

## BAB 7

# Definisi Struktur Geografi Industri

### Pengantar

Pariwisata adalah sebuah industri dengan pokok geografi yang kuat. Ini sangat alami melibatkan perjalanan dan sebuah pendirian tempat. Turis meninggalkan daerah asalnya dan mengunjungi daerah tujuan. Itu boleh saja dianggap sepele, tetapi kemampuan untuk mendiskripsikan dengan tepat perbedaan antara daerah asal dengan daerah tujuan adalah tidak gampang atau selalu mudah. Ini tugas mendefinisikan tempat-tempat sebagai suatu prasyarat untuk banyak data koleksi, rencana, dan pemasaran usaha dalam pariwisata. Kita menguji bab ini beberapa alat digunakan untuk menggambarkan struktur geografi pariwisata. Alat ini umum diberi nama seperti metode kedaerahan karena sebuah produk biasa mereka aplikasikan sebagai definisi pariwisata daerah. Kita akan mengawali tinjauan kita dengan definisi kedaerahan lebih dalam. Kemudian berubah beberapa dasar penggunaan kedaerahan, berbeda tipe daerah, logika kedaerahan, asas dasar kedaerahan dan beberapa aplikasi dari kedaerahan dalam pariwisata. Terakhir, kita menguji 5 metode dengan detail.

### Definisi Dan Tujuan Dari Kedaerahan

Kedaerahan adalah klasifikasi area. Itu definisi dari satu atau lebih area di permukaan bumi dalam permintaan pengenalan mereka seperti maksud terpisah. Proses dari definisi ini melibatkan integritas dan perbedaan. Integrasi disini tertuju untuk mengidentifikasi dari beberapa integritas dalam daerah di dalam dari pilihan istimewa, saat perbedaan tertuju pada proses membedakan antar daerah pada dasarnya itu sama istimewa. Jika keistimewaan pilihan untuk menegaskan sebuah sistem daerah menghubungkan pada beberapa aspek perkembangan pariwisata, itu masing-masing daerah boleh menjadi tertuju pada sebuah wisata daerah. Sedikit pengarang, lebih dulu, memiliki saran bahwa ungkapan, wisata daerah, boleh digunakan lebih dengan terbatas. Gunn (1976), misalnya, telah menyatakan bahwa

satu-satunya daerah yang harus dianggap sebagai daerah wisata sebenarnya adalah mereka: (1) terletak pada jarak jauh dari beberapa pengunjung yang potensial, (2) dilihat sebagai potensi daerah tujuan; (3) memiliki wajar akses ke pasar potensial; (4) memiliki beberapa minimum tingkat sosial ekonomi dan infrastruktur yang dapat mendukung pengembangan pariwisata, dan (5) cukup besar mengandung lebih dari satu masyarakat. Gunn dari konsep kawasan yang berguna untuk tujuan tertentu; sungguh, ia kemudian dibahas dalam bab ini sebagai dasar untuk tujuan identifikasi zona. Konsep-Nya, namun mungkin terlalu sempit untuk menjadi berguna, definisi umum pariwisata daerah. Dasar adalah masalah yang Gunn dari persyaratan akan sering menghilangkan banyak lokasi wisata yang akan perencana ingin belajar - lokasi yang penting untuk perencanaan dan pengembangan pariwisata meskipun mereka tidak memenuhi seluruh kriteria yang diusulkan oleh definisi Gunn. Untuk keperluan kita, oleh karena itu, sebuah pasukan pariwisata hanyalah sebuah daerah berdekatan di muka bumi yang telah secara eksplisit delineated oleh peneliti, perencana, atau pejabat publik memiliki relevansi untuk beberapa aspek perencanaan pariwisata, pembangunan, atau analisis.

Khusus untuk keperluan pariwisata membatasi berbagai daerah, namun mereka dapat dikelompokkan menjadi tiga tujuan umum:

1. Kedaerahan membantu dalam penamaan bagian dari dunia. Ketika sebuah perencana atau analis ingin berbicara tentang beberapa bagian dunia, baik sebagai asal, tujuan yang populer, atau mungkin sebagai daerah yang tidak memiliki potensi untuk menarik wisatawan pernah (jika ada), maka dapat membantu untuk melampirkan label yang ke daerah. Ahli pemasaran juga tahu nilai label. Nama, bukan hanya membantu mereka mengatur pekerjaan mereka dan untuk meningkatkan komunikasi, nama tersebut dapat digunakan untuk mempromosikan tujuan. Misalnya, Departemen Pariwisata dan Rekreasi dari provinsi Ontario, Kanada, telah dicap sekelompok negara dalam midwestern Ontario sebagai `Festival Negara 'karena yang relatif besar jumlah lokal dan nasional, festival dan acara khusus yang diselenggarakan di sana sepanjang tahun . `Midwestern Ontario 'akan menjadi akurat label yang sama untuk kelompok negara, namun tidak banding yang

tertentu yang akan menarik perhatian wisatawan yang browsing melalui brosur di Ontario liburan. Poin yang dibuat di sini adalah dua: (1) orang yang melakukan pekerjaan yang biasanya perlu untuk menemukan nama yang ia bekerja dengan hal-hal, termasuk hal-hal seperti daerah; dan (2) pilihan nama, bila dilakukan dengan hati-hati dan imaginatively, kadang-kadang dapat membuat pekerjaan pemasaran lebih mudah.

2. Kedaerahan membantu mempermudah dan ketertiban pengetahuan. Individu tidak pernah berharap dapat mengetahui semua fakta-fakta yang relevan pariwisata dan hubungan-kapal tentang setiap tempat di bumi. Kedaerahan menyediakan jenis intelektual yang steno simplifies pesanan dan pengetahuan tentang berbagai tempat. Alih-alih mencoba untuk mengingat semua rincian tentang ratusan pulau Karibia, banyak yang serupa, adalah bantuan untuk dapat berbicara tentang mereka sebagai salah satu contoh kategori - Karibia wilayah. Menggunakan logika yang sama, pariwisata dan perencanaan pembangunan di European Alps, misalnya, disederhanakan kami dapat membicarakan Alps sebagai wilayah terdiri dari banyak locales yang berbagi karakteristik penting. Jika kami tidak dapat melakukannya, kita harus memperlakukan setiap tempat di bumi mandiri; ini akan sangat meningkatkan biaya rendah dan efisiensi perencanaan.

Penggunaan kedaerahan ini tidak menyiratkan bahwa tidak ada perbedaan antara Alpine locales atau pulau-pulau Karibia. Bukan hanya menunjukkan bahwa untuk beberapa tujuan keunggulan pengelompokan tempat bersama yang lebih penting dr kelemahan dari mereka mengabaikan perbedaan. Ukuran yang relatif wilayah dan ke tingkat yang internal perbedaan antara tempat-tempat tertentu dalam suatu daerah dapat diabaikan akan bergantung pada tujuan regionalization.

3. Kawasan ijin induktif generalisasi dan prediksi yang akan dibuat. Daerah dapat dibandingkan satu sama lain untuk mengetahui lebih jauh tentang apa hubungan dan karakteristik yang penting bagi pengembangan pariwisata. Gunn (1979), misalnya, telah mengidentifikasi hubungan struktural tertentu di daerah wisata yang ia percaya adalah faktor penting kontribusi terhadap keberhasilan daerah-daerah. Hypotheses jika ia benar, maka kita dapat membuat prediksi mengenai

potensi keberhasilan daerah lain sebagai tujuan wisata mungkin berdasarkan apakah mereka memiliki karakteristik mereka.

