

BAB II

TEORI DASAR AKUNTANSI PARIWISATA

A. Industri Pariwisata

Secara umum, industri pariwisata adalah berbagai kegiatan usaha yang berkaitan dengan perjalanan dan pariwisata. Pengertian industri pariwisata juga tertuang dalam Undang-Undang (UU) Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009. Berdasarkan Undang-undang tersebut, pengertian industri pariwisata adalah kumpulan usaha-usaha yang saling terkait di bidang pariwisata. Kumpulan usaha ini diselenggarakan untuk menghasilkan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan wisatawan, mencari keuntungan, meningkatkan pendapatan daerah, dan meningkatkan devisa negara. Industri pariwisata juga diidentikkan sebagai kegiatan lintas sektor karena melibatkan berbagai industri yang berbeda. Sektor yang terlibat dalam industri pariwisata meliputi perhotelan, kuliner, transportasi, keuangan dan lingkungan.

Ada beberapa definisi mengenai industri pariwisata, antara lain sebagai kumpulan berbagai

perusahaan yang bersama-sama menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan pada khususnya dan wisatawan pada umumnya, selama perjalanannya. (Yoeti, 1985, hal.9).

Definisi lain dari industri pariwisata adalah suatu struktur organisasi, baik pemerintah maupun swasta, yang terlibat dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan orang-orang yang melakukan perjalanan. (Kusudianto, 1996, hal.11)

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata (Yoeti, 1997, hal.194). Pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan atau bagian dari kegiatan ini yang dilakukan secara sukarela dan bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. "Pariwisata merupakan suatu sistem yang terintegrasi dan dapat dilihat dari sisi permintaan dan penawaran. Permintaan tersebut terdiri dari pasar wisatawan domestik dan internasional. Penyediaan tersebut terdiri dari transportasi, atraksi dan aktivitas wisata, fasilitas wisata, pelayanan dan prasarana terkait, serta informasi dan promosi. Pengunjung

didefinisikan sebagai wisatawan dan sisanya sebagai pengunjung pada hari yang sama”.

Secara umum definisi tersebut menunjukkan bahwa pariwisata mempunyai arti integrasi yang di satu sisi dipengaruhi oleh faktor permintaan dan faktor ketersediaan. Faktor permintaan berkaitan dengan permintaan pasar wisatawan dalam dan luar negeri. Sedangkan faktor ketersediaan dipengaruhi oleh transportasi, daya tarik dan aktivitas wisata, sarana, pelayanan dan prasarana terkait serta informasi dan promosi.

Menurut Chairany S. dan Prihatin Darsini dalam Dasar-Dasar Usaha Jasa Pariwisata (2022), ruang lingkup industri pariwisata meliputi penyediaan berbagai jasa, kuliner, dan atraksi. Ruang lingkup industri pariwisata disesuaikan dengan pedoman dasar United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Menurut UNWTO, ruang lingkup industri pariwisata dapat dikelompokkan menjadi tujuh, yaitu:

1. Jasa akomodasi
Jasa akomodasi mencakup semua jenis usaha yang menyediakan jasa akomodasi atau penginapan yang aman dan nyaman bagi wisatawan. Diantaranya adalah hotel, resort, villa, hostel, losmen dan segala

jenis akomodasi yang menyediakan akomodasi sementara.

2. Jasa Transportasi Transportasi merupakan bagian integral dari industri pariwisata. Pelayanan transportasi berperan dalam meningkatkan mobilitas wisatawan untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Penyedia jasa transportasi dalam industri pariwisata antara lain maskapai penerbangan, perusahaan pelayaran, operator kereta api, bus, taksi, angkutan umum dan jasa transportasi lainnya.
3. Pelayanan penyediaan makanan dan minuman. Jasa penyediaan makanan dan minuman juga termasuk dalam lingkup industri pariwisata. Tak hanya sebagai penyedia kebutuhan pokok, bisnis makanan dan minuman bisa menjadi alasan utama suatu daerah banyak dikunjungi wisatawan. Jasa penyediaan makanan dan minuman dalam lingkup pariwisata meliputi restoran, kafe, warung makan, bar, dan jajanan kaki lima.
4. Atraksi Wisata Ruang lingkup lain dari industri pariwisata adalah penyediaan atraksi wisata. Tempat wisata terdiri dari beberapa kategori yaitu tempat wisata alam, sejarah, pertunjukan,

