

Output DIII Jurusan Pariwisata Berbasis *Entrepreneurship* **Rosma Kadir**

Abstract

The research aims to elaborate the concept of human resources development based on the output of graduates and entrepreneurship Outlines entrepreneurship in tourism sphere that can be made into the entrepreneurial student majoring in tourism.

The methods used in this research is descriptive qualitative research methods, the researchers describe human resources development-based entrepreneurship of graduate output. Also in this research will be outlined in a comprehensif about the realm of the corporate world in the field of tourism which should be learned by students majoring in tourism.

The results of this research show that the Interconnection between entrepreneurship, tourism, and students have a holistic relationship. Where these three components must be able to synergize with each other. Students as main subject must first have an earnest desire and able to work hard in order to achieve the aspired goals. While majoring in tourism can be more accommodating in view the symptoms change civilization always demanded progresivitas in innovation and creativity, in this case the necessary goodwill in making policies, including integrating entrepreneurship into the curriculum.

Kata Kunci :Output, Jurusan Pariwisata, Entrepreneurship

Pendahuluan

Jurusan Pariwisata Universitas Negeri Gorontalo berdiri dan mulai eksis sejak tahun 2002 dan berafiliasi dengan Fakultas Sastra dan Budaya (FSB). Dipilihnya FSB sebagai akuisitor karena dianggap memiliki *sense* yang sama di dalam koridor budaya, ketika pariwisata menjadi mata pelestarian budaya.

Gagasan didirikan-nya jurusan pariwisata adalah demi melihat kebutuhan masyarakat Gorontalo yang mulai berubah orientasi berpikir-nya mengenai dunia pendidikan yang tidak hanya sebatas pada instrumen penghasil tenaga pendidik, tetapi mulai bergeser pada output produk profesionalisme yang memiliki keterampilan khusus di berbagai bidang, termasuk di dalam bidang pariwisata. Alasan lainnya adalah belum tersedia-nya prasarana pendukung pembangunan pariwisata di Provinsi Gorontalo, yang salah satu-

nya adalah sokongan dari dunia pendidikan, sementara Gorontalo terus membenahi infrastruktur pariwisatanya yang jauh tertinggal dari Provinsi lain di Indonesia.

Demi beberapa alasan tersebut, jurusan pariwisata UNG hadir di dalam menjawab tantangan peradaban yang setiap waktu senantiasa mentransformasi diri ke-arah yang semakin jamak dan juga kompleks. Ideisasi ini juga ada untuk memberikan alternatif lain kepada lulusan SMU Gorontalo yang ingin menjadi seorang profesional, dengan tetap menimba ilmu di daerah Gorontalo, dan dengan senantiasa memilih universitas negeri sebagai tempat perkuliahan, ketika akses untuk mendapatkan pendidikan dengan kualifikasi serupa di-rasa terlalu mahal dan jauh dari daerah asal.

Jurusan pariwisata UNG memiliki dua konsentrasi pokok di dalam *mainstream* kurikulum yang ada, yaitu bina wisata dan perhotelan. Portopolio bina wisata memiliki

cakupan di bidang pemandu wisata, travel dan *maintenance* objek wisata, sementara perhotelan sendiri area-nya adalah berhubungan dengan hotel beserta infrastruktur-nya termasuk pembangunan karakter sumber daya manusia-nya.

Sumber daya manusia yang *qualified* terukur dari *skill* yang dimiliki-nya serta kemampuan manajerial, baik terhadap diri, lingkungan, maupun pekerjaan-nya. Dengan performa tersebut, dia tidak hanya dapat menjadi *leader* terhadap diri-nya sendiri, tetapi juga berkesempatan menjadi *leader* terhadap orang lain (Bacal, 2005: 43).

Pernyataan di atas memberikan sedikit gambaran bahwa kapabilitas dari seorang profesional (merujuk pada subjek penelitian) di-bangun di atas kemampuan manajemen diri yang berorientasi adaptif dan memiliki kepekaan terhadap tuntutan peradaban, serta yang tidak kalah penting-nya adalah seyogianya memiliki spesifikasi keterampilan yang berbeda dari orang lain.

Keterampilan disini, mahasiswa jurusan pariwisata seharusnya menguasai secara menyeluruh pengetahuan dan pemahaman mengenai disiplin keilmuan berdasarkan konsentrasi-nya, baik dari fundamental hingga ke tingkat *expertise* segala hal yang berhubungan dengan dunia kepariwisataan, bahkan ke-level global. Dalam kondisi ini, mahasiswa semestinya dapat terus meng-*up-date* dan informatif terhadap konsep-konsep kepariwisataan yang bersifat baru, sehingga mereka tidak ketinggalan informasi juga reaktif terhadap kebutuhan pasar.

