
KERANGKA KERJA PENGEMBANGAN ASET PARIWISATA DARI MODEL TRIPLE HELIX Hubungan Akademia-Industri-Pemerintah

A Gima Sugjama

Program Studi Manajemen Aset Politeknik Negeri Bandung
gimasugjama@yahoo.com

Abstract

The overall purpose of this study was to develop an understanding of the Triple Helix model on tourism services. There are three institutions on Triple Helix: university-industry-government, which each others relate and work together to contribute for tourism development. The study was conducted on the rules of tourism in Indonesia. It was found that the Triple Helix III model is the synergic model for Indonesia tourism development. Each party: Academia-Industry-Government could be contribute to develop tourism assets according to the each capacities and capabilities. The universities, industry and together with government could be elaborate the synergic discussions, solve the problems, formulate and implement of tourism policies.

Key words: Tourism Assets, Triple Helix, Academia-Industry-Government.

Pendahuluan

Jumlah kunjungan wisatawan di berbagai belahan dunia terus meningkat. Menurut WTO (World Tourism Organization), pada Agustus 2012, jumlah kunjungan wisatawan dunia meningkat 4% dibanding bulan yang sama tahun 2011. WTO yakin pertumbuhan ini dapat dijadikan barometer peningkatan jumlah kunjungan wisatawan dunia, sehingga target jumlah kunjungan selama tahun 2012 akan mencapai lebih dari 1 milyar orang. Pertumbuhan jumlah kunjungan ini terutama disumbang oleh peningkatan kuat di Asia, Asia Pacific dan Afrika, kemudian disusul Amerika dan Eropa, sedangkan Asia Tengah baru menunjukkan perbaikan kondisi setelah mengalami krisis sebagaimana di Mesir (WTO, 2012). Berbagai pihak yakin, pembangunan industri pariwisata menjadi sumber peningkatan perekonomian. Selain itu, telah terbukti pula industri pariwisata berdampak positif bagi sektor lain. Agar pembangunan industri pariwisata mencapai keberhasilan prima, para pelaku industri pariwisata perlu mensinergikan semua unsur potensi alam, tenaga kerja, kapital, dan potensi budaya masyarakat setempat (Dieke, 2003:294., Basu, 200:907). Kemajuan pariwisata dalam meningkatkan perekonomian dari mendorong kemajuan sosial masyarakat, sehingga pariwisata dapat menjadi kunci penggerak kemajuan bagi ekonomi-sosial masyarakat atau “*a key driver for socio-economic progress.*” Pertumbuhan permintaan layanan kepariwisataan menjadi penyumbang pertumbuhan ekonomi dunia. Kondisi demikian diperkirakan akan terus melaju di berbagai negara termasuk di negara-negara sedang berkembang (WTO, 2012).

Berdasarkan perhitungan WTO, di berbagai negara maju, volume bisnis kepariwisataan itu sama bahkan telah melampaui volume ekspor migas, ekspor produk makanan, dan otomotif. Pariwisata telah menjadi salah satu bisnis internasional sangat besar bagi negara-negara maju, dan beberapa negara berkembang menjadikan pariwisata sebagai sumber penerimaan utama. Pertumbuhan pariwisata dunia yang terus melaju tidak lepas dari makin meningkatnya diversifikasi dan kompetisi antar destinasi wisata (WTO, 2012). Para akademisi menunjukkan perhatian yang makin meningkat untuk mengkaji secara ilmiah masalah kepariwisataan (Law dkk, 2010:455). Beragam kajian dengan bermacam-macam dimensi analisis diterapkan oleh para peneliti di berbagai perguruan tinggi. Di sisi lain, komunitas dalam perguruan tinggi secara umum memiliki antusias mempelajari kepariwisataan yang menghubungkan dengan berbagai keilmuan. Para mahasiswa yang mempelajari kepariwisataan berharap setelah menyelesaikan studinya mendapat pekerjaan sesuai karir yang didambakannya di bidang kepariwisataan. Mereka berharap agar meraih penghasilan yang memadai, mendapatkan banyak pengalaman

dari perusahaan yang ditempatinya, dan dapat membantu kemajuan perusahaannya (Chuang dan Mary, 2010:512).

Pengembangan setiap kawasan wisata perlu memenuhi penyediaan 4 komponen aset kepariwisataan yakni: 1) *attraction* atau atraksi wisata, 2) *accessibility* atau aksesibilitas, 3) *amenity* atau ameniti, dan 4) *ancillary* atau ansilari (Cooper dkk, 1993:81., Sugiama, 2011). Atraksi wisata mencakup daya tarik alam, budaya dan untuk minat khusus. Wisatawan dapat menjangkau kawasan wisata yang memiliki atraksi yang dicarinya, maka perlu penyediaan prasarana dan sarana transportasi sebagai pemenuhan fasilitas aksesibilitas. Wisatawan tentu memerlukan makanan, minuman dan tempat menginap selama berada di kawasan wisata, oleh karena itu perlu penyediaan pemenuhan kebutuhan akomodasi atau layanan ameniti. Berbagai pihak perlu bersatu padu mengusahakan layanan wisata, untuk menghimpun kerjasama antar pihak dimaksud diwahanai melalui penyediaan komponen ansilari. Namun di sisi lain, upaya memadukan seluruh komponen dimaksud seringkali mendapat hambatan (MacLaurin dan Wolstenholme, 2008:320-331, Wargenau dan Deborah, 2006:45-60, Cooper dkk, 1993:81).

Sebagaimana diungkapkan di atas, perguruan tinggi atau pihak akademia memiliki peran penting dan sangat strategis untuk mendukung dinamika kepariwisataan. Menurut Etzkowitz dkk, daya dukung tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penelitian dan pengabdian akademia bagi industri serta kontribusinya pada pemerintah. Artinya ada keterkaitan antara tiga pihak yakni “Akademia-Industri-Pemerintah” dalam mengembangkan kepariwisataan terutama untuk destinasi di mana ketiga pihak itu berada. Berkenaan dengan keterkaitan 3 pihak tersebut telah ditemukan sebuah model yakni *Triple Helix Model* (Etzkowitz dkk, 2007:14).

Model *Triple Helix* dikenal ada tiga bentuk dan satu di antaranya dapat diaplikasikan sesuai dengan tatanan di mana model ini akan diterapkan. Ketiga bentuk tersebut 1) *An etatistic model of university–industry–government relations.*, 2) *A “laissez-faire” model of university–industry–government relations*, dan 3) *The Triple Helix Model of University–Industry–Government Relations* (Etzkowitz dan Loet, 2000:109., Martin, 2011). Khususnya bagi pengembangan kepariwisataan di Indonesia, masih perlu pembenahan dan merancang hubungan holistik antara tiga pihak sebagaimana dimaksud dalam model *Triple Helix* tersebut. Hal ini penting dikaji baik secara konseptual maupun pengujian empirik, karena terbukti kepariwisataan Indonesia masih jauh tertinggal dibanding dengan negara-negara lain terutama negara tetangga sebagaimana Singapura dan Malaysia yang memiliki jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (Wisman) jauh lebih banyak dibandingkan yang datang ke Indonesia.

