

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari satu tempat ketempat lain (daerah tujuan wisata), dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan hidup guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam. (Oka Yoeti)

Para pakar ekonomi memperkirakan sektor pariwisata akan menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang penting pada abad ke-21. Bahkan, Sektor Pariwisata global telah diramalkan akan menjadi industri terbesar di dunia (The Globalization of The World's Largest Industry).

Menurut *Salah Wahab (1975:55)* dikemukakan definisi pariwisata yaitu pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Sebagai sektor yang kompleks, pariwisata juga merealisasikan industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata, penginapan dan transportasi.

Dari sisi Ekonomi, tujuan pengembangan pariwisata dalam suatu Negara bukan hanya sekedar peningkatan perolehan devisa bagi negara, akan tetapi lebih jauh diharapkan dengan adanya pengembangan pariwisata tersebut maka peranan industri pariwisata dapat berperan sebagai katalisator pembangunan (*agent of development*) sekaligus dapat mempercepat laju pembangunan itu sendiri. Sumbangan dari sektor pariwisata nantinya diharapkan dapat melebihi sektor migas dan industri lainnya apabila dikembangkan secara terencana dan terpadu.

Indonesia mempunyai Pasar potensial bagi pariwisata, dengan kekayaan alam yang melimpah, kebudayaan, peninggalan sejarah, taman nasional, maupun aset pariwisata yang lain dapat di jumpai yang dapat di jual dengan paket wisata yang menarik. Khusus Daerah Istimewa Jogjakarta; pariwisata, seni dan budaya merupakan sektor yang sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam peta kepariwisataan Nasional, Potensi Daerah Istimewa Jogjakarta ini memiliki peringkat yang patut dibanggakan. Penilaian tersebut didasarkan pada faktor yang menjadi kekuatan pengembangan wisata di Jogjakarta. Dengan berbagai predikatnya, Jogjakarta (beberapa orang menyebutnya Jogjakarta, Yogya, atau Jogja) memiliki keragaman objek wisata yang relatif menyeluruh baik dari segi fisik maupun non-fisik, di samping kesiapan sarana penunjang wisata.

Dilihat dari sudut ekonomi, sedikitnya ada delapan keuntungan pengembangan pariwisata di Jogjakarta: *Pertama*, Peningkatan kesempatan

Berusaha. *Kedua*, Peningkatan kesempatan Kerja. *Ketiga*, Peningkatan Penerimaan Pajak. *Keempat*, Peningkatan pendapatan daerah dan nasional. *Kelima*, Percepatan proses pemerataan pendapatan. *Keenam*, meningkatkan nilai tambah produk hasil kebudayaan. *Ketujuh*, memperluas pasar produk dalam negeri. Dan *kedelapan*, memberikan dampak *multiplier effect* dalam perekonomian sebagai akibat pengeluaran wisatawan, para investor, maupun perdagangan luar negeri.

Begitu banyak keuntungan yang bakal dapat diraih, maka pengembangan pariwisata sebagai suatu industri tidak dapat digunakan sebagai pekerjaan sampingan, akan tetapi hendaknya diperlakukan sebagai suatu bisnis yang harus dikelola dengan menggunakan prinsip-prinsip ekonomi, hukum permintaan dan penawaran, serta strategi perdagangan yang harus dikelola secara profesional.

Dengan mempelajari gejala-gejala yang timbul dalam industri Pariwisata dengan menggunakan ilmu ekonomi sebagai 'payung ilmu' yang mendasarinya, maka dapat kita lihat bahwa: "Pariwisata bukanlah sekedar hura-hura untuk bersenang-senang, akan tetapi sesungguhnya adalah 'Big Bussines' yang pada permulaan abad ke-21 ini merupakan industri terbesar di dunia." (Prof. Dr. Dorodjatun Kuntjoro-Djakti; Guru Besar Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia; Menteri Koordinator Bidang Perekonomian (2001-2004))