Mengapa hal demikian menjadi penting untuk diteraskan? Jawaban-nya adalah pasar industri pariwisata hari ini lebih selektif dan mengedepankan kualitas yang bersaing. Ini menjadi sangat pokok karena karakteristik kapitalisme (kita tengah berada pada

fase ini) global adalah lebih mementingkan permintaan pasar, dan hanya hanya individu yang memiliki kapasitas dan kapabilitas yang dapat bersaing.

Melihat realitas ini, sepertinya modal yang besar untuk terus eksis dibidang industri pariwisata global adalah mengkonstruksi persaingan, karena hukum pasar itu sendiri juga merupakan persaingan. Kaum kapitalis berusaha untuk memperluas produksi, untuk itu mereka harus mengalahkan saingan, (Suseno, 1999:198).

Dalam konteks mengalahkan saingan di sini tentunya kita harus memiliki amunisi yang cukup dan mempuni, dalam hal ini adalah keterampilan dan kapabilitas pada disiplin keilmuan masing-masing. Dalam bidang pariwisata, kita harus mengetahui orientasi masyarakat pariwisata sekarang, karena di beberapa negara, pariwisata tidak lagi hanya difungsikan sebagai komoditas penghasil devisa, tetapi kiblat-nya mulai bergeser ke industri pariwisata. Ketika pariwisata dapat dikaryakan masal dan masif dengan atribut teknologi di dalam-nya.

Robins (2002 : 32) menggambarkan definisi *entrepreneurship* sebagai seseorang yang mengorganisir, memenej, dan menanggung risiko sebuah bisnis atau usaha, juga *entrepreneurship* adalah seseorang yang memiliki kecakapan tinggi dalam melakukan perubahan, dengan bekerja untuk dirinya sendiri, memiliki karakteristik yang hanya ditemukan sangat sedikit dalam sebuah populasi.

Pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah konsep meng-wirauahakan seseorang, dalam artian membangun jiwa bisnis kepada mereka yang ingin terjun secara langsung mengaplikasikan ilmu ekonomi yang dimiliki-nya baik yang di-dapatkan dari sekolah formal, maupun otodidak, untuk kemudian

mampu mengorganisasi dengan baik usaha tersebut hingga menghasilkan keuntungan bukan hanya kepada diri sendiri tetapi memungkinkan juga untuk menguntungkan orang lain di sekitar, ketika dapat memberdayakan orang lain menjadi bagian dari usaha yang dijalankan.

Untuk menjadi seorang *entrepreneur* di-butuhkan kemampuan dan keterampilan mengelola sebuah aset, dan itu tentu-nya hanya dapat dilakukan oleh orang yang mau berusaha dan bekerja keras, sehingga capaian yang di dapat akan maksimal, dibandingkan dengan orang yang tidak terlalu menseseriusi bidang usaha yang telah di-rencanakan. Pada bagian ini konsepsi manajemen menjadi patut untuk dipertimbangkan.

Interkoneksi antara *entrepreneurship*, pariwisata, dan mahasiswa seperti yang menjadi topik pada penelitian ini memiliki relasi yang holistik. Dimana ketiga komponen ini harus dapat bersinergi satu sama lain. Mahasiswa sebagai subyek utama harus terlebih dahulu memiliki keinginan yang sungguh-sungguh serta mampu bekerja keras demi mencapai tujuan yang dicita-citakan. Sementara jurusan pariwisata dapat lebih akomodatif di dalam melihat gejala perubahan peradaban yang senantiasa menuntut progresivitas dalam inovasi dan kreativitas, dalam hal ini diperlukan *good will* di dalam membuat kebijakan, termasuk di dalamnya mengintegrasikan kewirausahaan di dalam kurikulum yang ada.

Konsep Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Bidang Pariwisata di Provinsi Gorontalo

Pariwisata merupakan industri jasa. Menurut Kotler (2000), terdapat lima bagian jasa yaitu:

- (1) *reliability*; konsistensi dan kesesuaian pelayanan,
- (2) *responsiveness* mencakup kemampuan merespon secara cepat keluhan pelanggan,

- (3) *assurance*, kemampuan meyakinkan pelanggan serta memenuhi janji kepada pelanggan,
- (4) *emphaty* yaitu kepedulian kepada pelanggan, dan
- 5) *tangible*, terkait dengan penampilan fisik, peralatan dan media komunikasi.

