
**ANALISIS KESENJANGAN PENGEMBANGAN SEKTOR PERJALANAN WISATA
DI PULAU LOMBOK**

Oleh
Moh. Jumail
Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram
Email: thegurujoe@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesenjangan pengembangan sector perjalanan wisata di Pulau Lombok dengan pertimbangan mendasar bahwa sector ini kalah jauh dengan sector akomodasi (perhotelan). Selain itu, hasil kajian ini juga menganalisis tipologi, struktur, skala dan manfaat dari usaha perjalanan wisata. Kajian ini membawa implikasi terhadap penguatan Program Studi Perjalanan Wisata yang setiap tahunnya menunjukkan penurunan minat signifikan dari calon mahasiswa yang mendaftar di Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram. Nantinya hasil kajian ini dapat digunakan untuk mengevaluasi penyebab atau faktor-faktor yang menghambat perkembangan sector perjalanan wisata sebagai sebuah kesenjangan termasuk juga penguatan prodi pada institusi pendidikan yang membuka jurusan perjalanan wisata.

Kajian ini merupakan penelitian eksploratif dengan paradigma kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, kajian kepustakaan, dan dokumentasi. Analisisnya menggunakan content analysis dan hermeneutic dengan menganalisis isi dan menginterpretasikan makna yang terkandung dalam data yang telah dikumpulkan. Luaran dari kajian ini adalah tersedianya satu kerangka kerja (framework) tentang perkembangan perjalanan wisata di Pulau Lombok

Kata Kunci : Kesenjangan, Perkembangan & Perjalanan Wisata

PENDAHULUAN

Seperti diketahui bahwa industri pariwisata keberhasilannya didukung oleh dua sector utama yaitu sector akomodasi (perhotelan) dan perjalanan wisata. Dalam system kepariwisataan pun kedua sector ini menjadi produk inti yang dijadikan sebagai aspek penawaran destinasi kepada pangsa pasar wisata. Idealnya kedua sector ini harus bersinergi dalam menyediakan berbagai bentuk produk dan pelayanan sehingga perkembangannya menjadi berimbang. Kondisi nyata di lapangan menunjukkan bahwa sector akomodasi lebih pesat perkembangannya dari pada sector perjalanan wisata dan bahkan dalam beberapa kasus, sector ini seakan “mati suri”.

Fakta yang juga dapat dilihat sebagai sebuah kesenjangan pengembangan perjalanan wisata seperti, manajemen sumber daya manusia, lebih spesifik lagi ketika melakukan rekrutmen tenaga kerja. Dibandingkan dengan sector akomodasi (perhotelan) system

rekrutmennya lebih terbuka dan secara kuantitas banyak dan bahkan massif. Lain halnya dengan rekrutmen di sector perjalanan yang terkesan tertutup, dari kuantitasnya juga sedikit dan aksidental. Selain itu, aspek promosi pada karir dan jabatan, system penggajian dan termasuk instentif dan THR sangat jelas perbedaannya antara sector akomodasi dan perjalanan wisata. Asepk ini diduga sebagai salah satu penyebab terjadinya kesenjangan pengembangan usaha perjalanan wisata.

Aspek lainnya adalah masalah prestise, masih adanya stereotype bahwa bekerja di sector perjalanan wisata (misalnya menjadi seorang pemandu wisata) belum dianggap menjadi sebuah profesi, sebagai kerja sampingan dan bahkan sebagai kerja musiman, berbeda halnya kalau bekerja di hotel, dianggap sudah menjadi profesi, menjadi pekerjaan tetap, dan kerja penuh waktu walaupun misalnya terjadi krisis, sector ini pun

tidak luput dari PHK yang memperkerjakan karyawannya paruh waktu (musiman).