Pendapat yang senada juga diutarakan oleh Prof. Dr. Mubyarto – sewaktu menjabat sebagai Asisten Menteri (Asmen) Bidang Pemerataan Pembangunan dan Urusan Kemiskinan pada Kantor Menteri Negara Perencanaan Pembangunan/ Ketua Bappenas : *“Pariwisata merupakan suatu sektor ekonomi yang terbukti mampu mengentaskan kemiskinan pada suatu daerah. Pembangunan industri pariwisata yang mampu mengentaskan kemiskinan adalah industri pariwisata yang mempunyai trickle down effect bagi masyarakat setempat.”* *Republika* (15/9/1993).

Pemilihan sektor pariwisata sebagai salah satu alternatif pengentasan kemiskinan oleh Pemerintah Daerah Istimewa Jogjakarta cukup beralasan. Pariwisata bagaimanapun juga memiliki andil dan memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil di pedesaan dimana proyek pariwisata dikembangkan.

Dilihat dari sisi Sosial dan Budaya, Jogjakarta memiliki ragam spesifitas objek yang berkarakter dan unik. Misalnya objek wisata sejarah seperti Keraton Jogjakarta, Candi Prambanan, Kotagede dan masih banyak lagi. Berkali-kali panggung budaya yang menyajikan pertunjukan kesenian, seperti tarian, wayang, nyayian dipertunjukkan secara apik di berbagai pusat keramaian dan sudut-sudut kota. Spesifikasi objek ini masih didukung oleh kombinasi objek fisik dan non-fisik dalam paduan yang serasi.

Disamping itu, jenis kebudayaan dan kerajinan asli dari daerah Jogjakarta juga sangatlah beragam dan tersebar luas di berbagai penjuru kota

hingga sampai ke pelosok Jogjakarta. Produk kerajinan tersebut dapat ditemui di berbagai tempat mulai dari pedagang asongan, counter-counter mall, dan sentra-sentra industri pada tempat pembuatan kerajinan itu sendiri. Berbagai jenis produk hasil kerajinan yang dapat dijumpai di Jogjakarta ini sangat digemari dan menjadi incaran para wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara.

Pemerintah Daerah Istimewa Jogjakarta melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Istimewa Jogjakarta telah mencoba berbagai terobosan dengan maksud meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan berupaya menggali potensi wisata di Jogjakarta yang masih dapat dijual bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Antara lain dengan mempersiapkan sarana-sarana yang memadai, seperti fasilitas akomodasi dan transportasi yang amat beragam dari becak hingga Trans Jogja, biro perjalanan umum, aneka ragam jasa boga serta dukungan pramuwisata yang cukup profesional. Dari segi keamanan, Jogjakarta memiliki tim pengaman wisata yang di sebut sebagai Bayangkara Wisata yang dibantu oleh Polisi lalu lintas dan Sabhara serta masyarakat yang siap untuk menjadikan Jogjakarta sebagai kota tujuan wisata yang aman. Keterlibatan masyarakat juga sangatlah di perlukan dalam pengembangan industri pariwisata baik di tingkat nasional maupun di tingkat daerah khususnya di Jogjakarta. Masyarakat mempunyai kesempatan yang luas untuk turut berpartisipasi di dalam peningkatan pelayanan pariwisata di daerah Jogjakarta.

Partisipasi aktif masyarakat bisa dimulai dari hal yang terkecil, yakni dengan mau dan mampu menghargai budaya yang ada. Menjadi lebih tau tentang Jogja, tampaknya bukan hanya menjadi kebutuhan orang Jogja, para pendatang baru di kota ini juga memerlukan informasi mengenai lingkungan barunya. Di Kota yang luasnya mencapai sekitar 3.186km² ini, para wisatawan asing pun perlu referensi akan tempat-tempat yang akan dikunjunginya. Mereka yang pernah tinggal di kota ini juga mencari dokumentasi untuk mengenang dan bernostalgia dan orang Jogja sendiri memerlukan modal untuk bertutur tentang kotanya, *dimana orang Jogja toh belum tentu tau tentang Jogja.*

Cara yang lain dapat ditempuh melalui program-program pengembangan pariwisata melalui pemanfaatan hasil kerajinan tangan (*handycraft*), hasil pertanian, peternakan, perikanan, perkebunan, produk hasil seni dan budaya tradisional serta pengembangan desa wisata sangat membantu usaha pengentasan kemiskinan itu.

