

### STRUKTUR INDUSTRI PARIWISATA

Frankie Jan Salean, S.E., M.P.  
Universitas Kristen Artha Wacana

#### **PARIWISATA SEBAGAI *PRIME MOVER***

Pariwisata adalah salah satu sector yang paling progresif dalam industri di berbagai Negara. Saat ini pariwisata dapat disimpulkan sebagai sektor utama ekonomi (*Prime Mover*) oleh karena pariwisata merupakan bagian dari struktur ekonomi yang terkait dengan banyak sub sector lainnya sehingga pariwisata memiliki dampak pada hampir semua industri lainnya. Karena merupakan salah satu industri terbesar, maka dengan sendirinya sector ini dapat menyerap banyak tenaga kerja dan sekaligus memberikan kontribusi pada perekonomian suatu Negara dalam porsi yang cukup besar. Bila dikelola secara baik maka semua orang akan mendapatkan keuntungan dari sector pariwisata. Dalam arti luas, industri pariwisata adalah total semua bisnis yang secara langsung berhubungan dengan upaya menyediakan barang atau layanan untuk memfasilitasi semua kaitan kebutuhan sector tersebut, misalnya transportasi, jasa kuliner, perhotelan, jasa keuangan, berbagai bisnis kesenangan dan rekreasi serta masih banyak lagi usaha yang terkait lainnya.

Industri pariwisata adalah kategori bisnis dan layanan yang luas yang berfokus pada penyediaan barang dan jasa bagi para wisatawan. Industri ini mencakup semuanya sub sector yang terkait, mulai dari

hotel, restoran, perusahaan transportasi, operator tur, atraksi, dan jasa serta barang pendukung lainnya. Pariwisata selain dapat memberikan kesempatan unik bagi pengunjung untuk menjelajahi berbagai budaya dan tempat yang belum pernah mereka akses sebelumnya, juga menjadi bagian penting dalam perekonomian suatu negara karena kedatangan pengunjung akan membawa nilai tambah dalam kegiatan ekonomi daerah tersebut, terutama dalam bentuk pembelanjaan mata uang asing pada komunitas lokal. Disisi lain dampak aktivitas pariwisata dengan semua sub sector pendukungnya akan dapat menciptakan lapangan kerja.

Seiring dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan semakin baiknya jaringan infrastruktur transportasi maka Industri pariwisata terus berkembang menjadi salah satu industri terbesar dan merupakan sektor jasa dengan tingkat pertumbuhan paling pesat di dunia saat ini. Organisasi pariwisata dunia, dalam hal ini UN-WTO memperkirakan pada tahun 2024 internasional turis akan mencapai 1,8 milyar *travelers*. Secara total, tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan diperkirakan 5,1 persen per tahun. Untuk wilayah Asia Timur dan Pasifik, bahkan diperkirakan dapat dicapai pertumbuhan yang lebih tinggi yaitu 6,8 persen, angka ini akan bertambah seiring dengan menurunnya kasus Pandemi Covid-19, sejak awal tahun 2023 yang lalu.

## **INDUSTRI PARIWISATA**

Menurut WTO (1993) "Pariwisata meliputi kegiatan orang-orang yang bepergian dan tinggal di tempat-tempat di luar kebiasaan atau diluar lingkungan mereka, selama kurun waktu tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk tujuan rekreasi, bisnis, dan lainnya. Karena itu

dalam prakteknya banyak sekali aktivitas yang terkait yang mendukung kegiatan pariwisata. Aktivitas terkait ini dikelompokkan dalam suatu industry yang selanjutnya kita sebut Industri Pariwisata. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait, dalam rangka menghasilkan barang dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

