

EKSTERNALITAS EKONOMI DALAM PEMBANGUNAN WISATA ALAM BERKELANJUTAN

Studi Kasus pada Kawasan Wisata Alam Baturaden – Purwokerto, Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah

Mulyaningrum

Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu

ABSTRAK

Perkembangan wisata alam sering berdampak pada eksternalitas ekonomi terhadap penduduk lokal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis eksternalitas ekonomi dari perkembangan wisata alam berkelanjutan, yang didasarkan pada studi kasus di Kawasan wisata Baturaden, Purwokerto Jawa Tengah. Meskipun sektor industri pendukung wisata seperti hotel dan restoran hanya menyumbang 2.2% terhadap produk domestik bruto (PDB) dalam pertumbuhan ekonomi Propinsi Jawa Tengah, sektor wisata dipercaya mempunyai masa depan atau prospek yang bagus untuk perkembangan ekonomi regional. Hal ini ditunjukkan dengan peningkatan pada sektor lain dan kesempatan kerja sebagai akibat pengaruh ekonomi secara berantai dari sektor industri hotel dan restoran. Artinya, sektor wisata mempunyai peranan yang penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi karena kemampuannya menyediakan kesempatan kerja bagi penduduk setempat.

Kata kunci : eksternalitas ekonomi, wisata alam

ABSTRACT

The development of natural tourism often results in the economic externality to local people. This study was aimed to analyze the economic externality of sustainable natural tourism development, based on the case of Baturaden Tourism Region, Purwokerto, Central Java. Although the tourism supporting industry tourism sector, such as hotel and restaurant, only contribute 2.2% to the Gross Domestic Regional Product (PDRB) in economic growth of Central Java Province, the tourism sector is believed to have a good prospect for the development of regional economy. This showed by the improvement in the other sectors and employment as economic multiplier effects of hotel and restaurant industry sector. This means that the tourism sector has important and strategic roles in regional economic growth due to its capability to provide several work opportunities for the local people.

Keywords: economic externality, natural tourism

PENDAHULUAN

Pada era industrialisasi, semakin banyak orang yang membutuhkan kompensasi untuk menikmati waktu senggangnya (*leisure time*), dengan melakukan aktivitas wisata. Naisbitt (1994 & 1996) menyatakan bahwa mulai tahun 2000 sektor pariwisata akan menjadi industri terbesar di dunia. Sebagai penyumbang ekonomi global, sektor pariwisata tidak adaandingannya dengan pertimbangan: mampu mempekerjakan 204 juta orang di seluruh dunia, atau 10.6% dari angkatan kerja global; menghasilkan 10.2% produk nasional

bruto dunia, dengan keluaran bruto mendekati US\$ 3.4 triliun; menjadi produsen terkemuka, dengan pendapatan pajak terbesar, mencapai jumlah US\$ 655 milyar; merupakan 10.9% dari semua belanja konsumsi, 10.7% dari semua investasi modal, dan 6.9% dari semua belanja pemerintah.

Dalam perkembangan industri pariwisata dunia, wisata yang berbasis alam atau wisata alam (*natural tourism*) mengalami kemajuan pesat. Menurut *World Tourism Organization* (WTO, 1995), tingkat pertumbuhan per tahun untuk wisata umum (*general international travel*) hanya 5%,

sedangkan wisata alam sekitar 30%. Di kawasan Asia, industri pariwisata merupakan penghasil pendapatan terbesar kedua setelah minyak, sebesar US\$ 312 milyar. Dari pendapatan tersebut, 10% berasal dari wisata alam, sisanya tersebar pada lebih dari 11 jenis wisata lainnya. Di Indonesia, pada Pelita VI, jumlah kunjungan wisatawan mencapai 6.5 juta dari mancanegara dan 84 juta dari domestik, dengan penerimaan US\$ 89 milyar dari wisatawan mancanegara, dan Rp 8.424 milyar dari wisatawan domestik. Dari jumlah tersebut, sebanyak 13.03% merupakan pengunjung obyek wisata alam (BPS, 1993).

Kecenderungan pasar terhadap meningkatnya permintaan wisata alam antara lain disebabkan oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan kualitas lingkungan yang baik. Padahal kondisi lingkungan alam banyak yang mengalami kerusakan karena berbagai sebab, sehingga tempat-tempat wisata dengan suasana yang alami banyak dikunjungi wisatawan. Hal ini kemudian membangkitkan semangat untuk mengembangkan obyek-obyek wisata alam di berbagai daerah Indonesia. Terlebih dalam kondisi krisis ekonomi, sektor pariwisata diharapkan berperan sebagai penyelamat ekonomi, karena mampu menghasilkan pendapatan yang cukup tinggi. Data Direktorat Jendral Pariwisata (1997) menunjukkan, efek pengganda ekonomi (*multiplier effect*) dari setiap rupiah yang dikeluarkan oleh wisatawan adalah 1.88. Artinya, setiap rupiah tersebut tidak berhenti di sektor pariwisata, tetapi akan membangkitkan aktivitas ekonomi lain, berarti mendukung kesempatan kerja sektor lain yang terkait.

