

Pariwisata adalah suatu kegiatan Berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan, turisme. Pariwisata Berasal dari Bahasa Sanksekerta, yaitu Pari yang berarti banyak, penuh atau berputar-putar dan Wisata yaitu perjalanan. Atau dalam bahasa Inggris disebut travel. Jadi “Pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ketempat lain” Kepariwisataan yaitu Perihal yang berhubungan dengan pariwisata dan orang yang melakukan wisata disebut Wisatawan atau Tourist.

Mc. Intosh dan Goelder

Pariwisata adalah ilmu atau seni dan bisnis yang dapat menarik dan menghimpun pengunjung, termasuk didalamnya berbagai akomoditasi dan catering yang dibutuhkan dan diminati oleh pengunjung.



James J Spillane

“Peristiwa adalah perjalanan dari satu tempat ketempat lain bersifat sementara, dilakukan perorangan ataupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan, keserasian dalam dimensi sosial budaya dan ilmu.

UU RI Nomor 9 Tahun 1990

Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait. Sedangkan pariwisata adalah kegiatan perjalanan/ sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.



Beberapa istilah yang menggambarkan wisata diantaranya Excursión, trip, Journey dan picnic.

- ❏ Pariwisata adalah perjalanan keberbagai tempat dengan tujuan untuk peyegaran (refreshing) baik fisik maupun phisis atau hanya sekedar bersenang-senang (pleasure) agar dapat berkreasi kembali.
- ❏ Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait.
- ❏ Usaha pariwisata adalah kegiatan menyelenggarakan jasa pariwisata (menyediakan/ mengusahakan objek dan tarik wisata , usaha sarana pariwisata usaha lain.
- ❏ Kawasan pariwisata adalah daerah yang luas tertentu yang dibangun/disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata



Geografi Pariwisata adalah Ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan potensi pariwisata di permukaan bumi, dengan selalu melihat keterkaitan antar alam, antar aspek manusia dan manusia dengan alam.

Persamaan dan perbedaan ini dalam menimbulkan adanya interaksi antar wilayah, dan gerakan orang dari satu tempat ke tempat lain. Geografi pariwisata pun selalu melihat dampaknya terhadap lingkungan alam, sosial ekonomi dan budaya penduduk.

Konsep - konsep Geografi seperti Lokasi, jarak, keterjangkauan, interaksi, gerakan, keterkaitan dan nilai guna selalu menjadi dasar dalam menjelaskan fenomena Pariwisata.



Ruang Lingkup geografi menurut Pearce adalah

- Pola Keruangan dari permintaan
- Pola Keruangan dari penawaran
- Sumberdaya Geografi untuk Pariwisata
- Gerakan dan Aliran wisatawan
- Dampak Kepariwisataaan
- Model Keruangan dari Pariwisata



Dilihat dari aspek lokasi, ruang lingkup geografi pariwisata menurut BRIAN , meliputi :

Daerah asal wisatawan

Membahas daerah asal, tentunya akan melibatkan banyak factor lingkungan fisik, social, budaya, ekonomi, politik dan teknologi yang tentunya akan mendorong seseorang mengadakan perjalanan untuk melakukan rekreasi.

Daerah tujuan wisatawan

Daerah tujuan wisatawan ini berkaitan dengan factor atau objek penarik apa yang akan membuat para wisatawan dating ke daerah yang ditawarkan. Disini industri pariwisata pastinya sangat berperan penting ,seperti misalnya saja akomodasi, hiburan, objek objek wisata yang akan dikunjungi, atraksi wisata, restouran, bank, pusat perdagangan, dan berbagai pelayanan jasa lainnya yang tentunya harus membuat puas, nyaman, dan aman.

Rute perjalanan

Akan sangat berkaitan dengan sarana dan prasarana, contohnya transportasi. Jalur transportasi yang akan digunakan ,bentuk, ukuran dan arah aliran wisatawan , kenyamanan apalagi keamanan para wisatawan akan selalu menjadi prioritas pilihan. Itulah sebabnya mengapa bus pariwisata terlihat begitu eksklusif jika dibandingkan dengan bus penumpang biasa lanilla.