Disinilah peranan organisasi pariwisata, baik organisasi pemerintah atau swasta yang ada di tingkat nasional maupun di daerah-daerah, harus turun tangan untuk mensukseskan kegiatan pemasaran secara profesional.

Meskipun demikian pemahaman teori dengan aplikasi di lapangan kadang kala tidak berjalan dengan baik. Banyak agen wisata telah berusaha sekuat tenaga untuk dapat memasarkan keindahan Jogjakarta melalui paket-paket wisata yang ditawarkan masih saja mengalami banyak permasalahan.

Banyak sekali hal yang terkait dalam kondisi di lapangan, bisa dari faktor intern maupun ekstern baik itu karena kondisi ekonomi dunia, keamanan, bahkan sarana pemasaran juga kadang menjadi kendala. Tetapi dari sekian banyak kegagalan yang ada dilapangan, tidak sedikit juga biro perjalanan wisata yang mampu meraih sukses dalam industri ini.

Kondisi ini memberikan rasa ketertarikan tersendiri bagi penulis, faktor-faktor yang menjadi penyebab sukses atau tidaknya sebuah biro perjalanan wisata menjadi sebuah rahasia yang perlu diteliti lebih dalam lagi, yang menjadikannya sebuah tantangan. Dengan melihat potensi yang dapat digali dari industri ini, penulis berupaya untuk turut terjun dalam industri pariwisata ini.

Langkah awal yang ditempuh penulis adalah dengan membuat bisnis plan dan studi kelayakan bisnis terkait dengan bisnis yang akan dijalankan. Penulisan rencana bisnis ini ditujukan untuk membuat *blueprint* dari bisnis yang akan didirikan nanti. Selain itu, karena penulis saat ini sedang menjalankan tugas akhir perkuliahan, maka penelitian ini juga akan dipakai sebagai karya tulis untuk memenuhi tugas akhir pada jenjang S1.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan realita dan kondisi lapangan yang tertulis dalam latar belakang di atas, penulis dibantu oleh beberapa pelaku kegiatan pariwisata di Jogjakarta menemukan beberapa permasalahan yang muncul. Dari sekian

banyak permasalahan yang ada di atas, penulis hanya mengambil beberapa permasalahan yang akan di cari solusinya terkait dengan rencana pendirian agen pariwisata. Adapun beberapa permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

- Kebutuhan wisatawan yang seperti apa yang hingga kini belum dikelola oleh Biro Perjalanan Wisata yang ada di Jogjakarta?
- Bagaimana cara untuk memenuhi kebutuhan wisatawan tersebut?
- Jenis Biro Perjalanan Wisata yang seperti apa yang dapat dijadikan alternatif yang dapat memenuhi keinginan wisatawan domestik maupun mancanegara yang ada di Jogjakarta

I.3 Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh penulis dalam penelitian ini dan agar permasalahan yang diteliti tidak terlalu luas, maka penulis membatasi hal-hal sebagai berikut :

- ❖ Penulis mengambil sampel dari beberapa Penyedia Jasa dan Sarana Pariwisata (biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, pramuwisata, impresariat, konsultan pariwisata, informasi pariwisata, penyedia sarana akomodasi, rumah makan, angkutan wisata dan sebagainya); tempat tempat wisata, pasar seni, pasar kerajinan, rumah produksi kerajinan di Daerah Istimewa Jogjakarta.

