

Bab 4

Usaha Jasa Pariwisata

4.1 Pendahuluan

Pariwisata saat ini merupakan sektor yang ”menjanjikan” bagi setiap negara, daerah dan masyarakat sekitarnya. Hal ini antara lain disebabkan bahwa pariwisata mempunyai manfaat ganda (multiplier effect) yang hampir merasuki seluruh sendi-sendi kehidupan masyarakat, bangsa dan negara. Dalam Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tertulis bahwa tujuan kepariwisataan adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, mempererat persahabatan antar bangsa.

Sedemikian penting dan luasnya manfaat sektor pariwisata bagi kehidupan masyarakat, daerah dan negara, maka setiap negara saat ini termasuk negara Republik Indonesia telah memfokuskan perhatiannya pada pembangunan pariwisata dalam berbagai bentuk. Usaha jasa pariwisata adalah salah satu bagian dari usaha untuk meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata. Masyarakat, swasta dan pemerintah mempunyai peran yang penting dalam menumbuhkembangkan usaha jasa pariwisata di daerahnya dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keperluan wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata.

Sesungguhnya, ada beberapa bentuk usaha jasa pariwisata yang dapat dikembangkan oleh masyarakat, swasta dan pemerintah baik dalam skala kecil, menengah maupun besar seperti penyediaan akomodasi, tukang pijat (massage), salon, jasa transportasi, pemandu wisata, jasa makanan dan minuman, jasa hiburan, karaoke, konferensi/seminar, agen perjalanan wisata dan sebagainya.

4.2 Pengertian Usaha Jasa

Pada dasarnya usaha jasa adalah salah satu jenis pekerjaan informal yang memiliki sifat intangible (tidak berwujud). Usaha jasa dapat dilakukan oleh siapa saja termasuk masyarakat, swasta dan pemerintah. Usaha adalah segala sesuatu kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat, swasta dan pemerintah dengan modal tertentu untuk mencapai tujuan yaitu mendapatkan keuntungan. Dalam melakukan usaha sudah diperhitungkan potensi dan peluang usaha akan mendapatkan keuntungan tertentu.

Beberapa pengertian tentang jasa yang diajukan para pakar adalah sebagai berikut:

1. Kotler dan Keller (2009) menyatakan jasa/layanan (service) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk.
2. Wijaya (2011) mendefinisikan jasa sebagai barang yang tidak kentara (intangible product) yang dibeli maupun dijual di pasar melalui transaksi pertukaran yang saling memuaskan.
3. Lupiyoadi (2001) memberi arti jasa yaitu semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.
4. Peter & Oslon (2004), menyatakan jasa sebagai aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangible yang

berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan pelanggan atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa jasa adalah segala sesuatu yang tidak berwujud (intangible) yang dapat diberikan atau dijual seseorang kepada orang lain serta dibutuhkan dan berguna bagi orang lain.

4.3 Karakteristik Jasa

Produk jasa yang memiliki sifat tidak berwujud (intangible) sudah pasti memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang yang bersifat fisik. Griffin (2005) menyatakan karakteristik produk jasa sebagai berikut:

1. Tidak berwujud, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau kenyamanan.
2. Tidak dapat disimpan, jasa tidak mengenal persediaan dan penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga tidak dapat dipisah, mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. Kustomisasi, jasa seringkali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Selanjutnya, menurut Tjiptono (2004) beberapa karakteristik dari jasa adalah: a) intangibility (tidak berwujud), b) inseparability (tidak dapat dipisahkan), c) variability/heterogeneity (berubah-ubah), dan d) perishability (tidak tahan lama). Gilbert (2003) menyebutkan tiga karakteristik dari jasa yang membedakannya dengan barang yaitu: a) tidak tampak secara fisik (intangible), b) tidak tahan lama (perishability), dan c) dapat berubah setiap saat (variability).