Geografi juga memiliki pandangan sendiri terhadap geografi pariwisata, yang memfokuskan kepada:

- **Pergerakan manusia**
- **Interaksi wilayah**
- **Potensi sumberdaya alam**
- **Aksesibilitas**
- **Dampak lingkungan (fisik dan social)**
- **Adanya persamaan dan perbedaan potensi kepariwisataan antara satu daerah dengan daerah lainnya.**



Ada 6 alasan yang melatarbelakangi geografi mengkaji Pariwisata:

- 1) Kegiatan pariwisata menggunakan aspek ruang didalamnya dan Geografi sangat memperhatikan ruang, khususnya persamaan dan perbedaan ruang di permukaan bumi.
- 2) Dalam Aktivitas pariwisata ada penggunaan lahan dan Geografi melihat bagaimana suatu lahan dapat didayagunakan dan disesuaikan dengan bentuk penggunaan lahan
- 3) Dalam Kegiatan pariwisata ada aktivitas manusia dan Geografi selalu memperhatikan aktivitas manusia yang bersifat komersial dalam memanfaatkan ruang yang dapat dilihat secara lokal, regional, nasional bahkan internasional.
- 4) Dalam Kegiatan pariwisata mencerminkan interaksi dua tempat yang berbeda, yaitu daerah asal wisatawan dengan daerah tujuan wisata.
- 5) Geografi selalu melihat gerakan, aliran barang dan orang sebagai wujud dari adanya dan perbedaan potensi wilayah, baik secara alami maupun hasil dari aktivitas manusia. Aktivitas pariwisata selalu berkaitan dengan wisatawan, barang dan jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan selama mengadakan perjalanan
- 6) Aktivitas pariwisata dapat berdampak positif maupun negatif yang ditimbulkan dari interaksi antara kehidupan manusia sebagai wisatawan dengan lingkungan alam sekitar dan Geografi selalu tertarik dengan dampak suatu gejala terhadap gejala lain baik di dalam maupun di tempat yang berbeda.



Dari aspek geografi, pariwisata merupakan suatu usaha pemanfaatan sumber daya (baik itu manusia, alam, teknologi, dll.), dimana pengemanfaatan sumber daya itu sendiri adalah sebagai sesuatu yang memiliki nilai apabila sesuatu itu dikelola dengan baik.

Pemanfaatan sumberdaya untuk pariwisata harus melihat pada berbagai karakteristik, seperti karakteristik wisatawan (pendapatan, leisure time, dll), karakteristik sumber daya geografi (unsur alam dan manusia, sifat sumber daya yang ditunjang dengan fasilitasnya, dll), juga karakteristik objek wisatanya itu sendiri (alam, budaya, minat khusus,dll.)



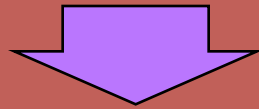
MOTIVASI BERWISATA

Menurut (Sharpley, 1994 dan Wahab, 1975; Pitana, 2005) bahwa: Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan “Trigger” dari proses perjalanan wisata, walau motivasi ini acapkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri.

Motivasi wisatawan untuk melakukan aktivitas pariwisata sangat beranekaragam. Secara sosiologi, keanekaragaman tersebut muncul diawali dari adanya interaksi sosial.



Manusia mempunyai naluri untuk selalu berhubungan dengan sesamanya. Hubungan yang berkesinambungan tersebut menghasilkan pola pergaulan yang dinamakan pola *interaksi sosial*. Pergaulan tersebut menghasilkan pandangan-pandangan mengenai kebaikan dan keburukan. Pandangan-pandangan tersebut merupakan nilai-nilai manusia yang kemudian sangat berpengaruh terhadap cara dan pola perilakunya.



Motivasi Wisatawan

a) Instrinsik (Sosial need dan esteem need)

Kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, prestise, aktualisasi diri

b) Ekstrinsik (tekanan dari luar)

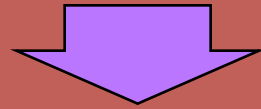
norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga dan situasi kerja yang terinternalisasi, dan kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis.