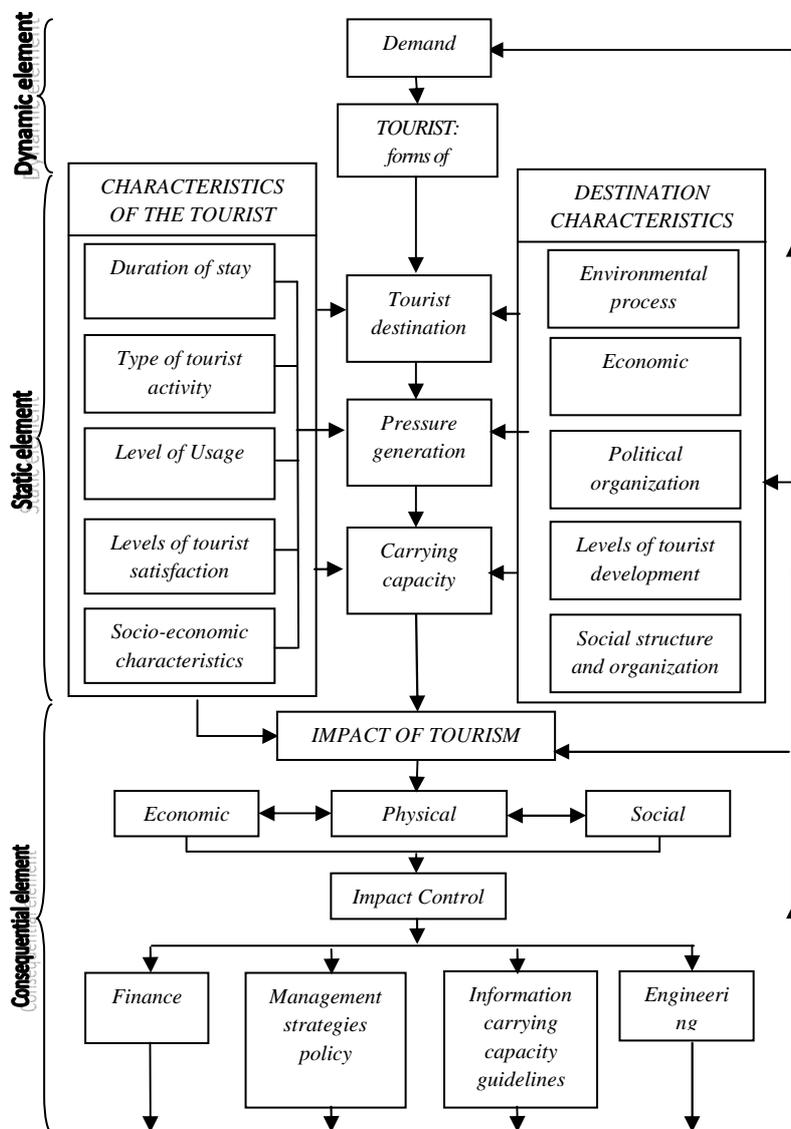
Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan jumlah kunjungan wisman ke Indonesia, dari Januari 2011 hingga September 2011, mencapai 5,61 juta orang. "Jumlah ini naik 8,26 persen dibandingkan jumlah wisman pada periode yang sama tahun 2010, sebesar 5,19 juta orang (Budpar, 2012). Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia pada April 2012 mencapai 626.100 wisman atau naik 2,96% dibandingkan April 2011 sebesar 608.093 wisman. Sementara secara kumulatif, jumlah kunjungan wisman periode Januari-April 2012 sebanyak 2.529.896 wisman atau tumbuh 8,9% dibandingkan periode yang sama 2011 sebesar 2.323.039 wisman (budpar, 2012). Di tengah-tengah ketidakpastian perekonomian dunia, perkembangan wisman yang datang ke Indonesia hingga April 2012 tumbuh 8,9% dibanding tahun lalu masih menggembirakan. Apalagi kenaikan ini masih di atas pertumbuhan turis dunia yang berkisar di angka 5% (budpar, 2012).

Permasalahannya, bagaimana kerangka kerja konseptual pengembangan aset kepariwisataan yang melibatkan tiga pihak akademia-industri-pemerintah secara holistik sebagaimana dimaksudkan dalam Model *Triple Helix*.” Berkenaan dengan hal tersebut, menarik dikaji secara kritis mengenai hubungan Akademia-Industri-Pemerintah melakukan inovasi kepariwisataan, sehingga kepariwisataan Indonesia akan mencapai kemajuan berarti. Untuk itulah, dapat diajukan topik mengenai “pengembangan aset pariwisata” dengan menerapkan “model *Triple Helix*” yang secara substantif ditujukan untuk pengembangan kepariwisataan Indonesia. Adapun judul yang relevan dielaborasi adalah “kerangka kerja pengembangan aset pariwisata dari model *Triple Helix* : Hubungan Akademia-Industri-Pemerintah.”

Mengacu pada sumber masalah sebagaimana dipaparkan dalam latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah yang perlu dielaborasi yakni: Jenis model *Triple Helix* manakah yang tepat diterapkan untuk mengembangkan kepariwisataan di Indonesia. Peran apa sajakah untuk mengembangkan aset kepariwisataan yang perlu dilakukan oleh masing-masing pihak Akademia-Industri-Pemerintah. Berkenaan dengan dua (2) pertanyaan di atas, dapat ditetapkan tujuan yang dapat dicapai yakni: 1) untuk mendapatkan akurasi jenis model *Triple Helix* yang tepat diterapkan dalam mengembangkan aset kepariwisataan di Indonesia. 2) untuk mendapatkan gambaran umum peran masing-masing pihak dalam mengembangkan aset kepariwisataan baik peran bagi akademia, industri maupun untuk pemerintah.

Bahan dan Metode

Sebuah rencana pengembangan pariwisata dapat dirancang untuk sebuah destinasi wisata atau Daerah Tujuan Wisata (DTW), Satuan Kawasan Wisata (SKW), maupun untuk sebuah Kawasan Wisata (KW). Pengembangan pariwisata di setiap daerah atau destinasi wisata memerlukan kerangka kerja (*framework*) yang tepat. Mathieson dan Wall (dalam Sugiyama, 2011) membagi tiga elemen sebagaimana dicerminkan oleh Gambar 1.



Gambar 1.
 A Conceptual Framework of Tourism
 (Sumber: Mathieson dan Wall dalam Sugiyama, 2011)

Ketiga elemen tersebut adalah : *Dynamic Element*. Elemen dinamik ini mencerminkan tingkat permintaan layanan kepariwisataan. Tinggi rendahnya permintaan senantiasa berubah dari waktu ke waktu. Banyak faktor yang berpengaruh terhadap naik turunnya permintaan tersebut di antaranya faktor harga layanan wisata, kualitas layanan, daya beli masyarakat, dan lain-lain. Setiap destinasi wisata tentu perlu mengembangkan bentuk layanan kepariwisataan yang sesuai dengan permintaan pasar. Berkenaan dengan hal ini bentuk kepariwisataan (*form of tourism*) yang dikembangkan didasarkan pada pemuasan kebutuhan dan keinginan wisatawan bersangkutan. Inilah dasar utama pengembangan kepariwisataan yakni harus berbasis pada *customer satisfaction and market driven*. Artinya layanan wisata yang berorientasi pada kepuasan wisatawan dan hanya selalu memperhatikan kebutuhan serta keinginan pasar.

