

INDUSTRI PARIWISATA DAN PEMBANGUNAN NASIONAL

Oleh

Lukmanul Hakim

Dosen Tetap STIE AMA Salatiga

Abstrak

Sektor kepariwisataan sebagai salah satu primadona dalam pembangunan industri dikembangkan dalam rangka lebih meningkatkan laju pembangunan nasional. Sektor kepariwisataan terbukti mampu menopang perekonomian rakyat dan sekarang ini keberadaannya sangat diperlukan dan merupakan salah satu sektor penting untuk memperoleh devisa dan peningkatan penerimaan pemerintah di luar minyak dan gas bumi. Produk wisata dihasilkan oleh berbagai perusahaan seperti jasa hotel, jasa angkutan, jasa hiburan, jasa penyelenggaraan tour dan sebagainya. Disediakan oleh masyarakat antara lain jalanan dan keramahtamahan rakyat. Disediakan oleh alam seperti pemandangan alam, pantai, lautan dan sebagainya. Untuk itulah perlu kiranya pemerintah senantiasa meningkatkan ketangguhan, kebijakan, dan meningkatkan perkembangan kepariwisataan dengan maksud untuk lebih mengembangkan ekonomi rakyat dan pencapaian hal-hal strategis antara pendapatan dan pemerataan kesempatan kerja, mendorong adanya pengembangan daerah, pemanfaatan sumber daya alam, dan pengembangan seni budaya, melalui industri pariwisata.

Kata kunci : Industri Pariwisata, Pembangunan Nasional

A. PENDAHULUAN

Pelaksanaan pembangunan nasional, disamping untuk meningkatkan pendapatan nasional, sekaligus juga harus menjamin pembagian pendapatan yang merata bagi seluruh lapisan masyarakat. Sehingga di satu pihak pembangunan itu tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan produksi, melainkan juga untuk mencegah terjadinya jurang pemisah antara yang kaya dan yang miskin dengan menumbuhkan azas sederhana dan wajar. Bukan hanya untuk mencapai masyarakat dengan tingkat kemakmuran tinggi, melainkan juga untuk mewujudkan masyarakat yang adil.

Untuk itu partisipasi aktif segenap lapisan masyarakat dalam pembangunan harus makin meningkat meluas dan merata, baik dalam menanggung beban pembangunan maupun dalam hal pertanggungjawaban atas pelaksanaan pembangunan ataupun di dalam menerima kembali hasil-hasil pembangunan yang telah dilaksanakan dan terwujud. Oleh karena itu perlu diciptakan suasana kemasyarakatan yang mendukung cita-cita pembangunan nasional, serta terwujud otoaktivitas dan kreativitas di kalangan masyarakat itu sendiri.

Sektor kepariwisataan sebagai salah satu primadona dalam pembangunan industri dikembangkan dalam rangka lebih meningkatkan laju pembangunan nasional. Sektor kepariwisataan terbukti mampu menopang perekonomian rakyat dan sekarang ini keberadaannya sangat diperlukan dan merupakan salah satu sektor penting untuk memperoleh devisa dan peningkatan penerimaan pemerintah di luar minyak dan gas bumi. Untuk itulah perlu kiranya pemerintah senantiasa meningkatkan ketangguhan,

kebijakan, dan meningkatkan perkembangan kepariwisataan dengan maksud untuk lebih mengembangkan ekonomi rakyat dan pencapaian hal-hal strategis antara pendapatan dan pemerataan kesempatan kerja, mendorong adanya pengembangan daerah, pemanfaatan sumber daya alam, dan pengembangan seni budaya, melalui industri pariwisata.

B. INDUSTRI PARIWISATA

Kegiatan pariwisata merupakan kegiatan berkenaan dengan usaha memenuhi kebutuhan hidup manusia untuk memperoleh kesenangan. Kesenangan itu dinikmati berkat adanya jasa yang diberikan oleh pihak tertentu. Pariwisata itu sendiri adalah suatu industri. Sesuai dengan istilahnya, pengertian industri adalah *The quality of working hard, the production of goods, the creation of wealth by human efforts* (A.S. Hornby, 1978:22).