Sebelum memeriksa jenis daerah, mungkin patut untuk dipertimbangkan saat menggunakan satu yang tidak sesuai dengan tujuan kedaerahan: pengembangan wilayah, per se. Identifikasi wilayah adalah alat, bukan akhir. Tidak ada dalam menempatkan label ke suatu daerah jika tidak ada yang diterapkan adalah lebih dari satu nama daerah. Hal ini tidak bertentangan dengan penggunaan pertama kedaerahan - yang menempatkan nama. Ini berarti hanya nama sendiri yang harus diperlukan untuk menyelesaikan beberapa tugas yang lebih besar. Melihat ini dari perspektif lain, ini surat protes terhadap regionalizing sendiri demi untuk menunjukkan bahwa daerah tidak benar-benar ada sebagai entitas terpisah di dunia nyata. Jika mereka lakukan, maka dapat diterima dengan baik untuk tujuan wisata ilmiah analisis akan mengenali dan nama sebagai daerah wisata banyak mungkin, seperti apotek mencari elemen baru dan atau compounds taxonomic biologists menemukan label dan spesies baru. Tidak seperti bahan kimia atau spesies, pariwisata daerah tidak ada dalam diri mereka, mereka adalah untuk menciptakan, dan hanya untuk beberapa tujuan yang lebih besar.

### **Jenis daerah**

Tiga jenis dasar daerah umumnya diakui: (1) a priori; (2) homogen, dan (3) fungsional. Yang pertama adalah jenis yang paling umum mungkin dan, dengan berbagai cara, yang sederhana untuk dikembangkan. A priori wilayah pada dasarnya adalah sebuah kawasan di muka bumi di sekitar seseorang yang sewenang-wenang mengacu baris dan memberikan nama. Its keberadaan yang dapat dikemukakan hampir sebagai 'diberikan'. Itu bukan hasil dari metodis regionalization; bukan intuitif itu adalah awal dari tugas-tugas lainnya. The best-contoh yang dikenal priori regionalization adalah divisi politik. Kebanyakan unit politik yang ditetapkan berdasarkan keuntungan politik, tradisi, sejarah, penaklukan, nyaman atau batas alam seperti sungai atau pantai. Mereka raiely berdasarkan analisis ilmiah struktur internal. Banyak daerah pariwisata yang ditetapkan oleh pemerintah provinsi atau

negara atau oleh industri pariwisata yang juga merupakan hasil dari sebuah priori regionalization. Seperti pada divisi politik, pariwisata daerah banyak yang tidak berdasarkan analisis obyektif, tetapi intuisi atau preferensi politik dari satu individu atau komite dituntut dengan mendefinisikan daerah. Hal ini membuat daerah seperti diandalkan untuk perencanaan, pemasaran. dan tujuan penelitian karena kurangnya yayasan yang handal.

Homogen wilayah adalah kawasan yang ditetapkan oleh satu set tujuan, kesamaan internal. Hal-hal penting yang terkait dengan menetapkan suatu wilayah homogen termasuk pilihan yang relevan dan karakteristik spesifikasi derajat kesamaan yang akan menyebabkan lokal untuk dimasukkan ke dalam suatu daerah. Homogen daerah jenis wilayah paling perencana dan peneliti berpikir ketika mereka mendengar istilah, 'daerah' mereka juga dapat dilihat sebagai model untuk priori regionalization - tetapi ada perbedaan utama. Perbedaannya adalah bahwa daerah yang homogen ditentukan berdasarkan pada tujuan penentuan karakteristik daerah; priori daerah yang tidak.

Ketiga jenis wilayah adalah wilayah fungsional. Ini adalah salah satu daerah yang memiliki derajat tinggi internal interaksi Misalnya, orang yang tinggal di dekatnya untuk saling sering cenderung untuk berlangganan berita-sama kertas. Sebuah peta yang ada untuk pelanggan tertentu kertas akan menentukan wilayah hanya berdasarkan sirkulasi dari kertas. Lokasi dan cakupan wilayah ini mungkin menarik untuk bersaing ke pengecer koran atau tertarik dalam periklanan di neighbourhoods tertentu. Tidak ada yang diterapkan batalkan internal keserbasamaan masyarakat di wilayah itu melampaui mereka ke langganan koran tertentu. Fungsional daerah lainnya dapat didefinisikan berdasarkan perbankan mengalir, penataan ruang

Pola grosir perdagangan, pola perjalanan liburan, atau dukungan untuk tim atletik tertentu.

## Jenis regionalization logika

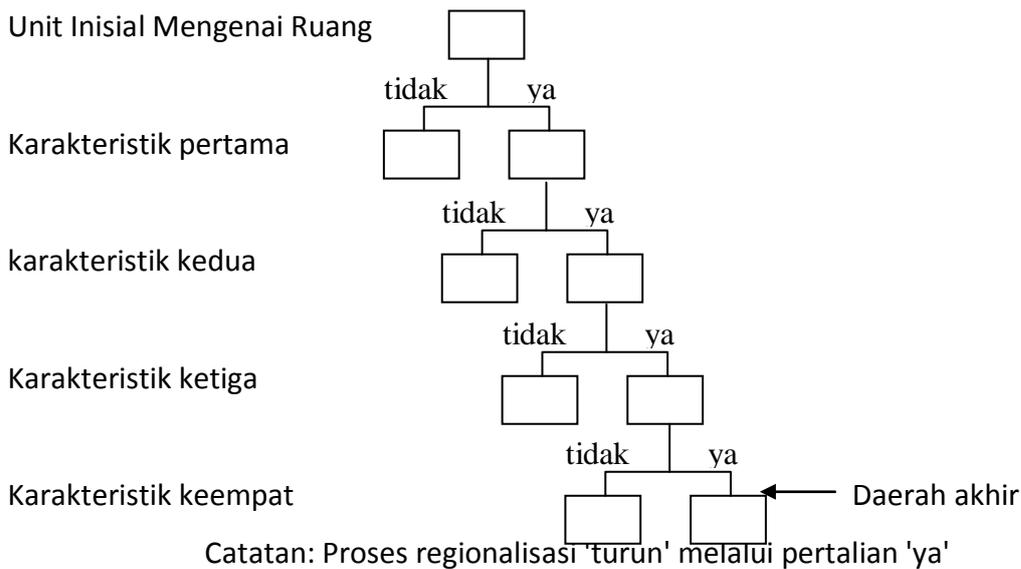
Kami telah mengidentifikasi tiga alasan regionalization dan tiga jenis daerah. Berketepatan juga terdapat tiga jenis dasar logika yang digunakan dalam regionalization. Setiap logika dapat diterapkan untuk menetapkan salah satu dari tiga jenis untuk daerah dan salah satu dari tiga alasan. Dasar logics adalah: (1) sintetis, (2) analitis, dan (3) dichotomous regionalization. Sebenarnya regionalization metode akan menggunakan satu atau kombinasi dari logics. Sintetis regionalization (juga dikenal sebagai agglomerative atau naik regionalization) diawali dengan penataan ruang unit kecil, mungkin townships atau negara, dan hasil dan berbatasan dengan menggabungkan unit serupa. Taraf dari sintesis tergantung pada inheren kesamaan karakteristik yang relevan dan di tingkat daerah keserbasamaan dikehendaki oleh analisis. Jika sebuah provinsi yang terdiri dari 10 000 unit spasial, logika dari regionalization sintetis akan dimulai dengan 10 000 wilayah di masing-masing satu unit. Proses akan terus berturut-turut melalui kombinasi semakin berbeda unit sampai satu wilayah 10 000 unit dibuat. Pola awal adalah salah satu dari banyak daerah yang tinggi tingkat keserbasamaan di setiap akhir sedangkan pola adalah satu wilayah dengan sedikit keserbasamaan. Solusi yang optimal adalah antara ini biasanya suatu ekstrem. Ini bentuk sintetis regionalization mungkin lebih tepat digambarkan sebagai areal berbasis regionalization sintetis.

