan tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kepribadian nasional. Untuk itu perlu diambil langkah-langkah dan pengaturan-pengaturan yang lebih terarah berdasarkan kebijaksanaan yang terpadu, antara lain bidang promosi, penyediaan fasilitas serta mutu dan kelancaran pelayanan.

Pengembangan pariwisata yang telah dilakukan baik oleh pemerintah maupun swasta telah meningkatkan jumlah kedatangan

wisatawan dari suatu daerah ke daerah lain. Kunjungan wisatawan akan merangsang interaksi sosial dengan penduduk di sekitar tempat wisata dan merangsang tanggapan masyarakat sekitarnya sesuai dengan kemampuan mereka dalam beradaptasi baik di bidang perekonomian, kemasyarakatan maupun kebudayaan mereka.

Pada hakekatnya ada empat bidang pokok yang dipengaruhi oleh usaha pengembangan pariwisata yaitu ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan hidup. Salah satu dampak positif yang menguntungkan dalam bidang ekonomi adalah, kegiatan pariwisata mendatangkan pendapatan devisa negara. Tahun 2011 perolehan devisa dari pariwisata diperkirakan mencapai USD 8,5 miliar, naik 11,8% dibandingkan tahun 2010. Kenaikan ini melebihi pertumbuhan ekonomi Indonesia yang diproyeksikan berada di level 6,5% dan pertumbuhan pariwisata dunia yang hanya berkisar 4,5%. Selain itu, untuk kontribusi terhadap devisa, sektor pariwisata berada di peringkat 5 setelah minyak dan gas bumi, minyak kelapa sawit, batubara dan karet olahan.

PARIWISATA DAN PERTUMBUHAN EKONOMI

Menurut Spilane (1987), pariwisata adalah "perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu". Ditambah pula bahwa pariwisata terbagi atas beberapa jenis, yaitu: (1) pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*); (2) pariwisata untuk berekreasi (*recreation tourism*); (3) pariwisata untuk budaya (*culture tourism*); (4) pariwisata untuk olah raga (*sport tourism*); (5) pariwisata untuk urusan usaha dagang (*business tourism*); dan (6) pariwisata untuk konvensional (*conventional tourism*).

Fandeli (1995) mengemukakan bahwa "pariwisata adalah segala sesuatu yang

berkaitan dengan wisata, termasuk perusahaan obyek daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dijelaskan pula bahwa wisata merupakan suatu kegiatan bepergian dari suatu tempat ke tempat tujuan lain di luar tempat tinggalnya, dengan maksud bukan untuk mencari nafkah, melainkan untuk menciptakan kembali ke-segaran baik fisik maupun psikis agar dapat berprestasi lagi. Sementara itu menurut Pendit (1990), pariwisata merupakan suatu sektor yang kompleks, yang juga melibatkan industri-industri klasik, seperti kerajinan tangan dan cinderamata, serta usaha-usaha penginapan, restoran dan transportasi.

Menurut Joyosuharto (1995), pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi yaitu: (1) menggalakkan ekonomi; (2) memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup; (3) memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa.

Sejalan dengan Pendit (1990), pariwisata mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi, karena dapat menyediakan lapangan kerja, menstimulasi berbagai sektor produksi, serta memberikan kontribusi secara langsung bagi kemajuan-kemajuan dalam usaha-usaha pembuatan dan perbaikan pelabuhan, jalan raya, pengangkutan serta mendorong pelaksanaan program kebersihan dan kesehatan, proyek sarana budaya, pelestarian lingkungan hidup dan sebagainya yang dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik kepada masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar.

Pertumbuhan ekonomi sebagai proses kenaikan *output* per kapita dalam jangka panjang, yang menekankan pada tiga aspek, yaitu: pertama proses, yang mengandung makna bahwa pertumbuhan ekonomi bukan merupakan suatu gambaran ekonomi pada saat tertentu, melainkan dilihat dari aspek dinamis dari suatu perekonomian, yaitu bagaimana suatu perekonomian berkembang dan berubah dari waktu ke waktu.

Dalam kaitannya dengan '*output per kapita*', pertumbuhan ekonomi dilihat dari sisi output total (GDP) dan sisi jumlah penduduknya. Dengan demikian untuk menganalisis suatu pertumbuhan ekonomi, teori yang digunakan harus mampu menjelaskan GDP total dan jumlah penduduk. Aspek '*jangka panjang*' dalam suatu pertumbuhan ekonomi, juga perlu dilihat untuk memperhitungkan apakah ada kenaikan *output per kapita* atau tidak dalam jangka panjang. Jika terjadi kenaikan, maka terjadi pertumbuhan ekonomi, demikian pula sebaliknya.