Kegiatan industri memerlukan kerja keras agar berhasil, yang akan memberikan sejumlah produk yang akan memberikan kepuasan dan kesejahteraan kepada manusia. Itu sebabnya kata industri senantiasa mengandung pengertian suatu usaha yang menghasilkan produk. Produk itu merupakan rangkaian jasa-jasa yang mempunyai segi ekonomis, sosial dan psikologis.

Produk wisata dihasilkan oleh berbagai perusahaan seperti jasa hotel, jasa angkutan, jasa hiburan, jasa penyelenggaraan tour dan sebagainya. Disediakan oleh masyarakat antara lain jalanan dan keramahtamahan rakyat. Disediakan oleh alam seperti pemandangan alam, pantai, lautan dan sebagainya. Jasa-jasa itu merupakan rangkaian yang saling berkaitan satu sama lain dan merupakan satu kesatuan yang disebut "*Package*" (Oemar Hamalik, 1978:22).

Produk wisata terdiri dari dua jenis segi keduanya saling melengkapi, yakni segi yang menyangkut produk-produk dari pengusaha-pengusaha lain dan segi yang menyangkut faktor-faktor keaslian alam dan tingkah laku manusia. Semuanya saling bergantung dan tidak boleh jelek salah satu karena bisa mengakibatkan kejelekan pula pada segi yang lain (M.J. Prajogo, 1995:21-22).

a. Ciri-Ciri Produk Wisata

Produk wisata mempunyai ciri-ciri tersendiri yang berbeda dengan produk industri yang lain. Adapun yang menjadi ciri-ciri produk wisata adalah sebagai berikut:

1. Tak dapat dipindahkan, wisatawan harus datang sendiri untuk menikmati dan mengalami produk tersebut.
2. Produk dan konsumsi terjadi pada saat yang sama, artinya produk itu terjadi pada waktu langganan itu sedang menggunakan jasa-jasa tersebut.
3. Tidak ada suatu standard tertentu secara objektif, karena jasa pariwisata mempunyai berbagai ragam bentuk.
4. Langganan tidak dapat mencicipi atau mengetahui dan menguji produk itu sebelumnya, kecuali hanya melihat gambar-gambar saja dengan penjelasannya.
5. Produk wisata merupakan usaha yang mengandung resiko besar, bersifat elastis, kalau terjadi perubahan situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat yang menurun maka dapat menggoyahkan sendi-sendi penanaman modal usaha kepariwisataan, terjadinya kemunduran yang deras akan mempengaruhi pula industri menunjang wisata (A.S. Hornby, 1978:23)

Dengan demikian jelaslah, bahwa industri pariwisata itu adalah merupakan suatu proses kegiatan ekonomi di bidang kepariwisataan yang produknya berupa jasa-jasa

(*services*) untuk memenuhi kebutuhan wisatawan secara *compartable* (menyenangkan), *privacy* (betah karena tidak terganggu) dan *security* (terjamin keamanan pribadi) sehingga wisatawan kerasan (M.J. Projogo, 1973:22).

Unsur-unsur kesenangan, ketertarikan dan keamanan bagi wisatawan perlu mendapat perhatian dan jaminan yang sungguh-sungguh, karena unsur ini sangat erat pertaliannya dengan motif-motif psikologis dari wisatawan itu. Kalau terjadi dimana wisatawan merasa tidak senang atas pelayanan yang diberikan maka akibatnya ia tidak akan betah tinggal di suatu tempat. Demikian pula kalau keamanan pribadinya merasa tidak terjamin maka sudah tentu ia tidak akan senang dan tidak akan betah. Akibat berikutnya ialah untuk waktu selanjutnya ia tidak akan mau lagi mengikuti program tour wisata.

b. Cabang-cabang Industri Pariwisata

Industri pariwisata terdiri dari tiga macam sarana yaitu:

1. Sarana Pokok (Main Tourism Supra Structure).
2. Sarana Pelengkap (Supplementing Tourism Supra Structure).
3. Sarana Penunjang (Supporting Tourism Supra Structure) (Kadin dalam Oemar Hamalik, 1978:24).