Dari tipologinya, usaha perjalanan wisata sesungguhnya memiliki bagian usaha sebagai produk. Setidaknya 15 tipologi dan 4 diantaranya yang cukup populer adalah Meeting, Incentive, Convention, Exhibiton (MICE). Selama ini, bagian yang

terekplorasi dengan baik memang keempat jenis wisata tadi, namun kesebelas lainnya belum dapat dijadikan sebagai produk unggulan seperti halnya MICE.

Dilihat dari strukturnya, bisnis perjalanan wisata terdiri dari 3 aspek utama yaitu, permintaan (demand), perantara (intermediaries), dan pemasok (supply) ketiganya memainkan peran penting dalam melancarkan operasional dan kelancaran perjalanan wisatawan. Namun kenyataannya struktur tersebut seringkali tidak sinkron dalam implementasinya. Bisnis perjalanan usaha yang baik juga terlihat dari skalanya. Lokal, nasional, dan internasional menjadi penciri utamanya. Jika tour operator sudah mampu membangun jejaring internasional dengan tour operator luar negeri maka bisnis tersebut sudah dapat dikatakan berhasil. Apalagi destinasi sering menyelenggarakan event-event berskala internasional dapat menjadi nilai tambah.

Manfaat bagi destinasi yang menjalankan bisnis atau usaha perjalanan wisata seperti dari ekonomi, pengeluaran wisatawan per orang relative besar, permasalahan atau resiko usaha relative kecil dengan masyarakat lokal, membantu memastikan fasilitas rekreasi yang digunakan baik oleh wisatawan maupun masyarakat lokal aman dan tidak rusak, membantu pengembangan infrastruktur yang didanai oleh CSR (misalnya perusahaan penerbangan), dan adanya kecenderungan kunjungan pada musim-musim ramai.

Kesenjangan pengembangan bisnis perjalanan wisata sesungguhnya dapat dilacak melalui keempat aspek tadi (tipologi, struktur, skala, dan manfaat). Kajian ini nantinya memfokuskan pada pengidentifikasian keempat aspek tersebut yang sekaligus menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini.

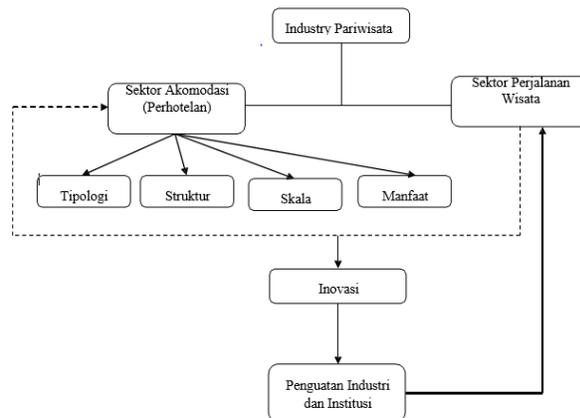
Namun demikian, bidang atau aspek kesenjangan yang dianalisis tidak terbatas pada personalia biro perjalanan wisata, travel agent, organisasi yang berafiliasi dengan ASITA, dan organisasi terkait perjalanan wisata. Dengan demikian, urgensi dari kajian ini dapat ditemukan pada konteks ini.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini fokusnya pada analisis kesenjangan pengembangan usaha atau bisnis usaha perjalanan wisata di Pulau Lombok dibandingkan dengan sector akomodasi khususnya perhotelan. Walaupun demikian, permasalahannya tidak

terbatas pada pengidentifikasian tipologi usaha perjalanan wisata (MICE), struktur usaha perjalanan wisata, skala usaha perjalanan wisata, dan manfaat usaha perjalanan wisata.

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis penyebab atau faktor-faktor kesenjangan yang menghambat perkembangan usaha atau bisnis perjalanan wisata. Selain itu, analisis dampak terhadap di sector pendidikan pariwisata juga dilakukan. Aspek-aspek kesenjangan yang juga dianalisis adalah tipologi usaha perjalanan, struktur, skala, dan manfaat usaha perjalanan wisata.