Eksternalitas adalah suatu efek samping atau dampak yang timbul karena adanya keterkaitan antara aktivitas ekonomi yang satu dengan lainnya. Dalam hal ini, kegiatan konsumsi atau produksi yang dilakukan suatu pihak mempunyai pengaruh terhadap pihak lain (Mangkoesobroto, 1995). Eksternalitas ekonomi, yaitu dampak yang bersifat positif atau menguntungkan karena dapat mening-

katkan kesejahteraan dari suatu aktivitas yang dilakukan oleh satu pihak terhadap pihak lain. Dampak yang bersifat negatif atau merugikan disebut eksternalitas dis-ekonomi.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis munculnya eksternalitas ekonomi dalam pengembangan wisata alam yang berkelanjutan (*sustainability of natural tourism development*). Menurut Nuryanti (1995), untuk mewujudkan pengembangan wisata yang berkelanjutan perlu persyaratan konseptual sebagai berikut : berpijak pada keseimbangan antara aspek pelestarian dan pengembangan serta berorientasi ke depan (jangka panjang); penekanan pada nilai manfaat yang besar bagi masyarakat setempat; prinsip pengelolaan sumberdaya yang tidak merusak dan berkelanjutan untuk jangka panjang, baik secara sosial, budaya, ekonomi maupun ekologi; ada keselarasan sinergis antara kebutuhan wisatawan, lingkungan hidup dan masyarakat lokal; mampu mengembangkan apresiasi yang lebih peka dari masyarakat terhadap warisan budaya dan lingkungan alam.

Keberlanjutan kegiatan wisata di suatu daerah sangat dipengaruhi oleh kelangsungan hidup perekonomiannya (Faulkner, 1997). Oleh karena itu, perlu ada wawasan tentang pengelolaan sumberdaya yang menghasilkan manfaat ekonomi secara langsung bagi masyarakat sekitar (*local community*), yaitu pertumbuhan ekonomi yang dinikmati oleh masyarakat.

Secara umum studi ini bertujuan untuk menganalisis munculnya eksternalitas ekonomi sebagai dampak dari kegiatan pengembangan wisata alam berkelanjutan, sedangkan secara khusus dimaksudkan untuk menganalisis nilai manfaat kegiatan wisata alam bagi masyarakat. sekitar sebagai salah satu indikator pertumbuhan ekonomi wilayah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kawasan Wisata Baturaden Purwokerto Kabupaten

Banyumas Propinsi Jawa Tengah, meliputi 7 desa pada 2 kecamatan, yaitu: (1) Kecamatan Baturaden meliputi desa: Ketenger, Karangmangu, Kemitug Lor, Kemitug Kidul, Karang Salam, Karang Tengah; (2) Kecamatan Sumbang, desa Limpakuwus (PERDA Kabupaten Banyumas Nomor 9 Tahun 1989 dan hasil observasi awal).. Wisatawan dapat menikmati panorama khas pegunungan di kaki Gunung Slamet yang indah, dengan berbagai atraksi wisata alam yang menarik seperti: (1) Taman rekreasi Lokawisata, (2) Wanawisata/camping ground, (3) Telaga Sunyi, (4) Curug Moprok, (5) Kedung Pete, (6) Surup Lawang, (7) Curug Tiga, (8) Curug Kebayan, (9) Curug Gede, (10) Curug Tempuran, (11) Curug Ceheng, (12) Pancuran Telu, dan (13) Pancuran Pitu.

Eksternalitas ekonomi adalah dampak positif dari kegiatan wisata alam terhadap perekonomian masyarakat, yang diukur dengan adanya besaran-besaran ekonomi seper-

ti efek pengganda pendapatan (*multiplier effect*).

Eksternalitas ekonomi sebagai dampak positif dari adanya kegiatan wisata alam dapat dilihat dari adanya efek pengganda (*multiplier effect*), yang menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Hal ini muncul sebagai hasil dari investasi, penciptaan kesempatan kerja, dan lain sebagainya. Kondisi tersebut dimungkinkan karena kegiatan wisata alam akan berkaitan dengan kegiatan sektor lain yang menjadi pendukungnya. Efek pengganda pendapatan merupakan perkiraan potensi kenaikan pendapatan masyarakat, sebagai akibat dari adanya kegiatan wisata alam.

