

PERANAN *HOSPITALITY INDUSTRY* DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA SUMATERA SELATAN

Irwan Septayuda

Fakultas Ekonomi, Universitas Bina Darma

irwansptyd@gmail.com

Abstrak

Dalam pariwisata keberadaan hotel, apartment, restaurant, lounge, penyediaan fasilitas untuk MICE (Meeting, Incentive, Conference, Events), penerbangan dan pelayaran (kapal pesiar), taman hiburan, Spa, health & sport club dan lain sebagainya (hospitality industry) berperan dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut. Palembang sebagai salah satu tujuan wisata telah memiliki industri tersebut. Hal ini dapat dilihat dari dijadikannya Sumatera Selatan menjadi salah satu daerah kunjungan wisata dan tuan rumah untuk kegiatan konvensi dan event olahraga nasional maupun internasional. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan objek penelitiannya adalah Sumatera Selatan. Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu hotel, rumah makan, tempat hiburan, dan kunjungan wisatawan asing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan hospitality industri berperan dalam pengembangan pariwisata Sumatera Selatan.

Kata Kunci : Hospitality Industry, Pariwisata

Abstract

In the presence of tourism hotel, apartment, restaurant, lounge, provision of facilities for MICE (Meeting, Incentive, Conference, Events), flight and cruise (cruise ship), amusement parks, spas, health and sports clubs, and so forth (hospitality industry) play in attracting tourists to visit the area. Palembang as one tourist destination already has the industry-. It can be seen from the South Sumatra maketh become one of the tourist visits and host to conventions and events of national and international sporting events. This study uses descriptive qualitative analysis techniques with the object of research is the South Sumatra. The data used are secondary data, including hotels, restaurants, entertainment, and tourist arrivals. The results showed that the presence of the hospitality industry plays a role in the development of tourism in South Sumatra

Key Words: Hospitality Industry, Tourism

1.1. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat menjanjikan terutama bagi negara yang memiliki keanekaragaman budaya, tradisi dan objek wisata. Bila digarap dengan baik maka semuanya itu dapat menjadi sumber pendapatan dan kemakmuran bagi masyarakat yang berhubungan langsung dengan kegiatan pariwisata tersebut maupun yang terkena dampaknya secara tidak langsung.

Untuk memajukan pariwisata diperlukan fasilitas-fasilitas yang dapat menunjangnya yaitu *hospitality industry*. Keberadaan *hospitality industry* di suatu daerah menjadi daya tarik yang sangat besar bagi wisatawan baik yang tujuannya untuk mencari hiburan maupun untuk tujuan bisnis.

Sumatera Selatan memiliki berbagai macam objek wisata seperti Jembatan Ampera, Songket, Ukiran Kayu, Pulau Kemarau dan Bukit Siguntang. Selain itu *Convantion Hall* di daerah Jaka Baring Juga sering digunakan pertemuan-pertemuan baik skala nasional maupun internasional.

Berdasarkan pada informasi diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *Peranan Hospitality Industry Dalam Pengembangan Pariwisata Sumatera Selatan*”.

1.2. Permasalahan

Melihat potensi untuk mengembangkan pariwisata di Sumatera Selatan maka Permasalahan yang diangkat dalam penelitan ini adalah bagaimana peranan *hospitality industry* dalam pengembangan pariwisata Sumatera Selatan.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar peranan *hospitality industry* dalam pengembangan pariwisata Sumatera Selatan.

2. Tinjauan Teoritis

2.1. Hospitality Industry

Kata “*industry hospitality*” seringkali kita identikkan dengan hotel dan restoran. Sebenarnya kata “*hospitality*” mempunyai arti yang lebih luas daripada sekedar hotel dan restoran. Menurut Oxford English Dictionary: “*Hospitality is the reception and entertainment*

of guests, visitors or strangers with liberality and good will". Selain itu menurut kamus Indonesia: *Hospitality* adalah keramahtamahan.

2.1.1. Hotel

Hotel berasal dari kata *hostel*. Konon *hostel* diambil dari bahasa Perancis yang berasal dari bahasa latin, yaitu *Hostes*. Bangunan publik ini sudah disebut-sebut sejak akhir abad ke-7. Maknanya sebagai tempat penampungan buat pendatang atau bisa juga sebagai bangunan menyediakan pondokan dan makanan untuk umum. Jadi, pada mulanya hotel diciptakan untuk melayani masyarakat. Definisi dari hotel adalah jenis akomodasi yang mempergunakan seluruh atau sebagian bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makan dan minum serta jasa lain bagi umum yang dikelola secara komersial (Ismayanti, 2010).

