
Dampak Pola Kemitraan Pada Pertumbuhan Bisnis Perhotelan di Gorontalo

Trisagia Mokodongan¹, Nining Yuniati², Sarbini³

S2 Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo Yogyakarta

E-mail: trisagiamokodongan@gmail.com

Article History:

Received: 13 Mei 2023

Revised: 20 Mei 2023

Accepted: 21 Mei 2023

Keywords:

Bisnis perhotelan; Dampak kemitraan; Kualitatif; Pola Kemitraan

Abstract: *Kemitraan pada bisnis perhotelan terbentuk tidak hanya dikarenakan adanya unsur saling membutuhkan dengan mitra namun juga memberikan dampak pada pertumbuhan bisnis hotel. Gambaran pola kemitraan dan dampak terhadap pertumbuhan bisnis hotel belum banyak ditelaah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk pola kemitraan, serta dampak kemitraan pada bisnis perhotelan di Gorontalo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada informan terpilih, observasi lapangan, dan dokumentasi temuan. Data yang telah terkumpul selanjutnya direduksi dan disajikan melalui uraian serta bagan dan gambar. Berdasarkan hasil penelitian, pola kemitraan yang umum diterapkan oleh hotel dengan mitra berbentuk Pola Kemitraan Inti plasma dan Pola Kemitraan Subkontrak. Dampak yang dihasilkan dengan adanya bentuk kemitraan tersebut yaitu pertumbuhan bisnis hotel bertambah dari segi properti. Kemitraan yang terbangun perlu dilandasi kontrak kerja sama secara tertulis untuk memberikan dampak positif tidak hanya bagi bisnis hotel namun juga pemasok. Kerja sama yang terbangun menjadi dukungan satu sama lain untuk membuat perputaran ekonomi terus berjalan dan dapat dirasakan oleh semua pihak.*

PENDAHULUAN

Pola Kemitraan merupakan bentuk kerja sama yang terjalin antara dua pihak dalam mencapai suatu keinginan bersama. Kemitraan juga merupakan upaya dalam menemukan titik kesepakatan yang saling menguntungkan. Kemitraan itu sendiri dapat diartikan sebagai suatu strategi bisnis yang dilaksanakan oleh dua orang atau organisasi dengan tenggat waktu tertentu untuk menghasilkan keuntungan dengan menggunakan prinsip saling membutuhkan serta saling membesarkan (Hasfah, 2004). Kemitraan juga harus mempunyai kesetaraan dan transparansi terhadap semua pihak yang terlibat, memiliki sifat saling menghargai, menghormati, dan saling percaya (Becker et al., 2015; Kadek et al., 2017). Berbagai bentuk kemitraan hadir tidak hanya dalam memudahkan aktivitas tapi juga untuk menguntungkan pihak yang terlibat. Bentuk

kemitraan ini terjalin dalam semua sektor, seperti sektor perikanan (Asiati & Nawawi, 2017), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Widyani, 2013), sektor perkebunan (Fadjar, 2016), sektor pertanian (Saptana et al., 2007; Suriati et al., 2015), dan kemitraan industri kereta api dalam pembinaan lingkungan (Widiasmara, 2018).

Sektor pariwisata sebagai sebuah entitas bisnis juga menjalankan kemitraan untuk meningkatkan keuntungan. Kemitraan di sektor pariwisata ini dapat dilihat pada pengembangan wisata di Dieng Kulon antara pemerintah dan masyarakat (Khasanah, 2019), pengembangan SDM di Jawa Barat (Soemaryani, 2019), manajemen atraksi wisata Pampang di Samarinda (Putra, 2013), pengembangan wisata di Kabupaten Tulungagung (Andriani & Setyowati, 2016), pengembangan Bali Elephant Camp di Kabupaten Badung (Kadek et al., 2017), pengelolaan wisata di Kabupaten Tasikmalaya (Saputra et al., 2019), dan promosi wisata di Sulawesi Selatan (Rudi et al., 2017). Berbagai bentuk pola kemitraan dalam industri pariwisata telah banyak diterapkan. Kemitraan menjadi satu hal yang penting untuk dijalankan karena memiliki banyak keuntungan terhadap pihak-pihak yang menjalankannya. Hal ini karena terdapat banyak kesamaan dalam menjalankan suatu kemitraan. Mereka terikat dalam bentuk memorandum kerja sama untuk mencapai satu tujuan yakni meraih keuntungan bersama (Mason, 2003).

Model terkait kemitraan yang biasa digunakan dalam industri dapat dijelaskan sebagai suatu pola. Pola tersebut hadir untuk merealisasikan kemitraan dari hubungan antar usaha sesuai dengan kebutuhannya. Pola tersebut meliputi pola inti plasma, pola subkontrak, pola dagang umum, pola keagenan, pola waralaba, pola vendor, dan pola kerja sama operasional agribisnis (Hasfah, 1999; Daryanto, 2011). Hal ini kemudian dipertegas dengan SK Mentan No. 940/Kpts/OT.201/10/1997 terkait kemitraan usaha pertanian yang dikemukakan dalam pola-pola kemitraan yang bisa dijalankan di antaranya; 1) Pola inti-plasma, 2) Kemitraan subkontrak, 3) Dagang umum, 4) Keagenan, 5) Kerja sama Operasional Agribisnis (KOA). Selanjutnya konsep kemitraan ini di muat Kembali pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di mana kemitraan dapat dilaksanakan dengan pola: Inti-plasma; Subkontrak; Waralaba; Perdagangan secara umum; Distribusi dan keagenan; dan juga bentuk kemitraan lainnya seperti: bagi hasil (Kerja sama operasional), usaha patungan, dan penyumberluaran (*outsourcing*). Dari penjelasan tersebut bisa disimpulkan bahwa kemitraan adalah kerja sama baik secara individu maupun kelompok untuk menghasilkan keuntungan. Banyaknya sistim kemitraan yang terjadi melalui tipe dan model, membuat kemitraan terus mendapatkan pembaharuan untuk menemukan pola yang tepat dalam pelaksanaannya.