Kedua bentuk ini logika umum adalah titik berbasis regionalization. Dalam hal ini untuk data discrete poin terletak di wilayah yang luas dari permukaan bumi yang diperoleh kemudian umum untuk mewakili seluruh wilayah, mungkin dengan produksi dari garis peta. Kawasan yang ditetapkan delineating oleh semua bagian peta dimana data dalam rentang ditentukan (lihat, misalnya Dorney 1976).

Angka 7,1 merupakan gambaran dasar dari proses sintetis regionalization. Diketahui berapa besar jumlah unit yang kecil bertahap dimasukkan ke dalam jumlah yang lebih kecil semakin umum daerah. Dalam hal diwakili oleh Fig. 7,1, sepuluh setiap ruang unit (disebut `urutan pertama daerah 'karena mereka

merupakan tingkat terendah regionalization) dikelompokkan menjadi empat urutan kedua daerah. Dikelompokkan ini, pada gilirannya, menjadi dua urutan ketiga daerah. Akhirnya, urutan ketiga daerah agglomerated menjadi satu-urutan keempat wilayah. Jumlah pesanan akan berbeda dengan daerah dikembangkan sistem, namun dalam kasus hirarki wilayah akan dikembangkan.

### Penjelasan struktur geografi industri



Gambar. 7.3 Dichotomous regionalisasi

yang manapun di dalam keseluruhan hirarki atau di dalam pola hanya pada satu tingkat menyangkut hirarki itu.

Regionalisasi analitik mulai dengan area yang secara relatif besar adalah dibagi menjadi daerah yang lebih kecil dan lebih kecil lagi. Prosedur ini juga dikenal sebagai deglomeratif atau penurunan regionalisasi. Adalah juga, pada hakekatnya, kebalikan dari regionalisasi sintetis (lihat gambar 7.2). Hasil dari prosedur yang manapun menjadi yang sama: suatu hirarki dari unit ruang digambarkan dalam kaitannya dengan homogenitas yang lebih sedikit atau lebih besar. Analisis turisme sampai sekarang biasanya membatasi penggunaan mereka dari regionalisasi logika analitik untuk menguji sumber daya distribusi alami. Sebagai contoh, daerah analitik ditemukan di dalam sistem hirarkis geomorfologi atau vegetatif yang digunakan untuk menguraikan

sumber alam sistem yang dapat mendukung industri rekreasi di luar area tertentu di dunia. Satu contoh seperti System Tanah Simpanan Kanada (Coombs dan Thie 1979). Alasan yang utama untuk penggunaan yang terbatas dari logika analitik di dalam turisme adalah bahwa prosedur memerlukan suatu dasar teoritis untuk mendasarkan struktur dari hirarki agglomeratif. Pengetahuan teoritis seperti itu telah menjadi dengan luas dikembangkan di dalam turisme.

Jenis regionalisasi logika yang ketiga adalah dichotomous regionalisasi. Seperti nama yang disarankan, logika ini didasarkan pada satu rangkaian dichotomous keputusan (pada umumnya yes/no) (lihat Gambar. 7.3). Tidak sama dengan dua metoda yang lain, yang mana mengisi suatu area yang besar dengan daerah yang berdekatan, dichotomous regionalisasi mungkin mengakibatkan hanya satu daerah dalam konteks suatu area yang lebih besar. Daerah digambarkan menjadi satu-satunya sub area yang menemukan semua kondisi-kondisi yang ditetapkan untuk jenis daerah tertentu; semua sub area yang lain tak bersifat rahasia.

### **Prinsip Regionalisasi**

Sebab Regionalisasi adalah suatu jenis penggolongan, prinsip penggolongan dapat diterapkan, dengan tidak melewati batas, ke regionalisasi. Daftar berikut adalah suatu penafsiran yang berorientasi turisme dari sejumlah prinsip taksonomi dan penggolongan yang mula-mula di-susun oleh Grigg (1965). Prinsip ini adalah satu set yang ideal yang itu harus dipertimbangkan ketika penjelasan daerah. Itu adalah bagaimanapun, beberapa berbagai kesulitan (ketika di sana sering dengan ideal) hal itu akan menyimpan suatu analisis turisme dari mempertahankan semua dari mereka. Berbagai kesulitan yang semakin penting dibahas dengan singkat bersama dengan prinsip yang spesifik itu.

1. Sistem regional harus dikhususkan untuk masalah yang ada. Sistem yang dikembangkan harus didasarkan pada satu set metoda dan ukuran-ukuran yang sesuai kepada tugas sebelum analisis itu. Suatu sistem regional mengembangkan untuk satu masalah turisme yang akan jarang bekerja untuk masalah yang lain.
2. Area di atas bumi itu berbeda pada dasarnya setimpal harus tidak diperlakukan untuk prosedur pemeriksaan regionalisasi yang sama. Banyak area berbeda satu

sama lain di dalam derajat tingkat untuk mereka memiliki atribut tertentu- mereka akan mempunyai daerah berbeda, tetapi mereka masih memiliki satuan karakteristik umum yang sama. Area lain, bagaimanapun, akan jadi sangat berbeda mereka secara sederhananya tidak bisa diakomodasikan di dalam satu sistem regional: tanah berlawanan dengan kawasan perairan, sebagai contoh. suatu sistem regional kelautan tidak akan membuat suatu pengertian yang berlaku untuk area tanah. Pointnya adalah untuk kepentingan apapun juga dari sistem yang kamu kembangkan untuk semua area yang mana kamu berniat untuk menerapkan hal itu.

3. Regionalisasi harus diubah ketika memperoleh satu pemahaman yang lebih baik menyangkut klasifikasi area. Prinsip ini mungkin nampak seperti akal sehat, tetapi ada dua berbagai kesulitan yang harus dikenali. Walaupun kebanyakan analis bermaksud menyimpan sistem regional mereka terbaru, ada juga suatu kebutuhan untuk memelihara beberapa derajat tingkat stabilitas di dalam sistem itu. Regionalisasi membentuk suatu basis untuk pekerjaan berikut, maka kekacauan akan terjadi jika basis untuk suatu badan perencanaan pekerjaan riset yang besar sering juga diubah.

Masalah yang lain adalah bahwa seluruh daerah turisme yang alami bertukar waktu. Yang tidak hanya apa yang kita belajar lebih banyak tentang daerah, daerah mereka sendiri berubah. Efek ini akan menambahkan tekanan untuk mengubah sistem yang pada sistem regional, tidak hanya membaharui sistem itu. Beberapa penjualan diperlukan diantaranya untuk memastikan bahwa suatu sistem regional mencerminkan kondisi-kondisi sekarang dan mengerjakan sesuatu tanpa keahlian tetap yang akan mencegah studi longitudinal.