Menurut Hotel Proprietors Act, 1956 dalam Yoeti (2007) Hotel adalah perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.¹⁶ Penggolongan dan klasifikasi usaha sarana akomodasi di Indonesia terdiri atas hotel berbintang (bintang satu sampai dengan lima dan lima berlian) dan nonbintang (losmen, melati).

Menurut Ismayanti (2010), tipe hotel dapat dibagi menjadi beberapa aspek sebagai berikut.

1. Berdasarkan lama tinggal, hotel dibedakan menjadi seperti berikut ini.
 - a. *Transient Hotel* adalah hotel yang diinapi oleh tamu selama 24 jam hingga tiga hari dan tamu dikenakan biaya sewa kamar harian. Tamu yang menginap di hotel ini sering disebut sebagai *short stay guest*.
 - b. *Semi residential Hotel*
Tujuh hingga 30 hari tamu dikenakan biaya sewa kamar mingguan.
 - c. *Residential Hotel* adalah hotel yang ditinggali tamu selama lebih dari 30 hari hingga setahun dan tamu dikenakan biaya sewa kamar bulanan. Tamu yang menginap di hotel ini disebut *long stay guest*.
2. Berdasarkan lokasi, hotel dibedakan menjadi seperti berikut ini.
 - a. *City Hotel* adalah hotel yang berlokasi di perkotaan.
 - b. *Resort Hotel* merupakan hotel yang berlokasi di daerah wisata, seperti pantai atau pegunungan.
 - c. *Suburb Hotel* adalah hotel yang berlokasi di luar kota.
 - d. *Airport Hotel*, yaitu hotel yang berlokasi di sekitar bandara.

3. Berdasarkan ukuran dan jumlah kamar, hotel dibedakan menjadi :
 - a. Hotel kecil atau *small hotel* dengan kapasitas kurang dari 150 kamar.
 - b. Hotel medium atau *average hotel* dengan kapasitas sekitar 150-299 kamar.
 - c. Hotel di atas rata-rata atau *above average* hotel dengan kapasitas sekitar 300-600 kamar.
 - d. Hotel besar atau *large hotel* dengan kapasitas lebih dari 600 kamar.

2.1.2. Restoran

Menurut Atmojo (2005), restoran adalah suatu tempat yang di organisir secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik pada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman. Andari (2005) mendefinisikan restoran adalah setiap bangunan yang menetap dengan segala peralatan yang digunakan untuk proses pembuatan (pengolahan) dan penjualan (penyajian makanan dan minuman bagi umum dimana proses penyajian berlangsung. Proses pengolahan dapat berada pada satu bangunan atau bangunan lain yang terpisah dengan tempat penjualan. Usaha restoran merupakan suatu bentuk usaha yang dalam pelaksanaannya mengkombinasikan produk dan jasa. Restoran tidak hanya menjual menu makanan saja tetapi juga punya kecenderungan untuk menawarkan jasa kepada konsumennya (Ardi, 2003).

2.1.3. MICE

Menurut Suparta (2008), MICE adalah kegiatan pertemuan, konvensi, perjalanan insentif, dan pameran dalam industri pariwisata atau lebih jauh dikatakan bahwa MICE dapat diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan : usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran yang merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendikiawan, dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

2.2. Pariwisata

Pariwisata pada hakikatnya adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya. Pengertian pariwisata menurut (Roger and Slinn, dalam Kartawan, 1999 : 18) adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar untuk mendapatkan pelayanan disuatu tempat, meliputi tinggalnya orang-orang di daerah tersebut untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan dari

bermacam-macam kebutuhan yang berbeda dengan apa yang dialaminya sehari-hari dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Disisi lain istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain :

a. Rekreasi (*Recreational Tourism*)

Merupakan jenis pariwisata, dimana perjalanan dilakukan dengan tujuan beristirahat untuk memulihkan kembali kesegaran, baik fisik maupun mental. Biasanya dilakukan dengan mengunjungi atau tinggal beberapa hari di tempat yang memberikan ketenangan dan rasa rileks, seperti: pantai, pegunungan dan sebagainya.

b. Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Orang-orang bepergian dari tempat tinggalnya untuk memenuhi rasa ingin tahu, mencari udara segar, menurunkan ketegangan saraf, menikmati keindahan alam, menikmati keramaian kota, sesuai dengan kebutuhan yang ingin dipuaskan berdasarkan karakter dan latar belakang masing-masing individu.

c. Pariwisata Budaya (*Culture Tourism*)

Perjalan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas wawasan dengan jalan melakukan penelitian, mempelajari kebiasaan dan adat istiadat suatu daerah/bangsa, mengunjungi monumen bersejarah, mengunjungi pusat-pusat kesenian, ikut dalam festival dan sebagainya.

d. Pariwisata Olahraga (*Sport Tourism*)

Kegiatan perjalanan yang ada kaitannya dengan kegiatan olah raga, baik untuk melakukan sendiri maupun sebagai penonton.

e. Pariwisata Kesehatan (*Health Tourism*)

Tujuan perjalanannya untuk pengobatan atau untuk memulihkan kesehatan dengan mengunjungi tempat-tempat peristirahatan, air panas, dan tempat yang sejuk dan segar.

f. Pariwisata Komersial (*Bussines Torism*)

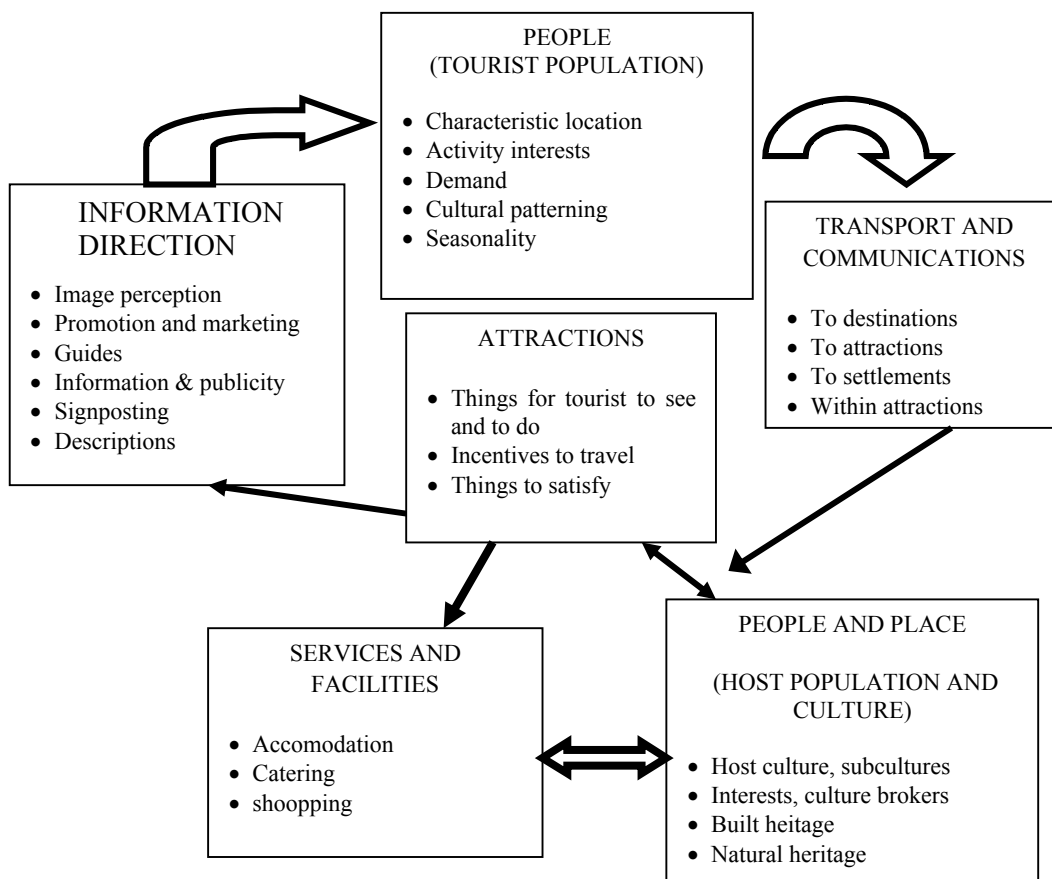
Perjalanannya ada kaitan dengan pekerjaan termasuk mengunjungi pameran, mengikuti work shop, ataupun perdagangan.

g. Pariwisata Agama (*Religious Tourism*)

Perjalanan yang dilakuakn individu atau kelompok dengan mengunjungi tempat Ibadah/suci dengan tujuan untuk mendekati diri kepada yang Maha Kuasa, misalnya ke Mekah (Umroh).