Salah satu usaha pariwisata yang menjalankan pola kemitraan yaitu bisnis perhotelan. Kemitraan di hotel menjadi hal penting untuk dijalankan seiring bertambah besarnya kebutuhan operasional hotel. Kemitraan yang terjalin dalam industri perhotelan meliputi berbagai hal tergantung pada kebutuhan hotel itu sendiri (Darwis & Junaid, 2016). Hsu & Powers (2002) Kemitraan yang terjadi antara hotel dan perusahaan merupakan bentuk dari strategi pemasaran untuk menimbulkan kepercayaan dari masyarakat terhadap layanan jasa yang bergerak di bidang perhotelan. *Corporate social responsibility* merupakan program organisasi hotel yang bermitra dengan masyarakat guna menunjukkan rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitar (Ruktiastu, 2019). *Travel agent* dan hotel untuk mengakomodir tamu (Saragih, 2019). Di sisi lain kemitraan juga terjalin antara hotel dan *supplier* guna memenuhi kebutuhan hotel (Cahyo & Solikhin, 2015). Kemitraan hotel dengan *supplier* menjadi bagian penting dikarenakan para pemasok adalah kunci utama dalam melengkapi segala kebutuhan tamu yang menginap di hotel. Pujawan & Mahendrawathi (2017) pemasok atau *supplier* adalah pihak yang mempunyai kepentingan dalam keberhasilan penghasilan dalam melaksanakan bisnis. Pemasok akan memberikan dukungan pada

keberhasilan operasional perusahaan. Para pemasok hotel ini biasanya terdiri dari bahan pangan, amenitis, dan perlengkapan keseharian yang dibutuhkan hotel. Jika dilihat dari banyaknya mitra dalam bisnis perhotelan, kemitraan tersebut bersifat wajib untuk dijalankan.

Berdasarkan data BPS Gorontalo, jumlah akomodasi di tahun 2013 sebanyak 50 hotel, naik menjadi 59 hotel di tahun 2017. Meskipun belum dalam jumlah yang banyak, hal ini memperlihatkan bahwa bisnis akomodasi di Gorontalo terus berkembang. Namun terdapat perbedaan yang signifikan pada tahun 2018 - 2020, di tahun tersebut jumlah akomodasi penginapan di Gorontalo mengalami penurunan menjadi 47 hotel (BPS Kota Gorontalo, 2020). Dana & Suci (2021) menyebutkan faktor penurunan bisnis disebabkan selera konsumen, hadirnya pesaing baru, mitra, kualitas produk, dan kurangnya promosi. Serta lingkungan, harga, komunikasi dan faktor sosial juga berdampak pada penurunan bisnis. Untuk menghindari penurunan bisnis diperlukan keunggulan tersendiri agar tidak mudah di duplikasi. Ruslan (2015) menyebutkan dalam dunia bisnis juga diperlukan suatu kemitraan untuk memudahkan pelaksanaan operasional. Hal ini merupakan kebutuhan dasar dan juga strategi agar bisnis tetap bisa berlangsung (Asiati & Nawawi, 2017). Pertumbuhan bisnis adalah peningkatan skala atau ukuran suatu bisnis dari waktu ke waktu. Ini bisa terjadi dalam berbagai cara, seperti peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah karyawan, perluasan operasi bisnis ke wilayah baru, pengenalan produk atau layanan baru, akuisisi bisnis lain, atau pengembangan rantai pasokan (Ericson, 2007). Pertumbuhan bisnis dapat menjadi tujuan strategis utama bagi perusahaan untuk meningkatkan laba dan nilai perusahaan, serta untuk memperluas pangsa pasar dan mencapai keunggulan kompetitif.

Kemitraan yang umum diterapkan di Gorontalo saat ini masih berfokus pada masyarakat dengan konsep *Public Private Partnership*. Pola kemitraan ini adalah kerja sama antara pemerintah dan pihak swasta yang kemudian dijalankan oleh masyarakat yaitu petani (Pasaribu, 2016). Kemitraan tersebut bertujuan untuk mengembangkan ekonomi dan pembangunan daerah (Ekpenyong & Mmom, 2015). Namun pada industri pariwisata khususnya akomodasi perhotelan, kemitraan tersebut belum menjadi fokus dari pemerintah meskipun telah terjadi penurunan jumlah akomodasi. Penurunan jumlah akomodasi memperlihatkan bahwa pertumbuhan bisnis yang terjadi pada usaha pariwisata tidak berjalan dengan baik. Daraba et al (2020) menyebutkan pengembangan pariwisata yang merujuk pada pola kemitraan bersifat saling membutuhkan, menguatkan, dan harus saling menguntungkan. Kemitraan industri pariwisata merupakan upaya dalam mengatasi permasalahan bisnis (Ardiansyah & Aulawi, 2020). Purba (2008) menyebutkan bahwa kemitraan turut mempengaruhi sumber daya, kualitas hubungan, dan fleksibilitas. Selain agar kebutuhan wisatawan tetap dapat dipenuhi oleh hotel, hal ini juga dapat memberikan keuntungan terhadap kedua mitra sehingga dapat berdampak pada semua sektor.