4. Regionalisasi tempat harus didasarkan pada kekayaan tempat itu semua. Prinsip ini, juga, mungkin nampak jelas sendiri, sekalipun begitu Grigg mengamati bahwa salah satu dari yang paling sering melanggar prinsip di dalam penggolongan area. Masalah yang terjadi ketika analis mencoba untuk mendasarkan suatu sistem regional pada suatu model menyangkut asal usul dari peristiwa yang sedang dipelajari. Sebagai contoh, banyak lahan dan daerah agrikultur yang berdasar pada

kondisi-kondisi iklim yang dipercaya mempengaruhi pertanian dan lahan, dan bukan pada karakteristik tanaman panen atau lahan yang nyata. Hasil menjadi sejumlah besar sistem regional yang sudah gagal untuk tujuan pelayanan yang diharapkan mereka. Kita akan melihat kemudiannya suatu contoh dari masalah ini di dalam turisme di mana suatu kelompok riset menggambarkan daerah turisme atas dasar perilaku wisatawan tetapi berniat sistem digunakan sebagai strategi organisasi regional oleh industri turisme. Sekalipun ada beberapa dasar kuat yang memaksa pengaruh karakteristik itu dari tempat yang kamu sedang belajar, hal itu menjadi lebih baik untuk mendasarkan daerahmu pada karakteristik diri mereka dibanding pada dasar kekuatan.

5. Divisi regional harus menyeluruh. Walaupun hal ini adalah suatu prinsip yang dipegang di dalam penggolongan umum, keterkaitannya ke turisme dapat ditantang. Isu di sini adalah apakah ada tempat bahwa suatu analisis turisme akan mempertimbangkan yang bukan daerah. Jika karakteristik regional digunakan untuk penggolongan satu rangkaian variabel klimatis, sistem regional kiranya akan membagi keseluruhan permukaan bumi ke dalam daerah, sebab semua area mempunyai iklim. Pada sisi lain, jika daerah digambarkan sebagai tempat itu adalah untuk mampu mendukung pengembangan turisme, banyak tempat akan secara masuk akal tidak digolongkan sama sekali dari seperti daerah pengembangan.
6. Divisi regional harus eksklusif. Tempat yang sama tidak bisa secara logika ditugaskan untuk dua daerah secara terpisah. Karakteristik yang digunakan untuk menggambarkan daerah harus dipilih secara hati-hati untuk memastikan ketidak konsistensinya yang akan melanggar prinsip ini. Dalam praktek, pelanggaran seperti itu pada umumnya akan jelas nyata dan dapat dikoreksi oleh suatu uraian baru secara hati-hati menyangkut kriteria yang relevan.
7. Regionalisasi berdasar pada yang analitik atau prosedur buatan yang perlu digunakan hanya satu membedakan karakteristik pada masing-masing tingkatan divisi, dan masing-masing perbedaan karakteristik harus terkait secara logika kepada karakteristik yang lebih tinggi berikutnya dan tingkat yang lebih rendah

berikutnya itu. Bagian yang pertama dari prinsip ini menunjukkan bahwa, di dalam penggolongan hirarkis, divisi menyerang tingkatan hirarki manapun yang harus berdasar pada karakteristik yang sama ke seberang tingkatan itu. Sebagai contoh, orang mungkin mulai untuk menggambarkan daerah turisme di dalam suatu negeri atas dasar jenis atraksi wisatawan yang utama: hutan belantara, kota besar, area penghasil anggur, pantai dan rekreasi pantai. Orang kemudian mungkin mengamati bahwa masing-masing divisi ini menyiratkan atau menghubungkan divisi lain. Area Hutan belantara boleh jadi ditemukan di bagian pedalaman, tempat yang bergunung-gunung; kota besar mungkin ditemukan pada dataran rendah dan dekat batasan-batasan internasional; daerah penghasil anggur mungkin ditempatkan; terletak di suatu daerah agrikultur yang subur; dan pantai dan area rekreasi pantai mungkin ditempatkan; terletak terutama semata di bagian selatan negeri yang terpisah. Mungkin ada suatu godaan di dalam tingkatan hirarki berikutnya yang meliputi geomorfologi (pegunungan berlawanan dengan dataran rendah berlawanan dengan bukit), penggunaan daratan (pertanian berlawanan dengan tata kota), dan posisi yang relatif (selatan berlawanan dengan utara atau bagian pedalaman berlawanan dengan pantai) semua termasuk tingkatan hirarki yang sama. Harulah nyata suatu regionalisasi yang logis dan dapat dipakai tidak bisa dicapai dengan berusaha untuk menyertakan semua corak ini di tingkatan yang sama itu.

Bagian yang kedua dari prinsip ini menunjukkan bahwa satu harus saksama di dalam menggunakan pilihan ukuran-ukuran pada tingkatan yang berikutnya. Untuk melanjutkan contoh kita, jika tingkat regionalisasi yang pertama berdasar pada jenis atraksi yang utama, tingkatan yang berikutnya harus didasarkan pada beberapa karakteristik yang membuat bagian yang logis menyangkut empat kelas asli. Tingkatan dari pengembangan akan ada satu karakteristik yang mungkin. Secara kontras, membagi empat kelas atraksi ke dalam subunit geomorfologis yang tidak akan menjadi suatu pilihan logis.

8. Karakteristik digunakan untuk regionalisasi harus yang relevan untuk maksud dari regionalisasi. Aplikasi dari prinsip ini kelihatannya jelas nyata memerlukan

penilaian akhir yang menyangkut pentingnya corak regional potensial. Hal ini tergantung, pada gilirannya, untuk mempunyai suatu pemahaman yang serasi menyangkut tujuan yang terakhir melakukan regionalisasi itu. Suatu sistem daerah turisme berdasar pada geomorfologi bentuk tanah mungkin menjadi relevan untuk suatu proyek untuk mengidentifikasi potensi area untuk resort ski, tetapi hal itu tidak terutama membantu atau dengan penuh arti jika masalah perencanaan untuk konvensi kota.

9. Karakteristik yang digunakan untuk menggambarkan daerah di tingkatan yang semakin umum harus lebih penting dibanding karakteristik yang digunakan untuk menggambarkan daerah pada tingkatan yang lebih spesifik. Prinsip ini berhubungan dengan yang terdahulu itu. Ketika dua atau lebih karakteristik diharapkan digunakan untuk menggambarkan daerah, divisi harus dibuat pada awalnya pada karakteristik regional yang paling utama. Tidaklah mungkin untuk memberi suatu yang ditetapkan untuk mengatur hubungan pentingnya ukuran-ukuran yang berbeda. Keputusan ini harus dibuat untuk masing-masing penggolongan secara terpisah. Tetapi titik dasarnya adalah bahwa kamu perlu mulai penggolongan regional dengan corak yang paling utama dan kemudian lebih lanjut menyaring divisi regional dengan berturut-turut lebih sedikit dari hal-hal penting.

Mengenai pertanyaan memilih dan karakteristik pemesanan, kamu harus sadar akan kecenderungan dari jumlah daerah untuk tumbuh secara eksponen dengan banyaknya karakteristik dan banyaknya kelas dari tiap karakteristik. Jika kamu mempunyai suatu sistem regional berdasar pada lima karakteristik dengan masing-masing lima kelas, regionalisasi analitik akan menghasilkan  $5^{(5-1)} = 625$  daerah. Perlu untuk konservatif di dalam pilihan jumlah kelas dan karakteristik harus jelas.