Analisis *multiplier effect* dari kegiatan wisata dilakukan dengan menyusun tabel Input Output (IO) propinsi Jawa Tengah (*update*) yang berasal dari Tabel IO, menggunakan metode Sutomo (1995) dengan kerangka umum seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Bentuk dasar tabel input output

Sektor Produksi	Permintaan antara (konsumsi)				Permintaan Akhir	Total Output
	Sektor 1	Sektor 2	Sektor J	Sektor n		
Sektor 1	X_{11}	X_{12}	X_{1j}	X_{1n}	Y_1	X_1
Sektor 2	X_{21}	X_{22}	X_{2j}	X_{2n}	Y_2	X_2
Sektor I	X_{i1}	X_{i2}	X_{ij}	X_{in}	Y_i	X_i
Sektor N	X_{N1}	X_{N2}	X_{ni}	X_{nn}	Y_n	X_n
Total Input Antara	$X_{.1}$	$X_{.2}$	$X_{.j}$	$X_{.n}$	$Y_{.}$	$X_{..}$

Keterangan: X_{ij} : nilai yang diproduksi oleh sektor barisi dan digunakan oleh sektor kolom j; Y_i : permintaan akhir sektor I; X_i : total output sektor I

Analisis pengganda (*multiplier analysis*) menyatakan tingkat perubahan suatu sektor ekonomi akibat adanya suatu permintaan akhir. Analisis pengganda dapat dilakukan terhadap output, pendapatan, dan nilai tambah dari sektor wisata. Yang ingin dilihat adalah seberapa jauh dampak atau perubahan permintaan akhir terhadap perubahan dalam output, pendapatan, nilai tambah pada sektor wisata dan sektor-sektor ekonomi lain dalam wilayah Jawa Tengah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Laju pertumbuhan wisatawan yang datang ke Kawasan Wisata Baturaden selama 5 tahun terakhir tercatat rata-rata sebesar 8.17% per tahun. Kenaikan jumlah wisatawan tersebut telah menimbulkan dampak positif dari sisi ekonomi. Adanya peningkatan permintaan terhadap wisata alam, telah menimbulkan rangsangan pada berbagai kegiatan ekonomi masyarakat. Hal ini ditandai antara lain dengan adanya peningkatan pendapatan bagi PEMDA Kabupaten Banyumas, menciptakan

lapangan kerja, serta mendorong kegiatan ekonomi lain yang terkait dengan kegiatan wisata. Hasil analisis Input Output untuk sektor wisata dan pembahasan selengkapnya adalah sebagai berikut.

Kedudukan sektor pariwisata dalam perekonomian wilayah Jawa Tengah

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang cukup penting dalam pembangunan wilayah Jawa Tengah. Dari sektor pariwisata diharapkan diperoleh berbagai keuntungan, baik dalam bentuk pengeluaran uang dari wisatawan, maupun penanaman modal dalam industri pariwisata. Industri pariwisata adalah rangkaian perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk tertentu, baik berupa barang dan jasa untuk mendukung kegiatan wisata. Menurut Spillane (1987), rangkaian berbagai perusahaan yang merupakan unsur pokok dalam industri pariwisata adalah penginapan (hotel) dan restoran. Hal tersebut didukung oleh data (BPS, 1996), proporsi pengeluaran wisatawan terbanyak adalah untuk sarana akomodasi (47.5%) meliputi hotel dan restoran, disusul oleh angkutan (33.9%), atraksi dan hiburan (16.1%), lain-lain (2.5%). Oleh karena itu dalam analisis input output, yang berkaitan dengan sektor pariwisata, adalah sektor ekonomi Restoran dan Hotel.

Kedudukan sektor restoran dan hotel dalam perekonomian wilayah Jawa Tengah akan ditelaah dalam dua aspek. *Pertama*, hubungan langsung input dan output dengan sektor produksi lain. *Kedua*, distribusi sektoral terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Hubungan input output yang berbasis pada sektor Restoran dan Hotel terlihat pada Tabel 2.

Input yang langsung digunakan oleh sektor Restoran dan Hotel berasal dari 15 sektor produksi senilai 5.782 milyar rupiah. Sektor-sektor produksi yang secara signifikan

menyediakan input bagi Restoran dan Hotel antara lain adalah: Industri Pangan (39.06%); Peternakan (23.45%); Perdagangan (8.98%); Makanan (8.55%), Perikanan (4.78%); Keuangan dan Jasa (4.18%); dan Listrik, Gas, Air Minum (3.10%). Input penting bagi sektor Restoran dan Hotel berasal dari hasil produksi sektor Industri Pangan, yang dapat berupa berbagai macam makanan olahan, minuman dan tembakau. Ternyata sektor Restoran dan Hotel membutuhkan input primer berupa barang impor (dari luar negeri maupun luar daerah Jawa Tengah) paling tinggi, yaitu mencapai 2049 milyar rupiah.

Output sektor Restoran dan Hotel digunakan oleh 16 sektor produksi dengan nilai 1996 milyar rupiah. Sektor penting yang menggunakan output dari sektor Restoran dan Hotel adalah: Perdagangan (27.10%); Industri Lain (26.10%); Pengilangan Minyak (13.48%); Industri Pangan (8.02%); Keuangan dan Jasa (7.62%); dan Angkutan & Kominikasi (6.56%). Sektor yang paling banyak menggunakan output Restoran dan Hotel adalah Perdagangan dan Industri lain. Dari angka tersebut diduga bahwa pengguna jasa sektor Restoran dan Hotel adalah kalangan bisnis. Mereka banyak melakukan perjalanan sehingga perlu sarana untuk bersantai dan istirahat. Output total sektor Restoran dan Hotel adalah 10119 milyar rupiah.

