

PENGEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA



Bhayu Rhama, Ph.D,

KEBIJAKAN PEMBANGUNAN DAN PARIWISATA BERKELANJUTAN
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Palangka Raya



Visit
Wonderful
Indonesia
2018

Industri Pariwisata

Dalam UU No. 10 Thn 2009;

1. **Usaha Pariwisata**, adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
2. **Pengusaha Pariwisata**, adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
3. **Industri Pariwisata**, adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Ruang Lingkup Industri Pariwisata

Berdasarkan UU No. 10 Thn 2009 Pasal 7 huruf A, ruang lingkup pembangunan industri pariwisata di Indonesia meliputi:

1. Struktur (fungsi, hierarki, dan hubungan) Industri Pariwisata

Struktur Industri Pariwisata adalah fungsi, hierarki dan hubungan di dalam kumpulan usaha pariwisata yang diwadahi oleh asosiasi profesional yang saling berkoordinasi dan bersinergi untuk meningkatkan daya saing kepariwisataan Indonesia yang meliputi:

- Kaitan mata rantai antar industri pariwisata
- Wadah asosiasi usaha pariwisata
- Sistem koordinasi antar asosiasi usaha pariwisata
- Sistem koordinasi antara asosiasi usaha pariwisata dengan pemerintah.

2. Daya Saing Produk Usaha Pariwisata

Daya saing produk wisata dalam hal ini meliputi barang dan jasa yang mampu dinilai unggul oleh wisatawan, yang diukur melalui:

- Sertifikasi
- Standarisasi
- Kompetensi sumber daya manusia (jumlah, kualitas dan kecocokan)

Dalam bidang kepariwisataan, wisatawan adalah pihak yang menentukan produk apa yang berdaya saing. Dalam bidang pemasaran pariwisata, bukan standar produk wisata yang menarik, akan tetapi justru yang bernilai unik, beda, dan lain dari yang biasanya.



3. Kemitraan Usaha Pariwisata

Kemitraan usaha pariwisata adalah sebagai usaha bersama antar pelaku industri pariwisata dan dengan masyarakat ataupun dengan pemerintah, yang menguntungkan semua pihak yang terlibat, untuk menghasilkan produk dan jasa pariwisata yang dinilai melalui:

- Kemitraan antar pelaku usaha pariwisata.
- Kemitraan antara pelaku usaha pariwisata dan masyarakat.
- Kemitraan antara pelaku usaha pariwisata dan pemerintah.



4. Kredibilitas Bisnis

Kredibilitas bisnis sangat diperlukan dalam usaha pariwisata dan sebagai penyelenggara usaha yang dilakukan secara terpercaya, adil, transparan, dan akuntabel yang diukur melalui:

- Pembayaran pajak
- Perizinan penyelenggaraan usaha
- Jejaring usaha
- Kepercayaan Pasar

Kredibilitas bisnis dalam usaha pariwisata pada dasarnya adalah kepercayaan pasar atau *trust* terhadap usaha kepariwisataan itu sendiri. Dari sisi pasar wisatawan, kredibilitas akan diraih melalui pelayanan yang konsisten dan bisa dipercaya janji, yang disebut dalam perjanjian formal, telepon, atau bahkan pelayanan lebih yang diberikan pada saat terjadi *emergencies*.

5. Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan

Tanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya adalah kewajiban penyelenggara usaha berdasarkan prinsip-prinsip pelestarian lingkungan budaya yang dinilai dari penyelenggaraan dan pemanfaatan:

- Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL).
- *Corporate Social Responsibility* (CSR).
- Sumber Daya lokal (*local content*).



PENGEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA



Bhayu Rhama, Ph.D,

KEBIJAKAN PEMBANGUNAN DAN PARIWISATA BERKELANJUTAN
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik , Universitas Palangka Raya



Visit
Wonderful
Indonesia
2018