10. Penggunaan lebih dari satu yang membedakan karakteristik di dalam analitik yang manapun atau pembuatan regionalisasi yang menghasilkan suatu hirarki. Keberadaan hirarki di dalam regionalisasi tersebut banyak yang telah menjadi taruhan di sini adalah ya atau tidaknya hirarki yang sah. Hirarki regional yang manapun adalah sah jika dan hanya jika prinsip yang terdahulu telah diamati.

Kegagalan untuk melakukannya mungkin mengakibatkan suatu hirarki tidak berarti atau rancu. Kebenaran logis, meskipun demikian, bukanlah cukup. Penggolongan hirarkis adalah contoh kenyataan di dalam kasus taksonomi biologi, tetapi orang dapat menaikkan keraguan seperti pada hirarki turisme regional manapun yang sungguh-sungguh sebagai contoh apapun. Mereka mungkin tidak lebih daripada artifact suatu prosedur statistik peneliti.

Sepuluh prinsip ini bisa dilampirkan menjadi yang kesebelas: 'Yang pertama sepuluh prinsip akan jadi mengikuti kepada kebutuhan pragmatis.' Ketika kita sudah mengusulkan di dalam komentar pembukaan kita, ada beberapa berbagai kesulitan praktis yang melekat dengan keras bagi semua yang ideal ini. Kapan regionalisasi hanya suatu awal langkah di suatu banyak proses perencanaan yang lebih besar, hal itu tidak mungkin menjadi analisis akan mempunyai kecenderungan untuk membelanjakan banyak uang atau waktu pada regionalisasi sendiri. Yang paling baik, petunjuk ini kamu perlu siaga ke potensi bahaya di dalam pengembangan suatu sistem regional. Dengan ini di dalam pikiran, kamu dapat membuat tarik-menarik yang bisa diterima antara permintaan dari regionalisasi praktis di dalam turisme dan yang ideal regionalisasi logika.

### **Regionalisasi di dalam riset turisme**

Sebelum bergerak ke suatu diskusi beberapa prosedur regionalisasi spesifik, mungkin saja sangat menolong untuk menguji beberapa penggunaan regionalisasi yang praktis di dalam turisme untuk menambahkan beberapa derajat tingkat kenyataan kepada diskusi regionalisasi prinsip umum yang terdahulu. Analisis menggambarkan dan menggunakan daerah untuk banyak tujuan di dalam turisme: pemasaran, administrasi, promosi, perencanaan, dan riset. Satu masalah di mana regionalisasi bermain penting tetapi sering peran yang tak dikenali menjadi evaluasi turisme berdampak baik atau penyakit, efek pengembangan turisme terbatas di dalam ruang. Lebih lanjut, derajat tingkat dan efek alami itu semua sangat bervariasi dari satu tempat ke lain tempat sebagai fungsi dari kondisi-kondisi regional seperti kompleksitas dan ukuran dari ekonomi lokal, banyaknya wisatawan, ukuran dari populasi tuan rumah, dan konteks pengembangan budaya. Gambarkanlah kembali atau ubahlah

skala suatu daerah yang mana dampak yang sedang dipelajari dan kamu ubah dengan menarik kesimpulan dari dampak itu. Beberapa studi sudah mengenali pentingnya perbedaan regional atau definisi regional meliputi Pizam (1978) belajar pada biaya pengembangan sosial di daerah turisme, Becker (1979) analisa dari konflik regional antara wisatawan pada Mississippi bagian atas, Ellerbrock dan Hite (1980) studi tentang ukuran ketenaga-kerjaan regional di dalam turisme, Jud dan Krause (1976) catatan pada metoda dan konsep untuk mengevaluasi turisme di dalam pengembangan area, dan Cooke (1982) lihat pada kapasitas sosial di bagian-bagian yang berbeda dari Inggris Columbia.

Di dalam studi diatas, regionalisasi adalah suatu variabel yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana satu kelompok orang merasa apa yang sedang terjadi kepada mereka dan dunia itu bagian dari mereka. Perspektif ini dapat dipalingkan, membiarkan regionalisasi untuk digunakan dari sebagai satu variabel yang menjelaskan bagaimana kelompok orang berbeda merasa bagian dari dunia lain. Woodside dan Sherrell (1977) dan Ehemann (1977) menyediakan ilustrasi dari pendekatan ini. Masing-masing pengarang mengembangkan suatu model yang menjelaskan variasi di dalam persepsi potensi tujuan wisatawan dengan memusatkan pada satu atau lebih potensi kelompok wisatawan di daerah asal mereka.

Suatu penggunaan yang serupa dari persepsi regional meluaskan minat akademis di dalam dokumen ini kepada tujuan pemasaran. Dengan mengidentifikasi apakah orang-orang mencari di dalam suatu tujuan liburan dan membandingkan hal ini dengan apa yang mereka lihat dari daerah tujuan yang ditentukan, perencana turisme dapat membantu ke arah meningkatkan posisi yang kompetitif dari daerah studi mereka sendiri. Sebagai contoh, lihat Hunt (1975), Goodrich (1978), Crompton (1979), dan Woodside (1980).

Tikungan yang lain pada gambaran regional menjadi dasar purbasangka pengenalan yang beberapa dari daerah asal yang akan cenderung untuk mempunyai lebih gambaran yang baik dari suatu tujuan dibanding daerah lain. Jika gambaran ini dikenal, manager pemasaran turisme dapat bekerja untuk merealokasikan anggaran promosi sedemikian sehingga area itu dengan kemungkinan masa depan perjalanan

pembangkit yang terbesar menerima bagian terbesar dari anggaran promosional. Studi seperti itu dapat ditemukan di dalam Zaman Iklan (1980).

Regionalization juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi variasi spasial potensi pengembangan pariwisata di masa mendatang. Dalam satu seperti kajian Smith (1997) mengidentifikasi daerah di Michigan mampu mendukung pertumbuhan industri di akomodasi. Var, Beck, dan Loftus (1997) dan Ferrario (1979 a, b) telah mengembangkan model untuk menilai potensi daerah untuk bahkan lebih luas berbasis pertumbuhan pariwisata.

Penggunaan yang tertua di regionalization pariwisata adalah definisi dari daerah untuk menyediakan dasar untuk perencanaan daerah dan panduan untuk pembangunan pariwisata. Terkemuka di antara para perencana awal yang sangat pengembangan konsep wisata daerah adalah Gunn (1965, 1979; Blank dan Gunn 1966). Dia telah menjadi pendukung kuat dari nilai yang di daerah pariwisata pendekatan penelitian dan kita akan meneliti beberapa karya ini kemudian dalam bab ini.

Terakhir, terdapat tiang umum paling canggih dan bentuk regionalization: penggambaran pariwisata di daerah dalam wilayah politik seperti negara oleh departemen pariwisata atau asosiasi industri. Wilayah ini didasarkan pada persepsi yang diselenggarakan secara lokal dan bahkan kadang-kadang intuisi pribadi. Mereka melayani oleh tujuan yang berguna untuk membantu menentukan daerah wisata dan daya tarik lain apa yang akan menjadi besar dan daerah tujuan amorphous pengunjung yang potensial. Divisi ini, namun, jarang sekali atau tujuan dpt - bordering sering pada romantis atau silly. Selama ini jenis melayani daerah tujuan tidak lebih rumit daripada menyediakan cara yang mudah dari memasang atraksi dan akomodasi di brosur, mereka dapat diterima. Terlalu sering, namun, wilayah ini dapat menjadi dasar untuk membentuk asosiasi industri, untuk mengelola koperasi usaha periklanan. Dan bahkan menjadi kerangka untuk mengumpulkan dan rangkuman statistik pariwisata. Ketika bekerja di wilayah layanan dari hal-hal serius dan canggih, mereka definisi harus lebih ilmiah dari subyektif. Kami sekarang berpaling ke salah satu dari beberapa ujian regionalization metode yang akan membantu kami untuk memenuhi tujuan ini.