Teori pertumbuhan ekonomi adalah suatu penjelasan yang logis mengenai proses pertumbuhan ekonomi, yang didalamnya menjelaskan mengenai faktor-faktor penyebab kenaikan *output per kapita* dalam jangka waktu serta menjelaskan pula tentang bagaimana faktor-faktor tersebut berinteraksi satu sama lain. Karena itu teori pertumbuhan bisa bermacam-macam, sebab tidak ada suatu teori pertumbuhan baku yang dapat menjelaskan secara lengkap dan menyeluruh tentang berbagai proses pertumbuhan ekonomi yang terjadi.

FAKTOR PENDORONG PENGEMBANGAN PARIWISATA

Dewasa ini maupun pada masa yang akan datang, kebutuhan untuk berwisata akan terus meningkat seiring dengan penambahan jumlah penduduk dunia, serta perkembangan penduduk dunia yang semakin membutuhkan *refreshing* akibat dari semakin tingginya kesibukan kerja. Menurut Fandeli (1995), faktor yang mendorong manusia berwisata adalah:

1. Keinginan untuk melepaskan diri dari tekanan hidup sehari-hari di kota, keinginan untuk mengubah suasana dan memanfaatkan waktu senggang;
2. Kemajuan pembangunan dalam bidang komunikasi dan transportasi;
3. Keinginan untuk melihat dan memperoleh pengalaman-pengalaman baru mengenai budaya masyarakat dan di tempat lain;

4. Meningkatnya pendapatan yang dapat memungkinkan seseorang dapat dengan bebas melakukan perjalanan yang jauh dari tempat tinggalnya.

Faktor-faktor pendorong pengembangan pariwisata di Indonesia menurut Spilane (1987) adalah:

1. Berkurangnya peranan minyak bumi sebagai sumber devisa negara jika dibanding dengan waktu lalu;
2. Merosotnya nilai ekspor pada sektor nonmigas;
3. Adanya kecenderungan peningkatan pariwisata secara konsisten;
4. Besarnya potensi yang dimiliki oleh bangsa Indonesia bagi pengembangan pariwisata.

Situasi dan kondisi sosio-ekonomi Indonesia saat ini memperlihatkan bahwa semakin berkurangnya lahan pertanian dan lapangan pekerjaan lainnya serta semakin rusaknya lingkungan akibat kegiatan industri manufaktur dan kegiatan-kegiatan ekonomi lainnya yang mengeksploitasi sumber daya alam, maka pariwisata perlu dikembangkan sebagai salah satu sumber industri andalan. Sektor pariwisata selain dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, juga akan merusak lingkungan bahkan sebaliknya merangsang pelestarian lingkungan hidup. Hal ini dapat dimaklumi karena pengembangan pariwisata tidak dapat dipisahkan dari lingkungan hidup sebagai salah satu sarana atau obyek wisata.

Dari laporan dan analisis World Tourism Organization (WTO) diperoleh gambaran bahwa sumbangan pariwisata amat berarti bagi penciptaan lapangan kerja. Disebutkan bahwa dari setiap sembilan kesempatan kerja yang tersedia secara global saat ini, satu diantaranya berasal dari sektor pariwisata.

Diduga pula bahwa daya serap tenaga kerja pada sektor pariwisata lebih besar di negara-negara berkembang (Kompas, 27 Nopember 2011). Selain itu, pariwisata dapat membuka pasar baru bagi produksi pertanian dan hasil

kerajinan rumah tangga yang masih tradisional maupun usaha-usaha jasa seperti tukang pijit, penginapan, transportasi, restoran dan *guide* yang dengan sendirinya membuka peluang kerja baru bagi para pencari kerja yang terus meningkat setiap tahun, serta meningkatkan *output* negara.

Kaitannya dengan perekonomian suatu negara, sektor pariwisata terbukti telah memberikan kontribusi yang cukup pada perolehan devisa. Hal ini dapat dilihat perolehan devisa negara pada tahun 2011, pariwisata menempati urutan ketiga setelah migas dan tekstil, dengan devisa sebesar 4.785,1 juta dollar AS (Kompas, 12 Desember 2011).

Ditambahkan pula bahwa terhadap GDP Indonesia, sektor pariwisata juga memainkan peranan yang penting. Hasil studi World Travel and Tourism Council (WTTC) menyimpulkan bahwa pertumbuhan kontribusi pariwisata terhadap GDP rata-rata sebesar 8% dan merupakan yang tercepat di dunia.

STRATEGI PENGEMBANGAN

Berdasarkan potensi dan peluang yang ada, maka pengembangan pariwisata perlu dilakukan dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta pariwisata perlu mengembangkan paket-paket wisata baru seperti argowisata atau ekowisata. Jenis wisata semacam ini selain tidak membutuhkan modal yang besar juga dapat berpengaruh langsung bagi masyarakat sekitar, masyarakat dapat diikutsertakan dan keuntungan yang diperoleh pun dapat dirasakan oleh masyarakat wilayahnya.