Sektor restoran dan hotel menyumbang 2.2% terhadap PDRB Propinsi Jawa Tengah (Tabel 2). Angka tersebut menunjukkan bahwa sektor Restoran dan Hotel masih perlu dikelola secara lebih efektif untuk mendukung program pengembangan pariwisata. Prioritas pengembangan dilakukan untuk meningkatkan keadaan setiap obyek wisata, yang selanjutnya dapat dipakai untuk menentukan kerangka investasi. Untuk itu perlu ditingkatkan langkah-langkah terarah dan terpadu, serta kegiatan promosi dan pemasaran ke luar daerah maupun ke luar negeri.

Tabel 2. Penggunaan input oleh dan output langsung dari sektor hotel dan restoran serta distribusi PDRB seluruh sektor produksi di Jawa Tengah Tahun 2000

Sektor ekonomi	Input		Output		Distribusi PDRB	
	Nilai milyar Rp	Proporsi %	Nilai milyar Rp	Proporsi %	Nilai milyar Rp	Proporsi %
Padi	0	0	0	0	10887.0	7.4
Makanan	419	8.55	13	0.65	11351.9	7.8
Pertanian Lain	27	0.55	8	0.40	3136.9	2.2
Peternakan	1149	23.45	2	0.10	4264.0	2.9
Kehutanan	3	0.06	18	0.90	2666.4	1.8
Perikanan	234	4.78	7	0.35	1850.3	1.3
Pertambangan	0	0	37	1.85	1788.5	1.2
Industri Pangan	1914	39.06	160	8.02	13649.2	9.3
Industri Lain	90	1.84	521	26.10	20969.7	14.3
Pengilangan Minyak	72	1.47	269	13.48	9124.7	6.2
Listrik,Gas,Air Minum	152	3.10	3	0.15	933.9	0.6
Bangunan	16	0.33	95	4.76	6840.7	4.7
Perdagangan	440	8.98	541	27.10	25615.8	17.5
Restoran dan Hotel	20	0.41	20	1.00	3169.5	2.2
Angkutan&Komunikasi	117	2.39	131	6.56	5253.0	3.6
Keuangan&Jasa	205	4.18	152	7.62	7316.4	5.0
Pemerintahan Umum	0	0.00	0	0.00	13925.2	9.5
Jasa-Jasa	42	0.86	20	1.00	3577.8	2.4
Lainnya	0	0.00	0	0.00	0.0	0.0
Total	4900	100	1996	100	146348.0	0.0

Sumber: Diolah dari data Input Output dan PDRB Jawa Tengah

Nilai Pengganda (Multiplier)

Analisis nilai pengganda (*multiplier*) adalah salah satu ukuran ekonomi yang dapat dipakai untuk melihat peran sektor produksi Restoran dan Hotel dalam sistem ekonomi wilayah. Analisis nilai pengganda dari sektor Restoran dan Hotel akan dilihat dalam ukuran: (a) pengganda permintaan akhir (*output multiplier*), (b) pengganda pendapatan (*income multiplier*), (c) pengganda nilai tambah (*value added multiplier*), dan (d) pengganda tenaga kerja.

Masing-masing ukuran pengganda dibedakan dalam 2 tipe. Tipe I beroperasi di bawah sistem ekonomi wilayah yang terbuka. Artinya, permintaan akhir dari sektor rumah

tangga bersifat eksogen (*exogenous*), yaitu mampu mempengaruhi perubahan sistem ekonomi. Peran rumah tangga adalah sebagai faktor pertama yang menentukan besarnya output dan struktur output seluruh sektor ekonomi, dan melalui hubungan keterkaitan ekonomi diperoleh besaran output masing-masing sektor (BPS, 1995). Dalam analisis model ini, konsumsi rumah tangga sebagai konsumen akhir seperti komponen permintaan akhir lainnya.

Nilai pengganda tipe I mengukur perubahan langsung dan tidak langsung. Oleh karena itu, nilai pengganda tipe I dapat didefinisikan sebagai rasio antara dampak perubahan langsung dan tidak langsung terhadap perubahan langsung, rumusnya adalah:

$$M-I_j = \frac{\text{Dampak perubahan langsung + tidak langsung}}{\text{Dampak perubahan langsung}}$$

Perhitungan pengganda tersebut menggunakan kerangka matriks kebalikan Leontif, yaitu $A = (A - 1)^{-1}$. Dalam bentuk matriks, konsumsi rumah tangga berada pada kuadran II. Jika dibandingkan dengan teori ekonomi, model ini menjadi kurang realistis, karena kaitan antara konsumsi rumah tangga dengan pendapatan bersifat terpisah. Kenyataannya, hubungan antara konsumsi rumah tangga dengan pendapatan adalah sangat kuat. Rumah tangga membelanjakan uangnya melalui pembelian barang konsumsi yang bersumber dari sebagian upah dan gaji. Upah dan gaji diperoleh sebagai balas jasa tenaga kerja dalam menciptakan barang dan jasa. Tenaga kerja pada dasarnya berasal dari rumah tangga yang juga mengkonsumsi barang dan jasa kahir. Dari sirkulasi pendapatan menjadi bagian konsumsi menunjukkan bahwa konsumsi rumah tangga tidak lagi menjadi faktor eksogen, tetapi menjadi faktor endogen.