Diagram 1. Roadmap Penelitian Analisis Kesenjangan Pengembangan Sektor Perjalanan Wisata di Pulau Lombok Industry Pariwisata



Keterangan:

- > = Area kesenjangan
 —————> = Pengembangan sector terkait
 —————> = Luaran dan dampak

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini dirancang berdasarkan sebuah fakta bahwa perkembangan 2 sektor inti pariwisata (akomodasi dan perjalanan wisata) belum berimbang. Paradigma penelitian ini adalah kualitatif. Alasannya bahwa paradigma ini mampu menyajikan berbagai fenomena kepariwisataan khususnya tentang pergerakan orang (perjalanan wisata). Tahapan selanjutnya adalah melaksanakan studi pendahuluan untuk mengenal lebih awal tentang situasi dan kondisi terkini bisnis perjalanan wisata. Tahapan berikutnya, menentukan lokasi penelitian. Kemudian menentukan informan penelitian, menentukan metode pengumpulan data dan terakhir adalah menentukan teknik analisis data. Penelitian ini juga mampu memberikan gambaran secara jelas tentang sumber data sekunder dan pendapat para ahli melalui observasi dan studi kelayakan. Temuan dari penelitian ini nantinya berbentuk kategorisasi dan konsep-konsep yang dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian berikutnya.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pulau Lombok dengan pertimbangan mendasar bahwa Lombok telah memiliki nama dan reputasi yang baik di level nasional dan bahkan internasional. Sektor akomodasi (perhotelan) yang akan dijadikan pembanding untuk menganalisis kesenjangan dengan sector perjalanan wisata adalah hotel yang berada di Kota Mataram sedangkan usaha perjalanan wisata yang dijadikan lokasi juga berada di lokasi yang sama dengan catatan bahwa bironya telah menjalankan usahanya kurang lebih 5 tahun. Penentuannya dilakukan secara

kuota mengingat berbagai pertimbangan dan keterbatasan.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah: (a) wawancara mendalam (b) studi pustaka; dan (c) dokumentasi. Berdasarkan metode pengumpulan data, hasil wawancara untuk mengetahui pandangan, opini, persepsi tentang berbagai kesenjangan dalam mengembangkan usaha perjalanan wisata sedangkan studi pustaka bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, dan menyintesis berbagai teori dan konsep yang relevan terkait dengan usaha atau bisnis usaha perjalanan wisata sehingga posisi kajian yang dilakukan menjadi jelas. Dokumentasi bertujuan untuk mengabadikan bukti fisik dari data penelitian.

Analisis Data

Langkah pertama dalam analisis kualitatif adalah mengembangkan deskripsi yang komprehensif dan teliti dari hasil penelitian. Klarifikasi merupakan langkah kedua dalam analisis data kualitatif. Pada hakikatnya proses analisis dimulai dari sejak penjajagan, proses pengumpulan data, reduksisasi (penyederhanaan) data kasar, penyajian dan pengolahan data yang diakhiri dengan verifikasi data (pembuktian). Dengan demikian, metode analisis data yang dianggap sesuai adalah analisis interpretasi dan isi.

Analisis data dilakukan secara intensif dan bersamaan untuk alasan efektifitas dan efisiensi. Selain menganalisis data, pendalaman kepastakaan untuk mengkonfirmasi teori, menjustifikasikan adanya teori baru yang ditemukan juga dipentingkan. Analisis interpretasi untuk menemukan dimensi pengembangan berdasarkan hasil wawancara (rekaman, skrip, dan kode) sekaligus dilakukan analisis terhadap isinya (content analysis).