Di sisi lain, Kotler & Amstron (2012), menyatakan ada 4 (empat) karakteristik dari jasa sebagai berikut:

1. Tidak berwujud (intangibility). Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud. Tidak seperti halnya produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut, maka para calon pembeli akan mencari tanda bukti dari mutu jasa. Konsumen mencari bukti kualitas pelayanan jasa berdasarkan enam hal berikut ini: a) tempat (place), tempat yang mendukung seperti kebersihan yang terjaga, kenyamanan untuk konsumen, dan suasana yang mendukung, b). orang (people), orang yang menangani mampu melaksanakan tugas dengan baik. Sudah terlatih, cepat dalam menangani masalah dan lain-lain, c). peralatan (equipment), peralatan penunjang seperti komputer, meja, mesin fax, dan lain sebagainya, d) komunikasi material (communication material), bukti-bukti berupa teks tertulis dan foto, misalnya kontrak atau hasil jadi dalam foto, e) simbol (symbol), nama dan simbol pemberi jasa mencerminkan kemampuan dan kelebihanannya dalam melayani konsumen, f) harga (price), harga yang masuk akal dan dapat pula dipadukan dengan berbagai macam promosi penjualan, seperti bonus, diskon, dan lain-lain.
2. Bervariasi (variability). Jasa bersifat non standard dan sangat variabel. Berbeda dengan kualitas produk fisik yang sudah terstandar, kualitas pelayanan jasa bergantung pada siapa penyediannya, kapan, di mana, dan bagaimana jasa itu diberikan. Oleh karena itu, jasa sangat bervariasi dan berbeda satu dengan yang lainnya.
3. Tidak dapat dipisahkan (inseparability). Jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen di dalamnya.
4. Tidak dapat disimpan (perishability). Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh si penerimanya. Karakteristik seperti ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan dan dipergunakan lain waktu.

Lebih lanjut, Engel (2004) mengategorikan jasa ke dalam dua jenis yaitu: a) *visible service*, yaitu jasa yang dilihat langsung oleh pelanggan, yaitu jasa yang dapat disediakan oleh personil yang langsung bertatap muka dengan pelanggan seperti restoran, jasa dokter, perawat, dan b) *invisible service*, yaitu jasa yang tidak dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh pelanggan, tapi menunjang sistem *visible service* seperti karyawan bagian akuntansi, petugas gizi rumah sakit, koki restoran dan sebagainya.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa karakteristik jasa adalah tidak terjamah/berwujud tapi dapat dirasakan pemakai, tidak dapat dilihat secara langsung oleh pembeli/pemakai/pelanggan, tidak tahan lama, dan dapat berubah-ubah sewaktu-waktu.

4.4 Pengertian Usaha Jasa Pariwisata

Usaha jasa pariwisata adalah setiap kegiatan bisnis di bidang pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat, swasta atau pemerintah dengan modal tertentu untuk mencapai tujuan yaitu mendapatkan keuntungan.

Sebelum sampai pada pengertian usaha jasa pariwisata, maka terlebih dahulu diuraikan pengertian pariwisata sebagai berikut:

1. Marpaung (2002) mendefinisikan pariwisata sebagai perpindahan sementara yang dilakukan manusia keluar dari rumahnya menuju ke suatu daya tarik wisata dengan tujuan menghindari sejenak pekerjaan-pekerjaan rutin dan aktivitas yang dilakukan selama mereka tinggal di suatu daya tarik wisata yang dituju adalah untuk memenuhi kebutuhan mereka, dengan cara memanfaatkan atau menggunakan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh para pengusaha pariwisata di daya tarik wisata yang dikunjunginya.
2. Pendit (2006) menyatakan pariwisata adalah aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berkaitan dengan bidang tersebut.

3. Muljadi (2009) memberi arti pariwisata sebagai aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan.
4. Marpaung (2002) menyatakan pariwisata adalah perpindahan sementara yang dilakukan manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan rutin, keluar dari tempat kediamannya. Aktivitas yang dilakukan selama mereka tinggal di tempat yang dituju dan fasilitas dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka.
5. Bakaruddin (2009) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun berkelompok untuk sementara waktu, dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha dan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, akan tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertanyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan pariwisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang (individu) atau berkelompok dengan berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan menikmati perjalanan dan bukan untuk menambah penghasilan atas aktivitasnya tersebut.

Selanjutnya pengertian usaha jasa pariwisata adalah usaha menyediakan jasa pariwisata bagi wisatawan dengan mengusahakan objek dan daya tarik pariwisata dengan mendapatkan imbalan atas jasa tersebut.