Tipe II beroperasi dalam sistem ekonomi tertutup. Artinya, permintaan akhir dari sek-

tor rumah tangga bersifat endogen (*endogenous*) mempengaruhi perubahan sistem ekonomi. Pendapatan yang diterima oleh rumah tangga dibelanjakan untuk membeli barang dan jasa. Pembelian ini menjadi output sektor yang menghasilkan barang dan jasa tersebut, yang kemudian akan mengikuti proses pengganda berikutnya seperti pada tipe I (BPS, 1995). Dalam keadaan ini, perhitungan dilakukan dengan menggunakan matrik A' , yaitu matriks kebalikan Leontif A yang diperbesar dengan tambahan satu kolom untuk sektor rumah tangga dalam kuadran I (input antara) dan satu baris untuk upah dan gaji yang diterima dari setiap sektor ekonomi. Jumlah kolom dari konsumsi rumah tangga harus sama dengan jumlah baris upah dan gaji, agar sesuai dengan konsep input sama dengan output.

Nilai pengganda tipe II mengukur perubahan yang bersifat langsung, tidak langsung dan induksinya. Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut.

$$M-II_j = \frac{\text{Dampak perubahan langsung} + \text{tidak langsung} + \text{induksi}}{\text{Dampak perubahan langsung}}$$

Ukuran dampak pengganda untuk tipe II ini dapat menghitung tambahan pengaruh induksi akibat permintaan sektor produksi rumah tangga, sehingga jumlah pengganda pada tipe II akan menunjukkan angka yang lebih besar dibandingkan dengan tipe I. Selisih tersebut adalah karena adanya induksi, yaitu efek konsumsi, sebagai akibat dari pengeluaran konsumsi yang menjadi faktor endogen.

Pengganda output (output multiplier)

Nilai pengganda output tipe I untuk sektor Restoran dan Hotel menempati peringkat ketiga dengan nilai 1.71 (Tabel 3). Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan permintaan akhir Restoran dan Hotel sebesar 1 unit dapat meningkatkan output total sektor Restoran dan Hotel sebesar 1.71 unit.

Terdapat 5 sektor produksi dengan nilai pengganda output tertinggi berturut-turut adalah: Bangunan (1.96), Industri Lain (1.82), Restoran dan Hotel (1.71), Industri Pangan (1.66), dan Listrik, Gas, dan Air Minum (1.58).

Untuk tipe II ternyata sektor Restoran dan Hotel menempati peringkat keempat (1.96). Pada tipe II ditemukan bahwa sektor Bangunan yang menempati peringkat pertama (2.67), disusul sektor Pemerintahan Umum pada peringkat kedua (2.66), Industri Lain peringkat ketiga (2.16), peringkat keempat adalah sektor Restoran dan Hotel (1.96), dan peringkat kelimanya adalah sektor Industri pangan (1.92). Adanya perbedaan nilai pengganda output sektor Restoran dan Hotel, antara tipe I dan tipe II (lebih besar). Hal tersebut disebabkan oleh pengaruh induksi, yaitu dimasukkannya sektor

rumah tangga ke dalam sektor-sektor produksi, sehingga memperbesar volume struktur input antara. Semakin besar proporsi upah dan gaji yang diterima sektor rumah tangga, berarti mencerminkan besarnya pengaruh induksi (efek konsumsi rumah tangga).

Tabel 3. Pengganda output dalam sistem ekonomi wilayah Jawa Tengah Tahun 2000

Sektor	Tipe I		Tipe II	
	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat
Padi	1.10	16	1.45	15
Makanan	1.09	17	1.27	17
Pertanian	1.18	12	1.66	11
Ternak	1.44	6	1.70	10
Hutan	1.18	13	1.46	14
Ikan	1.18	14	1.41	16
Tambang	1.23	10	1.80	8
Industri pangan	1.66	4	1.92	5
Industri lain	1.82	2	2.16	3
Minyak	1.12	15	1.24	18
Listrik	1.58	5	1.81	7
Bangunan	1.96	1	2.67	1
Dagang	1.25	9	1.55	12
Restoran dan Hotel	1.71	3	1.96	4
AngKom	1.43	7	1.76	9
Keuangan	1.22	11	1.54	13
Pemerataan umum	1.00	18	2.66	2
Jasa-jasa	1.30	8	1.82	6
Lain-lain	1.00	19	1.00	19

Terlepas dari asumsi statik dalam kerangka model input output, nilai-nilai pengganda tersebut dan hasil lain yang dibahas dalam studi ini mungkin tidak menyatakan kondisi yang sebenarnya. Sungguhpun demikian, untuk keperluan perbandingan relatif, nilai dan angka tersebut dapat disajikan. Merujuk pada posisi sektor Restoran dan Hotel pada peringkat ke 3 (tipe I) dan ke 4 (tipe II), berarti sektor ini dapat dianggap mempunyai peran penting untuk mempengaruhi output dalam sistem perekonomian di wilayah Jawa Tengah. Dengan demikian, sektor pariwisata menempati posisi startegis sebagai sektor prioritas yang menjadi alokasi tambahan permintaan akhir. Upaya untuk mengantisipasi adalah mengembangkan berbagai obyek wisata yang potensial pada setiap daerah. Oleh karena itu, perlu ada kebijakan yang kondusif bagi peningkatan pertumbuhan

ekonomi yang konsisten, sehingga perolehan pendapatan rumah tangga dapat menginduksi permintaan pariwisata.