HASIL DAN PEMBAHASAN**Tipoloi Perjalanan Wisata**

Tipologi dari usaha pariwisata dan perjalanan wisata mencakup 15 unit usaha yang terdiri dari:

1. MICE untuk asosiasi dan korporasi
2. MICE untuk kongres dan konvensi internasional
3. Kursus pelatihan
4. Pameran dagang
5. Peluncuran produk
6. Perjalanan insentif
7. Migrasi kerja jangka pendek
8. Pertukaran siswa dan guru
9. Pengantaran barang ke pasar
10. Pengantaran barang ke pelanggan
11. Pelayanan militer di tempat tertentu
12. Proyek kerja NGOs/LSM
13. Perjalanan diplomasi (diplomat)
14. Perjalanan bisnis individu, dan
15. Pengantaran harian ke tempat kerja

Struktur Perjalanan Wisata

Dilihat dari strukturnya, bisnis perjalanan wisata terdiri dari 3 aspek utama yaitu, permintaan (demand), perantara (intermediaries), dan pemasok (supply) ketiganya memainkan peran penting dalam melancarkan operasional dan kelancaran perjalanan wisatawan. Namun kenyataannya struktur tersebut seringkali tidak sinkron dalam implementasinya. Sementara itu, dari struktur usaha perjalanan wisata, dapat dilihat bahwa 3 aspek yang mengkonstruksikannya adalah:

1. Permintaan (demand) terdiri dari pelanggan (individual, perusahaan, dan asosiasi);
2. Perantara (intermediaries) yang terdiri dari travel agent, agent konferensi, perusahaan eksebisi, perusahaan manajemen event (EO), agent perjalanan insentif, dan agen pemasaran destinasi.
3. Penyedia (suppliers) yang terdiri dari operator transportasi, operator akomodasi, catering, IT (audio-visual and entertainment), dan atraksi pengunjung.

Skala Perjalanan Wisata

Bisnis perjalanan usaha yang baik juga terlihat dari skalanya. Lokal, nasional, dan internasional menjadi penciri utamanya. Jika tour operator sudah mampu membangun jejaring internasional dengan tour operator luar negeri maka bisnis tersebut sudah dapat dikatakan berhasil. Apalagi destinasi sering menyelenggarakan event-event berskala internasional dapat menjadi nilai tambah. Dilihat dari skalanya, usaha perjalanan wisata dapat berskala lokal, nasional, regional, dan internasional. Skala ini sangat ditentukan oleh jenis kegiatan dan jumlah peserta (variasi asal Negara peserta), tema atau isu yang dibahas, dan keterlibatan tour operator luar dan dalam negeri. Selama ini, pengembangan usaha perjalanan wisata terkesan sangat lambat jika dibandingkan dengan sector akomodasi khususnya perhotelan. Kondisi ini disebabkan karena bisa jadi aspek- aspek tersebut belum banyak dieksplorasi dan dipraktekkan dalam usaha sehari- hari.

Skala dan manfaat Perjalanan Wisata

Manfaat bagi destinasi yang menjalankan bisnis atau usaha perjalanan wisata seperti dari ekonomi, pengeluaran wisatawan per orang relative besar, permasalahan atau resiko usaha relative kecil dengan masyarakat lokal, membantu memastikan fasilitas rekreasi yang digunakan baik oleh wisatawan maupun masyarakat lokal aman dan tidak rusak, membantu pengembangan infrastruktur yang didanai oleh CSR (misalnya perusahaan penerbangan), dan adanya kecenderungan kunjungan pada musim-musim ramai.

Analisis Kesenjangan Perjalanan Wisata

Industri pariwisata keberhasilannya didukung oleh dua sector utama yaitu sector akomodasi (perhotelan) dan perjalanan wisata. Dalam system kepariwisataan pun kedua sector ini menjadi produk inti yang dijadikan sebagai aspek penawaran destinasi kepada pangsa pasar wisata. Fakta yang juga dapat dilihat sebagai sebuah kesenjangan pengembangan perjalanan wisata seperti, manajemen sumber daya manusia, lebih spesifik lagi ketika melakukan rekrutmen tenaga kerja.