## **Pemetaan regionalization**

### Keterangan

Pemetaan regionalization adalah sebuah metode untuk menentukan daerah oleh rancangan dan kemudian superimposing rangkaian peta yang menunjukkan distribusi spasial karakteristik areal penting. Prosedur dapat digunakan untuk membagi wilayah yang besar ke dalam jumlah kecil untuk membatasi daerah atau satu wilayah yang terletak di kawasan yang lebih luas. Prosedur metode ini diperlukan untuk daerah yang relatif mudah, tetapi mereka berhasil aplikasi memerlukan pemikiran dan hati-hati bekerja. Langkah lain yang mungkin berharga dalam prosedur ini adalah untuk mengidentifikasi dan asses apapun 'kritis' fitur. Langkah ini sangat mirip dengan identifikasi 'critical' locational variabel yang dijelaskan dalam pasal 6 dalam pembahasan mengenai menggunakan metode checklist untuk situs pilihan. Dalam hal ini, penting daerah ini memiliki karakteristik mereka yang dapat menyebabkan sebuah tempat yang akan dikecualikan dari dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk perencanaan pariwisata.

Bidang lingkungan yang peka terhadap kepentingan nasional merupakan salah satu contoh. Spasial distribusi yang penting apapun fitur harus dipetakan sebelum fitur-fitur lainnya, sehingga tidak ada tempat untuk memenuhi kriteria untuk dimasukkan untuk belajar lebih lanjut dapat dihapuskan pada permulaan.

Seperti yang akan lihat, pemetaan regionalization dalam prakteknya telah terdapat elemen-elemen dasar bentuk regionalization dijelaskan sebelumnya. Tugas mengumpulkan data untuk setiap tempat dan kemudian generalizing ke daerah yang lebih besar sama dengan logika yang sintetis regionalization. Sekali gabungan peta telah disiapkan dan pettern pada peta ini dibagi menjadi seri baru daerah, analisis adalah melakukan analisis regionalization. Akhirnya, penggunaan fitur penting apapun untuk mengidentifikasi tempat-tempat yang akan dikeluarkan dari pertimbangan adalah contoh dari logika dari dichotomous regionalization.

## Prosedur

1. Menentukan dasar daerah studi. ini biasanya beberapa unit politik seperti asa daerah, provinsi, atau seluruh bangsa. Keuntungan dari menggunakan unit politik adalah sumber data yang akan selalu tersedia bagi mereka.
2. Mengidentifikasi dan menentukan operasional sesuai karakteristik daerah.
3. Mengidentifikasi dan menentukan operasional sesuai karakteristik daerah. Jumlah kelas pada skala yang sewenang-wenang; mungkin rentang naik dari minimal dua (seperti hadir / tidak hadir). kebanyakan analisis menemukan bahwa empat atau lima kelas yang paling praktis nomor. Berat-berat dapat digunakan ton menyesuaikan karakteristik individu skor untuk mencerminkan relatif pentingnya setiap karakteristik
4. Mengumpulkan data dan karakteristik untuk setiap peta secara terpisah

**Tabel Indeks 7,1 skala untuk "wisata" pariwisata**

---

Skala

---

Faktor Indeks bobot	Sangat lemah	Lemah	Moderat	Kuat	Sangat kuat
1.air, margasatwa					
2.topografy, tanah, geologi					
3. vegetatif penutup, hama					
4. iklim, suasana					
5. estetika					
6. yang ada, wisata, industri, institusi					
7. sejarah, ethnicity, arkeologi, legenda, pengetahuan					
8. pusat layanan					
9. transportasi, akses					

---

*Mendefinisikan Geografis Struktur Industry*

*Sumber : Gunn 1979*

**Analisis Pariwisata : Sebuah Buku Pegangan**

**Ara. 7.4** Pentingnya air untuk satwa liar "wisata-wisata" potensial (dari Gunn 1979) Texas contoh

1. Menggabungkan individual mapws. hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan transparansi dari setiap peta atau melalui computer.
2. Define daerah pada dasar dari gabungan pola

Contoh

Gunn (1979) memberikan ilustration dari pemetaan pendekatan di beberapa karyanya di texas. J reseach tim diminta untuk mengidentifikasi daerah-daerah wisata di pusat Texas yang memiliki potensi wisata ponsel otomatis. Oleh tim mulai

mengidentifikasi sembilan variabel believed mereka adalah penting untuk otomotif potensi wisata: (1) air, margasatwa; (2) topografy, tanah, geologi; (3) vegetatif penutup, hama; (4) iklim, suasana; (5) estetika; (6) yang ada, wisata, industri, institusi; (7) sejarah, ethnicity, arkeologi, legenda, pengetahuan; (8) pusat layanan; (9) transportasi, akses. berat yang mencerminkan relatif pentingnya setiap fitur yang diperkirakan dengan membagi total 100 poin di antara sembilan fitur. yang dihasilkan bobot yang dianggap mewakili rasio skala.

Dengan bobot masing-masing jenis fitur yang diterjemahkan ke dalam lima bagian

### **Mendefinisikan geografis struktur industry**

Ara. 7.5 umlah sumber daya alam dan budaya faktor - tujuan potensial (contoh texas) (Gunn 1979)

Skala, mulai dari 'sangat lemah' menjadi 'sangat kuat'. 7,1 tabel menggambarkan hasil exsrcise ini. Catatan, misalnya, bahwa 'air dan satwa liar' memiliki berat 8; delapan poin tersebut dibagi menjadi lima kelas untuk membentuk lima bagian skala.

Tim kemudian dikumpulkan data untuk belajar sembilan daerah dan disiapkan peta yang menunjukkan distribusi nilai untuk masing-masing fitur. Figure 7.4 merupakan peta rancangan yang disiapkan untuk 'air margasatwa' fitur. Sembilan peta yang telah digabungkan oleh summing yang nilai untuk setiap bagian dari wilayah kajian (reseach tim yang menggunakan komputer disebut pemetaan rutin SYMAP, tetapi prosedur ini dapat dilakukan oleh tangan oleh overlaying transparansi) untuk menghasilkan peta wilayah di berbagai potensi wisata . (Lihat Fig. 7.5).

### **Perceptual regionalization**

Perceptual regionalization pada dasarnya adalah pemetaan pendapat. Sebuah survei dilakukan untuk mengidentifikasi label wisatawan yang berkunjung ke daerah mereka serta wilayah mereka merasa ditutupi oleh label; wilayah ini kemudian

ditetapkan oleh mengidentifikasi sebuah konsensus pendapat di titik-titik ini. Proses yang sama dapat digunakan untuk merangkum persepsi bisnis pejabat publik atau orang-orang yang terlibat dalam pariwisata.