Yang dimaksud dengan sarana pokok ialah perusahaan-perusahaan yang kelangsungan hidupnya tergantung pada ada atau tidaknya wisatawan. Yang dimaksud di dalamnya adalah *Travel Agencis, Tourist Transportation, Accomodation/Hotel*, dan lainnya, *Catering Trade, Tourist Objects, Souvenir*.

Sedangkan sarana pelengkap adalah perusahaan-perusahaan yang melengkapi sarana pokok, yang berfungsi membuat para wisatawan senang, betah, kerasan, hingga mereka ingin tinggal lebih lama pada suatu tempat atau daerah. Yang termasuk kategori ini antara lain *Swimmingpool, Tennis Court, Golf Course, Recreation Centre* dan lain sebagainya.

Sarana penunjang ialah perusahaan-perusahaan yang melengkapi sarana pokok dan pelengkap yang berfungsi tidak saja membuat wisatawan lebih lama tinggal atau berdiam pada suatu tempat atau daerah tetapi agar wisatawan yang bersangkutan lebih banyak mengeluarkan uangnya di tempat yang mereka kunjungi tersebut. Dalam kategori ini adalah *Night Club, Steambath, Casino*.

Menurut uraian tersebut dapatlah dikemukakan bahwa cabang-cabang industri pariwisata banyak sekali. Dan tentulah erat hubungannya satu sama lain. Tiap perusahaan akan dapat bekerja lebih efektif dan efisien apabila satu sama lain mengadakan hubungan kerja sama yang serasi dan saling menguntungkan.

c. Penggolongan Perusahaan-perusahaan Industri Pariwisata

Pariwisata dalam arti modern adalah merupakan gejala jama sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan terhadap keindahan alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta, dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas dalam masyarakat manusia sebagai hasil perkembangan penilaian, industri, perdagangan dan penyempurnaan alat-alat pengangkutan (E. Guyer Freuler dalam Nyoman S. Pendit, 1986:32).

Sementara itu bapak pariwisata dunia Prof. Hunziker dan Prof. Krapf, menjelaskan konsep pariwisata adalah sejumlah hubungan-hubungan dan gejala-gejala yang dihasilkan dari tinggalnya orang-orang asing, asalkan tinggalnya mereka itu tidak

menyebabkan timbulnya tempat tinggal serta usaha-usaha yang bersifat sementara atau permanen sebagai usaha mencari kerja penuh (Nyoman S. Pendit, 1986:33).

Dari dua pengertian pariwisata tersebut dapat dikemukakan penggolongan perusahaan-perusahaan yang dapat diklasifikasikan dalam industri pariwisata.

1. Perusahaan Pariwisata Utama Langsung

Yang dimaksud dengan perusahaan-perusahaan utama langsung adalah semua perusahaan yang tujuan pelayanannya khusus ditujukan/diperuntukkan bagi perkembangan kepariwisataan dan yang kehidupan usahanya memang benar-benar tergantung padanya (Nyoman S. Pendit, 1986:79).

Bila pemikiran untuk menggolongkan rincian perusahaan-perusahaan ini digunakan tema dengan istilah-istilah “objek sentra” dan “subjek sentra”, yaitu yang berkisar pada objek dan pada subjek masing-masing, maka pembagian perusahaan-perusahaan pariwisata dapat juga kiranya dimasukkan ke dalam kategori demikian, tergantung pada kegiatan perusahaan-perusahaan itu sendiri, apakah kegiatan itu termasuk objek atau subjek pariwisata.

Di bawah ini adalah perusahaan-perusahaan tergolong dalam “Objek Sentra”.

- a. Perusahaan akomodasi, termasuk hotel, penginapan, motel, losmen, peristirahatan, bungalow, pemondokan dan lain sebagainya.
- b. Tempat peristirahatan khusus, bagi pengunjung yang sakit beserta kliniknya, termasuk pemandian khusus bagi orang sakit, sanatorium dan sebagainya.
- c. Perusahaan angkutan pariwisata, yang biasanya digunakan untuk kegiatan-kegiatan kepariwisataan.
- d. Perusahaan pengrajin dan manufaktur, seperti perusahaan kerajinan tangan dan barang-barang kesenian (souvenir) dan sebagainya.
- e. Toko-toko penjual souvenir, benda-benda khusus untuk para wisatawan.
- f. Usaha-usaha khusus menyediakan dan menyajikan tempat rekreasi dan hiburan-hiburan lain khusus untuk para wisatawan.
- g. Organisasi atau usaha yang menyediakan pramuwisata, penterjemah, pemandu dan sebagainya.
- h. Klub atau lembaga yang khusus mempromosikan pariwisata dengan jalan mengelola, mengatur perbaikan dan kebersihan objek-objek yang dikunjungi wisatawan.