Static element. Elemen ini mencakup dua sisi berbeda yakni sisi karakteristik wisatawan dan karakteristik destinasi wisata. Pasar (wisatawan) memiliki karakteristik yang heterogen dalam permintaannya. Mereka berbeda dalam lama tinggal (*length of stay*) atau *duration of stay* di destinasi wisata yang ditujunya. Wisatawan tertentu mungkin hanya datang pagi dan kembali sore atau malam hari (*one day trip*) misal wisatawan dari Jakarta yang berkunjung ke Kota Bandung yang memungkinkan melakukan *one day trip*. Wisatawan lainnya mungkin menginap di destinasi tersebut (*overnight*), bahkan wisatawan tertentu mungkin menginap hingga beberapa minggu di sebuah destinasi umpamanya wisatawan mancanegara (wisman) yang berlibur di Pulau Bali. *Type of tourist activity* dari beragam mungkin ada yang berekreasi dengan aktivitas rendah (*low activity*) seperti berjalan-jalan di tepi pantai, ada dari yang beraktivitas sedang (*medium*) seperti bersepeda di sekitar pantai, dan beraktivitas tinggi (*high*) misal berselancar di tepi laut atau menyelam di kedalaman laut.

Berdasarkan *level of usage* wisatawan terhadap fasilitas layanan dari beragam. Wisatawan tertentu memanfaatkan sangat rendah fasilitas yang disediakan, dan wisatawan lainnya sangat tinggi. Wisatawan yang berkunjung hanya sehari jauh lebih rendah pemanfaatan fasilitas wisata dibanding dengan wisatawan yang menginap berhari-hari di destinasi bersangkutan. Setiap wisatawan yang telah mendapatkan layanan wisata (*post purchase*) akan mencapai tingkat kepuasan yang berbeda-beda, ada yang sangat puas dan ada pula yang sangat kecewa atas kualitas layanan wisata yang diterimanya. Semakin tinggi tingkat kualitas layanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang diraih wisatawan, dan sebaliknya. Sedangkan dari *socio-economic characteristics* wisatawan dari beragam. Kelompok wisatawan tertentu memiliki kemampuan ekonomi yang tinggi, sedangkan yang lainnya berekonomi rendah. Keseluruhan karakteristik di atas berada di sisi permintaan atau sisi pasar (wisatawan), adapun sisi lainnya adalah di sisi *destination characteristics*.

Karakteristik destinasi mencerminkan ciri-ciri tempat tujuan wisatawan yang di dalamnya terutama mencakup kondisi lingkungan, struktur ekonomi, organisasi politik, tingkat pengembangan kepariwisataan, dan struktur sosial serta keorganisasian di destinasi bersangkutan. Kondisi lingkungan destinasi wisata ada yang terawat dengan baik karena menerapkan konservasi alam secara ketat, sedangkan di destinasi lain lingkungan alamnya telah rusak karena pengembangannya tidak berbasis pada pemeliharaan lingkungan. Perekonomian dari beraneka ragam ada destinasi wisata yang perekonomiannya bertumpu pada industri modern, sedangkan destinasi lain mengandalkan pertanian. Secara politis dari berbeda-beda, ada yang terbuka dan tertutup untuk dikunjungi wisatawan. Adapun untuk keorganisasian artinya sebuah destinasi yang dikelola secara baik dan didukung oleh sejumlah organisasi kepariwisataan baik organisasi pemerintahan, maupun organisasi swasta dan organisasi sosial masyarakat setempat. Baik karakteristik wisatawan maupun ciri-ciri destinasi wisata, keduanya berperan sangat berarti (signifikan) bagi maju-mundurnya kondisi tempat tujuan wisatawan (*tourist destination*), mendorong perkembangan destinasi bersangkutan (*pressure generation*), dan terhadap tingkat keterlibatan (*carrying capacity*) berbagai pihak yang mendapat kemanfaatan di destinasi bersangkutan.

Consequential element. Elemen konsekuensial ini mencerminkan dampak pengembangan kepariwisataan (*impact of tourist*). Dampak positif dan negatif yang ditimbulkannya terutama bagi perekonomian, fisik, dan dampak sosial. Dampak bagi ekonomi antara lain meningkatkan pendapatan masyarakat, mendatangkan devisa, membuka kesempatan kerja, dan memperlancar

arus penjualan barang serta jasa. Dampak bagi lingkungan fisik antara lain berperan dalam mengkonservasi alam, dan sebaliknya dapat berdampak bagi kerusakan alam. Kehidupan sosial masyarakat setempat dapat terkena dampak pariwisata baik berdampak positif maupun negatif. Tingkat kehidupan sosial masyarakat dapat meningkat lebih baik misal adanya perbaikan hubungan masyarakat setempat dengan pihak luar, atau malah kondisi sosial menurun karena adanya kontaminasi sosial bagi masyarakat setempat misal kekerasan, kecemburuan sosial dan lain-lain. Untuk mengatasi dampak tersebut dapat terkendali dengan baik, maka perlu kebijakan *impact control* yang mencakup kebutuhan finansial, kebijakan manajemen strategi, panduan informasi keterlibatan kapasitas berbagai pihak, dan pengendalian dari segi kerekayasaan di destinasi bersangkutan.

Sebagai konsep, kualitas layanan telah diterima berbagai pihak, karena itu topik ini sangat populer sejak pertengahan tahun 1980-an hingga awal tahun 2000-an ini. Hal ini didasari keyakinan para ilmuwan dan praktisi bahwa, kualitas layanan dapat dijadikan andalan untuk berkompetisi (Prayag, 2007:494). Demikian pula untuk pengembangan kualitas layanan destinasi wisata. Setiap destinasi disiapkan untuk melayani kedatangan wisatawan. Untuk itu di dalam sebuah destinasi harus disediakan berbagai fasilitas yang berkualitas untuk melayani wisatawan yang memungkinkan wisatawan dapat tinggal dan menginap lebih lama di destinasi bersangkutan. Ada 4 (empat) komponen aset kepariwisataan atau *tourism components* yang perlu disediakan di sebuah destinasi. Keempat komponen tersebut yakni: atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan ansilari sebagaimana dicerminkan dalam Tabel 1. (Cooper dkk, 1993:81, MacLaurin dan Wolstenholme, 2008:320-331, Wargenau dan Deborah, 2006:45-60., Sugiyama 2012).