David Weaver dan Laura Lawton (2014:41) mendefinisikan struktur industry pariwisata sebagai *“the sum of the industrial and commercial activities that produce goods and services wholly or mainly for tourist consumption. Broad categories commonly associated with the tourism industry include accommodation, transportation, food and beverage, tour operations, travel agencies, commercial attractions and merchandising of souvenirs, duty-free products and other goods purchased mainly by tourists”* dengan kata lain Industri pariwisata dapat didefinisikan sebagai jumlah dari kegiatan industri dan komersial yang menghasilkan barang dan jasa seluruhnya terutama untuk konsumsi wisatawan. Secara umum yang terkait dengan industri pariwisata termasuk jasa akomodasi, transportasi, penjualan produk makanan dan minuman, jasa operasi tur, jasa agen perjalanan, penyedia jasa atraksi komersial dan perdagangan souvenir atau produk bebas pajak, dan barang lain yang dibeli terutama oleh wisatawan.

Industri pariwisata, sebagaimana diuraikan lebih lanjut oleh Weaver dan Lawton (2014:140) mencakup usaha-usaha yang menyediakan barang dan jasa seluruhnya atau sebagian untuk konsumsi wisatawan. Walaupun demikian beberapa produk dari aspek industri pariwisata relatif mudah untuk diidentifikasi sebagai bagian dari bisnis pariwisata (misalnya akomodasi dan biro perjalanan), tetapi produk

---

barang atau jasa yang lain (misalnya transportasi dan restoran) lebih sulit dibedakan menjadi komponen atau bagian dari industri pariwisata, karena dimanfaatkan atau dikonsumsi juga oleh sector nonwisata.

Pembahasan mengenai struktur Industri Pariwisata, tidak terlepas dari struktur pasar berbagai produk barang dan jasa yang terkait dengan kebutuhan sector ini. Struktur Industri Pariwisata mengacu pada organisasi dan karakteristik pasar yang saling berhubungan satu dengan lainnya. Industri perjalanan dan pariwisata dianggap oleh banyak orang sebagai industri terbesar di dunia. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika struktur industri pariwisata cukup kompleks yang melibatkan banyak komponen pariwisata. Dengan pemahaman seperti ini dapat dibayangkan betapa banyaknya para pihak, orang bahkan organisasi / institusi yang terlibat dalam pasar sector pariwisata atau dalam struktur industry pariwisata.

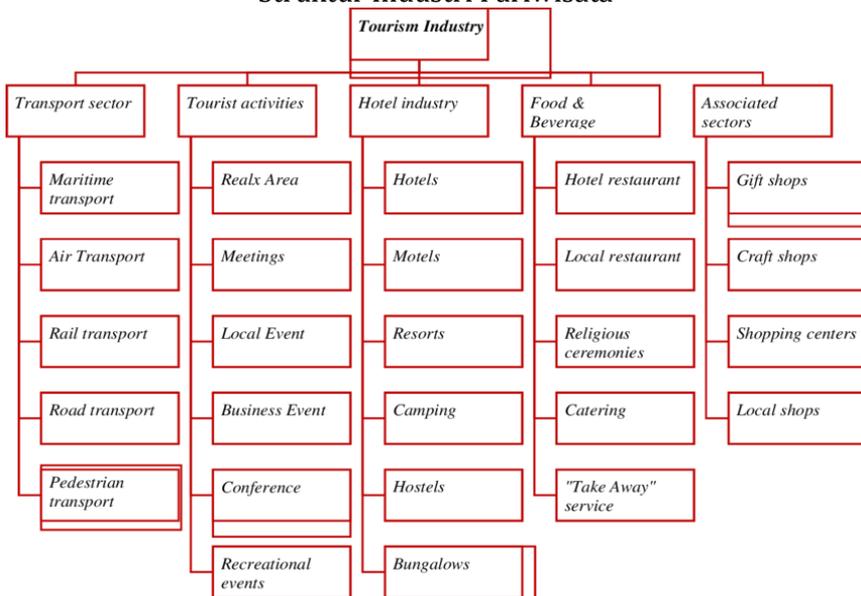
Para pihak, orang atau institusi yang terlibat dalam industry pariwisata meliputi perusahaan swasta yang berorientasi pada profit hingga badan amal dan LSM, pemerintah, system keamanan, bahkan masyarakat sosial. Masing-masing dengan peran yang berbeda-beda. Dengan kata lain struktur industri perjalanan dan pariwisata itu kompleks karena terdiri dari berbagai organisasi komersial dan non-komersial yang saling terkait. Walaupun demikian industri perjalanan dan pariwisata sebagian besar dipimpin oleh sektor swasta yang didominasi oleh perusahaan tersebut berskala kecil dan menengah. Dalam jumlah yang terbatas terdapat pula industry pariwisata berskala internasional yang melibatkan jaringan perusahaan multinasional, seperti jaringan bisnis akomodasi (hotel) berbintang