- ❖ Penulis mengambil sampel dari beberapa wisatawan domestik dan mancanegara yang berada di Jogjakarta.
- ❖ Dari beberapa sampel yang diambil tersebut, penulis berupaya mengambil **satu mata rantai** dari Industri Pariwisata. **Jenis Usaha Jasa Pariwisata yang dipilih adalah Biro Perjalanan Wisata – Penyedia paket wisata minat khusus di Jogjakarta.**

Mengapa hanya satu mata rantai saja yang di ambil? Apabila ingin dijabarkan secara rinci didalam industri pariwisata terdapat banyak sekali komponen-komponen yang saling terkait. Karenanya, mustahil bagi penulis apabila penulis mengambil beberapa peranan untuk menyediakan komponen-komponen yang terkait dalam industri pariwisata.

Keterbatasan kemampuan ini dipahami benar oleh penulis, banyak faktor yang mempengaruhi kemampuan penulis di dalam pengambilan porsi usaha di dalam industri pariwisata, antara lain:

- * *Kemampuan* karena usaha ini bukan usaha pribadi melaunkan usaha keluarga, maka penulis juga memperhatikan kemampuan dalam pengelolaan. Banyak aspek yang ada di dalamnya. Seperti waktu, skill, koneksi, perijinan, dll.
- * *Ketersediaan dana.* pengembangan Industri pariwisata bukanlah sebuah kegiatan yang mengeluarkan biaya yang tak seberapa, penulis melihat kemampuan sumber daya yang dimiliki dan mencoba membandingkan dengan capaian yang akan di peroleh dari usaha yang

dilakukan. Sebelum menginvestasi secara keseluruhan modal yang ada kedalam usaha yang terkait dengan bidang kepariwisataan.

- * *Jaringan.* Penulis mempunyai beberapa referensi akan gambaran unit usaha yang akan di ambil dalam industri pariwisata tersebut. Dari sekian banyak pilihan yang ada, penulis mencari unit usaha yang dirasa paling menguntungkan berdasarkan jaringan yang ada, yang kiranya untuk waktu kedepan bisa dimintai bantuan untuk turut mengembangkan unit usaha tersebut.

Lalu mengapa Biro Perjalanan Wisata yang di ambil, karena:

- * *Penggunaan Dana:* Dana yang dibutuhkan untuk membuat Biro Perjalanan Wisata dirasa tidak terlalu berlebihan (tergantung fasilitas yang akan diaplikasikan di dalamnya)
- * *Penggunaan Waktu:* Kegiatan ini tidak menyita waktu yang terlalu berlebihan, hanya ketika musim liburan tiba dan banyak yang menggunakan jasa wisata yang ada maka energi kita baru akan banyak terpakai.
- * *Biro Perjalanan Wisata* merupakan salah satu rantai bisnis yang langsung berhubungan dengan para wisatawan dan merupakan penghubung aktif antara berbagai mata rantai pariwisata yang lainnya, yang menjadikannya tantangan tersendiri di dunia pariwisata.

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah:

1. Mencari dan mengetahui potensi peluang dan alternatif produk wisata apa yang dapat dikembangkan lebih lanjut oleh penyedia jasa khususnya Biro Perjalanan Wisata pada bidang publikasi wisata di Jogjakarta.
2. Mencari pasar potensial yang ada dalam industri pariwisata di Jogjakarta, khususnya untuk Jenis wisata yang paling diminati. Seperti mencari tempat wisata yang paling banyak dicari, perbandingan wisatawan dari mancanegara dan domestik yang lebih banyak menggunakan jasa perjalanan wisata.
3. Penelitian ini akan kami jadikan dasar didalam merancang Studi Kelayakan Bisnis yang berfokus pada Pengembangan Produk Baru dalam Industri Jasa Pariwisata yang tepat untuk dikembangkan di Yogyakarta.

I.5 Manfaat dari Penelitian

Manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini adalah:

➤ **Penulis**

Penelitian ini akan digunakan oleh penulis sebagai Studi Kelayakan dan Business Plan untuk merancang desain dan konsep bisnis di dunia pariwisata Jogjakarta.