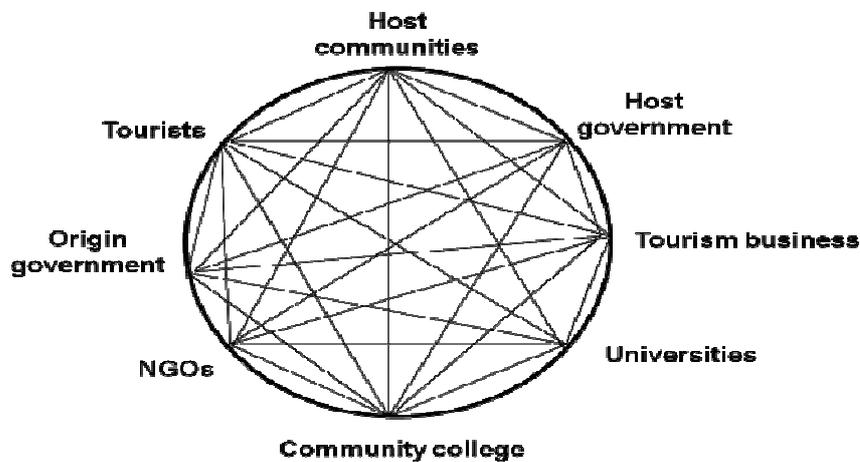
Tabel 1.
 Komponen Aset Kepariwisataan dalam Destinasi Wisata

| Komponen Aset Kepariwisataan | Ragam Layanan |
|------------------------------|--|
| 1. Atraksi wisata | <ul style="list-style-type: none"> • Atraksi alam • Atraksi budaya • Atraksi minat khusus |
| 2. Aksesibilitas | <ul style="list-style-type: none"> • Melalui darat • Melalui laut • Melalui udara |
| 3. Ameniti | <ul style="list-style-type: none"> • Akomodasi • Transfer di destinasi (<i>local transport</i>) |
| 4. Ansilari | <ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah • Perusahaan swasta • Asosiasi kepariwisataan |

Attraction atau atraksi wisata disebut dari daya tarik wisata adalah suatu objek yang memiliki daya tarik bagi seseorang untuk menikmati/ menyaksikan objek tersebut, sehingga ia tertarik untuk datang ke tempat di mana objek bersangkutan dapat dinikmatinya. Secara umum ada tiga jenis atraksi wisata yakni: atraksi alam (*natural attractions*), atraksi budaya (*cultural attractions*) atau *man-made* dan, atraksi minat khusus atau *special attractions* (Sugiyama, 2011). *Amenities* meliputi serangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi atau *accommodation* (tempat penginapan), penyediaan makanan dan minuman atau *food and beverage outlets*, tempat hiburan (*entertainment*), tempat-tempat perbelanjaan (*retailing*) dan layanan lainnya seperti kebutuhan penunjang untuk kesehatan, perbankan, dan keamanan (Sugiyama, 2011).

Ancillary services mencakup keberadaan berbagai organisasi untuk memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran kepariwisataan destinasi bersangkutan. Beberapa organisasi dalam ansilari antara lain pihak pemerintah (misal departemen kepariwisataan, dinas pariwisata), asosiasi kepariwisataan (antara lain asosiasi pengusaha perhotelan, bisnis perjalanan wisata, pemandu wisata). Setiap kawasan wisata termasuk kawasan wisata agro perlu dikelola organisasi dan didukung berbagai pihak. Sebuah organisasi pengelola destinasi atau kawasan wisata dapat berupa perusahaan berbadan hukum atau bentuk lainnya (Wargenau dan Deborah, 2006:52, Sugiama, 2011).

Proses pelayanan dalam pariwisata memerlukan serangkaian aktivitas yang itu mencakup banyak pihak. Masing-masing pihak berinteraksi antara wisatawan dengan para penyedia layanan kebutuhan wisatawan (pemasok), pemerintah setempat di mana wisatawan tinggal, pemerintah setempat di mana wisatawan mengadakan perjalanannya, para penduduk di tempat tujuan wisata, bahkan perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lainnya, organisasi non pemerintah seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Mereka semua berupaya saling mengaitkan kegiatannya untuk melakukan layanan bagi wisatawan. Hubungan di antara mereka secara diagramatik dicerminkan oleh Gambar 2.



Gambar 2.

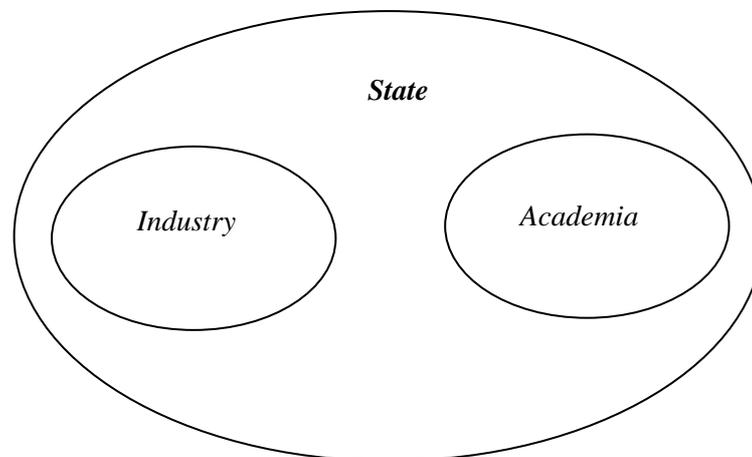
The Tourism Stakeholders System (Weaver dalam Sugiama, 2011:30)

Masing-masing pihak memiliki peranan yang berbeda-beda sesuai dengan kapasitas dan kapabilitasnya. Wisatawan adalah pihak yang menikmati layanan kepariwisataan, adapun masyarakat setempat (*host community*) adalah masyarakat lokal yang dapat menyediakan berbagai layanan yang dibutuhkan wisatawan. Pemerintah setempat memegang peranan penting terutama dalam membuat regulasi dan mengendalikan serta mengawasi kepariwisataan di mana kawasan wisata itu berada. Berbagai bisnis kepariwisataan antara lain *tour operators*, *travel agent*, transportasi dan lain-lainnya dari memiliki kontribusi tinggi dalam mengembangkan kepariwisataan. Universitas sangat penting dalam menciptakan lulusannya sebagai tenaga terampil dan ahli dalam kepariwisataan berbagai ilmu pengetahuan serta penelitian banyak dilahirkan Dari universitas yang mengkaji kepariwisataan. Demikian pula *community college* dapat berperan dalam menghasilkan tenaga terampil melalui pemberian kursus-kursus dan pelatihan kepariwisataan. *Non Government Organization* (NGO) seperti Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) setempat dapat membantu dalam merencanakan dan mengendalikan kepariwisataan yang berkembang. Sedangkan pemerintah tempat asal wisatawan terutama berperan penting dalam mendukung atau memfasilitasi perjalanan wisatawan misal menyediakan perizinan perjalanan dan lainnya.