dan jasa transportasi (udara) dan jasa pelayanan tour travel serta jasa pelaksanaan event kegiatan wisata.

**STRUKTUR INDUSTRI PARIWISATA**

Sebagaimana diketahui bahwa industry pariwisata merupakan perpaduan dari berbagai produk barang dan jasa, yang secara kolektif terintegrasi menawarkan produk akhir kepada konsumen khusus yaitu wisatawan. Berbagai komponen produk wisata tersebut selanjutnya akan dibahas sebagai suatu konsep industri pariwisata. Struktur industry pariwisata ini melibatkan berbagai produk barang dan jasa seperti atraksi, akomodasi aksesibilitas, amenities, kegiatan, penduduk lokal, turis, dan lainnya.

Gambar 4.1.  
Struktur Industri Pariwisata



Lesley Pender dan Richard Sharpley, dalam bukunya *The Management of Tourism (2005:6)* mengatakan Pariwisata adalah suatu fenomena yang kompleks, industry ini merupakan bisnis multisektoral karena

mencakup industri yang berbeda sektor. Sementara *B. Quattrociocchi; F. Mercuri; M. Perano; M. Calabrese* dalam artikel *Tourism Supply Chain & Strategic Partnerships For Managing The Complexity In Tourism Industry* (2017) berpendapat bahwa struktur industri pariwisata paling tidak terdiri dari lima (5) kelompok sector industry yang secara ringkas dapat digambarkan sebagaimana gambar berikut ini. Struktur industri pariwisata terdiri dari; *transport sector, tourist activities, hotel industry, food and baverage dan associated sectors*. Berikut ini deskripsi masing-masing industry yang terlibat atau merupakan bagian dari struktur industri pariwisata secara keseluruhan.

1. *Transportations* (transportasi)

Struktur industri pariwisata yang pertama adalah transportasi. Dalam pariwisata kemajuan dunia transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena sangat menentukan jarak dan waktu dalam suatu perjalanan pariwisata. Transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut merupakan suatu unsur utama langsung yang merupakan tahap dinamis gejala-gejala pariwisata. Terdapat lima (5) komponen penting dalam industry transportasi, yaitu: transportasi laut, transportasi udara, kereta api, transportasi darat dan pedestrian.

2. *Attractions dan Activities* (daya Tarik dan aktivitas)

Salah satu tujuan utama wisatawan berkunjung ke suatu tempat oleh karena adanya daya Tarik dan aktivitas yang mendorong mereka melakukan perjalanan. Daya Tarik (*Attractions*) yang secara umum dapat digolongkan menjadi *site attractions* dan *event attractions*.

*Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap yaitu tempat-tempat wisata yang ada di daerah tujuan wisata seperti kebun binatang, museum dan lainnya. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat diubah atau dipindah dengan mudah seperti festival- festival, pameran, atau pertunjukan- pertunjukan kesenian daerah. Sementara *Activities* dapat berupa pertemuan-pertemuan, rapat-rapat, konferensi, workshop, seminar, symposium atau semua aktivitas yang memiliki konsekuensi berpindahnya orang dari luar kota menuju tempat aktivitas berlangsung. Ini adalah struktur industri pariwisata yang pertama yang menjadi alasan mengapa orang melakukan perjalanan dari tempat asalnya.