belanja, hiburan, serta keindahan dan kesehatan. Contoh tempat wisata yang termasuk dalam industri pariwisata adalah taman nasional, tempat bersejarah, museum, galeri seni, pantai, pusat perbelanjaan dan festival budaya.

5. Jasa keuangan Jasa keuangan juga merupakan bisnis penting dalam industri pariwisata. Layanan keuangan memungkinkan wisatawan lokal dan asing mengakses dana untuk penukaran uang di kawasan wisata. Contoh jasa keuangan di sektor pariwisata antara lain money changer, jasa kartu kredit, bank, dan jasa pembayaran digital.
6. Jasa pemandu dan biro perjalanan. Ruang lingkup industri pariwisata selanjutnya adalah jasa pemandu dan biro perjalanan. Sektor ini berperan dalam membantu wisatawan merencanakan dan menjalani perjalanannya. Tak hanya itu, jasa biro perjalanan juga membantu wisatawan dalam mengatur akomodasi, transportasi, dan menyediakan paket liburan.
7. Pengembangan kawasan wisata Pengembangan kawasan wisata juga memegang peranan penting dalam industri pariwisata. Termasuk di

dalamnya upaya pengembangan infrastruktur dan pelayanan di kawasan wisata.

B. Klasifikasi Akuntansi Pariwisata

Pariwisata ternyata mempunyai beberapa klasifikasi. Berikut penjelasannya:

1. Pariwisata Kognitif

Wisata kognitif merupakan perjalanan wisata yang dilakukan untuk mempelajari sesuatu, baik itu budaya, adat istiadat, gaya hidup atau kondisi daerah tujuan wisata.

2. Wisata Peziarah

Wisata ziarah berkaitan dengan kegiatan keagamaan. Misalnya saja wisata ziarah kubur ke makam tokoh agama atau mengunjungi pusat keagamaan di luar negeri.

3. Wisata bisnis

Pariwisata bisnis adalah perjalanan wisata yang dilakukan bersamaan dengan kegiatan bisnis. Misalnya seorang pekerja yang melakukan perjalanan suatu daerah dalam jangka waktu yang lama dan menggabungkannya dengan kegiatan pariwisata.

Sedangkan Untuk mengklasifikasikan akuntansi dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu:

1. Pertama yaitu pertimbangan sesuai dengan pengetahuan, intuisi dan pengalaman. Pengklasifikasian ini dilakukan dengan memahami kondisi saat ini dan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi proses akuntansi internasional
2. Kedua, klasifikasi dengan akuntansi internasional secara empiris. Berbeda dengan poin klasifikasi pertama, klasifikasi empiris dilakukan dengan membandingkan data prinsip dan data praktik akuntansi yang ada di seluruh dunia. Dengan adanya database yang lengkap diharapkan dapat membantu proses pengambilan keputusan terkait akuntansi internasional

Klasifikasi akuntansi internasional bertujuan untuk mengelompokkan sistem akuntansi berdasarkan karakteristik khususnya pariwisata.

Klasifikasi ini dapat digunakan untuk kelompok tertentu sesuai dengan karakteristik yang ada sehingga pengambilan keputusan mengenai akuntansi internasional juga lebih mudah dan tepat.

Dengan pengklasifikasian ini diharapkan akuntan dapat melihat lebih jelas solusi-solusi yang perlu diberikan tanpa terjadi konflik atau kesalahan fatal.