Pengganda pendapatan (income multiplier)

Nilai pengganda pendapatan tipe I dan tipe II sektor Restoran dan Hotel menempati posisi yang sama, yaitu peringkat ke 3. Nilai pengganda pendapatan sektor Restoran dan Hotel pada tipe I adalah 1.99, sedangkan pada tipe II adalah 2.36 (Tabel 4). Artinya, kenaikan permintaan akhir sebesar 1 unit dapat meningkatkan pendapatan sektor Restoran dan Hotel 1.99 dan 2.36 unit, untuk pengganda tipe I dan tipe II. Terdapat 5 sektor yang sama untuk tipe I dan tipe II, dengan nilai pengganda pendapatan tertinggi berturut-turut adalah: Industri Pangan (2.60) dan (3.08); Restoran dan Hotel (1.99) dan (2.36);

Industri Lain (1.94) dan (2.31); Listrik, Gas dan Air Minum (1.82) dan (2.16); serta sektor Angkutan dan Komunikasi (1.50) dan (1.78).

Nilai pengganda pendapatan ditentukan oleh ukuran dampak langsung, sebagai akibat kenaikan permintaan akhir, yakni koefisien input dari upah dan gaji yang relatif kecil pada ke 5 sektor di atas yaitu Industri Pangan (0.0596), Restoran dan Hotel (0.0752), Industri Lain (0.1023), Listrik dan lain-lain (0.0719), Angkutan dan Komunikasi (0.1292). Sebagai konsekuensinya, nilai pengganda pendapatan atau rasio dari dampak langsung, tidak langsung, atau dengan induk-

sinya terhadap dampak langsung, menjadi relatif besar.

Berdasarkan nilai pengganda pendapatan tersebut, dapat dikatakan bahwa sektor Restoran dan Hotel memiliki pengaruh yang cukup besar untuk menghasilkan perbaikan pendapatan, akibat permintaan akhir. Dengan demikian, pengembangan sektor pariwisata untuk wilayah Jawa Tengah layak dijadikan sebagai alternatif prioritas, karena terbukti mampu memberikan nilai pengganda pendapatan yang cukup besar. Hal ini sejalan dengan temuan dari Lundberg *et al.*, (1997), bahwa pengeluaran wisatawan di berbagai kota mempunyai pengaruh langsung atas bisnis hotel dan restoran yang cukup besar.

Tabel 4. Pengganda pendapatan dalam sistem ekonomi wilayah Jawa Tengah tahun 2000

Sektor	Tipe I		Tipe II	
	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat
Padi	1.08	17	1.28	17
Makanan	1.10	15	1.31	15
Pertanian	1.12	14	1.33	14
Ternak	1.42	7	1.68	7
Hutan	1.23	10	1.45	10
Ikan	1.17	12	1.38	12
Tambang	1.10	16	1.31	16
Industri pangan	2.60	1	3.08	1
Industri lain	1.94	3	2.31	3
Minyak	1.33	8	1.57	8
Listrik	1.82	4	2.16	4
Bangunan	1.45	6	1.72	6
Dagang	1.24	9	1.47	9
Restoran dan Hotel	1.99	2	2.36	2
AngKom	1.50	5	1.78	5
Keuangan	1.22	11	1.45	11
Pemerataan umum	1.00	18	1.19	18
Jasa-jasa	1.14	13	1.35	13
Lain-lain	0.00	19	0.00	19

Pengganda nilai tambah (value added multiplier)

Pengganda nilai tambah sektor Restoran dan Hotel masing-masing pada peringkat ke 2 untuk tipe I dengan nilai 2.17, dan peringkat ke 4 untuk tipe II dengan nilai 2.57 (Tabel 5). Artinya, kenaikan permintaan

kahir sebesar 1 unit akan meningkatkan nilai tambah sektor Restoran dan Hotel sebesar 2.17 dan 2.57 unit, masing-masing untuk pengganda tipe I dan tipe II. Lima sektor dengan pengganda nilai tambah terbesar untuk tipe I berturut-turut adalah: Industri Pangan (2.72), Restoran dan Hotel (2.17), Industri Lain (2.16), Listrik, gas dan Air

minum (2.11), dan Bangunan (2.01). Semena-ara itu, untuk tipe II kelima sektor tersebut berturut-turut adalah: Industri Pangan (3.20), Bangunan (2.69), Industri Lain (2.68), Listrik, Gas dan Air Minum (2.58), Restoran dan Hotel (2.57).