Sebagaimana dicerminkan Gambar 2, terdapat 8 pihak yang berkontribusi dan turut serta dalam kepariwisataan. Pemerintah (*government*), perguruan tinggi (*university*), dan industri terdapat di dalamnya. Ketiga pihak ini pada dasarnya menjadi pihak yang sangat besar perannya dalam pengembangan setiap destinasi atau tempat wisata sebagaimana dikenal dalam *Triple*

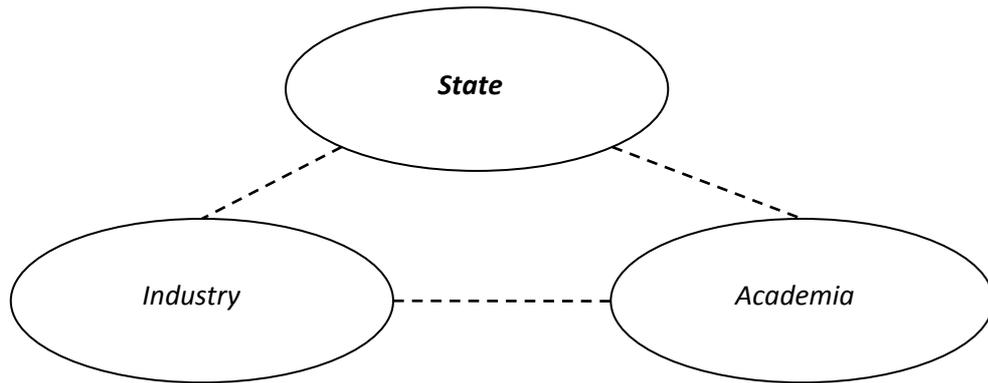
Helix. Interaksi ketiga pihak yakni *Akademia-Industry-Government* masing-masing berkontribusi dalam kapasitas dan kapabilitas untuk memajukan pembangunan. Mowery dan Sampat (dalam Martin, 2011:16) menyatakan bahwa “universitas dan industri menjadi mitra yang sangat kuat untuk dapat mempengaruhi pemerintah dalam merumuskan kebijakan”. Berbagai program dapat dilakukan bersama untuk menciptakan keterpaduan antara tiga pihak tersebut antara lain penempatan siswa/mahasiswa, penempatan pengajar di industri dan pemerintah, penempatan staf dari industri di perguruan tinggi dan pemerintah, pertukaran pengalaman, mengadakan riset bersama, pengembangan produk yang diwadahi dalam program *Research and Development* atau R&D di antara tiga pihak dimaksud (Etzkowitz dan Loet, 2000:109., Martin, 2011). Aplikasi *Triple Helix* dapat dipilih satu di antara konfigurasi yang cocok dalam lingkungan negara atau daerah bersangkutan. Bentuk konfigurasi model kebijakan (*policy model*) yang tersedia yakni 1) *An etatistic model of university–industry–government relations.*, 2) *A “laissez-faire” model of university–industry–government relations*, dan 3) *The Triple Helix Model of University–Industry–Government Relations*.

Model pertama disebut dari Model *Triple Helix I* sebagaimana ditunjukkan Gambar 3.



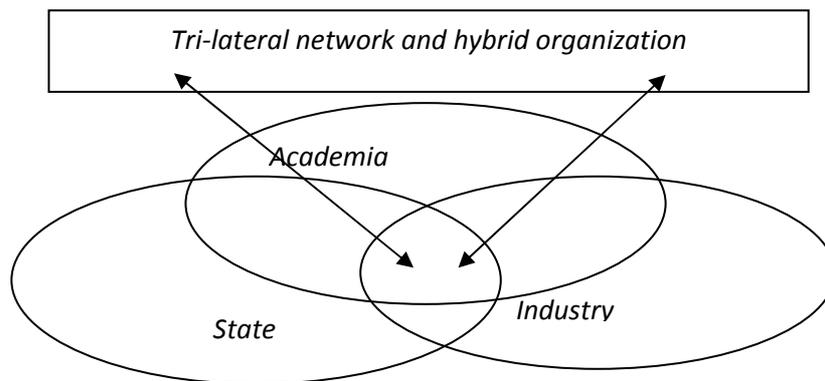
Gambar 3.
An Etatistic Model of University–Industry–Government Relations
(Sumber: Etzkowitz dan Loet Leydesdorff, 2000:111)

Pada model ini pemerintah memiliki fungsi kendali sangat kuat terhadap akademi dan industri, serta pemerintah secara langsung mengendalikan keduanya. Pemerintah dari memiliki kendali kuat untuk mengatur hubungan antara perguruan tinggi dengan industri. Kondisi demikian diterapkan di negara sebagaimana dahulu di Uni Soviet dan negara-negara sosialis lainnya. Selain itu model demikian dari diterapkan di beberapa negara yang peranan pemerintahannya sangat tinggi untuk mengendalikan hubungan perguruan tinggi dengan industri yang masih lemah sebagaimana di negara-negara Amerika Latin, serta di negara-negara lain di Eropa misal Norwegia (Etzkowitz dan Loet Leydesdorff, 2000:111). Pada model kebijakan kedua yang disebut “*laissez-faire*” model atau *Triple Helix II* mencerminkan adanya institusi yang terpisah dengan jelas antara perguruan tinggi, industri dengan pemerintah. Masing-masing institusi dipisahkan oleh kerangka tegas sehingga memiliki pemisah yang sangat kuat dan tegas di antara institusi bersangkutan sebagaimana dicerminkan Gambar 4.



Gambar 4.
A “Laissez-Faire” Model of University–Industry–Government Relations (Sumber: Etzkowitz dan Loet Leydesdorff, 2000:111)

Pada konfigurasi ini hubungan antara akademia dengan industri dan dengan pemerintah memiliki hubungan yang sangat terbatas atau *highly circumscribed relations*. Hal ini dicerminkan oleh garis putus-putus antara ketiga institusi bersangkutan. Beberapa negara yang menerapkan konfigurasi ini antara lain Swedia dan Amerika Serikat (Etzkowitz dan Loet Leydesdorff, 2000:111). Model kebijakan ketiga adalah *The Triple Helix Model of University–Industry–Government Relations* yang dari disebut *Triple Helix III*. Pada model kebijakan ini hubungan antara ketiga institusi melahirkan atau membentuk organisasi yang merupakan hibrida dari 3 unsur kapasitas serta kapabilitas yang disebut *tri-lateral network hybrid organizations* sebagaimana dicerminkan Gambar 5.



Gambar 5.
The Triple Helix Model of University–Industry–Government Relations (Etzkowitz dan Loet Leydesdorff, 2000:111)

Pihak perguruan tinggi dengan industri dan pemerintahan masing-masing berkontribusi untuk secara bersama-sama membangun infrastruktur pengetahuan (*knowledge infrastructure*) yang sama-sama dimiliki sebagaimana digambarkan oleh *overlapping* antar tiga pihak (irisan antar lingkaran) dalam Gambar 5 (Etzkowitz dan Loet Leydesdorff, 2000:111). Jika dibandingkan antara *Triple Helix I* dengan *Triple Helix II* dapat dilihat bahwa pada Model I pemerintah sangat kuat berperan mengendalikan peran perguruan tinggi dan industri, sedangkan dalam Model II akademi, industri dan pemerintah memiliki hubungan terbatas dan jika terjadi hubungan maka ketiga pihak berhubungan secara terbatas. Adapun pada Model III hubungan sangat erat antar ketiga institusi yakni antara akademi, industri dengan pemerintah. Ketiga institusi ini membentuk organisasi hibrida yang muncul dari kekuatan bersama sehingga melahirkan organisasi hibrida yang terhubung dari tiga unsur utama atau disebut “*tri-lateral network hybrid organizations*” (Etzkowitz dan Loet Leydesdorff, 2000:111).