3. *Acomodation dan amenities* (akomodasi dan fasilitasnya)

Akomodasi adalah salah satu industri penting dalam model struktur industri pariwisata sebagaimana digambarkan pada gambar 1 yang diadopsi dari *Tourism Supply Chain & Strategic Partnerships For Managing The Complexity In Tourism Industry* (2017:65) dalam konteks ini dilengkapi lagi dengan industri amenities. Industri ini tidak saja dalam bentuk hotel tetapi termasuk akomodasi seperti bungalow, asrama (*dormitories*), vila, hostel pemuda (*youth hostels*), pondok pelancong (*travellers lodge*), rumah sewa (*home stay*) dan bahkan ruang kapsul yang saat ini mulai berkembang sebagai jasa akomodasi murah. Sementara amenities atau fasilitas penginapan dapat berupa *Support Industries* yaitu toko souvenir, toko cuci pakaian, pemandu, daerah festival, dan fasilitas rekreasi (untuk kegiatan),

maupun amenitas lainnya seperti jalan raya, tempat rekreasi, taman bermain, taman, pasokan air dan listrik, penerangan jalan, pekerjaan umum dan utilitas, layanan public lainnya.

#### 4. *Food and culinary* (Makanan dan Kuliner)

Wisatawan yang melakukan perjalanan biasanya tertarik juga untuk menikmati makanan local dan wisata kuliner setempat. Wisata kuliner biasa disebut juga wisata gastronomi, dilakukan oleh individu yang mencari pengalaman kuliner untuk memperluas pemahaman mereka tentang budaya atau gaya hidup saat bepergian. Dalam konteks yang berbeda wisata makanan tidak hanya memperluas selera wisatawan, tetapi juga memberi mereka pengalaman dan pengetahuan tentang hubungan antara makanan dan adat istiadat setempat masyarakat setempat. Mereka mencari pengalaman kuliner autentik yang memaparkan mereka pada rasa, tekstur, dan tradisi baru.

Dampak industry pariwisata kuliner bermanfaat bagi pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, ada juga kerugiannya yang dapat menantang komunitas dan menghancurkan warisan budayanya untuk mencari keuntungan. Menurut WFTA, wisatawan umumnya menghabiskan sekitar 25%-30% dari anggaran perjalanan mereka untuk menikmati makanan dan minuman lokal. Hal ini bisa berarti peningkatan keuntungan bagi masyarakat lokal serta anggaran pemerintah daerah karena pajak yang dikenakan pada makanan yang dibeli oleh wisatawan. Peningkatan pendapatan ini dapat memberikan kemampuan kepada pemerintah daerah untuk berinvestasi dalam pemasaran

kepada wisatawan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keuntungan bagi toko, restoran, hotel, dan layanan transportasi lokal. Peningkatan wisata kuliner juga dapat menanamkan kebanggaan pada budaya lokal dan membantu memastikan tingkat pengangguran tetap rendah oleh karena para pekerja industri kuliner dapat melakukan bisnisnya sepanjang waktu, terutama pada saat liburan dan waktu kunjungan wisatawan.

5. *Asosiasi dan Jasa Lainnya*

Selain asosiasi regulator yang menjadi tanggung-jawab pemerintah, maka industri lain yang terkait dengan bisnis pariwisata adalah perusahaan jasa yang tergabung dalam asosiasi jasa pariwisata, antara lain jasa operator tur, asosiasi badan pengatur seperti Asosiasi Profesional Pariwisata Indonesia (ASPPI), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), ASITA atau Asosiasi Travel Agen, Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) termasuk juga asosiasi jaringan internasional seperti ; *World Tourism Organisation (WTO)*, *World Travel and Tourism Council (WTTC)*, *International Air Transport Association (IATA)*, dan lain-lainnya. Organisasi asosiasi ini adalah lembaga atau badan pengatur yang fungsi utamanya adalah mengatur dan mengawasi kebijakan dan aktivitas yang terkait dalam industri pariwisata.