Besarnya pengganda nilai tambah untuk tipe I dan II sektor Restoran dan Hotel, ternyata masih lebih tinggi dibandingkan dengan sektor-sektor primer seperti Padi, Makanan,

Pertanian, Peternakan, Kehutanan, Perikanan dan Pertambangan (Tabel 5). Untuk itu maka pemerintah daerah perlu menciptakan iklim investasi yang kondusif di sektor Restoran dan Hotel diimbangi dengan peningkatan kualitas tenaga kerjanya, karena proses penciptaan pengganda nilai tambah antara lain dipengaruhi oleh investasi dan konsumsi rumah tangga.

Tabel 5. Pengganda nilai tambah dalam sistem ekonomi wilayah Jawa Tengah tahun 2000

Sektor	Tipe I		Tipe II	
	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat
Padi	1.06	17	1.22	17
Makanan	1.07	16	1.19	18
Pertanian	1.14	12	1.46	10
Ternak	1.42	7	1.65	9
Hutan	1.14	13	1.35	13
Ikan	1.14	14	1.32	15
Tambang	1.14	15	1.45	11
Industri pangan	2.72	1	3.20	1
Industri lain	2.16	3	2.68	3
Minyak	1.16	10	1.30	16
Listrik	2.11	4	2.58	4
Bangunan	2.01	5	2.69	2
Dagang	1.16	11	1.35	14
Restoran dan Hotel	2.17	2	2.57	5
AngKom	1.46	6	1.80	6
Keuangan	1.20	9	1.45	12
Pemerataan umum	1.00	18	1.80	7
Jasa-jasa	1.28	8	1.75	8
Lain-lain	1.00	19	1.00	19

Pengganda tenaga kerja (employment multiplier)

Dalam suatu proses produksi, tenaga kerja merupakan faktor produksi yang berperan cukup penting. Pengeluaran untuk tenaga kerja oleh produsen merupakan salah satu komponen input primer, antara lain berupa upah dan gaji, tunjangan dan bonus, serta termasuk hasil usaha seperti sewa, bunga, keuntungan, baik berupa uang maupun barang. Tabel 6 memperlihatkan bahwa bahwa pengganda tenaga kerja (*employment*

multiplier) untuk sektor Restoran dan Hotel masing-masing berada pada peringkat ke 19 untuk tipe I dengan nilai 1.09, dan peringkat ke 18 tipe II dengan nilai 1.14.

Dari angka tersebut berarti bahwa kenaikan permintaan akhir sebesar 1 unit akan meningkatkan jumlah tenaga kerja di sektor Restoran dan Hotel 1.09 dan 1.14 orang, untuk pengganda tipe I dan tipe II. Lima sektor dengan pengganda tenaga kerja terbesar untuk tipe I adalah: Keuangan (33.31), Peternakan (19.44), Perdagangan (7.07), Perminyakan (3.25), dan Industri

Pangan (2.27). Sementara itu, untuk tipe II ke 5 sektor tersebut adalah: Keuangan (86.14), Peternakan (35.26), Perdagangan (14.20), Pemerintahan Umum (12.20), dan Perminyakan (5.26).

Dalam tabel I-O, tenaga kerja disajikan dalam bentuk jumlah tenaga kerja sektoral dengan satuan orang. Koefisien tenaga kerja (*labor coefficient*) adalah suatu bilangan

$$l_i = \frac{L_i}{X_i}$$

- l_i = koefisien tenaga kerja
- L_i = jumlah tenaga kerja sektor I
- X_i = output sektor i

yang menunjukkan besarnya jumlah tenaga kerja yang diperlukan untuk menghasilkan 1 satuan output. Semakin tinggi angka koefisien tenaga kerja suatu sektor menunjukkan bahwa semakin tinggi pula daya serap tenaga kerja yang dibutuhkan untuk menghasilkan 1 unit output. Cara penghitungan koefisien tenaga kerja menggunakan rumus:

Tabel 6. Pengganda tenaga kerja dalam sistem ekonomi wilayah Jawa Tengah Tahun 2000

Sektor	Tipe I		Tipe II	
	Nilai	Peringkat	Nilai	Peringkat
Padi	1.05	17	1.33	15
Makanan	1.06	16	1.15	17
Pertanian	1.13	13	1.53	12
Ternak	19.44	2	35.26	2
Hutan	2.24	6	4.24	6
Ikan	1.15	12	1.43	14
Tambang	1.26	10	1.84	10
Industri pangan	2.27	5	2.75	8
Industri lain	1.95	8	2.62	9
Minyak	3.25	4	5.25	5
Listrik	2.00	7	3.02	7
Bangunan	1.28	9	1.65	11
Dagang	7.07	3	14.20	3
Restoran dan Hotel	1.09	15	1.14	18
AngKom	1.19	11	1.32	16
Keuangan	33.31	1	86.14	1
Pemerataan umum	1.00	18	12.20	4
Jasa-jasa	1.13	14	1.47	13
Lain-lain	0.00	19	0.00	19