Motivasi wisatawan:

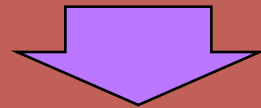
- *Physical or physiological motivation* yaitu motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis, antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya.
- *Cultural Motivation* yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya.
- *Social or interpersonal motivation* yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (Prestice), melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan dan seterusnya.
- *Fantasy Motivation* yaitu adanya motivasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis (McIntosh, 1977 dan Murphy, 1985; Pitana, 2005).



Dari perspektif fungsionalisme: motivasi wisatawan untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin berfungsi untuk mengembalikan harmoni di masyarakat (terapi sosial)

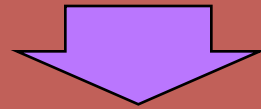


Tipologi Wisatawan



Perilaku Wisatawan di DTW:

1) Sunlust tourist, dan 2) Wanderlust tourist



**Keanekaragaman Obyek dan
Daya Tarik Wisata**



Pearce (1998) dan Pitana (2005), bahwa wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata termotivasi oleh beberapa faktor yakni: Kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, prestise, dan aktualiasi diri.

Faktor-faktor pendorong dan penarik untuk berwisata sangatlah penting untuk diketahui oleh siapapun yang berkecimpung dalam industri pariwisata (Pitana, 2005). Dengan adanya faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tetapi belum jelas mana daerah yang akan dituju.

Berbagai faktor pendorong seseorang melakukan perjalanan wisata menurut Ryan, (1991) dan Pitana (2005):

- ❏ **Escape.** Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan, atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
- ❏ **Relaxtion.** Keinginan untuk penyegaran, yang juga berhubungan dengan motivasi untuk escape di atas.
- ❏ **Play.** Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan, yang merupakan kemunculan kembali sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.



- **Strengthening family bond.** Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks (visiting, friends and relatives). Biasanya wisata ini dilakukan bersama-sama (Group tour).
- **Prestige.** Ingin menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau Social Standing.
- **Social interaction.** Untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat, atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.
- **Romance.** Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis atau untuk memenuhi kebutuhan seksual.
- **Educational opportunity.** Keinginan untuk melihat suatu yang baru, mempelajari orang lain dan/atau daerah lain atau mengetahui kebudayaan etnis lain. Ini merupakan pendorong dominan dalam pariwisata.
- **Self-fulfilment.** Keinginan untuk menemukan diri sendiri, karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat menemukan daerah atau orang baru.
- **Wish-fulfilment.** Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi, yang lama dicita-citakan, sampai mengorbankan diri dalam bentuk penghematan, agar bisa melakukan perjalanan. Hal ini juga sangat jelas dalam perjalanan wisata religius, sebagai bagian dari keinginan atau dorongan yang kuat dari dalam diri.



Cohen: Mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan pariwisata.

- **Drifter**
- **Explorer**
- **Individual mass tourist**
- **Organized mass tourist**

Tipologi seharusnya didasarkan pada kebutuhan riil, yaitu faktor demografis dan sosial ekonomi, seperti:

- Usia
- Status marital
- Gender
- Mata pencaharian atau pendapatan



Menurut Plog (1972) dan Pitana (2005), menjelaskan konsep sosiologi tentang wisatawan menjadi sangat penting, kemudian Plog mengelompokkan tipologi wisatawan sebagai berikut:

- **Allocentris**, yaitu wisatawan hanya ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui, bersifat petualangan, dan mau memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat local.
- **Psycocentris**, yaitu wisatawan yang hanya ingin mengunjungi daerah tujuan wisata sudah mempunyai fasilitas dengan standar yang sama dengan di negaranya.
- **Mid-Centris**, yaitu terletak diantara tipologi Allocentris dan Psycocentris.

Tipologi wisatawan perlu diketahui untuk tujuan perencanaan, termasuk dalam pengembangan kepariwisataan, tipologi yang lebih sesuai adalah tipologi berdasarkan atas kebutuhan riil wisatawan sehingga pengelola dalam melakukan pengembangan objek wisata sesuai dengan segmentasi wisatawan.