Dari berbagai pengalaman yang ada, serta dari beberapa referensi sumber bacaan yang ada ditemukan beberapa permasalahan dalam industri kepariwisataan di Indonesia yaitu. Pertama, otonomi daerah menyebabkan terjadinya persaingan antar kabupaten/kota/provinsi dari aspek *acquisition*, *satisfaction* dan *retention*. Pada satu sisi persaingan ini berdampak terhadap upaya pemerintah masing-masing daerah meningkatkan daya saingnya, namun di pihak lain kurang di-imbangi dengan mempertimbangkan, memperhatikan dan mengkoneksikan dengan pembangunan pariwisata di kabupaten/kota/provinsi atau negara lain.

Kemajuan teknologi, sarana transportasi maupun perilaku banyak wisatawan yang memiliki lebih dari satu tujuan wisata menuntut komplementaritas dan pengkayaan alternatif wisata. Demikian juga dengan kurangnya perluasan Kerja Sama Ekonomi Regional Indonesia-Malaysia-Thailand *Growth Triangle* (IMT-GT) dalam sektor pariwisata, karena harus diakui market share pariwisata Malaysia dan Thailand lebih baik dibandingkan Indonesia.

Kedua, masih terkait dengan otonomi daerah, keterbatasan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki terutama pada sektor pariwisata yaitu lemahnya pengetahuan dan keterampilan tentang kepariwisataan berujung pada lemahnya arah kebijakan pariwisata yang disusun serta terbatasnya anggaran pemerintah daerah membangun industri pariwisata mengakibatkan pemeliharaan sarana dan

parasarana kurang mendukung dan kurangnya kegiatan-kegiatan kepariwisataan dalam rangka mendatangkan dan membuat wisatawan berlama-lama.

Hal-hal di atas mengindikasikan bahwa perencanaan, pengembangan, pengimplementasian dan pengontrolan yang menjamin terselenggaranya sektor pariwisata yang baik dan menarik di beberapa daerah di Indonesia masih belum di dukung oleh sumber daya manusia yang kompeten serta memiliki keterampilan yang semestinya di-miliki oleh pelaku pariwisata.

Ketiga, pelaku pariwisata daerah hingga saat ini masih berpuas diri dengan keindahan alam yang ada. Keindahan alam nyatanya sedang mematikan kreatifitas pelaku usaha pariwisata sehingga dari waktu ke waktu objek-objek wisata di berbagai wilayah di Indonesia termasuk di daerah Gorontalo tetap begitu-begitu saja. Pelaku pariwisata maupun Pemerintah pusat kurang menyadari betapa pentingnya diversifikasi produk-produk baru yang kompetitif sesuai selera pasar.

Keempat, terkait dengan point ketiga, sampai saat ini sektor pariwisata di Gorontalo masih belum didukung ketersediaan produk-produk berupa makanan-minuman atau souvenir yang mencirikan Gorontalo sebagai daerah wisata bahari, dan penduduknya dominan bermata pencaharian petani dan nelayan. Hanya dua item produk yang menjadi oleh-oleh Gorontalo yaitu bakpia dan pakaian krawang.

Di-kaitkan dengan pekerjaan utama penduduk Gorontalo sebagai petani dan nelayan, sektor pariwisata tampaknya belum terkoneksi sehingga produk hasil pertanian dan perikanan belum bersentuhan dengan aspek pariwisata, khususnya sebagai oleh-oleh. Jika di berbagai tempat wisata lain di Indonesia produk pertanian dan perikanan dijual di tempat-tempat wisata, mentah atau telah di-olah, maka

di Gorontalo hal ini belum dilakukan. Hal ini tidak terlepas dari kelemahan sumber daya manusia penduduk itu sendiri dalam mengkreasi dan mengolah hasil pertanian dan perikanan untuk sektor pariwisata, menyangkut bagaimana seseorang mengolah dan mengemas suatu produk.

Kelima, berkaitan dengan pelayanan. Yoeti (1996) wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk sementara waktu ke daerah atau tempat lain. Karena jauh dari tempat tinggalnya, maka ia memerlukan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, semenjak dia berangkat sampai ke tempat tujuan, selama di tempat tujuan hingga ia pulang ke tempat tinggalnya.