Dari Koefisien Input, tenaga kerja untuk sektor Restoran dan Hotel adalah yang paling tinggi dibanding sector lainnya, yaitu 51.82. Angka ini menunjukkan bahwa untuk menghasilkan 1 unit output Restoran dan Hotel membutuhkan jumlah tenaga kerja yang paling banyak (51.82 orang). Oleh karena itu,

layak dipertimbangkan bahwa pengembangan pariwisata akan memperluas kesempatan kerja. Hal ini karena industri pariwisata bersifat layanan jasa sehingga mampu menyerap tenaga kerja lebih banyak. Pengembangan sektor pariwisata berpengaruh positif pada perluasan kesempatan kerja. Kebutuhan

tenaga kerja sektor pariwisata yang sangat menonjol adalah di bidang perhotelan, dengan ketrampilan teknis dan manajerial paling tinggi (Spillane, 1987). Untuk itu perlu ada pendidikan kejuruan yang efektif. Penelitian IUOTO (*International Union of Official Travel Organization*), kesempatan kerja yang terbuka di seluruh dunia untuk bidang hotel dan restoran diperkirakan lebih dari 750.000 per tahunnya (Prisma Vol. III No. 2, Pebruari 1974). Jika rangkaian tenaga itu dilengkapi pada industri penunjang pariwisata seperti perusahaan kerajinan, dekorasi hotel, toko souvenir dan sebagainya, maka jumlah tenaga kerja yang terserap akan semakin banyak.

KESIMPULAN

Meskipun sektor pariwisata belum menunjukkan pengaruhnya yang besar terhadap PDRB, tetapi diyakini akan menjadi andalan, terbukti dengan nilai tambah yang lebih tinggi dibanding kan sektor primer seperti pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, pertambangan, dan kehutanan.

Selain meningkatkan devisa, sektor pariwisata dapat meningkatkan penanaman modal (investasi) dan merangsang pertumbuhan sektor ekonomi lainnya, karena perlu pasokan dari sektor lainnya.

Meskipun sektor pariwisata bukan prioritas yang dapat mempengaruhi peningkatan nilai tambah atau PDRB, tetapi peningkatan permintaan akhir sektor ini diyakini akan menjadi andalan bagi wilayah Jawa Tengah untuk meningkatkan PDRB.

Industri pariwisata dapat memajukan perekonomian daerah karena merupakan sektor yang padat karya, mempunyai daya serap yang besar terhadap tenaga kerja, serta mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

BPS. 1993. Perkembangan Pariwisata Nasional. Berita Resmi Statistik. Badan Pusat Statistik, Jakarta.

Bappeda dan BPS. 1994. Tabel Input Output Jawa Tengah. Badan Perencana Pembangunan Daerah dan Badan Pusat Statistik Propinsi Jawa Tengah, Semarang.

Bappeda dan BPS. 1999. Kecamatan Baturaden dalam Angka. Badan Perencana Pembangunan Daerah dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, Banyumas.

Bappeda dan BPS. 1999. Pendapatan Regional Kabupaten Banyumas. Badan Perencana Pembangunan Daerah dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyumas, Banyumas.

Faulkner, B. 1997. Perkembangan Pariwisata di Indonesia: Perspektif Gambaran Besar. Di dalam: Myra P Gunawan, editor. Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan. Prosiding Pelatihan dan Lokakarya. Penerbit ITB, Bandung

Lipsey, R.G., Peter O. Steiner, Douglas D. Purvis. 1992. Economics. Ed ke-8. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.

Lindberg, K., Hawkins Donald E. 1995. The Ecotourism Society. Cetakan pertama. Yayasan Alam Mitra Indonesia, Jakarta.

Lundberg, D.E., M.H Stavenga, dan M. Krishnamoorthy. 1997. Ekonomi Pariwisata. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Naisbitt, J. 1994. Global Paradox. Semakin Besar Ekonomi Dunia, Semakin Kuat Perusahaan Kecil. Binarupa Aksara, Jakarta.

Naisbitt, J. 1996. Megatrends Asia. Delapan Megatrend Asia yang Mengubah Dunia. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Nuryanti, W. 1995. Perencanaan Pembangunan Regional dan Kawasan untuk Kepariwisata Alam. Di dalam: Chafid Fandeli, editor. Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam. Liberty, Yogyakarta.

Promote Tourism Towards Sustainable Development. 2004. http://www.Johannesburgsummit.org/sustainable_dev/p2_partners_other_areas/1908_promote_tourism.pdf.

- RIPP. 1999. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Jawa Tengah. Dinas Pariwisata Daerah dan Badan Pusat Statistik Propinsi Jawa Tengah, Semarang.
- Spillane, J.J. 1993. Ekonomi Pariwisata. Sejarah dan Prospeknya. Kanisius. Jakarta.
- Sustainable Development of Ecotourism Web Conference. 2002. Preparatory Conference for the International Year of Ecotourism. Final Report. <http://cifad.cornell.edu/annualreports/1998-1999/documents/endcanad/pdf>