Secara umum, hotel-hotel di Kota Gorontalo telah menjalankan sistem kemitraan dengan berbagai pemasok yang bersifat saling menguntungkan dan berorientasi pada kepuasan konsumen. Kemitraan ini tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan tamu, tetapi juga untuk menghasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak. Seperti yang telah dijelaskan di atas, pola kemitraan dapat mempengaruhi keuntungan dalam bisnis. Namun, dalam sektor akomodasi diperlukan pola kemitraan yang sesuai. Meskipun setiap hotel memiliki kebutuhan yang sama, namun penerapannya bisa berbeda antara hotel bintang dan non-bintang. Hal ini karena setiap hotel memiliki mitra yang berbeda sesuai dengan kebutuhan masing-masing, baik itu hotel bintang yang memiliki manajemen terstruktur maupun hotel non-bintang yang belum memiliki manajemen atau dikelola secara pribadi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bentuk pola kemitraan usaha pariwisata di hotel bintang dan non-bintang di Kota

Gorontalo, serta menganalisis dampak dari pola kemitraan tersebut pada pertumbuhan hotel di daerah tersebut.

LANDASAN TEORI

Pola Kemitraan

Sumardjo (2004) menyatakan bahwa pola kemitraan merupakan bentuk kerja sama yang dilakukan dua pihak untuk mendapatkan keuntungan bersama. Berikut merupakan penjelasan bentuk-bentuk pola kemitraan:

a. **Pola Kemitraan Inti Plasma**

Pola kemitraan inti plasma merupakan hubungan mitra yang terjalin di antara perusahaan dengan para kelompok tani, juga mitra yang berperan sebagai plasma itu sendiri. Dalam proses kemitraan ini biasanya para perusahaan yang akan menyediakan lahan dan melakukan bimbingan. Sedangkan pada posisi mitra biasa hanya mempersiapkan tenaga fisik untuk melakukan pekerjaan tersebut sesuai dengan kesepakatan awal.

b. **Pola Kemitraan Subkontrak**

Pola subkontrak merupakan kerja sama yang terjalin terhadap perusahaan dan kelompok mitra usaha, dengan mempersiapkan kebutuhan yang diperlukan dari perusahaan mitra tersebut sebagai bentuk dari produksinya. Mulai dari waktu, harga, volume, serta kualitas barang. Hal ini di tulis dalam kontrak yang terjalin antara kedua mitra.

c. **Pola Kemitraan Dagang Umum**

Pola kemitraan dagang umum merupakan bentuk kerja sama dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Biasanya para pemasok dengan usaha kecil menjadi mitra untuk memenuhi kebutuhan perusahaan menengah dan besar. Usaha menengah rata-rata menjalin kemitraan untuk memudahkan penjualan produk, menyediakan lokasi tempat usaha, dan juga penerimaan dengan usaha kecil guna memenuhi kebutuhan dari perusahaan besar.

d. **Pola Kemitraan Keagenan**

Pola kemitraan keagenan merupakan kemitraan yang terdiri dari pihak perusahaan dan sekelompok mitra atau pengusaha kecil. Perusahaan akan memberikan kebebasan kepada mitra untuk menjual produk perusahaan yang di pasok oleh mitra pengusaha lainnya. Adapun keunggulannya perusahaan besar akan bertanggung jawab terhadap mutu dari volume barang, dan di sisi lain usaha mitra kecil wajib melakukan pemasaran dari produk tersebut. Untuk lebih bisa memahami kemitraan tersebut, Gambar II.4 disajikan sebagai bahan acuan.

e. **Pola Kemitraan Kerja sama Operasional Agribisnis (KOA)**

Kemitraan KOA merupakan suatu pola hubungan bisnis yang dilakukan sekelompok mitra dengan perusahaan mitra. Kelompok mitra tersebut melakukan penyiapan sarana, tenaga, dan lahan kerja. Sebaliknya perusahaan mitra yang akan mempersiapkan dari segi keuangan, manajemen, dan produksi dalam melengkapi usaha untuk budidaya komoditas pertanian. Pola KOA ini sudah banyak diterapkan pada bidang perkebunan dan perikanan. Pelaksanaannya melalui kesepakatan yang dilakukan kedua pihak mulai dari pembagian hasil serta risiko yang akan terjadi pada sektor pertanian. Pola kerja sama operasional agribisnis bisa dilihat pada gambar berikut.