Perusahaan-perusahaan pariwisata yang termasuk kategori “Subjek Sentra” adalah perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha agar orang merasa tertarik akan kebutuhan untuk mengadakan perjalanan atau memberi kesempatan kepada mereka untuk menikmati perjalanan.

Dalam kategori ini antara lain:

- a. Perusahaan-perusahaan penerbitan kepariwisataan yang memajukan promosi pariwisata secara umum ataupun khusus.
- b. Usaha-usaha yang membiayai kepariwisataan seperti bank pariwisata (*Travel Bank*), usaha kredit pariwisata (*Travel Credit*), dan badan-badan yang membiayai wisata sosial atau wisata remaja.
- c. Perusahaan asuransi pariwisata seperti asuransi kecelakaan, sakit, kematian dan sebagainya.

Kategori ketiga adalah perusahaan pariwisata yang menyangkut subjek dan objek pariwisata itu sendiri. Adapun kegiatan dalam kehidupan usahanya adalah terdiri dari bentuk hubungannya dengan kedua kategori perusahaan yang tersebut di atas. Prototipe bentuk hubungan ini adalah biro perjalanan umum dan agen

perjalanan yang mempunyai dwi fungsi, yaitu keagenan pariwisata dan pengaturan perjalanan. Tugasnya adalah membawa subjek pariwisata ke objek pariwisata (Nyoman S. Pendit, 1986:79-81).

2. Perusahaan Pariwisata Sekunder Tak Langsung

Perusahaan pariwisata sekunder tak langsung ini adalah tidak sepenuhnya tergantung pada wisatawan-wisatawan belaka, melainkan juga sebagian besar diperuntukkan bagi masyarakat setempat. Namun demikian perusahaan yang termasuk dalam kategori ini juga memegang peranan yang penting dan perlu, lebih-lebih yang menyangkut usaha-usaha di bidang pangan (*Catering*) yaitu perusahaan-perusahaan yang kegiatannya mengadakan dan menyediakan makanan dan minuman seperti restoran, grill dan lainnya.

Termasuk kategori ini adalah perusahaan-perusahaan seperti:

- a. Perusahaan yang membuat kapal-kapal khusus untuk wisatawan seperti kapal pesiar (*Cruise Ship*) mobil-mobil wisatawan dan lainnya.
- b. Toko-toko pakaian, perhiasan wanita dan batu permata, alat-alat potret dan film dan lainnya.
- c. Toko binatu, tukang cukur, salon kecantikan dan sejenisnya (Nyoman S. Pendit, 1986:83)

d. Bentuk dan Jenis Pariwisata

1. Bentuk Pariwisata

a. Menurut asal wisatawan

Apakah asal wisatawan ini dari dalam atau luar negeri. Kalau asalnya adalah dalam negeri sendiri yang berarti bahwa sang wisatawan ini hanya pindah tempat sementara di dalam wilayah negerinya sendiri selama ia mengadakan perjalanannya, maka ia dinamakan pariwisata domestik, sedangkan kalau ia datang dari luar negeri dinamakan pariwisata internasional.

b. Menurut akibatnya terhadap neraca pembayaran

Kedatangan wisatawan dari luar negeri adalah membawa mata uang asing. Pemasukan valuta asing ini berarti memberi efek positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara yang dikunjungi wisatawan ini disebut pariwisata aktif.