Karena hasil perceptual regionalization pada dasarnya dipetakan pendapat, validitas dan reliabilitas dari perceptual daerah tergantung pada kecukupan dari sampel desain dan teknik wawancara. Metode survei yang dijelaskan di buku ini, sehingga Anda harus berkonsultasi dengan ahli dalam survei metodologi atau lihat survei teks seperti Moser dan Kalton (1974).

Perceptual daerah deceptively mirip dengan priori daerah. Keduanya sudah ditetapkan dalam bentuk foto atau pendapat. Perbedaan, dan hal ini merupakan sebuah perbedaan penting adalah bahwa suatu daerah priori biasanya penerimaan satu perencanaan, analisis, atau resmi. J perceptual adalah daerah tujuan penetapan yang 'rata-rata' perceptual dari individu-individu yang banyak tayangan yang relevan dengan analisis proyek.

### **Prosedur**

- Jika pendapat turis yang menarik, mulai yang sesuai dengan mendefinisikan kerangka sampel. Pemilihan ini melibatkan sejumlah tempat yang mewakili sampel wisatawan dapat diambil: utama kunjungan wisata, akomodasi, restoran, pusat informasi pengunjung. Tempat ini harus tersebar luas cukup untuk menutup kemungkinan yang lebih luas di wilayah anda untuk mengidentifikasi berharap agar penilaian yang valid dari segala kekuasaan di wilayah ini dapat diperoleh.

### **Mendefinisikan struktur geografis industri**

Ada beberapa orang operator dan perencana dan karena opini-opininya kemungkinan menjadi lebih homogen dibandingkan dengan para peolancong), maka ini memungkinkan untuk bertanya kepada masing-masing responden untuk

menarik prbatasan daerah turis pada peta dasar yang telah disediakan. Batyas rata-rata dapat kemudian diprkirakan melalui pemriksaan peta individual.

### **Contoh**

Gunn dan Worms (1973) mendefinisikan daerah perceptual yang berpusat di Corpus Christi, Texas dengan menggunakan proses sama pada prosedur seperti di atas. Mereka mulai dengan menggambarkan urutan subjek memungkinkan untuk mewawancarainya. Daftar ini diplihatkan kepada para perencana, pejabat pemerintah, dan orang-orang lain yang berwenang di daerah Corpus Christi. Semua nama yang menerima sumber akasn diseleksi darisedikitnya tiga sumber independent yang diseleksi untuk wawancara. Masing-masing akan diberikan pertanyaan, Kita akan mencoba untuk menentukan seberapa luas daerah geografis yang mesti dilibatkan di daerah Corpus Christi. Para responden kemudian memberukan peta untuk mensketsa perbatasannya. Para peneliti kemudian memadukan semua peta untuk menghasilkan rata-rata prbatasan regional yang diterima sebagaimana yang tampak didalam gambar 7.6.

## **Pemetaan kognitif**

### **Deskripsi**

Pemetaan kognitif sebenarnya adalah bentuk lain pemetaan perceptual. Pendekatan khusus yang dikembangkan oleh Fridgen, Udd, dan Deale (1983) adalah satu metode untuk mengidentifaksikan dan mengagregasikan gambar tempat turis. Keuntungan utama dari prosedur ini terhadap yang digunakan oleh Gunn dan Worms (1973) adalah bahwa prosedur ini memberikan definisi daerah kompleks.

Sebagaimana dengan pemetaan perceptual, maka desain pemetaan yang harus dengan secara akurat dikembangkan dan diselesaikan sangat penting sekali. Juga ada beberapa isu lain bahwa pengguna metode ini harus diingat didalam benak kita. Metode ini didasarkan pada asumsi bahwa; (1) kaum turis mempersiapkan gambar-gambar psikologis daerah berbeda parawisata dibeberapa provinsi atau Negara yang mereka kunjungi; dan (2) mereka mampu

mengekspresikan gambar-gambar tersebut secara akurat diatas peta. Tim penelitian yang mengembangkan metode ini menemukan bahwa para respondennya tidak memiliki kesulitan menyelesaikan prosedur pemetaan pada dasar ulasan-ulasan pribadi selama proses interviu. Akan tetapi seseorang mesti waspada mengenai kemungkinan menggunakan metode tersebut untuk setiap sample turis.

Sebagaimana yang anda lihat batas-batas daerah yang didefinisikan melalui prosedur ini akan cenderung digambarkan melalui pertengahan unit-unit penyampelan area seperti provinsi bukan sepanjang perbatasannya. Ini mengimplikasikan bahwa unit penyampelan misalnya provinsi secara keseluruhan adalah zona transisi diantara daerah-daerah. Ini mungkin secara konseptual akurat, akan tetapi ini dapt menjadi kelemahan praktis untuk kerja perencanaan berikutnya. Kebanyakan sumber data, asosiasi industri dan agen-agen pariwisata lain diorganisir sepanjang batas-batas politik yang akurat. Akibatnya jika anda menggunakan prosedur tersebut anda mungkin menemukan diri anda sendiri kekuatan untuk menggunakan beberapa pertimbangan mengenai penempatan batas regional sepanjang batas politik yang ada.

### **Prosedur**

1. memilih metodologi penyampelan yang akan memudahkan anda untuk mendapatkan sample acak representative potensi turis.
2. Memberikan masing-masing responden dengn peta uraian area yang akan dibagi kedalam daerah-daerah. Peta khusus mungkin menjadi provinsi atau uraian Negara dengan batas-batas provinsi ditunjukkan. Kota-kota besar dapat juga diungkapkan. Mintalah kepada setiap responden untuk mensirkulasaikan tiga sampai lima daerah multi provinsi yang mereka persepsikn menjadi daerah-daerah pariwisata. Setiap responden harus juga diinstruksikan untuk menempatkan X di provinsi yang mereka lihat sebagai jantung daerah.
3. mendefinisikan nilai lokasi pariwisata untuk masing-masing provinsi:

$$TLS = [(A + B)/(1 + C)] [A + B + C] \quad [7.1]$$

dimana: TLS = nilai lokasi pariwisata;

A = jumlah waktu provinsi menerima 'X';

B = jumlah waktu provinsi secara penuh disirkulasikan;

C = jumlah waktu provinsi sebagian disirkulasikan.

4. Tentukan nilai provinsi dengan menjumlahkan TLSs yang dikalkulasikan dari masing-masing peta responden. Gambarkan nilai total tersebut diatas peta.
5. Peta yang dihasilkan didalam tahap 4 dapat diinterpretasikan sebagai titik-titik persamaan topografi daerah tinggi pebukitan. Kemungkinan pemetaan topografi regular dimana titik-titik dengan ketinggian sama oleh garis kontur daerah regional TLS dihasilkan dengan menggambarkan garis sepanjang desa mendelimitasikan daerah-daerah TLs dengan nilai tinggi satu sama lainnya.

### Contoh

Fridgen, Udd, dan Deale mengikuti prosedur yang telah diuraikan diatas untuk pengendara motor yang berhenti di pusat-pusat informasi kunjungan sebagaimana mereka melalui garis lintas Negara memasuki Michigan (USA). Peta ini dari para responden akan dianalisis dengan menggunakan persamaan [7.1], dan peta regional yang disusun dari TLSs (Gambar 7.7).