C. Karakteristik Transaksi di Industri Pariwisata

Industri pariwisata merupakan kumpulan usaha pariwisata yang saling berkaitan dalam menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dalam berwisata. Usaha pariwisata merupakan suatu kegiatan usaha yang berkaitan langsung dengan kegiatan pariwisata sehingga tanpa keberadaannya pariwisata tidak dapat berjalan dengan baik.

Dalam industri travel, terdapat 6 ciri utama yang perlu diketahui agar kegiatan pemasaran dapat mencapai tujuannya. Ciri-ciri tersebut adalah:

1. Keterbukaan/transparansi dalam memberikan informasi produk pariwisata secara detail kepada wisatawan dan masyarakat pada umumnya.
2. Keunikan dan keanekaragaman produk yang menyangkut aktivitas kehidupan alam, budaya dan daya tarik wisata lainnya.

3. Peka dan antisipatif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan wisatawan.
4. Persaingan yang sehat/kompetitif antar industri pariwisata untuk meningkatkan volume kunjungan wisatawan.
5. Kebersamaan dengan pemangku kepentingan/mitra kerja.
6. Perbedaan diupayakan menjadi keselarasan dengan peran saling melayani dan saling menghormati.

Menurut Spillane 1987, industri pariwisata mempunyai beberapa ciri khusus, yaitu:

1. Produk wisata tidak dapat dialihkan karena masyarakat tidak dapat membawakan produk wisata tersebut kepada wisatawan, namun wisatawan itu sendiri yang harus berkunjung, merasakan dan datang untuk menikmati produk wisata tersebut.
2. Produksi dan konsumsi terjadi secara bersamaan, tanpa wisatawan yang menggunakan jasa pariwisata tidak akan ada kegiatan produksi pariwisata.
3. Pariwisata tidak memiliki standar pengukuran yang obyektif karena pariwisata memiliki berbagai jenis pariwisata.

4. Wisatawan tidak dapat mencicipi, mengetahui atau menguji produk tersebut terlebih dahulu karena wisatawan hanya melihatnya dari brosur atau alat promosi lainnya.
5. Produk pariwisata mengandung risiko yang tinggi karena memerlukan modal yang besar, sedangkan permintaan sangat sensitif dan rentan terhadap situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat, preferensi wisatawan, dan sebagainya.

D. Perkembangan Industri Pariwisata di Indonesia

Indonesia mempunyai kekayaan alam dan budaya yang melimpah, sehingga pariwisata merupakan salah satu sektor yang mempunyai potensi besar dalam meningkatkan perekonomian negara. Pada tahun 2019, sektor pariwisata menyumbang 5,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyerap sekitar 14,4 juta tenaga kerja. Namun pandemi Covid-19 yang melanda dunia pada tahun 2020 dan berlanjut hingga tahun 2021, memberikan dampak yang signifikan terhadap industri pariwisata di Indonesia.

Industri pariwisata di Indonesia dikelola dan diawasi oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi

Kreatif (Kemenparekraf). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bertugas mengembangkan pariwisata di Indonesia dan meningkatkan daya saing industri pariwisata nasional. Kemenparekraf berkolaborasi dengan berbagai pihak, seperti pelaku industri pariwisata, masyarakat lokal, dan berbagai institusi terkait lainnya untuk mencapai tujuan tersebut.

Selain itu, di tingkat daerah, pemerintah provinsi dan kabupaten/kota juga mempunyai tugas mengembangkan pariwisata di daerahnya masing-masing. Pemerintah daerah mempunyai tanggung jawab mengelola dan mempromosikan destinasi wisata di daerahnya, serta memperkuat kerja sama dengan pelaku industri pariwisata dan masyarakat lokal untuk meningkatkan daya saing pariwisata daerah.

“Selain pemerintah, pelaku industri pariwisata juga mempunyai peran yang sangat penting dalam mengembangkan industri pariwisata di Indonesia. Pelaku industri pariwisata seperti hotel, restoran, agen perjalanan dan penyedia jasa pariwisata lainnya harus mematuhi peraturan dan standar yang ditetapkan oleh Pemerintah. pemerintah, dan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas

produk pariwisata dan pengalaman wisata di Indonesia.”

Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai upaya untuk memulihkan industri pariwisata, salah satunya dengan mengeluarkan berbagai kebijakan untuk memperkuat daya saing. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), ada beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing industri pariwisata di Indonesia.

Pertama, peningkatan aksesibilitas transportasi. Aksesibilitas yang baik akan memudahkan wisatawan untuk mengunjungi berbagai destinasi wisata yang tersebar di seluruh Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah harus memperbaiki infrastruktur transportasi, baik itu bandara, pelabuhan, jalan raya, atau moda transportasi lainnya.

Kedua, meningkatkan kualitas produk pariwisata. Indonesia mempunyai berbagai destinasi wisata yang sangat menarik, namun kualitas produk pariwisatanya masih perlu ditingkatkan. Pemerintah dapat memperkuat regulasi terkait kualitas produk pariwisata dan juga memberikan pelatihan kepada pelaku industri pariwisata.

Ketiga, memperkuat branding pariwisata Indonesia. Indonesia mempunyai potensi yang besar dalam industri pariwisata, namun branding pariwisata Indonesia masih perlu ditingkatkan. Pemerintah dapat bekerja sama dengan para pelaku industri pariwisata untuk menciptakan kampanye branding pariwisata Indonesia yang efektif dan juga memperkenalkan berbagai destinasi wisata baru di Indonesia.

Keempat, memperkuat konektivitas digital. Di masa pandemi Covid-19, konektivitas digital menjadi sangat penting dalam menjaga hubungan antara pelaku industri pariwisata dan wisatawan. Oleh karena itu, pemerintah dapat memperkuat konektivitas digital dan memfasilitasi penggunaan teknologi dalam industri pariwisata.

Kelima, meningkatkan pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Pengelolaan pariwisata berkelanjutan sangat penting untuk melestarikan alam dan budaya Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah dapat meningkatkan pengelolaan pariwisata berkelanjutan dengan menggandeng berbagai pihak, termasuk masyarakat lokal dan pelaku industri pariwisata.

Untuk memulihkan industri pariwisata di Indonesia, pemerintah harus terus memperkuat

strategi-strategi tersebut di atas. Selain itu, pemerintah juga harus memperkuat koordinasi antar berbagai sektor terkait seperti pariwisata, transportasi, keamanan, dan kesehatan untuk menghadapi tantangan yang terus berkembang di industri pariwisata.

Selain itu, pemerintah juga dapat mengembangkan berbagai program stimulan untuk mendukung industri pariwisata, seperti program insentif perpajakan, bantuan modal kerja, dan dukungan pengembangan produk pariwisata yang inovatif. Hal ini akan membantu para pelaku industri pariwisata untuk mengatasi tantangan finansial yang dihadapi akibat pandemi Covid-19.

Tak hanya itu, pemerintah juga harus memperkuat kerja sama internasional di bidang industri pariwisata. Dengan memperkuat kerja sama internasional, Indonesia dapat memperluas potensi pasar wisata, serta mempromosikan pariwisata Indonesia ke dunia internasional.

Guna memulihkan dan meningkatkan daya saing industri pariwisata di Indonesia, diperlukan kerja sama yang erat antara pemerintah, pelaku industri pariwisata, masyarakat lokal dan berbagai pihak terkait lainnya. Dengan strategi yang tepat dan sinergi yang baik antara berbagai pihak, maka

industri pariwisata di Indonesia dapat pulih dan berkembang kembali.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2019, kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar 5,3%. Namun akibat pandemi Covid-19 yang melanda dunia pada tahun 2020 dan berlanjut hingga tahun 2021, sektor pariwisata mengalami penurunan yang cukup signifikan, sehingga kontribusinya terhadap PDB negara turun menjadi 2,8% pada tahun 2020. Namun, pemerintah Indonesia terus melakukan hal tersebut berupaya memulihkan industri pariwisata dan meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian negara di masa depan.