Pengembangan kepariwisataan memerlukan dukungan dari beragam pihak termasuk kontribusi dari academia, industri dan pemerintah (Weaver, 2000:3). Khususnya untuk melayani kebutuhan wisatawan di antaranya diperlukan penyedia layanan pemasaran perjalanan wisata, layanan transportasi, akomodasi, penyediaan atraksi wisata, layanan makanan dan minuman. Seluruh kebutuhan ini disediakan oleh industri. Dengan kata lain pihak-pihak tersebut ditujukan sebagai penyedia fasilitas bagi wisatawan atau *the facilities created to cater for their needs*. Dalam sistem kepariwisataan terlihat dengan jelas peranan industri dan pemerintah serta dengan lingkungannya sebagaimana dicerminkan Gambar 5. Pariwisata mencakup berbagai subsistem yang masing-masing saling berhubungan, bersatu padu membentuk kerjasama yang sinergis khususnya untuk melayani kepentingan wisatawan.

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode yang dipilih adalah *content analysis* terhadap berbagai data sekunder yang dihimpun. Sumber data yang jadi bahan kajiannya adalah Dari data sekunder (Sugiyama, 2008). Data sekunder yang diperlukan adalah berasal dari berbagai dokumen yang diunduh dari organisasi atau institusi terkait dengan pengembangan kepariwisataan. Sebagaimana dinyatakan dalam Model *Triple Helix* ada tiga pihak yang dielaborasi kontribusinya bagi kepariwisataan. Ketiga pihak tersebut masing-masing berperan sebagaimana dinyatakan Leydesdorff yakni pihak Akademia-Industri-Pemerintah (Leydesdorff, 2000, Sugiyama, 2012a).

Sumber data sekunder dari institusi pelaku kepariwisataan di Perguruan Tinggi terutama diambil dari perundang-undangan yang terkait dan menyangkut daya dukung perguruan tinggi terhadap pengembangan kepariwisataan. Adapun data sekunder dari industri terutama bersumber dari aturan yang ditujukan pada para usaha perusahaan dalam industri kepariwisataan. Sedangkan dari Pemerintah data yang penting dikaji adalah perundang-undangan yang terkait dan berkenaan dengan kepariwisataan. Variabel yang dielaborasi dalam studi ini mencakup 3 variabel laten yakni 1) Intensitas Peran serta Perguruan Tinggi, 2) Intensitas Peran serta Industri, dan 3) Intensitas Peran serta Pemerintah. Pengukuran variabel tersebut dilakukan melalui analisis konten atau *content analysis* terhadap sumber normatif utama yakni perundang-undangan yang berlaku saat sekarang (2012) di Indonesia. Sumber data sekunder dari UU tersebut meliputi UUD 45, UU No 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi, dan UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan.

Hasil dan Pembahasan

Mengacu pada rumusan masalah yang diajukan sebelumnya yakni terdapat dua pertanyaan, berikut ini disajikan paparan untuk menjawab kedua pertanyaan dimaksud. Untuk menjawab pertanyaan masing-masing selain didasari oleh hasil kajian teori dari dilandasi oleh data yang diperoleh Dari sumber sekunder.

Jenis Model *Triple Helix* yang Cocok

Berkenaan dengan pertanyaan pertama yakni: “jenis model *Triple Helix* manakah yang tepat diterapkan untuk mengembangkan kepariwisataan di Indonesia,” maka perlu dipaparkan data sekunder mengenai “Intensitas Peran Serta Perguruan Tinggi, Industri maupun Pemerintah”. Pada ayat (1) Pasal 33 BAB XIV UUD 1945 dinyatakan sebagai berikut: “(1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.” Dari pada pernyataan tersebut, tercermin dengan jelas bahwa, segala usaha termasuk usaha kepariwisataan yang diorientasikan untuk meningkatkan kehidupan dan kesejahteraan perekonomian tentu mengacu pada usaha bersama. Kata “usaha bersama” berkonotasi bahwa, semua potensi yang tersedia dan yang dapat disediakan perlu dilakukan dalam kerangka kerja dan upaya bersama-sama yang artinya dalam wahana demokratis. Penegasan “usaha bersama” dari ditekankan secara tersurat dalam UU Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Pada ayat (3) Pasal 1 UU No 10 tersebut dinyatakan dengan tegas bahwa: “(3). Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.”

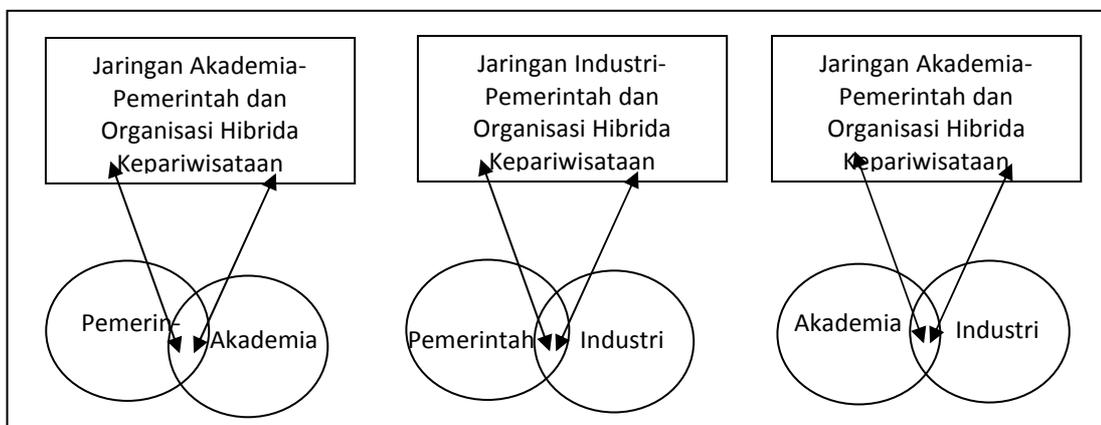
Mengacu pada pernyataan ayat (3) Pasal 1 UU No 10 di atas tercantum dengan sangat tegas dan jelas bahwa pariwisata itu perlu didukung layanan yang disediakan oleh pihak: 1) Masyarakat, 2) Pengusaha, 3) Pemerintah. Jika ditarik dari alur pihak mana saja yang menjadi

pendukung kepariwisataan pihak pertama adalah masyarakat. Pihak masyarakat adalah penduduk setempat, dan masyarakat luas. Pengembangan pariwisata di Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam penjelasan UU No 10 tahun 2009 bahwa: "pembangunan pariwisata itu ... pada dasarnya harus berorientasi dan bertumpu kepada masyarakat, dan bersifat memberdayakan masyarakat yang mencakupi berbagai aspek, seperti sumber daya manusia, pemasaran, destinasi, ilmu pengetahuan dan teknologi, keterkaitan lintas sektor, kerja sama antar negara, pemberdayaan usaha kecil, serta tanggung jawab dalam pemanfaatan sumber kekayaan alam dan budaya."