Pengembangan pariwisata yang menunjang pertumbuhan ekonomi dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Perlu ditetapkan beberapa peraturan yang berpihak pada peningkatan mutu pelayanan pariwisata dan kelestarian lingkungan wisata, bukan berpihak pada kepentingan pihak-pihak tertentu. Selain itu perlu diambil tindakan yang tegas bagi pihak-pihak yang melakukan pelanggaran terhadap aturan yang telah ditetapkan;
2. Pengelola pariwisata harus melibatkan masyarakat setempat. Hal ini penting karena pengalaman pada beberapa daerah tujuan wisata (DTW), sama sekali tidak melibatkan masyarakat setempat, akibatnya tidak ada sumbangsih ekonomi yang diperoleh masyarakat sekitar. Contoh kasus: pengelolaan DTW di Pantai Wanukaka, Kabupaten Sumba Barat, NTT. Pada DTW tersebut masyarakat tidak berkesempatan untuk terlibat, baik untuk menjual hasil-hasil pertanian, kerajinan maupun menjadi karyawan di tempat itu;
3. Kegiatan promosi yang dilakukan harus beragam, selain dengan mencanangkan cara kampanye dan program *Visit Indonesian Year* seperti yang sudah dilakukan sebelumnya, kegiatan promosi juga perlu dilakukan dengan membentuk sistem informasi yang handal dan membangun kerjasama yang baik dengan pusat-pusat informasi pariwisata pada negara-negara lain, terutama negara-negara yang potensial;
4. Perlu menentukan DTW-DTW utama yang memiliki keunikan dibanding dengan DTW lain, terutama yang bersifat tradisional dan alami. Kebetulan saat ini obyek wisata yang alami dan tradisional menjadi sasaran utama para wisatawan asing. Obyek ini sangat banyak ditemukan di luar Jawa, misalnya di daerah-daerah pedalaman Kalimantan, Papua dan lain-lain;
5. Pemerintah pusat membangun kerjasama dengan kalangan swasta dan pemerintah daerah setempat, dengan sistem yang jujur, terbuka dan adil. Kerja sama ini penting untuk lancarnya pengelolaan secara profesional dengan mutu pelayanan yang memadai. Selain itu kerjasama di antara penyelenggara juga perlu dibangun. Kerjasama di antara agen biro perjalanan, penyelenggara tempat wisata, pengusaha jasa akomodasi dan komponen-komponen

terkait lainnya merupakan hal yang sangat penting bagi keamanan kelancaran dan kesuksesan pariwisata;

6. Perlu dilakukan pemerataan arus wisatawan bagi semua DTW yang ada di seluruh Indonesia. Dalam hal ini pemerintah juga harus memberikan perhatian yang sama kepada semua DTW, perhatian DTW yang sudah mandiri hendaknya dikurangi dan memberikan perhatian yang lebih terhadap DTW yang memerlukan perhatian lebih;
7. Mengajak masyarakat sekitar DTW agar menyadari peran, fungsi dan manfaat pariwisata serta merangsang mereka untuk memanfaatkan peluang-peluang yang tercipta bagi berbagai kegiatan yang dapat menguntungkan secara ekonomi. Masyarakat diberikan kesempatan untuk memasarkan produk-produk lokal serta membantu mereka untuk meningkatkan keterampilan dan pengadaan modal bagi usaha-usaha yang mendatangkan keuntungan;
8. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan perlu dipersiapkan secara baik untuk menunjang kelancaran pariwisata. Pengadaan dan perbaikan jalan, telepon, angkutan, pusat perbelanjaan wisata dan fasilitas lain di sekitar lokasi DTW sangat diperlukan.

Dengan memperhatikan beberapa masukan ini kiranya dapat membantu bagi penyelenggara pariwisata yang dapat menunjang pertumbuhan ekonomi. Tentunya saran-saran dan masukan tersebut tidak berlaku untuk semua DTW, hal ini sangat tergantung pada kebutuhan DTW masing-masing yang memiliki permasalahannya sendiri dari waktu ke waktu dan lingkungan yang berbeda-beda.

KESIMPULAN

Keterbatasan Indonesia untuk meningkatkan penerimaan devisa menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor andalan sebagai sumber devisa negara. Namun besar kecilnya devisa yang diterima dipengaruhi oleh berbagai

faktor baik internal maupun eksternal. Pariwisata dapat menghasilkan pendapatan yang luar biasa bagi suatu daerah terutama apabila dikelola dengan baik.

Tetapi pengelolaan yang baik tidak akan berjalan sesuai dengan tujuan awal tanpa adanya berbagai dukungan yang melatarbelakangi pengelolaan tersebut. Salah satu sarana pendukung yang dimaksud adalah dengan adanya sebuah sistem informasi pariwisata yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan pengguna akan informasi pariwisata suatu daerah tujuan wisata, selain itu juga dapat digunakan sebagai media promosi daerah tersebut dalam mempromosikan pariwisatanya.