Pelaku bisnis atau industri utama dari struktur asosiasi pariwisata adalah agen perjalanan dan operator tur yaitu perusahaan yang menawarkan layanan pariwisata kepada pelanggan atau wisatawan. Industri ini adalah perusahaan yang memberikan produk dan layanan perjalanan dan pariwisata kepada masyarakat pengguna jasa

pariwisata dengan menawarkan produk pariwisata kepada klien dengan menyusun berbagai paket akomodasi, transportasi, layanan atraksi, aktivitas lainnya yang menjadi alasan orang melakukan perjalanan wisata. Ruang lingkup layanan asosiasi pariwisata ini meliputi beberapa unsur pokok produk industri pariwisata yang dibutuhkan wisatawan, dari sejak meninggalkan kediamannya hingga kembali ke asalnya, yang merupakan satu paket, yaitu:

1. Jasa-jasa travel agent untuk mengurus dokumen perjalanan, seperti passport, exit permit, visa, ataupun tiket pesawat terbang.
2. Jasa-jasa pelayanan taksi atau *coach-bus* untuk transportasi Selma melakukan perjalanan wisata.
3. Jasa-jasa maskapai penerbangan (*airlines*) yang akan membawa wisatawan ke tempat tujuan yang dikehendaki.
4. Jasa-jasa akomodasi penginapan (*accommodation*) ditempat yang dituju selama berkunjung di daerah tujuan.
5. Jasa-jasa tour operator untuk kegiatan *sightseeing tour* ke obyek-obyek wisata.
6. Jasa-jasa pelayanan yang diberikan oleh obyek wisata dalam bentuk atraksi, dan *entertainment* di tempat yang dikunjungi.
7. Jasa-jasa *souvenir, handycraft centre*, dan sebagainya

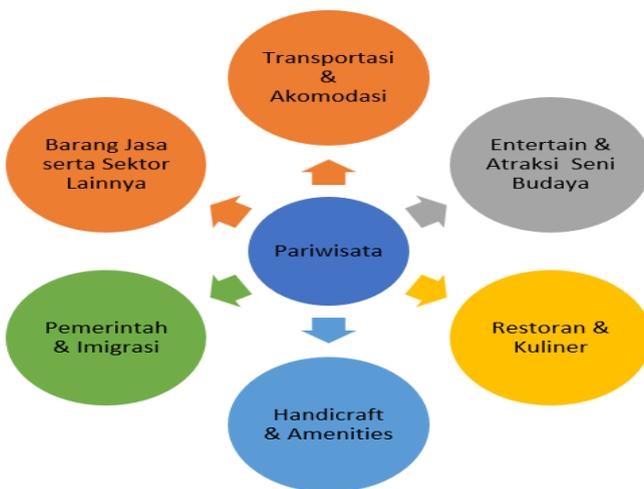
### **LINKAGE DAN MULTIPLIER INDUSTRI PARIWISATA**

Seperti yang telah kita ketahui bahwa dari gambaran tentang struktur industri pariwisata Nampak bahwa industry ini memiliki struktur yang kompleks karena ciri khas produk wisata yang melibatkan banyak pihak, karena itu para ekonomi dapat melakukan kajian atau analisis dengan melihat keterkaitan (*linkage*) antar pelaku bisnis dalam industry pariwisata, dengan cara mengamati rantai pasok

pariwisata secara khusus. Kalau rantai pasok secara umum adalah pergerakan barang atau jasa dari produsen kepada pengguna akhir. Dalam hal pariwisata, beberapa produk bukanlah produk akhir dari suatu rantai pasokan, tetapi dapat saja berupa penggabungan berbagai layanan dari berbagai sector ekonomi, misalnya jasa transportasi, penyedia rumah makan dan lainnya. .

Industri pariwisata memiliki keterkaitan (*linkage*) yang kompleks karena kekhasan produk wisata. Misalnya agar dapat menjalankan fungsinya secara efektif organisasi perjalanan seperti biro perjalanan atau operator tur perlu bekerja sama dengan erat dengan banyak organisasi lainnya. Gambar di bawah menunjukkan berbagai keterkaitan yang ada dalam industri pariwisata. Seperti yang bisa kita lihat, biro perjalanan perlu memiliki hubungan dekat tidak hanya penyedia jasa akomodasi dan transportasi tetapi juga dengan organisasi pemerintah seperti Kementerian Pariwisata, Kementerian Luar Negeri, Perusahaan Perbankan & Asuransi dll

Gambar 4.1.  
 Ilustrasi Model Lingake Industri Pariwisata



ampak bahwa analisis keterkaitan antar sector dalam industry pariwisata penting dilakukan ketika membahas struktur industry pariwisata, agar dapat diketahui seberapa kuat hubungan atau pengaruh antar sector dalam industry pariwisata,. Analisis *linkage* biasanya dimulai dengan mengkaji kekuatan dari hubungan antar sektoral, baik keterkaitan kedepan (*Forward Linkage*) maupun keterkaitan kebelakang (*Backward Linkage*) antara pariwisata dan industri lain dalam perekonomian lainnya. *Forward Linkage* menganalisis keterkaitan antar sector dari pariwisata sebagai pemasok ke industri lain dalam ekonomi sedangkan *Backward Linkage* menganalisis hubungan atau keterkaitan relatif sector pariwisata dengan produk barang atau jasa yang dibutuhkannya. Dengan analisis seperti ini dapat diketahui pengaruh atau dorongan yang timbul dari berkembangnya sector pariwisata bagi perekonomian Negara atau daerah kita.

Tujuan utama dari analisis semacam ini adalah untuk meningkatkan konsumsi barang dan jasa yang dapat diperoleh secara kompetitif dari sumber lokal, serta juga bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja sambil menghasilkan dan mempertahankan potensi perolehan devisa negara yang timbul dari berkembangnya sector pariwisata. Namun analisis seperti ini membutuhkan metode khusus atau alat (*tools*) ekonometrik yang dapat dipelajari secara khusus dalam kesempatan yang lain. Ketika membahas mengenai struktur industry pariwisata, maka para ekonom dapat memperluas analisis dengan menggunakan alat atau metode seperti ini.

Analisis *multiplier* dalam industry pariwisata juga merupakan satu hal penting yang dalam kaitan dengan pembahasan

mengenai struktur industry pariwisata. Hal ini dilakukan mengingat setiap ada tambahan pengeluaran yang dilakukan oleh wisatawan tentu saja merupakan pendapatan bagi daerah yang dikunjungi. Tambahan pengeluaran dan pendapatan ini akan semakin berlipat (*multiplier*) oleh karena aktivitas dalam sector pariwisata sangat kompleks dan melibatkan banyak sub sector lainnya, sebagaimana telah dijelaskan dalam penjelasan mengenai *linkage* sebelumnya. Setiap pembelanjaan yang dilakukan oleh wisatawan otomatis akan menjadi pendapatan bagi masyarakat local. Tambahan pendapatan bagi masyarakat local pada gilirannya akan meningkatkan pengeluaran mereka baik untuk konsumsi maupun untuk investasi, demikian seterusnya. Dengan melakukan analisis multiplier, para ekonomi dapat mengetahui bidang usaha atau sub sector mana saja yang dorongan multiplier nya besar, dan sub sector mana saja yang secara cepat akan mendorong tumbuhnya perekonomian nasional di daerah tersebut.