Selanjutnya pihak kedua yang turut serta mendukung kepariwisataan adalah pengusaha sebagaimana dinyatakan dalam ayat (3) Pasl 1 UU No 10 Tahun 2009. Selanjutnya pada ayat (8) Pasal 1 ditegaskan dengan jelas bahwa: "Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata." Hak pengusaha pariwisata ditegaskan pada Pasal 22 UU No 10 Tahun 2009, adapun kewajiban pengusaha pariwisata dinyatakan secara rinci dan jelas sebagaimana dalam Pasal 26 UU No 10 Tahun 2009. Khususnya untuk pihak pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah secara normatif dalam kepariwisataan dinyatakan dalam Pasal 28 UU Nomor 10 tahun 2009 yang secara umum dapat disimpulkan bahwa pemerintah memiliki kewenangan mengatur kepariwisataan nasional. Hal ini berarti bahwa, penyusun seluruh kebijakan yang mengatur kepariwisataan nasional ialah pemerintah.

Jika ditarik sebuah hubungan holistik antara pengusaha pariwisata dengan pemerintah maka kedua belah pihak memiliki fungsi integratif kebersamaan dalam membangun kepariwisataan sebagaimana dimaksudkan dalam UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan tersebut. Gambar 5 menunjukkan secara ilustratif bahwa antara kedua pihak dimaksud memiliki fungsi kebersamaan. Pihak industri memberikan masukan pada pemerintah dalam merumuskan berbagai kebijakan kepariwisataan, sedangkan di sisi lain industri menjadi subjek atau pelaku dalam usaha kepariwisataan yang sesuai dengan regulasi yang dikeluarkan pemerintah.

Perguruan tinggi (Akademia) memiliki peran penting dalam mendukung kepariwisataan khususnya dengan fungsi perguruan tinggi dalam menjalankan "Tri Darma Perguruan Tinggi" yang meliputi: Pendidikan, Penelitian, Pengabdian pada masyarakat. Ketiga tugas dan fungsi perguruan tinggi di atas ditegaskan secara tegas dan jelas dalam UU Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi. Pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian pada masyarakat dapat diwujudkan antara lain untuk membangun kepariwisataan. Hal ini dari sejalan dengan yang dicerminkan Gambar 2 di atas yang menyajikan tentang "The Tourism Stakeholders System (dalam Sugiama, 2011:30), berbagai pihak bersatu padu dalam mengembangkan kepariwisataan. Dengan demikian selain pemerintah dan industri perguruan tinggi atau (akademia) dari memiliki peranan penting dalam kepariwisataan. Antara perguruan tinggi (akademia) dengan pemerintah memiliki hubungan integratif sebagaimana dicerminkan



Gambar 6.

Hubungan Integratif Akademia-Industri-Pemerintah dalam Kepariwisataan (Adaptasi dari Etzkowitz dan Loet Leydesdorff, 2000:111)

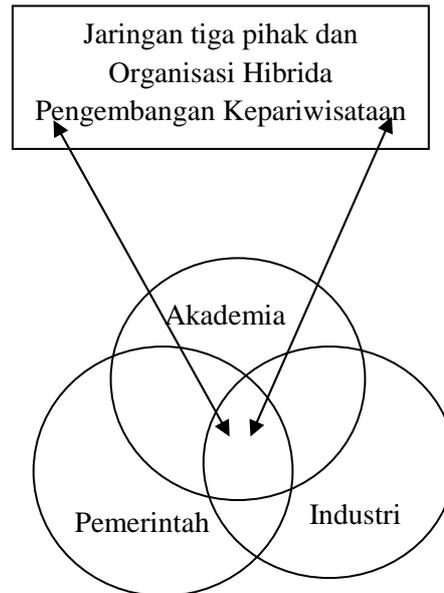
Gambar 6. Selanjutnya antara pengusaha dengan pihak Akademia dari perlu memiliki satu kesatuan dalam mengembangkan kepariwisataan. Para ahli dari perguruan tinggi dapat bersatu padu memberikan masukan kepada pemerintah untuk mengembangkan kepariwisataan sebagaimana dicerminkan dalam Gambar 6. Jika antara tiga pihak Akademia-Industri-Pemerintah membangun jaringan kerja (*networking*) dan membangun organisasi hibrida secara holistik, maka kepariwisataan yang dikembangkan akan dicapai sinergis sesuai harapan. Keterpaduan antara ketiga pihak tersebut dicerminkan sebagaimana dalam Gambar 6. Dengan demikian jenis model *Triple Helix* yang tepat bagi kepariwisataan Indonesia adalah Model *Triple Helix III* atau disebut “*The Triple Helix Model of University–Industry–Government Relations.*”

Peran Akademia-Industri-Pemerintah

Pertanyaan kedua dalam kajian ini adalah “Peran apa sajakah untuk mengembangkan aset kepariwisataan yang perlu dilakukan oleh masing-masing pihak Akademia-Industri-Pemerintah.” Dari data sekunder sebagaimana dinyatakan dalam UU tersebut meliputi UUD 45, UU No 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi, dan UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, baik secara tersurat maupun yang tersirat dapat diungkap bahwa masing-masing pihak Akademia-Industri-Pemerintah memiliki peran yang berbeda namun untuk mencapai tujuan bersama. Adapun tujuan utamanya adalah untuk mengembangkan aset pariwisata. Akademia atau perguruan tinggi sesuai dengan fungsi dan tugas pokoknya menjalankan Tridharma Perguruan Tinggi sebagaimana ditegaskan dalam ayat (8) Pasal 1 UU Nomor 12 tahun 2012 yang secara eksplisit dinyatakan: “Tridharma Perguruan Tinggi yang selanjutnya disebut Tridharma adalah kewajiban Perguruan Tinggi untuk menyelenggarakan Pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.” Pada ayat (1) Pasal 1 UU Nomor 12 Tentang Pendidikan Tinggi dari ditegaskan bahwa yang dimaksud dengan pendidikan adalah: “Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.” Pernyataan pada ayat (1) di atas tentu bermakna universal, artinya pendidikan ditujukan untuk beragam disiplin keilmuan termasuk untuk kepariwisataan. hal sama sejalan dengan pendapat Weaver yang menyatakan bahwa perguruan tinggi memiliki peran penting dalam kepariwisataan (Weaver dalam Sugiama, 2011:30).

Selanjutnya dalam ayat (10) Pasal 1 UU Nomor 12 tahun 2012 dinyatakan secara tegas mengenai penelitian: “Penelitian adalah kegiatan yang dilakukan menurut kaidah dan metode ilmiah secara sistematis untuk memperoleh informasi, data, dan keterangan yang berkaitan dengan pemahaman dan/atau pengujian suatu cabang ilmu pengetahuan dan teknologi.” Perguruan tinggi atau Akademia memiliki fungsi dan tugas pokok melaksanakan penelitian untuk memperoleh informasi, data, dan keterangan yang berkaitan dengan pemahaman dan/atau pengujian suatu cabang ilmu pengetahuan dan teknologi. Berkenaan dengan hal tersebut, tentu saja pihak akademia dapat berkontribusi bagi pengembangan kepariwisataan di Indonesia. Hasil penelitian tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu sumber utama antara lain untuk penyusunan kebijakan atau aturan mengenai kepariwisataan.