Dibandingkan dengan sector akomodasi (perhotelan) system rekrutmennya lebih terbuka dan secara kuantitas banyak dan bahkan massif. Lain halnya dengan rekrutmen di sector perjalanan yang terkesan tertutup, dari kuantitasnya juga sedikit dan aksidental.

Selain itu, aspek promosi pada karir dan jabatan, system penggajian dan termasuk instentif dan THR sangat jelas perbedaannya antara sector akomodasi dan perjalanan wisata. Asepk ini diduga sebagai salah satu penyebab terjadinya kesenjangan pengembangan usaha perjalanan wisata. Aspek lainnya adalah masalah prestise, masih adanya stereotype bahwa bekerja di sector perjalanan wisata (misalnya menjadi seorang pemandu wisata) belum dianggap menjadi sebuah profesi, sebagai kerja sampingan dan bahkan sebagai kerja musiman, berbeda halnya kalau bekerja di hotel, dianggap sudah menjadi profesi, menjadi pekerjaan tetap, dan kerja penuh waktu walaupun misalnya terjadi krisis, sector ini pun tidak luput dari PHK yang memperkerjakan karyawannya paruh waktu (musiman).

Dari tipologinya, usaha perjalanan wisata sesungguhnya memiliki bagian usaha sebagai produk. Setidaknya 15 tipologi dan 4 diantaranya yang cukup populer adalah Meeting, Incentive, Convention, Exhibiton (MICE). Selama ini, bagian yang tereksplorasi dengan baik memang keempat jenis wisata tadi, namun kesebelas lainnya belum dapat dijadikan sebagai produk unggulan seperti halnya MICE. Manfaat bagi destinasi yang menjalankan bisnis atau usaha perjalanan wisata seperti dari ekonomi, pengeluaran wisatawan per orang relative besar, permasalahan atau resiko usaha relative kecil dengan masyarakat lokal, membantu memastikan fasilitas rekreasi yang digunakan baik oleh wisatawan maupun

masyarakat lokal aman dan tidak rusak, membantu pengembangan infrastruktur yang didanai oleh CSR (misalnya perusahaan penerbangan), dan adanya kecenderungan kunjungan pada musim-musim ramai.

Secara umum, kajian ini bertujuan untuk menganalisis penyebab atau faktor-faktor kesenjangan yang menghambat perkembangan usaha atau bisnis perjalanan wisata. Selain itu, analisis dampak terhadap di sector pendidikan pariwisata juga dilakukan. Aspek-aspek kesenjangan yang juga dianalisis adalah tipologi usaha perjalanan, struktur, skala, dan manfaat usaha perjalanan wisata. Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah menyusun sebuah database tentang kerangka kerja sector perjalanan wisata di Pulau Lombok yang berisi segala permasalahan, program, dan solusi yang ditawarkan mengatasi kesenjangan pengembangannya jika dibandingkan dengan sector akomodasi khususnya perhotelan.

Misalnya dari tipologi, dari 15 unit usaha yang ada, baru 5—6 yang umum dipraktekkan sementara sisanya masih belum sama sekali dicoba untuk dijadikan sebagai alternative atau pilihan-pilihan kepada pelanggan. Penyebab lainnya, mungkin strukturnya yang masih belum kuat sehingga tidak dapat bersinergi dengan bagian-bagian terkait lainnya dengan perjalanan wisata. Apalagi, kalau mampu menyelenggarkannya pada semua skala (lokal, nasional, regional, dan internasional).

Trend perjalanan wisata sekarang ini banyak dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan demografi. Selain itu, mobilitas perjalanan wisata juga dipengaruhi oleh jenis kelamin (gender) dan umur (age). Termasuk juga angkatan (generasi) kelahiran (birth cohort). Pada satu dekade terakhir menunjukkan bahwa anak muda (remaja) perempuan lebih banyak mobilitas perjalanan wisatanya dari pada anak muda (remaja) laki-laki. Salah satu alasan utamanya adalah mengikuti pendidikan. Seiring dengan meningkatnya independensi baik secara sosial maupun ekonomi, anak muda (remaja) perempuan lebih tinggi mobilitas perjalanan wisatanya dari pada remaja laki-laki berdasarkan kelompok atau angkatan lahir dan usia.