Beberapa pengertian usaha jasa pariwisata disajikan sebagai berikut:

1. Bagyono (2007) mendefinisikan usaha jasa pariwisata adalah suatu usaha bisnis yang kegiatan utamanya meliputi menjual jasa-jasa pariwisata kepada wisatawan baik itu wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara.
2. Soekadijo (2000) memberi arti usaha jasa pariwisata adalah usaha menyediakan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata

Dengan demikian yang dimaksud dengan usaha jasa pariwisata adalah kegiatan usaha yang menyediakan jasa pariwisata dengan modal tertentu untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Usaha jasa pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat, swasta dan pemerintah adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan atau keperluan wisatawan di lokasi wisata.

4.5 Jenis-jenis Usaha Jasa Pariwisata

Pada dasarnya ada beberapa jenis usaha jasa pariwisata yang dapat dilakukan masyarakat, swasta, dan pemerintah di lokasi wisata. Ismayanti (2010) menyatakan bahwa usaha jasa pendukung industri pariwisata adalah usaha cinderamata, pendidikan pariwisata, polisi pariwisata, serta usaha-usaha lain seperti penukaran uang (money changer), bank, klinik kesehatan, dan usaha telekomunikasi.

Menurut Undang-undang nomor 9 tahun 1990, jenis-jenis usaha jasa pariwisata adalah: a) jasa biro perjalanan wisata, b) jasa agen perjalanan wisata, c) jasa pramuwisata, d) jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran, e) jasa impresariat, f) jasa konsultan pariwisata, g) jasa informasi pariwisata.

1. Usaha jasa biro perjalanan wisata

Wardhani (2008) menyatakan yang dimaksud dengan jasa biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan, dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata. Utama (2017) mendefinisikan biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa biro perjalanan wisata adalah sebuah perusahaan yang bersifat komersial dengan tugas pokok dan fungsi menyediakan pelayanan jasa perjalanan wisata yang akan dilakukan oleh wisatawan.

2. Usaha jasa agen perjalanan wisata

Selain biro jasa perjalanan wisata ada jasa agen perjalanan wisata. Jasa agen perjalanan wisata adalah perantara dalam pengurusan kebutuhan akan pelayanan pariwisata antara wisatawan dengan biro perjalanan wisata. Agen jasa perjalanan wisata bekerja sama dengan biro perjalanan wisata dalam memenuhi kebutuhan/keperluan wisatawan. Dengan kerja sama ini, maka biro perjalanan wisata paling bertanggung jawab atas perjalanan wisata yang akan dilakukan oleh wisatawan, sedangkan agen perjalanan wisata tidak atau tidak bertanggung jawab terhadap produk jasa yang dijualnya. Menurut Haq (2009) tugas pokok dan fungsi agen perjalanan wisata sebagai perantara di daerah asal wisatawan adalah: a) melengkapi informasi bagi wisatawan, b) memberikan advis bagi calon wisatawan, c) menyediakan tiket, sedangkan peran agen perjalanan wisata di daerah tujuan wisata adalah: a) memberi informasi bagi wisatawan, b) membantu reservasi, c) menyediakan transportasi, d) mengatur perencanaan, dan e) menjual dan memesan tiket tanda masuk ke lokasi wisata.

3. Usaha jasa pramuwisata

Pramuwisata disebut juga dengan istilah "tour guide" yaitu orang-orang yang secara langsung berhadapan dengan wisatawan. Usaha jasa pramuwisata adalah suatu usaha jasa yang dilakukan oleh pramuwisata (guide) dalam memberikan informasi dan melayani kebutuhan wisatawan tentang suatu objek atau destinasi wisata yang akan dikunjungi wisatawan. Berdasarkan Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi (1988) tugas dan tanggung jawab pramuwisata adalah: a) mengantarkan wisatawan baik perorangan maupun rombongan yang mengadakan perjalanan dengan transportasi yang tersedia, b) memberikan penjelasan tentang rencana perjalanan dan objek wisata, serta memberikan penjelasan tentang dokumen perjalanan, akomodasi, transportasi, dan fasilitas wisatawan lainnya, c) membantu menguruskan barang bawaan wisatawan, d) memberikan pertolongan kepada wisatawan yang sakit, mendapatkan kecelakaan, kehilangan atau musibah lainnya. Dengan demikian dapat dinyatakan

bahwa usaha jasa pramuwisata adalah usaha wisata yang dilakukan seseorang dengan tugas melayani wisatawan dengan cara memberikan informasi tentang objek wisata, mengantarkan wisatawan ke destinasi wisata dan melayani kebutuhan wisatawan selama berada di objek wisata.

4. Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran

Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran adalah suatu usaha jasa yang membantu kelancaran suatu konvensi (konvensi), perjalanan insentif dan pameran yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk mendiskusikan atau mencapai suatu kepentingan bersama. Kesrul (2004) mendefinisikan conference atau konferensi adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk-bentuk tata karena, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum, dua perjanjian antara negara-negara para penguasa pemerintahan atau perjanjian internasional mengenai topik tawanan perang dan sebagainya. Pendit (2006) menyatakan perjalanan incentive merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka dalam kaitan penyelenggaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan. Dalam Keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi nomor KM.108/HM.703/MPPT-91 yang dimaksud dengan pameran adalah suatu kegiatan untuk menyebarluaskan informasi dan promosi yang ada kaitannya dengan penyelenggaraan konvensi atau yang berkaitan dengan pariwisata.

5. Usaha jasa impresariat

Usaha jasa impresariat adalah suatu usaha jasa yang bergerak di bidang pengelolaan hiburan mulai dari perencanaan hiburan, pelaksanaan hiburan serta biaya yang diperlukan. Dalam Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi no. KM.13UM.201MPPT-91 tertulis bahwa usaha jasa impresariat adalah kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan, baik yang berupa mendatangkan, mengirimkan maupun mengembalikan serta menentukan tempat,

waktu dan jenis hiburan. Lebih lanjut diuraikan bahwa kegiatan usaha jasa impresariat adalah:

- Pengurusan dan penyelenggaraan pertunjukan hiburan oleh artis, seniman, dan olahragawan Indonesia yang melakukan pertunjukan di dalam dan atau di luar negeri
 - Pengurusan dan penyelenggaraan pertunjukan hiburan oleh artis, seniman, dan olahragawan asing yang melakukan pertunjukan di Indonesia
 - Pengurusan, dokumen perjalanan, akomodasi, transportasi bagi artis, seniman dan olahragawan yang akan mengadakan pertunjukan hiburan, dan,
 - Penyelenggaraan kegiatan promosi dan publikasi pertunjukan.
6. Usaha jasa konsultan pariwisata

Usaha jasa konsultan pariwisata adalah usaha jasa yang menyediakan bimbingan, saran dan pendapat dari para profesional di bidangnya untuk menyelesaikan suatu masalah dalam melaksanakan suatu event pariwisata agar event pariwisata yang diinginkan dalam berjalan dengan lancar. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia nomor 19 tahun 2014 yang dimaksud dengan usaha jasa konsultan pariwisata adalah usaha penyediaan saran dan rekomendasi mengenai studi kelayakan, perencanaan, pengelolaan usaha, penelitian, dan pemasaran di bidang kepariwisataan. Standar usaha jasa konsultan pariwisata adalah rumusan kualifikasi usaha jasa konsultan pariwisata dan/atau klasifikasi usaha jasa konsultan pariwisata yang mencakup aspek produk, pelayanan dan pengelolaan Usaha Jasa Konsultan Pariwisata. Selanjutnya dijelaskan bahwa sertifikasi usaha jasa konsultan pariwisata adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha jasa konsultan pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk, pelayanan dan pengelolaan usaha jasa konsultan pariwisata melalui audit pemenuhan standar usaha jasa konsultan pariwisata. Sertifikat usaha jasa konsultan pariwisata adalah bukti tertulis yang diberikan oleh Lembaga Sertifikasi Usaha Bidang

Pariwisata kepada Usaha Jasa Konsultan Pariwisata yang telah memenuhi Standar Usaha Jasa Konsultan Pariwisata.