Khusus untuk peran perguruan tinggi dalam pengabdian pada masyarakat, pada ayat (11) Pasal 1 UU Nomor 12 Tahun 2012 dinyatakan: “Pengabdian kepada Masyarakat adalah kegiatan civitas akademika yang memanfaatkan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat dan mencerdaskan kehidupan bangsa.” Peran perguruan tinggi dalam memajukan kepariwisataan dapat diwujudkan melalui pengabdian pada masyarakat dengan cara memanfaatkan IPTEK. Pemanfaatan IPTEK tersebut tentu saja dapat menjadi wahana dalam menunjang kehidupan masyarakat dalam kepariwisataan. Kontribusi tersebut dapat secara langsung atau tidak langsung bagi industri dan pemerintah yang tercermin pada gambar dibawah ini.



Gambar 7.

Model *Triple Helix* Akademia-Industri-Pemerintah dalam Pengembangan Kepariwisataaan
(Adaptasi Dari: Etzkowitz dan Loet Leydesdorff, 2000:111)

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan bahasan di atas dapat dinyatakan bahwa, 1) antara Akademia-Industri-Pemerintah dapat menerapkan jenis Model *Triple Helix III* untuk pengembangan aset kepariwisataan, atau disebut Model *Triple Helix* Akademia-Industri-Pemerintah dalam Pengembangan Kepariwisataaan di Indonesia. 2) dari aturan berlaku di Indonesia, masing-masing pihak dapat berperan dan berkontribusi berarti bagi pengembangan aset kepariwisataan sesuai kapasitas dan kapabilitas pihak Akademia-Industri-Pemerintah. Pihak perguruan tinggi dapat bersama-sama dengan industri dan dengan pemerintah mengkaji permasalahan kepariwisataan, merumuskan kebijakan dan menerapkannya.

Masing-masing pihak yakni akademia-industri-pemerintah perlu menyadari sepenuhnya pentingnya bekerja sama sinergis dalam pengembangan aset kepariwisataan. Setiap pihak dapat menempatkan diri sesuai aturan berlaku terutama sebagaimana dimaksudkan UU No 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi, dan UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Pihak Akademia dapat berkontribusi sesuai dengan tugas dan fungsi pokok perguruan tinggi yakni bertumpu pada wahana Tridarma Perguruan Tinggi. Demikian pula industri dapat berkontribusi sebagai pemangku kepentingan pemenuhan layanan yang secara langsung bagi wisatawan. Sedangkan pihak pemerintah yang berperan sebagai fasilitator kepariwisataan terutama berfungsi menjadi regulator kepariwisataan di Indonesia. Fungsi bersama ketiga pihak Akademia-Industri-Pemerintah dapat bersatu padu (*integrated*) terutama dalam merumuskan kebijakan kepariwisataan yang kondusif. Kajian ini sangat terbatas pada data sekunder yang bersumber Dari perundang-undangan yang menyangkut kepariwisataan. Tentu saja akan sangat menarik jika di masa datang dapat dikaji secara empirik menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan/atau kualitatif dengan mengkaji topik serta tema yang sama mengenai aplikasi *Triple Helix Model* untuk pengembangan aset kepariwisataan.

Daftar Pustaka

- Basu, Parikshit K. 2000. Conflict and Paradoxes in Economic Development: Tourism in Papua New Guinea, *International Journals in Social Economics*, Vol 27, No 7, pp. 907-916
- Budpar. 2012. diunduh tanggal 23 Nov 2012, Sumber: <http://www.budpar.go.id/budpar/asp/index.asp>

- Chuang, Ning-Kuang dan Mary Dellmann-Jenkins. 2010. Career Decision Making And Intention: A Study Of Hospitality Undergraduate Students, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 34, No. 4, Nov. 2010, pp. 512-530
- Cooper, Chris. 1993. *Tourism: Principles and Practice*, London, Piman Publishing.
- Dieke, Peter E. 2003. Tourism in Africa's Economic Development: Policy Implications, *Management Decision Journal*, Vol 41, No 3, pp 287-295
- Etzkowotz, Henry., James Dzisah, Marina Ranga and Chunyan Zhou. 2007. The triple helix model of innovation: University-industry-government interaction, *Tech Monitor* Jan-Feb 2007
- Law, Rob., Rosanna Leung dan Dimitrios Buhalis. 2010. An Analysis Of Academic Leadership In Hospitality And Tourism, *Journal Of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 34, No. 4, November, pp. 2010, 455-477
- MacLaurin, Donald J dan Steve Wolstenholmes. 2008. An Analysis of Gaming in Bisnisra Region, *International Journals of Contemporary Hospitality Management*, Vol 20, No 3, pp. 320-331.
- Martin, Michaela. 2011. *A Search of The Triple Helix: Academia-Industry-Government Interaction in China, Poland, and the Republic of Korea*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), International Intitute for Educational Planning
- Prayag, Girish. 2007. Assessing international tourists' perceptions of service quality at Air Mauritius, *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 24 No. 5, pp. 492-514.
- Sugiama, A Gima. 2012a. Integrasi Harapan Wisatawan Dengan Upaya Penyedia Komponen Aset Pariwisata: Aplikasi Quality Function Deployment untuk Layanan Wisata Agro, *Proceeding Seminar Nasional: Competitive Advantage*, FE-Unsoed, Purwokerto
- Sugiama, A Gima. 2012b. *Manajemen Aset Pariwisata: Layanan Berkualitas agar Wisatawan Puas dan Loyal*, Edisi Pertama, Bandung, Guardaya Intimarta.
- Sugiama, A Gima. 2011. *Ecotourism: Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*, Bandung, Guardaya Intimarta.
- Leydesdorff, Loet. 2000. The triple helix: an evolutionary model of innovations, *Elsevier Science B, Research Policy* V. 29, pp. 243-255
- Sugiama, A Gima. 2004. *Dampak Pengembangan Usaha Kepariwisata Terhadap Kepuasan Pengalaman Berwisata: Suatu Masukan Bagi Kebijakan Publik di Bidang Kepariwisata*, Disertasi Program Doktor, Jurusan Teknik Industri, Program Pascasarjana Institut Teknologi Bandung (ITB), Bandung.
- Sugiama, A Gima. 2008. *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*, Bandung, Guardaya Intimarta.
- Sugiama, A, Gima, Iwan Mulyawan, dan Dedy Saefulloh. 2004-a. Desain Pelayanan dan Pengantaran Layanan untuk Menciptakan Layanan Berkualitas Tinggi, *Proceeding of the Research and Studies Research Grant (Pertanian, Sosial)*, Dirjen Dikti, Depdiknas, Jakarta
- Undang-Undang Dasar 1945
- UU Nomor 12 tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
- UU No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

- Wargenau, Astrid dan Deborah Che. 2006. Wine Tourism and Tourism Marketing in Southwest Michigan, *International Journal of Wine Marketing*, Vol 18, No 1, pp. 45-60.
- Weaver, David, dan Martin Oppermann. 2000. *Tourism Management*, John Wiley & Sons, Australia
- WTO. 2012. diunduh 24 Nov 2012, Sumber: <http://www2.unwto.org/en/press-release/2012-11-05/international-tourism-strong-despite-uncertain-economy>