Selain itu, penelitian ini juga akan digunakan ntuk memenuhi tugas akhir skripsi yang sedang ijalani oleh penulis pada proses studinya.

➤ **Pembaca**

Penulis juga sangat mengharapkan bahwa karya tulis ini dapat menambah wawasan dan mampu menyajikan sebuah paparan konsep yang dapat mendukung pengetahuan dari pembaca. Khususnya pada bidang publikasi wisata di Jogjakarta.

➤ **Peneliti lain**

Penelitian ini diharapkan juga untuk dapat menjadi referensi tambahan serta pembanding dan dapat membantu menambah gagasan para peneliti lain.

I.6 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data secara Kualitatif dengan menggunakan cara Studi Eksplorasi.

Adapun metode yang digunakan di dalamnya ada 3 metode, yakni:

- a. Focus Group Discussion (FGD)
- b. Observations
- c. In-Depth Interview
- d. Committee Opinion dan Analisis Data Sekunder.

I.6.1 Lokasi

Penelitian ini difokuskan untuk pasar pariwisata pada tempat-tempat wisata dan pusat-pusat lokasi industri penghasil produk budaya dan tempat penjualan produk hasil budaya dan penyedia jasa dan sarana pariwisata untuk industri pariwisata di Jogjakarta, selama 1 tahun 10 bulan yang telah dimulai pada bulan Januari 2009.

I.6.2 Subjek dan Objek Penelitian

1. Subject

a. Focus Group Discussion

Metode ini dilaksanakan dengan beberapa anggota terdiri dari beberapa orang yang berasal dari latar belakang yang berbeda-beda. Sebagian berasal dari pengelola Biro Perjalanan Wisata, pemilik usaha kerajinan dan para pengrajin, perwakilan dari Humas Dinas Pariwisata Propinsi DIY serta para pecinta produk budaya di Daerah Istimewa Jogjakarta.

b. In-Depth Interview

Dalam penelitian ini metode In-Depth Interview dilakukan dengan beberapa pecinta wisata dan budaya, perwakilan dari wisatawan domestik dan wisatawan manca negara yang ada di Jogjakarta, beberapa pelaku pariwisata di Jogjakarta.

c. Committee Opinion

Dalam metode ini dibentuk keanggotaan khusus yang berasal dari sebagian anggota Focus Group Discussion dan anggota dari In-Depth Interview. Yang berfungsi untuk mengambil peranan yang dapat menentukan dan membuat keputusan akan kondisi yang sedang dihadapi, yakni menentukan waktu yang tepat bagi penelitian ini untuk melangkah menuju tahap selanjutnya atau menentukan kondisi yang tertentu dimana untuk tetap membahas langkah yang sedang dijalani dalam penelitian ini. Dalam hal ini pihak-pihak yang berperan aktif dalam committee opinion adalah dari keluarga (penulis, saudara-saudara yang lain, dan orang tua).

2. Object

Objek penelitian ini adalah mencari sebuah konsep baru dari sebuah wadah usaha jasa pariwisata, dimana konsep usaha ini nantinya dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari wisatawan domestik maupun manca negara yang berkunjung ke Jogjakarta dengan serangkaian pelayanan wisata baik layanan jasa maupun layanan sarana kepariwisataan di Jogjakarta.

I.6.3 Sumber Data

Adapun sumber data yang di ambil berasal dari beberapa metode pencarian data, yakni Data Primer dan Data Sekunder.

Data primer diperoleh dari upaya pencarian dan pengumpulan data mentah (data murni) yang tersedia di lapangan, tanpa ada penambahan serta pengurangan ataupun interpretasi lain. Pengumpulan data ini didesain khusus dengan menyesuaikan kondisi yang diperlukan guna menjawab berbagai pertanyaan yang muncul dalam penelitian (Cooper & Schilndler, 2001).