Pertumbuhan Bisnis

Pertumbuhan bisnis sejauh ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor (Hitt et al., 2014; Iliev, 2022), di antaranya:

1. Pasar dan permintaan: Pertumbuhan bisnis dapat dipengaruhi oleh pasar dan permintaan yang ada di dalamnya. Jika pasar tumbuh atau permintaan meningkat, maka peluang bisnis juga akan bertumbuh.
2. Inovasi dan teknologi: Inovasi dan teknologi dapat menjadi kunci pertumbuhan bisnis. Perusahaan yang terus berinovasi dan mengadopsi teknologi baru dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasi, serta menciptakan produk dan layanan baru yang dapat menarik pelanggan.
3. Modal dan keuangan: Modal dan keuangan yang cukup dapat memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan bisnis mereka, baik melalui investasi di dalam perusahaan maupun melalui akuisisi atau ekspansi ke pasar baru.
4. Keterampilan dan bakat: Keterampilan dan bakat yang dimiliki oleh karyawan dan manajemen juga dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis. Perusahaan yang memiliki karyawan yang berbakat dan terampil dapat lebih mudah mengembangkan bisnis mereka.
5. Regulasi dan kebijakan: Regulasi dan kebijakan pemerintah juga dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis. Perusahaan yang beroperasi di pasar dengan regulasi yang ketat atau kebijakan pemerintah yang tidak mendukung bisnis mereka mungkin akan menghadapi tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka.
6. Persaingan: Tingkat persaingan di pasar juga dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis. Persaingan yang ketat dapat memaksa perusahaan untuk berinovasi dan beradaptasi, namun dapat pula membatasi peluang bisnis.
7. Lingkungan ekonomi dan politik: Lingkungan ekonomi dan politik di negara atau wilayah di mana perusahaan beroperasi juga dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis. Perusahaan yang beroperasi di negara dengan lingkungan ekonomi dan politik yang stabil dan berkembang cenderung lebih mudah mengembangkan bisnis mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif. Di mana data yang disajikan hadir dalam bentuk serangkaian kata-kata yang muncul dari partisipan (Creswell, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta menjelaskan bentuk dan dampak yang ditimbulkan pola kemitraan pada pertumbuhan bisnis hotel di Kota Gorontalo. Pengumpulan data menggunakan dua sumber yakni data primer yang diambil langsung tanpa adanya perantara yakni mewawancarai informan dan melakukan pengamatan di lapangan. Selanjutnya untuk data sekunder diambil dalam penelitian sebelumnya baik melalui buku, internet, jurnal, dan studi kepustakaan yang dapat membantu analisis untuk mendapatkan hasil pembahasan yang lebih akurat.

Pemilihan informan dilakukan dengan teknik purposive dan snowball sampling, dengan model triangulasi. Informan yang di wawancarai dalam penelitian ini meliputi beberapa karyawan hotel mulai dari pimpinan tertinggi yakni General Manager, staf purchasing, dan para pemasok yang melakukan mitra dengan pihak hotel (detail lihat Tabel 1). Pada teknik analisis data, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber yang dibutuhkan dan dibuatkan reduksi atau rangkuman. Penyajian data dilanjutkan dengan uraian singkat baik berbentuk bagan, tabel, dan lain sebagainya. Terakhir ditarik suatu kesimpulan sesuai dengan bukti yang ada di lapangan. Proses analisis data secara keseluruhan melibatkan pemahaman data berupa teks atau gambar

(Creswell, 2016).

Tabel 1. Informan penelitian

No	Hotel	Informan
1	ASTON Gorontalo Hotel & Villas (*4)	<ul style="list-style-type: none"> • General Manager • Staf Purchasing
2	Grand Q Hotel (*4)	<ul style="list-style-type: none"> • General Manager • Staf Purchasing
3	New Melati Hotel	<ul style="list-style-type: none"> • General Manager • Staf Purchasing
4	Pemasok/ <i>Supplier</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Semua pemasok/<i>supplier</i>
5	Dinas UMKM Gorontalo	<ul style="list-style-type: none"> • Kepala Bidang UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Pola Kemitraan Hotel

Hasil wawancara dengan pihak hotel, pemasok, dan pemerintah sejauh ini belum ada regulasi secara tertulis terkait kemitraan usaha pariwisata. Kerja sama yang terjalin dikarenakan adanya unsur saling membutuhkan di antara kedua belah pihak. Sedangkan dari pihak pemerintahan sejauh ini baru memberikan himbauan kepada para pelaku usaha terutama hotel, untuk menjalin kemitraan dalam rangka menunjang perputaran ekonomi daerah sekaligus menjadi ajang promosi usaha pariwisata dan pelaku usaha lainnya seperti pemasok bahan pangan dan juga para pelaku UMKM.

Bentuk kemitraan yang terjalin di hotel berbintang sudah menerapkan bentuk pola kemitraan inti plasma dan pola subkontrak. Hal ini ditandai dengan adanya pembaharuan kontrak kerja sama dengan para mitra setiap setahun sekali. Di mana dalam kontrak tersebut juga dijelaskan hak dan kewajiban kedua mitra agar sekiranya bisa dipenuhi sebagai mana yang telah disepakati. Kontrak tersebut dibuat agar kedua mitra bisa mengetahui segala dampak yang dihasilkan dari kemitraan yang berjalan di antara kedua mitra.