Perbedaan jenis kelamin dan generasi kelahiran diidentifikasi sebagai faktor yang mengubah trend mobilitas perjalanan wisata. Faktor-faktor seperti, ekonomi, sosial, dan

demografi, jenis kelamin (gender) dan umur (age) dan juga angkatan (generasi) kelahiran (birth cohort) dapat dijadikan sebagai alat analisis untuk mencari penyebab kesenjangan pengembangan usaha perjalanan wisata di Pulau Lombok. Selama ini, faktor-faktor tersebut terkesan diabaikan dan kurang mendapat perhatian baik oleh praktisi maupun akademisi padahal kontribusinya sangat positif dalam membangun usaha perjalanan wisata yang berkelanjutan.

Perilaku penumpang pesawat udara berdasarkan segmen lingkungan dibentuk (dikonstruksi) oleh faktor psikologi, keinginan yang kuat, dan perilaku. Ketiga faktor tersebut lebih lanjut didekati dengan 2 model yaitu *rational-actor model* dan *moral (normative) model*. Model pertama mengasumsikan bahwa seseorang membuat keputusan yang beralasan karena adanya informasi, banyak manfaat dan harga rendah sedangkan model kedua menekankan pada pilihan seseorang atau perilaku berdasarkan nilai, kepercayaan, harapan, persepsi, dan norma. Aspek perilaku memperlihatkan kontribusinya untuk lebih memahami sikap, keinginan dan perilaku yang berhubungan dengan perjalanan udara dan perbedaannya menurut segmentasi.

Kesenjangan pengembangan usaha perjalanan wisata dengan melihat lebih rinci aspek sikap, keinginan, dan perilaku pelanggan. Model-model yang ada dapat diadopsi termasuk teori perilaku yang digunakan juga menambah pengayaan penulis untuk lebih memahami dan mengelaborasikannya dengan berbagai aspek kesenjangan dalam pengembangan usaha perjalanan wisata di daerah. Dengan demikian, kesenjangan pengembangan usaha perjalanan wisata setidaknya dapat dipersempit agar dapat bersinergi dengan sector inti lainnya (sector akomodasi).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa kesenjangan pengembangan sector perjalanan wisata dilihat dari aspek tipologi, struktur, skalam dan

manfaat secara umum sudah dapat diimplmentasikan dengan baik. Namun aspek yang belum dioptimalkan pengembangannya terletak pada struktur dan skalanya. Dalam konteks ini, secara struktur organisasi perjalanan wisata perlu membenahi system rekrutmen dan pengembangan SDM yang lebih terukur dan terarah termasuk juga pada aspek pemeliharaan tenaga kerjanya.

Saran

Implikasi dari kajian ini bahwa lembaga (STP Matararam) diharapkan untuk mengadopsi hasil kajian ini khususnya dalam memperkuat student body program studi D3 Perjalanan Wisata dan Konvensi dengan melihat dan mengembangkan lebih banyak peluang yang terdapat pada aspek tipologinya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Davidson, L., et al., 2014. Air travel attitudes and behaviours: the development of environment-based segments. *Journal of Air Transport Management*. 36 (2014) 13—22.
- [2] Jennings, G. 2001. *Tourism Research*. Australia: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- [3] Swarbrooke, J., and Horner, S. 2001. *Business Travel and Tourism*. Butterworth Heinemann. A Division of Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
- [4] Tilley, S., and Houston, D. 2016. The gender turnaround: Young women now travelling more than young men. *Journal of Transport Geography*, 54 (2016), 349—358.