Jadi dapat dipahami bahwa pariwisata mencakup multi aspek sebagai kebutuhan manusia; seperti aspek ekonomi, lingkungan, sosial, budaya, komunikasi, psikologi maupun keamanan. Aspek-aspek tersebut membentuk lingkungan pariwisata.

Lingkungan pariwisata menurut Stephen Witt (1994 : 30) bahwa *“the tourism environment is a model of a system which has both dynamic and static component”*. Artinya lingkungan pariwisata dapat dilihat dari suatu model. Model tersebut menggambarkan bahwa para wisatawan potensial akan memutuskan memilih beberapa daerah tujuan wisata berdasarkan citra, persepsi, informasi yang tersedia, jasa transportasi dan komunikasi, kemampuan keuangan serta sikap yang dimiliki oleh wisatawan potensial tersebut. Model lingkungan dapat digambarkan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1.

The Tourism Environment

(Sumber: Stephan Witt, 1994 : 30)

Komponen-komponen dalam lingkungan pariwisata membentuk industri pariwisata. Industri dalam pemahaman umum merupakan kumpulan perusahaan sejenis. Industri pariwisata diturunkan dari kegiatan-kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, hal ini melibatkan pelayanan dari para penyedia jasa (*vendors*) yang membentuk industri pariwisata.

Tatanan lingkungan pariwisata dan industri bidang pariwisata, memberikan acuan kepada produk pariwisata yang mana terdiri dari berbagai produk yang dominan yang merupakan jasa (*service*). Inti pembahasan yang dikemukakan oleh Smith dan Lumsdon (1997 : 141), bahwa produk wisata mengandung 5 aspek yakni :

- Hak yang cenderung bersifat fisik (*physical plant*), hal-hal yang nampak seperti lokasi, sumber-sumber yang berhubungan dengan alam, iklim dan infrastruktur.
- Jasa (*service*), adalah pekerjaan-pekerjaan yang diperlukan oleh para pelanggan berhubungan dengan fasilitas yang dimiliki. Merupakan elemen teknik pelengkap suatu jasa supaya bisa disampaikan sesuai kebutuhan pelanggan.
- keramahtamahan (*Hospitality*), cara jasa disampaikan bersifat tambahan (*extra*) yang menyebabkan pengunjung merasa lebih baik (*Visitors feel good*).
- kebebasan dalam pilihan (*Freedom of choice*), kebebasan memilih dalam memesan pelayanan yang diinginkan. Hal ini memicu pihak pengunjung menjadi rileks/lebih santai dan memungkinkan pengunjung bertindak secara spontan.
- Keterlibatan (*Involvement*), menekankan pada aspek keterlibatan atau partisipasi.

Batasan-batasan pengertian diatas memberikan gambaran bahwa produk pariwisata menurut Gamal Suwanto (1997 : 48) adalah serangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial/psikologis) dan jasa alam atau keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali ke rumah dimana ia berangkat semula.

2.3. Wisatawan

Menurut Gamal Suwanto (1997 : 4) bahwa wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata, jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjunginya.

Di Indonesia di kenal dua jenis wisatawan yaitu Wisatawan Nusantara (Wisnus) dan Wisatawan Mancanegara (Wisman). Wisatawan nusantara adalah penduduk Indonesia yang secara sukarela melakukan kegiatan bepergian meninggalkan lingkungan keseharian di wilayah geografis Indonesia dalam jangka waktu kurang dari enam bulan, baik untuk tujuan senang-senang secara santai, bisnis, budaya, keagamaan, maupun lainnya kecuali untuk mendapatkan balas jasa bekerja di tempat yang dituju dan untuk bersekolah/kuliah, sehingga dapat memperluas kesempatan kerja dan berusaha, meningkatkan pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara (Toto Sugito, 1996 : 34). Sedangkan wisatawan mancanegara menurut *World Tourism Organization* (WTO) yaitu mereka yang melakukan perjalanan dan berada di negara lain selama 24 jam atau lebih (Holloway dalam Kartawan, 1999 : 47).