Di sisi lain kemitraan yang terjalin dengan para pemasok diketahui bahwa sejauh ini kerja sama dengan pihak hotel hanya diberikan surat pemberitahuan bahwa mereka menjadi penyuplai barang – barang di hotel tersebut. Sedangkan kontrak secara tertulis yang menyatakan jangka waktu kerja sama , harga, dan keuntungan maupun kerugian lainnya belum ada. Pihak pemasok menyatakan bahwa dengan tidak adanya kontrak kerja sama juga dapat mempengaruhi bisnis dari para pemasok itu sendiri. Karena pada dasarnya pihak hotel bisa kapan saja memutuskan kemitraan yang sedang berjalan. Sementara para pemasok, terutama bahan pangan, sembako, dan tani, sejauh ini sudah berusaha memenuhi permintaan barang sesuai dengan kebutuhan hotel. Tapi hal ini tidak bisa dijadikan acuan bahwa hotel akan tetap memakai jasa mereka sebagai penyuplai barang.

Permatasari (2021) menegaskan bahwa kemitraan adalah kerja sama berkepanjangan yang dilakukan oleh kedua mitra dengan memperhitungkan keuntungan kedua belah pihak. Sementara disisi lain dari pihak pemerintahan belum adanya regulasi terkait kemitraan usaha pariwisata. Sehingga proses kemitraan antara pelaku usaha pariwisata masih belum menemukan titik kesepakatan yang tepat selain dari unsur saling membutuhkan. Disisi lain para pemasok berharap bahwa kemitraan tersebut dilandasi oleh kontrak kerja sama secara tertulis. Sehingga bisnis

tersebut tidak hanya memberikan dampak untuk bisnis hotel, namun juga untuk para pemasok. Hal ini juga merupakan bentuk etika bisnis, agar bisa mencapai keberhasilan dari bentuk kemitraan yang akan dijalankan oleh kedua belah pihak (Hasfah, 2004).

Secara umum diketahui bahwa kemitraan yang berjalan di hotel berbintang menerapkan bentuk pola kemitraan menurut Sumardjo (2004). Dari lima pola kemitraan yang telah disebutkan yakni Pola Inti Plasma, Pola Subkontrak, Pola Kemitraan Dagang umum, Pola Kemitraan Keagenan, dan Pola Kerja sama Operasional Agribisnis, saat ini hotel berbintang sudah menggunakan 2 pola kemitraan yakni pola subkontrak dan pola inti plasma.

Pola subkontrak berisikan penjelasan terkait jangka waktu, harga, volume, dan kualitas barang yang dibutuhkan. Hal ini harus dituliskan dalam kontrak yang terjalin di antara kedua mitra, sehingga kedua belah pihak mengetahui dampak yang dihasilkan dari kemitraan tersebut. Sedangkan pada penerapan pola tersebut sejauh ini isi kontrak sebagian besar hanya menuliskan jangka waktu untuk mitra yang memberikan pelayanan jasa seperti produk amenities, layanan jaringan internet, jasa *laundry*, dan bahan material. Sedangkan untuk pemasok bahan pangan dan sembako, pihak hotel hanya memberikan surat kerja sama sebagai bukti bahwa para pemasok merupakan mitra penyuplai barang, serta penjelasan terkait SOP dan kualitas barang yang harus dipenuhi oleh pemasok.

Pola inti plasma, kerja sama yang dijalankan harus di antara mitra dan para petani tanpa melibatkan pihak kedua. Dalam prosesnya perusahaan mitra harus menyediakan lahan serta melakukan bimbingan kepada para petani. Sedangkan posisi tani hanya menyediakan tenaga fisik untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan kesepakatan awal kedua belah pihak. Namun pada kemitraan hotel yang telah menggunakan pola inti plasma, ditemukan bahwa hotel tidak menyiapkan lahan untuk para tani, maupun melakukan bimbingan secara rutin terkait penyiapan bahan-bahan yang dibutuhkan oleh pihak hotel. Kemitraan ini hanya berjalan dengan unsur saling membutuhkan. Di mana pihak hotel membeli produk secara langsung kepada petani untuk mendapatkan harga yang lebih murah. Sedangkan untuk penyiapan lahan dan bimbingan teknis kepada para tani, sejauh ini belum mampu untuk dipenuhi pihak hotel. Berikut merupakan produk yang dikerjakan samakan diantar kedua mitra (detail lihat Gambar 1).





Gambar 1. Produk Kerja sama dengan Mitra

Sumber: Data olahan pribadi, 2023

Pada hotel tidak berbintang diketahui sejauh ini belum memiliki bentuk pola kemitraan, baik pola subkontrak maupun inti plasma yang telah digunakan hotel secara umum. Selain tingkat hunian yang tidak menentu dan relatif kurang, pihak pengelola turut mempertimbangkan unsur keuntungan maupun kewajiban kedua belah pihak jika melakukan kerja sama dengan para mitra penyuplai barang. Sehingga sampai saat ini pihak hotel hanya melakukan permintaan barang ke pemasok/mitra saat tingkat hunian meningkat. Namun pada hari biasa ketika tingkat hunian rendah, pihak pengelola lebih memilih untuk membeli kebutuhan hotel di swalayan maupun pasar tradisional terdekat.

Dampak Pola Kemitraan Pada Pertumbuhan Bisnis Hotel

Para pelaku usaha hotel bintang menyampaikan bahwa kerja sama yang terjalin dengan semua pihak sejauh ini sangat membantu bisnis perhotelan. Selain dari memudahkan sistim operasional, hal ini juga berdampak pada pendapatan yang memberikan keuntungan terhadap pihak hotel. Terlebih pada saat pandemi covid-19 terjadi, pemerintah setempat masih tetap mengizinkan hotel beroperasi dengan tetap menjalankan protokol kesehatan yang telah ditetapkan pemerintah. Kerja sama ini juga menegaskan bahwa pemerintah setempat diharuskan menggunakan akomodasi hotel sebagai tempat pelaksanaan kegiatan – kegiatan dinas. Hal ini merupakan upaya dari pemerintah agar usaha pariwisata terus bertahan.

Implementasi dari pola kemitraan antara pelaku usaha dan pemerintah sejauh ini dilaksanakan demi mendapatkan keuntungan dari bisnis pariwisata (Nik Haryanti, 2020). Sehingga perputaran ekonomi bisa terus berjalan dan dirasakan oleh para pelaku usaha lainnya. Adapun mitra lainnya yang juga ikut merasakan pertumbuhan dari bisnis hotel adalah para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di antaranya para pemasok/*supplier* selaku penyuplai barang hotel.

Kerja sama yang dijalankan dengan pemerintahan, perusahaan, dan agen perjalanan sejauh ini diketahui memberikan keuntungan pada pihak hotel. Keuntungan ini membuat perputaran bisnis hotel terus berjalan dengan baik. Disisi lain kerja sama yang dijalankan dengan pemasok dan para UMKM, juga turut memberikan keuntungan dalam perputaran bisnis hotel. Selain pihak hotel mendapatkan harga yang lebih murah, kerja sama ini juga menunjang sistem operasional hotel. Sehingga diketahui, dampak yang ditimbulkan dari kemitraan pada hotel berbintang tidak hanya memberikan keuntungan dari segi pendapatan, tetapi juga dalam bentuk kemudahan untuk menjalankan operasional hotel.

Para pemasok menyampaikan sejauh ini, meski belum ada ikatan kontrak resmi yang menerangkan jangka waktu kerja sama di antara kedua belah pihak, para pemasok tetap dapat merasakan dampak dari kerja sama yang terjalin dengan pihak hotel. Dampak ini dirasakan pemasok terhadap daya beli bahan pangan maupun produk hotel yang meningkat. Meskipun demikian, hal ini tidak menutup kekhawatiran dari pemasok jika sewaktu – waktu pihak hotel ingin memutuskan kerja sama secara sepihak.

Pada akomodasi hotel tidak berbintang, kerja sama dengan para mitra belum menjadi fokus utama. Tingkat hunian yang tidak menentu dan tidak terikat kontrak dengan mitra, membuat bisnis ini cenderung lebih fleksibel. Namun dampak kemitraan yang terjadi pada hotel tidak berbintang meliputi pemasaran. Di mana tidak terjadi promosi antara mitra dan pihak hotel. Selain itu, pembelian produk kebutuhan hotel terkadang relatif lebih mahal, dikarenakan pihak hotel tidak mempunyai mitra tetap dalam hal penyuplaian barang. Disisi lain, pihak hotel tidak terikat kontrak dengan mitra, sehingga dalam pelaksanaannya membuat bisnis ini menjadi lebih fleksibel.

Saat ini kerja sama yang dijalankan baik pada hotel bintang dan tidak berbintang dengan para mitra, memberikan dampak yang baik pada pertumbuhan bisnis hotel. Pertumbuhan bisnis hotel tentu di pengaruhi oleh banyak faktor, hal tersebut tidak hanya berasal dari wujud bisnis itu sendiri namun juga faktor pendukung lainnya. Kemitraan merupakan salah satu faktor pendukung yang memberikan dampak pada pertumbuhan bisnis hotel (Ruslan, 2015).

Kemitraan yang terjadi di antara hotel dan semua mitra baik pemerintah, perusahaan, agen perjalanan, dan para pemasok diketahui memperlancar bisnis perhotelan sehingga terus membuat pendapatan hotel meningkat. Pertumbuhan bisnis hotel yang disebabkan oleh kemitraan, tidak hanya memberikan keuntungan dari segi pendapatan tetapi juga pada peningkatan jumlah akomodasi hotel yang ada di wilayah Gorontalo.

Berdasarkan data yang didapatkan dari organisasi perhimpunan hotel dan restoran Indonesia Provinsi Gorontalo, tercatat bahwa selama 3 Tahun terakhir pertumbuhan properti akomodasi hotel di Gorontalo terus menunjukkan kenaikan.

Tabel 2. Jumlah Pertumbuhan Akomodasi Hotel di Gorontalo

	Tahun	Total
Akomodasi Hotel Gorontalo	2018	58
	2020	47
	2021	51
	2023	63

Sumber: PHRI Gorontalo, 2023

Pada tahun 2018 tercatat Gorontalo memiliki jumlah akomodasi sebanyak 58 properti. Saat pandemi covid terjadi di tahun 2020, jumlah properti tersebut mengalami penurunan menjadi 47. Selain dari akibat yang ditimbulkan pandemi, penurunan ini juga disebabkan oleh kemitraan

yang tidak berjalan dengan baik. Namun dengan adanya pola kemitraan yang telah dijalankan oleh para pihak yang bersangkutan, dalam 3 tahun terakhir properti hotel yang berada di Gorontalo meningkat menjadi 63 unit.

Melihat dampak yang ditimbulkan dari kemitraan yang terjadi pada hotel bintang dan tidak berbintang, kemitraan menjadi satu hal yang penting untuk dijalankan. Meskipun perbaikan terus dilakukan oleh semua pihak yang terlibat dalam kemitraan, hadirnya regulasi yang jelas dan terarah tetap diperlukan untuk semua mitra yang melaksanakannya. Selain sebagai bahan acuan dari pihak mitra, regulasi tersebut bisa membuat kemitraan terus berkelanjutan. Sehingga dampak yang akan dihasilkan dari kemitraan bisa lebih besar, tidak hanya untuk pemerintah setempat tapi juga terhadap masyarakat dan para pelaku usaha lainnya.

KESIMPULAN

Kemitraan di sektor pariwisata umum diterapkan oleh bisnis perhotelan dengan berbagai pihak untuk mencapai keuntungan bersama. Seiring bertambah besarnya kebutuhan operasional hotel, maka kemitraan menjadi hal penting untuk diperhatikan. Kemitraan menjadi salah satu permasalahan bisnis perhotelan karena turut mempengaruhi sumber daya, kualitas hubungan, dan fleksibilitas. Hotel berbintang dan non bintang memiliki kebutuhan operasional yang berbeda, sehingga akan mempengaruhi pola kemitraan yang diterapkan. Saat ini, di Kota Gorontalo, pola kemitraan yang dijalankan di sektor akomodasi hotel meliputi pola inti plasma dan pola subkontrak. Beberapa pola kemitraan lainnya, seperti pola kemitraan dagang umum, pola keagenan, dan pola kerja sama operasional agribisnis, tidak ditemukan. Sebelum adanya kemitraan, bisnis perhotelan hanya berfokus pada pelanggan sebagai sumber keuntungan. Namun, setelah adanya kemitraan dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, perusahaan, agen perjalanan, dan pemasok, terbukti bahwa kemitraan dengan pemasok sangat mendukung operasional hotel. Selain itu, kerja sama dengan pemerintah tidak hanya menghasilkan pendapatan tambahan, tetapi juga mendorong pertumbuhan hotel dengan hadirnya properti baru. Melihat dampak yang ditimbulkan dari kemitraan yang terjadi pada hotel bintang dan tidak berbintang, kemitraan menjadi satu hal yang penting untuk dijalankan. Perlu adanya regulasi yang mengatur tentang kemitraan usaha pariwisata agar kerja sama antar pihak dapat berkelanjutan agar manfaat yang diterima dapat lebih besar, tidak hanya untuk pemerintah setempat tapi juga terhadap masyarakat dan para pelaku usaha lainnya.

DAFTAR REFERENSI

- Andriani, P. N., & Setyowati, E. (2016). Kemitraan dalam Pengembangan Potensi Pariwisata (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik (JIAP)*, 2(1), 58–67.
- Ardiansyah, R., & Aulawi, H. (2020). Identifikasi Faktor-Faktor Kunci Keberhasilan Pola Kemitraan Inti Plasma. *Jurnal Kalibrasi*, 17(2), 43–51. <https://doi.org/10.33364/kalibrasi/v.17-2.745>
- Asiati, D., & Nawawi, N. (2017). Kemitraan Di Sektor Perikanan Tangkap: Strategi Untuk Kelangsungan Usaha Dan Pekerjaan. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 11(2), 103. <https://doi.org/10.14203/jki.v11i2.204>
- Becker, F. G., Cleary, M., Team, R. M., Holtermann, H., The, D., Agenda, N., Science, P., Sk, S. K., Hinnebusch, R., Hinnebusch A, R., Rabinovich, I., Olmert, Y., Uld, D. Q. G. L. Q., Ri, W. K. H. U., Lq, V., Frxqwu, W. K. H., Zklfk, E., Edvgh, L. V, Wkh, R. Q., ... ح, فاطمی

- (2015). Pola Kemitraan Dalam Pengelolaan Pariwisata Di Kepulauan Karimunjawa Kabupaten Jepara. *Syria Studies*, 7(1), 37–72. https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625
- BPS Kota Gorontalo. (2020). *Statistik Perhotelan Kota Gorontalo*.
- Cahyo, & Solikhin. (2015). Analisis Peranan Purchasing Terhadap Proses Pengadaan Barang di Hotel Lorin Solo. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 10(2), 1–23.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design* (4th ed.). Pustaka Belajar.
- Dana, I. G., & Suci, N. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Menjelaskan Penurunan Penjualan Produk BUMdes di Kabupaten Karangasem. 11(3), 396–402.
- Daraba, D., Indah Murwani, S., Dione, F., & Salam, R. (2020). Pola Prinsip Kemitraan Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Purbalingga Provinsi Jawa Tengah. *Profit*, 14(2), 56–62. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.02.7>
- Darwis, & Junaid, I. (2016). Kemitraan Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata dan Industri Hospitaliti. *Kepariwisata*, 10.
- Daryanto, D. kawan-kawan. (2011). *Strategi Kemitraan Usaha Dalam Rangka Peningkatan Daya Saing Agribisnis Cabai Merah Di Jawa Tengah*.
- Ekpenyong, O., & Mmom, P. C. (2015). *Public-Private Partnership and Tourism Development in the Niger Delta Region*. 5(2), 80–87.
- Ericson, M. (2007). *Business Growth: Activities, Themes and Voices*. Edward Elgar Publishing.
- Fadjar, U. (2016). Kemitraan Usaha Perkebunan: Perubahan Struktur yang Belum Lengkap. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 24(1), 46. <https://doi.org/10.21082/fae.v24n1.2006.46-60>
- Hasfah, M. J. (1999). *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Hasfah, M. J. (2004). *Kemitraan Usaha: Konsepsi dan Strategi*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Hsu, C. H., & Powers, T. (2002). *Marketing Hospitality*. John Wiley & Sons.
- Kadek, N., Pebriani, D., Erviantono, T., Wiwin, K., & Wismayanti, D. (2017). Kemitraan Pengembangan Sektor Pariwisata (Studi Kasus : Bali Elephant Camp , Desa Wisata Carangsari ,. *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Udayana*.
- Khasanah, D. U. (2019). Pola Kemitraan Pemerintah Daerah Dengan Kelompok Sadar Wisata Pandawa Dieng Kulon Dalam Pengembangan Pariwisata. *Journal of Politic and Government Studies*, 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/download/25063/22315>
- Mason, P. (2003). *Tourism impacts, planning and management*. Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Nik Haryanti. (2020). Implementasi Public Private Partnership sebagai Usaha Keberhasilan Pengembangan Pariwisata di Era Global. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 7(1), 30–49. <https://doi.org/10.53429/jdes.v7i1.24>
- Pasaribu, S. M. (2016). Program Kemitraan dalam Sistem Pertanian Terpadu. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 13(1), 39. <https://doi.org/10.21082/akp.v13n1.2015.39-54>
- Permatasari, E. (2021). *Macam-Macam Pola Kemitraan dengan UMKM*. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/macam-macam-pola-kemitraan-dengan-umkm-lt6183e27b43063>
- Pujawan, N. I., & Mahendrawathi, E. (2017). *“Supply Chain Management.”* Penerbit Andi, Yogyakarta.

-
- Purba, E. A. (2008). Analisis Penerapan Strategi Kemitraan Terhadap Kinerja Perusahaan Biro Teknik Listrik. *Bisnis Strategi*, 17(2), 197–202. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/view/14438/11030>
- Putra, A. S. (2013). Pola Kemitraan Pariwisata dalam Manajemen Atraksi Desa Wisata Pampang Kota Samarinda. *Jurnal Nasional PARIWISATA*, 5(3), 189–200. https://jurnal.ugm.ac.id/tourism_pariwisata/article/view/6692/5255
- Rudi, R., Hakim, L., & Mone, A. (2017). Kemitraan Pemerintah Dengan Asita Dalam Promosi Kunjungan Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Kepariwisataaan Provinsi Sulawesi Selatan. *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.26618/kjap.v3i1.896>
- Ruktiastu, C. D. (2019). Kemitraan THE 101 Yogyakarta Tugu Hotel dan Desa Wisata Kebonagung Imogiri Bantul dalam Pelaksanaan Program One Hotel One Village. *Skripsi*.
- Ruslan. (2015). 142 Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan. Vol 11. No. 2 Juli 2015. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(2), 142–153.
- Saptana, Kurnia, Indraningsih, S., & Hastuti, E. L. (2007). ANALISIS KELEMBAGAAN KEMITRAAN USAHA DI SENTRA SENTRA PRODUKSI SAYURAN (Suatu Kajian Atas Kasus Kelembagaan Kemitraan Usaha di Bali, Sumatera Utara, dan Jawa Barat) SAPTANA, KURNIA SUCI INDRANINGSIH DAN dan ENDANG L. HASTUTI. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(3).
- Saputra, G. R., Zaenuri, M., Priyo Purnomo, E., & Dian Fridayani, H. (2019). Kemitraan Pengelolaan Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2017 (Studi Kasus Objek Wisata Gunung Galunggung Kabupaten Tasikmalaya). *KEMUDI: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 3(2), 298–341. <https://doi.org/10.31629/kemudi.v3i2.896>
- Saragih, L. S. (2019). Dampak Online Travel Agent (OTA) Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pardede Internasional Hotel Medan. *Jurnal Online Nasional*, 3(1), 48.
- Soemaryani, I. (2019). Kemitraan Strategis dalam Pengembangan SDM Industri Wisata Halal Berbasis Pengembangan Kurikulum Kepariwisataaan di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 2(1), 32.
- Sumardjo, D. (2004). *Teori dan Praktik Kemitraan Agribisnis*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Suriati, N., Dewi, R., & Djelantik, A. (2015). Pola Kemitraan Antara Petani Heliconia Dengan Sekar Bumi Farm Di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. *E-Journal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal of Agribusiness and Agritourism)*, 4(4), 241–249.
- Widiasmara, A. (2018). Analisis Efektivitas Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan Pt Industri Kereta Api (Inka) Persero Pada Umkm. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 2(1), 134. <https://doi.org/10.25273/inventory.v1i2.2437>
- Widyani, W. M. (2013). Pentingnya Pola Kemitraan Dalam Rangka Meningkatkan Peran dan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Jawa Timur Periode 2006 – 2011. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 2(2), 1–12.