Seperti umumnya tempat wisata di Indonesia, pelayanan yang tersedia bagi wisatawan di Gorontalo boleh disebutkan sangat minimal namun dengan harga maksimal. Pelayanan dimaksud bukan hanya berkaitan dengan fasilitas akan tetapi menyangkut sikap dan perilaku orang-orang yang terkait secara langsung dan tidak langsung. Secara khusus, menyangkut sikap dan perilaku masyarakat pengelola wisata di Gorontalo banyak aspek negatif menyebabkan seseorang menjadi menyesal, merasa tertipu, kecewa, memutuskan pulang lebih awal dan berjanji tidak akan datang lagi. Sikap seperti ini muncul karena mereka menganggap apa yang dipromosikan selama ini jauh dari realitas.

Peningkatan Kompetensi SDM Dalam Pariwisata dan Wirausaha Kreatif

Industri pariwisata dunia telah mengalami globalisasi melalui liberalisasi dan aliansi perdagangan jasa yang tertuang dalam Persetujuan Umum Tarif Jasa (GATS) dimana pada tingkat regional dilaksanakan dengan pemberlakuan AFTA dan AFAS. Hal ini menyebabkan dunia tanpa batas

yang bertujuan untuk mempermudah transaksi perdagangan barang dan jasa, sumber daya modal maupun mobilitas manusia. Selain itu, WTO memperkirakan pada abad 21 sektor pariwisata menjadi industri potensial.

Diperkirakan ada 1,6 miliar wisatawan tahun 2020, dengan potensi pembelanjaan meningkat lima kali lipat dari tahun 2005, mencapai US\$ 2 triliun.

Persaingan antar negara maupun daerah menjadi keharusan jika suatu DTW tidak ingin kehilangan kue pariwisata tersebut. Gorontalo sendiri, sebagaimana menurut informasi yang didapatkan, saat ini pangsa pasar wisatanya masih didominasi turis backpacker (penyandang ransel). Untuk itu dalam rangka meningkatkan arus kunjungan, lama tinggal serta menarik pangsa pasar turis kelas atas, selain aspek sarana dan prasarana mutlak diperlukan

Pembangunan kualitas SDM stakeholders pariwisata di Gorontalo sangat perlu untuk dilakukan. Pembangunan kualitas SDM yang dimaksud merujuk pengertian Sosiologi; cara menggerakkan masyarakat untuk mendukung pembangunan dan masyarakat merupakan tenaga pembangunan dan dampak pembangunan.

Sosiologi pembangunan menekankan kepada hubungan interaksi masyarakat, diantaranya diwujudkan dengan gotong royong. Aktivitas ini sangat positif dalam membangun kohesi sosial; memberikan *spirit* dan *value* untuk saling berbagi dan menjaga kelangsungan hidup setiap warga dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan sekitarnya. Hal ini sejalan dengan ciri budaya dan kebudayaan asli masyarakat Gorontalo itu sendiri yang toleran, bersahabat dan bergotong-royong.

Dalam konteks terbatasnya anggaran Pemerintah Provinsi

Gorontalo dalam membangun sektor pariwisata, meningkatnya kualitas dan kuantitas gotong-royong masyarakat akan sangat membantu. Sebagaimana dinyatakan Flippo (1996:1) penatalaksanaan sumber daya manusia menyangkut perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian atas pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pelepasan sumber daya manusia, agar tercapai sasaran individu, organisasi dan masyarakat.

Untuk itu, Pemerintah Provinsi Gorontalo sebagai regulator mutlak memiliki perencanaan yang baik dan benar dalam menentukan kebutuhan SDM dengan mempertemukan kebutuhan tersebut agar pelaksanaannya berinteraksi dengan rencana pihak departemen pariwisata dalam pembangunan sektor pariwisata, sehingga berbagai upaya promosi pariwisata yang dilakukan dalam menarik kunjungan wisatawan tidak paradoks di lapangan, akibat kurang siap dan mendukungnya masyarakat sebagai pelaku dan penerima manfaat dari pembangunan pariwisata tersebut.