Efek positif pariwisata terhadap ekonomi suatu Negara meliputi berbagai faktor seperti tingkat lapangan kerja, nilai tukar, pendapatan penduduk, devisa, dan lainnya. Efek positif dari pariwisata membantu perekonomian negara dengan meningkatkan jumlah lapangan kerja di negara tersebut. Ketika tingkat lapangan kerja meningkat maka pendapatan penduduk negara tersebut secara otomatis meningkat pula. Penduduk menggunakan pendapatan ini untuk meningkatkan standar hidup mereka. Karenanya pendapatan dan standar hidup penduduk meningkat karena pariwisata.

Efek Pengganda Ekonomi (*multiplier*) dipandang sebagai salah satu faktor positif terpenting dalam industri pariwisata. Efek

Pengganda Ekonomi adalah situasi di mana pendapatan yang diperoleh melalui kegiatan pariwisata digunakan untuk pengembangan industri lebih lanjut. Karena Efek Pengganda Ekonomi, aliran uang dari industri pariwisata terus meningkat yang mengakibatkan fasilitas lebih tertata dan berkembang. Selain itu Pariwisata adalah kegiatan yang juga membantu menyeimbangkan impor dan ekspor negara sehingga nilai tukar dapat dikelola.

**DAFTAR PUSTAKA**

- A. Yoeti, Oka. (1997). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. PT Pradnya Paramita. Jakarta
- A. Yoeti, Oka, (1985). Pemasaran Pariwisata. Angkasa Offset, Bandung.
- Addin, M. (2014). Tinjauan Kesadaran Merek Pariwisata Indonesia “Wonderful Indonesia”. Bulletin Penelitian Destinasi Pariwisata, Volume 1 Nomor 133144.
- Bahar, Herman. (2002). Pengantar Pariwisata. Bandung: Alfabeta
- David Weaver dan Laura Lawton. (2014), Tourism Management, John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Stephen J. Page, (2009). Tourism Management Managing For Change Butterworth-Heinemann Jordan Hill, Burlington, USA
- Lesley Pender and Richard Sharpley, (2005). The Management of Tourism. SAGE Publications Ltd 1 Oliver’s Yard 55 City Road London.
- Leiper, N. (2004). Tourism Management. Australia: Person Hospitality Press.
- Muhammad Ashoer dkk. (2021). Ekonomi Pariwisata, Yayasan Kita Menulis, Medan
- Bernardino Quattrociochi, dkk. (2017). Tourism Supply Chain & Strategic Partnerships For Managing The Complexity In Tourism Industry Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal, Vol 7, No.1.

## **Biodata Penulis**

**Frankie Jan Salean, S.E., M.P.**



Penulis lahir di Kupang – Nusa Tenggara Timur, menyelesaikan studi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, pada tahun 1989, kemudian melanjutkan studi pada program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Jogjakarta. Sejak tahun 1990 bekerja sebagai Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang, sampai saat ini. Penulis memiliki kepakaran dibidang Manajemen Keuangan Publik. Sejak tahun 2019, penulis tertarik untuk memperdalam bidang pariwisata sebagai bentuk dukungan perhadap program studi manajemen pariwisata ditempat penulis bekerja. Dalam karier sebagai dosen professional, penulis aktif sebagai peneliti dibidang kepakarannya tersebut. Beberapa karya penelitian dan tulisan telah dipublikasikan secara luas dalam beberapa media dan jurnal, antara lain; Seri Book Chapter PERILAKU ORGANISASI dan, ORGANISASI & MANAJEMEN. Selain itu penulis terlibat aktif bersama beberapa lembaga dalam berbagai project seperti; ILO (Jaminan Sosial Pekerja Ekonomi Informal di Indonesia), Public Expenditure Analysis (Kerjasama World Bank, Australian Indonesia Partnership dan Provinsi NTT), serta sebagai expert dalam penyusunan Rencana Induk Pariwisata Provinsi NTT dan beberapa daerah kota/kabupaten lain.

Email Penulis: [frankie\\_ukaw@yahoo.com](mailto:frankie_ukaw@yahoo.com)