Sedangkan kepergian seorang warga negara ke luar negeri memberikan efek negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya, dinamakan pariwisata pasif.

c. Menurut jangka waktu

Seorang wisatawan di suatu tempat atau negara diperhitungkan pula menurut waktu lamanya ia tinggal di tempat atau negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah pariwisata jangka pendek dan jangka panjang.

d. Menurut jumlah wisatawan

Perbedaan ini diperhitungkan menurut jumlah wisatawan yang datang, apakah wisatawan datang sendiri atau rombongan. Sehingga timbul istilah tunggal dan pariwisata rombongan.

e. Menurut alat angkut yang dipergunakan

Menurut ini maka ada pariwisata udara, pariwisata laut, pariwisata kereta api, mobil tergantung pada alat angkut yang dipergunakannya (Nyoman S. Pendit, 1986:34-35).

2. Jenis Pariwisata

- a. Wisata budaya
Dimaksudkan wisata yang ingin mengetahui keadaan kesenian, kebudayaan daerah/negara yang dikunjunginya. Tujuannya untuk memperluas pandangan hidup.
- b. Wisata kesehatan
Adalah perjalanan seorang wisatawan untuk menukar dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan istirahat dalam arti jasmani dan rohani.
- c. Wisata olahraga
Wisata yang melakukan perjalanan dengan maksud untuk olahraga.
- d. Wisata komersil
Kategori ini adalah perjalanan untuk melihat/mengunjungi pameran-pameran yang bersifat komersil, seperti pameran industri.
- e. Wisata industri
Wisata ini ada hubungannya dengan wisata-wisata komersil. Dilakukan biasanya dengan mengunjungi kompleks perindustrian, pabrik-pabrik dan semacamnya.
- f. Wisata politik
Jenis ini dilakukan untuk mengambil bagian dengan aktif dalam peristiwa kegiatan politik, seperti HUT RI 17 Agustus di Jakarta.
- g. Wisata konvensi
Wisata konvensi hampir sama dengan wisata politik. Jenis ini seperti penyediaan ruang bersidang para peserta suatu konferensi, contohnya Jakarta Convention Centre.
- h. Wisata sosial
Wisata ini adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah seperti mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan ekonomi rendah.
- i. Wisata pertanian
Wisata ke proyek pertanian, pembibitan, ladang untuk tujuan studi bagi para wisatawan.
- j. Wisata maritim (marina) atau bahari
Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, danau, bengawan, pantai, teluk atau laut. Kegiatannya seperti memancing, menyelam dan sejenisnya.
- k. Wisata cagar alam
Wisata yang mengunjungi cagar alam, taman lindung hutan daerah pegunungan dan semacamnya.
- l. Wisata buru
Dilakukan di hutan yang diperbolehkan untuk berburu bagi para wisatawan.
- m. Wisata pilgrim
Wisata ini dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Biasanya datang ke tempat suci, makam orang besar dan orang yang diagungkan.
- n. Wisata bulan madu
Wisata ini dilakukan oleh sepasang pengantin yang baru melakukan pernikahan. Untuk berbulan madu mencari sorgaloka (Nyoman S. Pendit, 1986:36-42)

e. Barang-barang Produk Pariwisata

Yang dimaksud dengan produk pariwisata adalah segala sesuatu yang disajikan bagi kepentingan wisatawan, baik berupa barang-barang objek, alat (sarana prasarana), tenaga (manusia, teknologi), kegiatan (*events*), maupun pelayanan (*service*), yang sudah dirangkum dipaketkan menjadi persediaan (*supply*) dan kebutuhan (*demand*) sang wisatawan (Nyoman S. Pendit, 1986:118).

Michele Troisi dalam bukunya *La Rendita Turistica* (1942), membagi produk pariwisata ada 3 kelompok yaitu:

1. Benda-benda yang dapat diperoleh dengan jalan bebas, seperti udara, cuaca, iklim, panorama, keindahan alam sekitar, keajaiban semesta dan sejenisnya yang disebut dengan istilah “Modal pariwisata Potensial dan Langeng”.
2. Benda-benda pariwisata yang diciptakan, seperti monumen, tempat-tempat bersejarah, benda-benda arkeologi, candi, masjid dan yang sejenisnya.
3. Benda-benda pelayanan (*service*) kepariwisataan yang harus ditambahkan pada benda-benda dalam kategori 1 dan 2 serta fasilitas-fasilitas yang membentuk aparat penerimaan sang wisatawan. Dalam kategori ini termasuk alat perlengkapan angkutan, pramuwisata dan sebagainya yang dapat digolongkan dalam alat dan perlengkapan industri pariwisata seperti dijelaskan di atas (Nyoman S. Pendit, 1986:118-119).