Pertama, Pemerintah Gorontalo sesuai dengan arah kebijakannya untuk mengembangkan sektor pariwisata bahari, alam maupun budaya hendaknya menentukan kompetensi SDM yang ada pada dinas kepariwisataan. Sebagaimana sektor kesehatan dengan dokter-nya, sektor pendidikan dengan guru-nya, maka sektor pariwisata hendaklah diposisikan secara profesional. Persaingan yang ketat antar negara maupun DTW di dalam negeri menuntut profesionalitas setiap staff pengelola pariwisata. *Mutual Recognition Arrangement* (MRA) yang telah di-tandatangani negara anggota ASEAN misalnya, menuntut upaya sertifikasi standar pelayanan yang dapat diterima (*acceptable*) bagi sesama anggota

ASEAN. Sebagai efek pemberlakuan UU No. 29/1999 tentang Otonomi Daerah, instansi kepariwisataan turut berpengaruh dengan adanya perpindahan pegawai dari satu dinas/badan yang tidak relevan, menyebabkan kualitas SDM yang dimiliki (pengetahuan, sikap dan keterampilan) banyak yang lemah tentang kepariwisataan, baik pada aspek perencanaan, penyusunan arah kebijakan, pelaksanaan maupun pengawasan dan evaluasi-nya.

Otonomi juga menyebabkan hubungan antara pemerintah pusat dengan provinsi/kabupaten/kota menjadi renggang, padahal tenaga-tenaga ahli kepariwisataan banyak terdapat di instansi di atasnya. Atas nama otonomi pula seringkali tenaga-tenaga ahli tersebut tidak dimanfaatkan dalam meningkatkan kualitas staff di Provinsi Gorontalo, misalnya dalam *Training of Trainers* pariwisata untuk selanjutnya melatih staff lain, termasuk masyarakat secara terus-menerus.

Kedua, terkait dengan aspek pertama di atas, pengembangan pendidikan kejuruan kepariwisataan (SMK) di Gorontalo sangat diperlukan, sehingga SDM lokal memiliki kompetensi dalam mengelola dan mengembangkan potensi wisata di daerahnya. Diperlukan adanya model kompetensi manusia pariwisata yang sesuai dengan karakteristik objek wisata dan arah kebijakan pembangunan pariwisata Gorontalo dengan tetap mengacu kepada Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI).

Ketiga, meningkatkan kualitas SDM masyarakat. Sebagai pihak yang berhubungan langsung dengan daerah pariwisata dan wisatawan peningkatan kualitas SDM masyarakat sedemikian penting terus dilakukan mencakup pengetahuan, sikap dan keterampilan setidaknya pada lima aspek bagian jasa sebagaimana dikemukakan Kotler yaitu *reliability, responsiveness, assurance,*

emphaty dan *tangible*. Menggunakan media-media yang ada seperti diskusi warung kopi dan program-program sosial akan mengurangi formalitas, simbolika maupun dana yang diperlukan. Instansi pariwisata dan stakeholder lain juga sangat penting melaksanakan *Training of Trainers* berbasis masyarakat sehingga keterbatasan tenaga yang dimiliki pemerintah dapat diatasi.

Tahap berikutnya peningkatan kualitas SDM masyarakat berkaitan dengan pengetahuan, sikap dan keterampilan dalam pengemasan daya tarik wisata, diversifikasi produk serta pengembangan kehidupan masyarakat pariwisata (*living culture*) yang khas dengan memperhatikan arah perubahan hubungan antara para pelaku kepariwisataan sebagaimana disebutkan *World Travel and Tourism Council* (WTTC) tahun 2003, yaitu (1) kemitraan yang koheren antara para pelaku kepariwisataan, usaha swasta dan pemerintah, (2) penyampaian produk wisata yang secara komersial menguntungkan, namun tetap memberikan jaminan manfaat bagi setiap pihak yang terlibat dan (3) berfokus pada manfaat bukan saja bagi wisatawan yang datang namun juga bagi masyarakat yang dikunjungi serta bagi lingkungan alam, sosial dan budaya setempat.

Keempat, pada level pengembangan produk-produk pariwisata, pemerintah melalui program-program pelatihan keterampilan, pra dan *vocational training, entrepreneurship* serta bantuan modal usaha hendaklah menekankan kepada apa yang dibutuhkan dalam pengembangan sektor kepariwisataan di Gorontalo, bukan kepada apa yang dipikirkan oleh pembuat program maupun masyarakat penerima program. Melalui *survey model community employment assessment* (CEA) akan diketahui pelatihan sektor apa saja yang relevan dilaksanakan untuk

menghasilkan produk souvenir pariwisata yang dibutuhkan konsumen. Pola pelatihan keterampilan dengan mendasarkan kepada jenis kelamin; perempuan menjahit, bordir, membuat kue dan salon, laki-laki pertukangan, perbengkelan, las dan sebagainya, sudah saatnya ditinggalkan. Demikian juga dari aspek penyelenggaraan yang sering *manipulative* dengan pengurangan jumlah jam maupun kualitas pelatihan. Berbagai pelatihan yang dilaksanakan haruslah mengacu kepada *competency based training* (CBT) sehingga produk pelatihan tersebut dapat meningkatkan keunggulan daya saing (*competitive advantage*) sektor pariwisata Gorontalo.