Data Sekunder diperoleh dengan cara mengumpulkan informasi dari sumber-sumber informasi yang telah dibukukan. Biasanya hasil yang akan didapat dimungkinkan akan berbeda dengan data yang muncul saat dilakukan tinjau lokasi.

I. 6.4 Metode Pengumpulan Data

1. Data Primer

- a) *Focus Group Discussion (FGD)*, Sebuah Metode yang ditujukan untuk mengumpulkan berbagai informasi penting yang dipimpin oleh seorang moderator dengan menggunakan sebuah group yang dinamis untuk

mengeksplorasi ide-ide, tanggapan, serta pengalaman-pengalaman sehubungan dengan topik penelitian (Cooper & Schilndler, 2001). Pada topik ini, metode Focus Group Discussion dilakukan pada topik yang spesifik mengenai Biro Perjalanan Wisata Wisata Dan bisnis Promosi Wisata Kerajinan dilihat dari sudut pandang konsumen dan Produsen.

- b) *In-Depth Interview*, Sebuah Metode yang menuntut peranan dan keaktifan para anggotanya di dalam berkomunikasi, saling bertukar informasi sebanyak-banyaknya berkenaan dengan topik penelitian, melakukan sharing dan diskusi terhadap gagasan atau ide kreatif yang muncul dan mencari solusi dan memastikan dengan cara apa target-target tersebut dapat dicapai (Cooper & Schilndler, 2001).
- c) *Committee Judgment*, Metode ini dirancang khusus sebagai metode yang mampu menentukan dan membuat keputusan dari kondisi yang sedang dihadapi untuk menentukan apa yang harus dilakukan selanjutnya, yakni maninjau dan menentukan waktu yang tepat bagi penelitian ini untuk tetap pada proses pembahasan langkah yang sedang dijalani atau melangkah menuju tahap selanjutnya.

2. Data Sekunder

Data Sekunder di ambil dari berbagai sumber data seperti buku-buku, jurnal, Informasi dari media masa, internet, dan lain-lain.

I.7 Metode Analisis Data

Penulis menggunakan jenis metode analisis data kualitatif untuk menganalisa data mentah. Metode kualitatif ini merupakan sebuah alat yang dirasa cukup flexibel dalam mengolah informasi-informasi penting dalam proses komunikasi atau interview, termasuk penilaian, pengkategorisasian, hubungan, interpretasi dll (Cooper & Schilndler, 2001).

I.8 Struktur Penulisan

Adapun struktur penulisan dari tesis ini dapat dilihat seperti di bawah ini:

BAB I: Pada dalam Bab ini, penulis membahas mengenai seluk beluk kondisi dan situasi lapangan yang ada mengenai bisnis jasa perjalanan wisata di Jogjakarta secara umum dan menunjukkan beberapa masalah atau pun kendala serta tantangan yang akan ada dan penulis akan membahasnya dalam skripsi ini.

BAB II: Didalam bab kedua ini penulis mencantumkan beberapa teori dasar dari konsep Pengembangan Produk dan Jasa Baru. Yang akan didukung oleh teori yang berisi tentang langkah langkah pengembangan produk dan jasa baru, dan juga terdapat gambaran singkat dari reori yang mendukung penyusunan bisnis penyedia Biro Perjalanan Wisata.

BAB III: Bab ketiga membicarakan masalah desain penelitian dan metodologi yang digunakan pada penulisan skripsi ini.

BAB IV: Bab keempat membicarakan tentang bisnis jasa pemandu wisata secara global serta membahas tentang industri agen pemandu wisata yang ada di Indonesia, sehingga kita dapat melihat perbandingan yang nampak.

BAB V: Bab kelima ini akan membahas langkah demi langkah dalam konsep rencana pengembangan produk dan jasa baru untuk jasa penyedia pemandu wisata, termasuk hasil penelitian, dan analisis yang telah dilakukan.

BAB VI: Pada bab terakhir ini, penulis akan mendiskusikan mengenai temuan pada tahap kesimpulan pada dampak managerial.