C. PEMBANGUNAN NASIONAL

Pembangunan nasional dilaksanakan di dalam rangka pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia. Hal ini berarti bahwa pembangunan itu tidak hanya mengejar kemajuan lahiriah belaka seperti pangan, sandang, perumahan atau kepuasan batiniah saja seperti pendidikan, keagamaan, rasa aman, bebas mengeluarkan pendapat yang bertanggungjawab, rasa keadilan, melainkan juga harus diperhatikan adanya keselarasan, keserasian dan keseimbangan antara keduanya. Diharapkan pembangunan itu merata di seluruh wilayah tanah air, pembangunan bukan hanya untuk satu golongan atau sebagian masyarakat saja, tetapi untuk seluruh masyarakat Indonesia dan juga harus benar-benar dapat dirasakan oleh seluruh rakyat sebagai perbaikan tingkat hidup yang berkeadilan sosial, yang menjadi tujuan dan cita-cita kemerdekaan bangsa Indonesia.

Pelaksanaan pembangunan nasional harus berjalan bersama-sama dengan pembinaan dan pemeliharaan stabilitas nasional yang sehat dan dinamis, baik di bidang politik maupun sosial ekonomi. Pembinaan dan pemeliharaan stabilitas nasional dimaksudkan agar tidak terjadi kegoncangan-kegoncangan yang terjadi di dalam masyarakat tersebut akan menjadi penghambat jalannya pembangunan baik yang disebabkan oleh politik maupun masalah sosial ekonomi itu sendiri.

a. Industri Pariwisata Menunjang Devisa Negara

Bagi suatu negara yang mengembangkan industri pariwisata di negaranya, ternyata orang-orang yang mengadakan perjalanan dalam rangka usahanya untuk memenuhi kebutuhan yang baru, guna mencapai kemakmuran lebih dari keadaan semula, memberi pengaruh dalam kehidupan perekonomian. Tidak saja bagi kehidupan perekonomian suatu negara tetapi juga secara tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan perekonomian dunia.

Lalu lintas orang-orang tersebut ternyata membawa hasil yang bukan sedikit dan bahkan merupakan hasil (income) yang utama melebihi ekspor bahan-bahan mentah yang dihasilkan negara tersebut.

Keuntungan-keuntungan yang nyata yang banyak pengaruhnya terhadap perekonomian di antaranya ialah:

1. Bertumbuhnya kesempatan kerja, dengan perkataan lain akan dapat menghilangkan pengangguran.
2. Meningkatkan penerimaan pendapatan nasional (devisa) yang berarti pendapatan perkapita juga bertambah.
3. Semakin besarnya penghasilan pajak.
4. Semakin kuatnya posisi neraca pembayaran luar negeri (*net balance payment*), suatu negara yang mengembangkan industri pariwisata.

Jadi dalam pengembangan industri pariwisata dalam suatu negara tujuannya adalah untuk mengarahkan dan mengembangkan nilai-nilai ekonomi yang disebabkan adanya lalu lintas orang-orang yang mengadakan perjalanan untuk tujuan pariwisata.

Betapa pentingnya sektor pariwisata dalam perkembangan perekonomian suatu negara dapat kita lihat dalam pernyataan IUOTO (*International Union of Official Travel Organization*) yang pernah dikemukakan dalam Konferensi Roma tahun 1963 (*The United Nation Conference on International Travel and Tourism*) dimakan dikatakan: “*Tourism as a factor of economic development role importance of international tourism was not importance as a source foreign exchange but also as a factor in the location of industry and in the development areas in the natural resources*” (IUOTO dalam Oka A. Yoeti, 1990:22).

Pada dasarnya tujuan dari kebanyakan negara mengembangkan industri pariwisata di negaranya ialah untuk meningkatkan penghasilan devisa negara. Disamping itu tujuan yang lebih jauh ialah guna memperoleh nilai-nilai ekonomi yang positif di mana pariwisata diharapkan dapat berfungsi sebagai katalisator dalam pembangunan perekonomian pada beberapa sektor.