Tamu mancanegara terdiri dari dua kategori yaitu

- (1) Wisatawan (*Tourist*) yaitu setiap pengunjung dari suatu negara, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam (minimal 1 tahun) tetapi tidak lebih dari 6 bulan di tempat yang dikunjungi).
- (2) Pelancong (*Excursionist*), yaitu setiap pengunjung dari suatu negara, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi yang tinggal kurang dari 24 jam di tempat yang dikunjungi, mereka tidak menginap di akomodasi yang tersedia di negara tersebut.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Desain Penelitian

3.1.1. Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data skunder berupa data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini sumber data skunder didapat dari Biro Pusat Statistik (BPS) dalam bentuk jumlah hotel, restoran, jumlah kunjungan wisatawan asing dan Pendapatan Daerah Regional Bruto (PDRB).

3.1.2. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2005:13) Analisis deskriptif kualitatif adalah serangkaian observasi yang tidak dapat

dinyatakan dalam angka-angka dan rumus melainkan dengan kata-kata dan kalimat menurut data pengambilan kesimpulan.

4. Hasil / Implikasi

Sektor pariwisata tidak dapat dipisahkan keberadaannya dari *hospitality industry*. Dimana peningkatan jumlah *hospitality industry* memiliki dampak yang besar bagi pariwisata itu sendiri. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 4.1. yang menunjukkan peningkatan jumlah sektor pariwisata berupa penambahan jumlah restoran, rumah makan dan penyediaan fasilitas MICE berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan asing dan peningkatan PDRB.

Tabel 4.1. Pertumbuhan Sektor Pariwisata, Wisatawan Asing dan PDRB
Tahun 2003-2011

| Tahun | Sektor Parawisata | Wisatawan Asing | PDRB |
|-------|-------------------|-----------------|---------|
| 2003 | 5618.8 | 20990 | 45297.4 |
| 2004 | 5963 | 21273 | 47344.4 |
| 2005 | 6429.5 | 17192 | 49633.3 |
| 2006 | 6939.6 | 17259 | 52214.8 |
| 2007 | 7567.2 | 17647 | 55262.1 |
| 2008 | 8087 | 17793 | 58065 |
| 2009 | 8340 | 18090 | 60453 |
| 2010 | 8916 | 30333 | 63858 |
| 2011 | 9632 | 42953 | 68011 |

Sumber: Sumsel Dalam Angka, BPS Sumsel 2012

5. Kesimpulan

Dari analisis dapat disimpulkan bahwa keberadaan *hospitality industry* memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan jumlah wisatawan asing dan dampaknya juga dapat meningkatkan pendapatan bagi masyarakat Sumatera Selatan.

Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan dapat berperan aktif dalam memajukan pariwisata dengan cara mempermudah perizinan pendirian hotel, restoran dan fasilitas MICE.

Daftar Pustaka

Andari, Y. (2005). *Analisis Perilaku Konsumen dan Implikasinya pada Strategi Bauran Pemasaran Restoran Tradisional (Studi Kasus di Restoran Galuga 3, Kota Bogor)*. Bogor: Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.

Atmodjo, M. Widjojo. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta : Andi. Gamal

Suwantoro., (1997), *Dasar-dasar Pariwisata*. Penerbit ANDI Yogyakarta.

Ismayanti. (2010). "Pengantar Pariwisata". Jakarta: PT Gramedia

Kartawan (1999), *Dampak Pengembangan Produk Wisata pantai Terhadap Kunjungan Wisata dan Peranannya Dalam Menyumbang Pendapatan Asli Daerah Sendiri*. Unpad Bandung.

Lumsdon, Les., (1997), *Tourism Marketing*, London : International Thomson Business Press.

Roger, Anthea and Judy Slinn (1993), *Tourism Management of Facilities*. London Pitman Publishing.

Sugiyono (2005), *Statistik Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung.

Suparta, K. Strategi Pemasaran Bali Sebagai Destinasi MICE. <http://isjd.pdii.lipi.go.id/admin/jurnal/15208282191.pdf> [23 Mei 2012].

Witt, Stephen F., dan Moutinho, Luiz., (1994), *Tourism Marketing and Management Handbook*, Singapore, : Prentice-Hall, Inc.