Pada sektor pertanian dan perikanan sebagai mata pencaharian banyak penduduk, juga perlu dilakukan pelatihan-pelatihan bagi petani dan nelayan sehingga antara kedua sektor tersebut dapat dilakukan integrasi dengan usaha pariwisata (*tourism business integration*) yang akan menguntungkan kedua pihak.

Kelima, setelah keempat aspek tersebut terjamin, pada tahap berikutnya adalah peningkatan kualitas SDM dalam aspek promosi, komunikasi dan pemasaran pariwisata. Selama ini ada kecenderungan promosi lebih digalakkan dan dikedepankan akibatnya terjadi perbedaan antara apa yang dipromosikan dan kenyataan di lapangan. Aspek promosi, komunikasi dan pemasaran berkaitan dengan penguasaan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang, sehingga produk-produk pariwisata yang dipublikasikan tersebut dapat terupdate secara luas hingga ke mancanegara maupun dalam rangka koneksi dengan DTW lain di dalam dan luar negeri .

Simpulan

Entrepreneurship adalah konsep meng-wirausahakan seseorang, dalam

artian membangun jiwa bisnis kepada mereka yang ingin terjun secara langsung mengaplikasikan ilmu ekonomi yang dimilikinya baik yang didapatkan dari sekolah formal, maupun otodidak, untuk kemudian mampu mengorganisasi dengan baik usaha tersebut hingga menghasilkan keuntungan bukan hanya kepada diri sendiri tetapi memungkinkan juga untuk menguntungkan orang lain di sekitar, ketika dapat memberdayakan orang lain menjadi bagian dari usaha yang dijalankan.

Untuk menjadi seorang *entrepreneur* di-butuhkan kemampuan dan keterampilan mengelola sebuah aset, dan itu tentu-nya hanya dapat dilakukan oleh orang yang mau berusaha dan bekerja keras, sehingga capaian yang di dapat akan maksimal, dibandingkan dengan orang yang tidak terlalu menseseriusi bidang usaha yang telah di-rencanakan. Pada bagian ini konsepsi manajemen menjadi patut untuk dipertimbangkan.

Interkoneksi antara *entrepreneurship*, pariwisata, dan mahasiswa seperti yang menjadi topik pada penelitian ini memiliki relasi yang holistik. Dimana ketiga komponen ini harus dapat bersinergi satu sama lain. Mahasiswa sebagai subyek utama harus terlebih dahulu memiliki keinginan yang sungguh-sungguh serta mampu bekerja keras demi mencapai tujuan yang dicita-citakan. Sementara jurusan pariwisata dapat lebih akomodatif di dalam melihat gejala perubahan peradaban yang senantiasa menuntut progresivitas dalam inovasi dan kreativitas, dalam hal ini diperlukan *good will* di dalam membuat kebijakan, termasuk di dalamnya mengintegrasikan kewirausahaan di dalam kurikulum yang ada.

Daftar Pustaka

- Bacal, Robert, (2004) *How to Manage Performance*. Mc.Graw-Hill Companies. New York
- Fliffo, Agustinus, (1996) *Sumber Daya Manusia dan Perencanaannya*. Expertise Publisher: Yogyakarta.
- Pearce, Douglas G, (2002) *Contemporary Issues in Tourism Development*. 11 New Fater line: London
- Robins, Adam, (2002) *Entrepreneurship dan Sumber Daya Manusia*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Schumpreter, Josefh (2004) *Entrepreneurship dan Ekonomi*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Smith, Melanie K, (2003) *Issues in Cultural TourismStudies*. 11 New Fater Line: London.
- Suseno, Franz Magniz (1999) *Pemikiran Karl Marx*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Swarbroke, J (2004) *Sustainable Tourism Management*. Cabi Publishing: Massachusets.
- Williams Christine dan rekan (2003). *Service Quality in Leisure and Tourism*. Cabi Publishing: Massachusets
- Yutie, Oka (1996) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta