

BAB II

GEOGRAFI PERMINTAAN PARIWISATA

Tujuan Obyektif:

1. Menjelaskan bermacam-macam tipe permintaan.
2. Menjelaskan pengaruh perkembangan ekonomi, factor populasi , dan kebijakan pemerintah terhadap permintaan pariwisata.
3. Memahami pengaruh dari variable individu terhadap permintaan pariwisata.
4. Memahami macam dari permintaan pariwisata yang tertunda.
5. Memahami segmentasi pasar yang berhubungan dengan permintaan pariwisata

PERMINTAAN PARIWISATA: KONSEP DAN DEFINISINYA

Permintaan pariwisata didefinisikan sebagai , “...sejumlah orang yang mengadakan perjalanan atau akan mengadakan perjalanan dengan menggunakan fasilitas dan atau jasa-jasa di tempat tersebut...” (Mathieson and Wall, 1982).

Definisi ini mengacu kepada luasnya dampak, yang berkaitan dengan harga dan pendapatan , sebagai determinan permintaan dan termasuk mereka yang bepergian maupun yang ingin bepergian tetapi karena salah satu sebab tidak bias mengadakan perjalanan.

Permintaan pariwisata terbagi atas beberapa macam:

1. Permintaan efektif atau actual

Adalah jumlah yang secara nyata bepergian, hal ini mudah untuk diukur dan merupakan sebagian besar dari data statistic berasal dari data ini.

2. Permintaan yang tertunda

Adalah mereka yang tidak jadi bepergian karena beberapa alasan:

a. Permintaan Potensial

Mengacu kepada mereka yang akan bepergian di masa akan – masa tersebut.

b. Permintaan Tertunda

Mengacu pada masalah – masalah kelangkaan jasa pelayanan seperti kesempatan bepergian.

Dengan kata lain permintan potensial dan permintaan tertahan akan berubah menjadi permintaan actual dan efektif di masa akan datang atau tidak ada permintaan bepergian sama sekali.

PERMINTAAN EFEKTIF

Hasrat Berwisata (*Travel Propensity*)

Dalam pariwisata, pengukuran yang berguna dapat dilihat dari keinginan yang mendalam atau hasrat untuk bepergian (*travel propensity*), dimana mengandung prosentase dari keseluruhan populasi yang actor melakukan perjalanan. Jumlah bersih (*net propensity*) dari populasi tersebut adalah prosentase sejumlah orang yang bepergian paling tidak sekali dalam jangka waktu tertentu, sedangkan jumlah kotor (*gross propensity*) adalah jumlah keseluruhan dari perjalanan wisata yang dilakukan dari keseluruhan prosentase populasi.

Beberapa determinan dari *Travel Propensity* :

1. Sudut Pandang Nasional/Internasional

1.1 Perkembangan Ekonomi

Merupakan factor utama yang mempengaruhi permintaan wisata dan berkaitan dengan semua aspek kehidupan mulai dari masyarakat tradisional, Prakondisi tinggal landas, masa tinggal landas, tahap kemajuan dan tahap masyarakat yang memiliki konsumsi tingkat tinggi. Secara garis besar, pariwisata

merupakan bagian dari industrialisasi, semakin tinggi tingkat perkembangan ekonomi maka semakin besar pula permintaan terhadap pariwisata.

PERKEMBANGAN EKONOMI DAN PARIWISATA

| TAHAP EKONOMI | KARAKTERISTIK | CONTOH |
|---|---|---|
| <p>Masyarakat tradisional, Sebagian besar bekerja di agrikultur, relative rendah pendapatan per kapita, kesejahteraan dan kesehatan rendah</p> | <p>Negara-negara ketiga, secara social dan ekonomi, belum melakukan wisata, kecuali mengunjungi rekan atau famili</p> | <p>Sebagian besar Afrika dan Asia Selatan</p> |
| <p>Prakondisi tinggal landas, Muncul inovasi, dan kesadaran terhadap perubahan</p> | <p>Negara Berkembang, dimulai dari tahap tinggal landas, secara ekonomi dan social mulai menunjukkan perkembangan wisata domestic, serta pada tahap kedewasaan muncul wisata inbound</p> | <p>Amerika Tengah dan selatan, sebagian Asia Tengah, dan Afrika</p> |
| <p>Tahap tinggal landas, Berkembangnya produksi barang dan jasa, serta perubahan system ekonomi yang lebih baik.</p> | | |
| <p>Tahap Kemajuan, Industrialisasi berkembang</p> | | <p>Meksiko, Sebagian Asia Selatan, Taiwan dan Korea</p> |

| | | |
|--|---|---|
| pesat di berbagai sector, dengan berbagai diversifikasi produk | | Selatan |
| Tahap konsumsi tingkat tinggi, Perkembangan ekonomi pada tingkat puncak, dengan kualitas produk barang dan jasa yang tinggi, dengan penekanan thd kepuasan konsumen | Negara Maju, perkembangan yang pesat pada pariwisata nasional dan internasional. | Amerika Utara, Eropa Barat, Jepang, Selandia Baru |

1.2 Faktor Populasi

Tingkat pertumbuhan penduduk, perkembangan, dan distribusinya mempengaruhi hasrat untuk berwisata.

1.3 Pengaruh Kebijakan

Sejauhmana kebijakan-kebijakan pemerintah dalam kaitannya terhadap pariwisata.

2. Sudut Pandang Individu

Terdapat dua group **Gaya Hidup**, yang terdiri atas pendapatan, lapangan kerja, liburan, pendidikan , mobilitas dan grup yang kedua , **Siklus Hidup**, yang mencakup umur dan lingkungan domestic .

GAYA HIDUP

1.4 Pendapatan

Wisata merupakan kegiatan yang cukup mahal bila dilakukan (secara keseluruhan), sehingga berkaitan langsung dengan pendapatan seseorang.

Terdapat beberapa pendapatan :

a. Pendapatan Kotor (Gross Income) :

Total pendapatan yang diperoleh, tetapi dana untuk wisata sangat relative minim.

b. Pendapatan yang dialokasikan:

Pendapatan yang diterima tetapi sudah memiliki peruntukannya, seperti makanan, rumah, dan pakaian.

c. Pendapatan sisa alokasi

Sisa dari pendapatan yang telah dialokasikan untuk hal – hal tersebut diatas, sehingga dana untuk wisata relative lebih besar

Hanya saja yang perlu dipahami, setiap keluarga memiliki pendapatan kotor yang berbeda-beda, yang menyebabkan alokasi dana yang berbeda pula.

1.5 Lapangan Kerja

Semakin luas lapangan pekerjaan mempengaruhi kesempatan tiap individu untuk melakukan wisata, dimana wisata domestic akan didominasi oleh mayoritas individu yang bekerja dengan hasil yang minim.

1.6 Cuti Liburan

Pada beberapa Negara, masa cuti liburan karyawan mendapatkan tunjangan untuk masa itu dengan tujuan mengurangi tingkat kejenuhan di pekerjaan.

1.7 Faktor lain

- 2 Faktor pendidikan dan mobilitas dapat mempengaruhi hasrat individu untuk melakukan kegiatan pariwisata.

SIKLUS HIDUP

1.8 Kepribadian

- 2 Tiap-tiap individu memiliki kepribadian yang berbeda baik dalam perilaku, persepsi maupun motivasi yang akan mempengaruhi berwisata.

3. Penawaran Jasa Pariwisata

Mencakup ketersediaan transportasi, fasilitas umum, akomodasi, dan hal-hal yang berhubungan dengan tingkat kenyamanan wisatawan.

SEGMENTASI PASAR WISATAWAN

Dalam istilah ekonomi, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli, dimana sebagai organisasi, tidak mungkin dapat menarik seluruh pembeli di pasar itu, dengan cara yang sama karena jumlah pembeli yang banyak, luas tersebar dan bervariasi kebutuhan dan kebiasaan dalam membeli.

Oleh karena hal tersebut, pemasar harus menggunakan variabel segmentasi yang berbeda – beda , yang kemudian dibagi menjadi :

1. Segmentasi Geografis

Membagi pasar menjadi pasar menjadi unit geografis yang berbeda-beda seperti bangsa, Negara bagian , wilayah khusus, daerah otonomi, kota atau kawasan pemukiman.

2. Segmentasi Demografis

Pembagian pasar berupa kelompok-kelompok berdasarkan variable demografis seperti : usia, jenis kelamin, siklus hidup, keluarga, pendapatan, pekerjaan , pendidikan , agama , ras dan kebangsaan. Faktor-faktor geografis merupakan dasar yang paling populer dipakai untuk mensegmentasi kelompok pelanggan. Salah satu alasannya adalah variable ini berkaitan erat dengan kebutuhan , keinginan dan tingkat penggunaankonsumen , serta alasan lain : variable ini lebih mudah diukur.

3. Segmentasi Psikografis

Membagi konsumen menjadi kelompok-kelompok yang berbeda-beda berdasarkan karakteristik kelas social , gaya hidup, dan kepribadian .

4. Segmentasi Perilaku

Mengelompokkan konsumen berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, atau tanggapan mereka terhadap produk.

RANGKUMAN :

Permintaan wisata merupakan salah satu hal yang dapat dijadikan acuan terhadap tinggi rendahnya daya tarik suatu daerah tujuan wisata, dan hanya untuk jenis permintaan tertentu yang dapat diukur sebagai permintaan yang memiliki aktifitas kegiatan wisata karena telah atau sedang dilakukan oleh wisatawan sedangkan permintaan yang belum terpenuhi merupakan permintaan yang tertunda dan belum dapat dijadikan ukuran sebagai permintaan yang actual.

Dari berbagai fase tingkat ekonomi di suatu daerah atau Negara, cenderung berpengaruh terhadap permintaan suatu daerah , hal ini disebabkan karena salah satu alasan berwisata adalah tingginya tingkat tabungan individu.

LATIHAN DISKUSI :

1. Mengapa tahap perekonomian suatu Negara berkakaitan erat terhadap daya beli masyarakatnya terhadap wisata?
2. Mengapa siklus individu mempengaruhi permintaan terhadap pariwisata?.

nurdinrazak.com - Ecotourism consultant & wildlife photographer

nurdinrazak.com - Ecotourism consultant & wildlife photographer