Pada umumnya keuntungan-keuntungan yang diharapkan ialah (Oka A. Yoeti, 1990:23):

1. Peningkatan pertumbuhan urbanisasi sebagai akibat adanya pembangunan prasarana dan sarana kepariwisataan dalam suatu wilayah atau suatu daerah tujuan.
2. Kegiatan beberapa industri yang berhubungan dengan pelayanan wisatawan, seperti perusahaan angkutan, akomodasi perhotelan, restoran, kesenian daerah, souvenirshop dan lain-lain.
3. Meningkatkan produk hasil kebudayaan disebabkan meningkatnya konsumsi oleh para wisatawan seperti timbulnya istilah kebudayaan komersil demi kebutuhan wisatawan.
4. Menyebarkan pemerataan pendapatan.
5. Membantu dalam pemerataan pendapatan penduduk dunia.
6. Salah satu jalan atau usaha pemerintah dalam rangka meningkatkan devisa negara.
7. Menimbulkan efek multiplier pada negara-negara “*Tourism Receiving Countries*” diantaranya berupa:
 - a. *Tourism Multiplier*
Hal ini timbul sebagai akibat pengeluaran wisatawan karena timbul transaksi berantai dalam masyarakat yang dapat menciptakan pendapatan (*income*) bagi kegiatan ekonomi umumnya.
 - b. *Investment Multiplier*

Banyaknya wisatawan yang datang pada suatu negara atau suatu daerah tujuan, selalu memerlukan peralatan berupa barang-barang modal guna melengkapi baik sarana maupun prasarana kepariwisataan, sehingga perlu diadakan investasi yang besar pada beberapa daerah tujuan pariwisata.

c. *Foreign Trade Multiplier*

Datangannya wisatawan pada beberapa negara dapat menimbulkan pandangan atau saling interaksi timbal balik antara individu-individu yang saling berkomunikasi.

8. Memperluas pasaran barang-barang yang dihasilkan dalam negeri, memulihkan kesehatan jasmani rohani dan pariwisata menghilangkan prasangka.

D. PENUTUP

Dalam pelaksanaan pembangunan nasional, industri pariwisata memegang peranan yang sangat strategis. Karena kepariwisataan mendatangkan devisa bagi negara dalam jumlah besar, sehingga dapat menggantikan sektor minyak bumi dan gas yang mengalami penurunan cukup drastis. Keuntungan-keuntungan nyata yang berpengaruh terhadap perekonomian dan pembangunan diantaranya ialah:

1. Bertambahnya kesempatan kerja.
2. Meningkatkan penerimaan pendapatan perkapita dan pendapatan nasional.
3. Semakin besarnya penghasilan pajak.
4. Semakin kuatnya posisi pembayaran luar negeri.
5. Peningkatan beberapa industri yang berhubungan dengan pelayanan wisata.
6. Peningkatan produk hasil kebudayaan.
7. Menimbulkan efek multiplier pada negara-negara "*Tourist Receiving Count*".
8. Memperluas pasaran barang-barang yang dihasilkan dalam negeri.

DAFTAR PUSTAKA

Hartono, 1974, *Perkembangan Pariwisata Kesempatan Kerja dan Permasalahannya*, Jakarta: LP3ES.

Irawan dan M. Suparmono, 1983, *Ekonomi Pembangunan*, Yogyakarta: BPFE Universitas Gajahmada.

Oemar Hamalik, 1978, *Travel dan Tour, Azas, Metode dan Teknis*, Jakarta: Pradnya Paramitha.

Oka A. Youti, 1990, *Hotel, Marketing Suatu Pengantar*, WTO.

Pendit, S. Nyoman, 1980, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Jakarta: Pradnya Paramitha.

Spilane, dan Sujali, 1989, *Pengembangan Pariwisata Sebuah Pendekatan Geografi dalam Majalan Geografi Indonesia*, No. II th. 1989, Yogyakarta: Fakultas Geografi Universitas Gajahmada.

Deparpostel, 1990, *Pokok-pokok Pikiran Pengembangan dan Pengelolaan Pariwisata*, Jakarta.