7. Usaha jasa informasi pariwisata.

Usaha jasa informasi pariwisata yaitu usaha jasa yang memberikan informasi serta pemanfaatan informasi pariwisata yang diperlukan oleh wisatawan yang dapat dilakukan oleh masyarakat, swasta dan pemerintah. Menurut Peraturan Menteri Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia nomor 25 tahun 2014, yang dimaksud dengan usaha jasa informasi pariwisata adalah usaha penyediaan data, berita, feature, foto, video dan hasil penelitian tentang kepariwisataan yang disebarakan dalam bentuk bahan cetak dan/atau elektronik. Setiap usaha jasa informasi pariwisata wajib memiliki sertifikat usaha jasa informasi pariwisata dan melaksanakan sertifikasi usaha jasa informasi pariwisata berdasarkan persyaratan dan ketentuan yang berlaku.

Selanjutnya, berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tertulis bahwa jenis-jenis usaha pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata, adalah segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Pitana dan Gayatri (2005) menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan faktor utama wisatawan berkunjung ke suatu destinasi. Daya tarik wisata bisa meliputi atraksi, amenities, akomodasi, hospitality dan sebagainya.
2. Kawasan pariwisata, yaitu usaha yang kegiatannya membangun atau mengelola kawasan dengan luas wilayah tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Usaha jasa kawasan pariwisata adalah usaha yang berupaya untuk meningkatkan kualitas kawasan wisata baik itu kebersihan, keindahan maupun keunikan kawasan yang diminati wisatawan untuk dikunjungi.
3. Jasa Transportasi Wisata, yaitu usaha khusus yang menyediakan angkutan untuk kebutuhan dan kegiatan pariwisata. Menurut Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia nomor

PM.89/HK.501/MKP/2010 yang dimaksud dengan jasa transportasi wisata adalah usaha penyediaan angkutan untuk kebutuhan dan kegiatan pariwisata, bukan dan kegiatan pariwisata, bukan angkutan transportasi reguler/umum.

4. Jasa Perjalanan Wisata, yaitu usaha biro perjalanan wisata dan usaha agen perjalanan wisata. Usaha biro perjalanan wisata meliputi usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, Usaha agen perjalanan wisata meliputi usaha jasa pemesanan sarana, seperti pemesanan tiket dan pemesanan akomodasi serta pengurusan dokumen perjalanan.
5. Jasa Makanan dan Minuman, yaitu usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan dapat berupa restoran, cafe, rumah makan, dan bar/kedai minum.
6. Penyediaan akomodasi, yaitu usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Usaha penyediaan akomodasi dapat berupa hotel, villa, pondok wisata, bumi perkemahan, persinggahan karavan, dan akomodasi lainnya yang digunakan untuk tujuan pariwisata.
7. Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, yaitu usaha yang ruang lingkup kegiatannya berupa usaha seni pertunjukan, arena permainan, karaoke, bioskop, serta kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya yang bertujuan untuk pariwisata.
8. Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, yaitu usaha yang memberikan jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, menyelenggarakan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya, serta menyelenggarakan pameran dalam rangka menyebarluaskan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional, dan internasional.
9. Jasa informasi pariwisata, yaitu usaha yang menyediakan data, berita, feature, foto, video, dan hasil penelitian mengenai kepariwisataan yang disebarkan dalam bentuk bahan cetak atau elektronik.

10. Jasa konsultan pariwisata, yaitu usaha yang menyediakan sarana dan rekomendasi mengenai studi kelayakan, perencanaan, pengelolaan usaha, penelitian, dan pemasaran di bidang kepariwisataan.
11. Jasa pramuwisata, yaitu usaha yang menyediakan atau mengkoordinasikan tenaga pemandu wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan kebutuhan biro perjalanan wisata.
12. Wisata tirta, yaitu usaha yang menyelenggarakan wisata dan olahraga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan laut, pantai, sungai, danau, dan waduk.
13. Spa, yaitu usaha perawatan yang memberikan layanan dengan metode kombinasi terapi air, terapi aroma, pijat, rempah-rempah dan olah aktivitas fisik dengan tujuan menyeimbangkan jiwa dan raga dengan tetap memperhatikan tradisi dan budaya bangsa Indonesia.

Sesungguhnya, potensi jenis-jenis usaha jasa pariwisata dapat dikembangkan lebih luas lagi sehingga lebih banyak dan dapat memenuhi kebutuhan dan keperluan wisatawan di lokasi wisata, dan wisatawan akan puas serta keinginan untuk lama tinggal di lokasi wisata pun akan terwujud yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat, daerah dan negara.