Upaya promosi pariwisata ke luar negeri tanpa diimbangi dengan pembenahan di dalam negeri tidak akan memberikan hasil yang optimal. Aksi terorisme global perlu diwaspadai agar upaya pemerintah selama ini tidak sia-sia. Selain itu *culture* dan *heritage* merupakan nyawa atau "roh" dari kegiatan pariwisata Indonesia. Tanpa adanya budaya maka pariwisata akan terasa hambar dan kering dan tidak akan memiliki daya tarik untuk di kunjungi.

Berdasarkan potensi, peluang, tantangan dan strategi yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata, bahwa peluang tercipta pengembangan daerah tempat wisata yang masih tradisional dan alami perlu dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Sementara berbagai kendala dan tantangan yang ada terutama masalah masih rendahnya kualitas sumber daya manusia dan gangguan keamanan yang sering timbul, perlu disiasati dengan berbagai strategi agar kendala dan tantangan tidak menghambat pembangunan pariwisata, serta jaminan perlindungan dan keamanan bagi para wisatawan tidak menimbulkan ketakutan untuk mengunjungi daerah wisata yang ada di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Fandeli, Ch., 1995, *Pengertian dan Kerangka Dasar Kepariwisataaan dalam "Dasar-dasar manajemen Kepariwisataaan Alam"*, Editor: Ch, Fandeli, Liberty, Yogyakarta
- Joyosuharto, S., 2000, *Aspek Ketersediaan dan Tututan Kebutuhan Dalam Pariwisata, dalam "Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataaan Alam*, Editor: Ch. Fandeli, Liberty, Yogyakarta
- Pendit, Ny. S, 1990, *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana*, PT Pandnya Paramita, Jakarta
- Saragih, B., 1998, *Paradigma Baru dalam Pembangunan Berbasis Pertanian*, CV Nasional, Jakarta
- Spilane, JJ., 1987, *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*, Kanisius, Yogyakarta
- www.kompas.com, *Turis Mancanegara Diprediksi Meningkat 30 Persen*, Desember 2011
- www.kompas.com, *Tahun Ini Banyak Turis Asing "Buang Uang" di Indonesia*, Kompas 29 Desember 2011

PENGATURAN WARALABA DI INDONESIA: PERSPEKTIF HUKUM BISNIS

M. Muchtar Rivai

STIE Ahmad Dahlan Jakarta
Jl. Ciputat Raya No. 77 Cireundeu, Jakarta Selatan
email: muchtar_rivai@yahoo.com

Abstract

The law arrangement of franchise law was first explicitly regulated by the Government Regulation No. 16 of 1997 which is then updated by Government Regulation No. 42 of 2007 to be created in an agreement that at least contains clauses as stipulated by Article 5 of the Government Regulation. However, franchise arrangements also associated with a variety of other laws and regulations applicable in Indonesia. This article is going to state that the importance of partnerships with small and medium enterprises as an effort to encourage the involvement of the wider economic community.

Kata Kunci: bisnis, waralaba

PENDAHULUAN

Istilah waralaba (*franchise*) tidak dikenal dalam kepastakaan hukum Indonesia. Hal ini dapat dimaklumi karena memang lembaga waralaba sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun, karena pengaruh globalisasi, maka *franchise* masuk dalam tatanan hukum dan budaya masyarakat Indonesia. Istilah *franchise* selanjutnya menjadi istilah yang akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis Indonesia dan menarik perhatian banyak pihak untuk mendalaminya.

Kemudian istilah *franchise* dicoba di-Indonesia-kan dengan istilah "waralaba" yang diperkenalkan pertama kali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM). Waralaba berasal dari kata "wara" (lebih atau istimewa) dan "laba" (untung), sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa (Sutedi, 2008).

Kegiatan bisnis waralaba dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang. Khairandy (1997) dari sisi Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) misalnya, mendefinisikan waralaba sebagai "seseorang memberikan kebebasan dari ikatan yang menghalangi orang untuk menggunakan atau membuat atau menjual sesuatu".

Sumardi (1995) dari sisi bisnis mendefinisikannya sebagai "suatu metode pendistribusian barang dan jasa kepada masyarakat konsumen, yang dijual kepada pihak lain yang berminat. Pemilik dari metode ini disebut *franchisor*, sedangkan pembeli yang berhak menggunakan metode disebut *franchisee*".

Hardjiwidagdo (1993) dari sisi sistem usaha, menyebutkan waralaba adalah "perdagangan atau jasa yang memiliki ciri khas yang berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain dan merk) bahkan termasuk dalam pakaian dan penampilan karyawan perusahaan, rencana