Ini tujuan para peneliti untuk menggunakan daerah-daerah tersebut membuat rekomendasi-rekomendasi mengenai reorganisasi asosiasi-asosiasi pariwisata regional di Negara Michigan. Problem dengan tujuannya adalah bahwa ini didasarkan pada asumsi bahwa persepsi pariwisata relevan dengan organisasi regional industri. Asumsi ini adalah kendala prinsip pertama reorganisasi—daerah-daerah definisi dibiaskan pada variable yang spesifik pada problem sepihak. Jika kepentingan dasar para peneliti adalah organisasi terpisah industri pariwisata (sebagaimana mereka menganggap), lebih signifikan serangkaian daerah didasarkan pada persepsi-persepsi para operator pariwisata. Salah satu sample jenis problem penyimpangan prinsip adalah fakta bahwa beberapa daerah

tampak menjadi sangat kecil untuk mendukung asosiasi-asosiasi regional independent. Lokasi batas-batas regional di tengah provinsi adalah kesulitan lain menghadapi aplikasi daerah-daerahnya yang membutuhkan industri pariwisata.

Contoh ini juga mengilustrasikan bahwa besarnya ukuran TLSs mengartikannya dalam perbandingan satu dengan yang lainnya. Ukuran mutlak nilai provinsi bukan hanya suatu fungsi jumlah  $X_s$  menerima dan jumlah waktu yang disirkulasikan melainkan juga jumlah total responden. Nilai-nilai lokasi pariwisata dari satu proyek atau survey tidak dapat diperbandingkan dengan nilai dari proyek-proyek lain. Didalam konteks survey tunggal bagaimanapun juga dengan rekognisi kebutuhan untuk memastikan bahwa penyeleksi sampel adalah tepat untuk tujuan regionalisasi, metode ini dapat menghasilkan hasil-hasil signifikan.

### **Regionalisasi fungsional**

#### **Deskripsi**

Konsep regionalisasi fungsional didasarkan pada alasan bahwa seseorang dapat mengidentifikasi serangkaian daerah-daerah pariwisata dengan mengkaji bentuk-bentuk perjalanan khusus. Dasar regionalisasi fungsional dari eksposisi Philbrick (1957) prinsip organisasi fungsional area. Pada risiko kompleksitas gagasan Philbrick yang disederhanakan secara berlebihan salah satu dari point-point adalah bahwa hubungan ketat diantara struktur dan bentuk-bentuk perubahan didalam system terpisah. Jika anda dapat mengidentifikasi perubahan komoditas atau orang-orang untuk aktivitas tertentu didalam system terpisah seperti daerah kota anda dapat mendeduksikan (menurut teori sedikitnya beberapa pemahaman mengenai struktur system. Berry (1966) menggunakan konsep ini untuk arus komoditas nasional, sementara itu Goddard (1970) dan Stutz (1973a, dan b; 1974) meneliti aplikasinya didalam struktur antar kota. Regionalisasi fungsional dapat digunakan pada beberapa skala mulai dari system internasional hingga kepada lingkungan. Analisis pariwisata kemungkinan untuk menemukan regionalisasi

fungsional sangat berguna seakale pada tingkat pemerintahan/provinsi atau Negara.

Dari perspektif perjalanan pariwisata daerah-daerah fungsional mungkin diinterpretasikan sebagai trade-offs para pelancong yang dibuat diantara keinginan untuk akses ke berbagai tempat tujuan liburan yang lebih diinginkan (yang mana cenderung untuk mendorong orang-orang jauh dari rumah dan mendistribusikannya melalui pemandangan) dan keinginan untuk meminimalisir biaya perjalanan (yang mana cenderung untuk menjaga orang-orang lebih dekat ke rumah dan meminimalisir keasingan mengenai pemandangan). Lain halnya dengan kartografi, perceptual, dan daerah-daerah kognitif, fungsional tidak dikarakteristikan melalui homogenitas internal. Sebenarnya banyak karakteristik fisik dan sosial. Daerah-daerah dibedakan dari masing-masing dasar dihubungkan dengan bentuk-bentuk perjalanan konsisten. Dengan kata lain daerah fungsional didefinisikan oleh porsi pemandangan yang memuat serangkaian tempat tujuan umum dan rute transportasi diantaranya.

Kalkulasi daerah fungsional memerlukan kedekatan dengan analisis factor (atau analisis komponen dasar). Beberapa pengguna potensial prosedur ini mesti memastikan untuk pemahaman analisis factor sebelum mengupayakan untuk mendefinisikan serangkaian daerah-daerah fungsional. Salah satu aspek khusus analisis factor ketika digunakan untuk regionalisasi fungsional harus diungkapkan karena ini adalah fenomena yang tidak selamanya diamati didalam aplikasi lain analisis factor. Masing-masing factor yang dihasilkan melalui analisis berasosiasi dengan daerah terpisah—kecuali untuk factor yang terakhir. Goddard (1970) menjelaskan bahwa analisis factor cenderung untuk menghasilkan salah satu factor lebih dari jumlah daerah signifikan. Faktor yang terakhir ini adalah artefak matematis yang menggambarkan bentuk-bentuk perjalanan residual didalam suatu penelitian bahwa tidak berasosiasi dengan beberapa daerah tertentu. Konsekuensinya bentuk implicit didalam factor yang terakhir biasanya diabaikan ketika akan mengembangkan system daerah fungsional. Langkah-langkah untuk

menyaring daerah-daerah dari factor lain akan digambarkan secara lebih mendetail pada seksi berikutnya.

### **Prosedur**

1. Memperoleh data yang menggambarkan jumlah perjalanan liburan yang dibuat diantara masing-masing jumlah daerah seperti Negara atau provinsi. Data tersebut akan membentuk matriks asimetris dimana baris menggambarkan sumber dan kolom menggambarkan tempat tujuan. Matriks asimetris karena jumlah orang-orang yang tinggal  $i$  pada perjalanan menuju tempat tujuan  $j$  tidak diperlukan sama dengan jumlah orang-orang yang tinggal  $j$  pada perjalanan menuju  $i$ . Liburan yang diadakan orang-orang di daerah rumah harus juga dicatat. Data ini harus dinyatakan dalam rata-rata perjalanan per kapita untuk menyesuaikan keanekaragaman populasi diantara daerah asal.
2. Mengurangi matriks data melalui analisis factor. Konvensi-konvensi pemangkasan 1.00 dan rotasi matriks biasanya tepat. Mencatat factor yang memuat semua variable pada masing-masing factor.
3. Mendapatkan nilai-nilai factor untuk masing-masing daerah asal dari analisis factor.
4. Mengidentifikasi daerah-daerah dengan salah satu dari dua metode:
  - (a) untuk masing-masing factor sebutkan semua daerah dengan muatan tinggi (ini menggambarkan tempat tujuan penting untuk komponen tersebut). anda dapat menggunakan muatan-muatan tersebut yang memiliki nilai-nilai lebih besar dari 0,70 dan skor-skor yang lebih besar dari 1,00 (baik nilai-nilai positif atau negatif). Menemukan sumber-sumber dan tempat-tempat tujuan ini pada sebuah peta dan menghubungkan dengan garis-garis lurus. Pola dari garis-garis ini menetapkan suatu daerah fungsional.
  - (b) Sebagai kemungkinan lain, daerah-daerah kelompok atas dasar skor-skor faktornya untuk menetapkan daerah-daerah tempat tujuan dengan sumber-sumber umum. Pengelompokan ini biasanya dilakukan dengan

algoritma pengelompokan hirarkis seperti yang ditetapkan di dalam Bab 3 pada bagian tentang segmentasi kelompok faktor.

### *Contoh*

Regionalisasi fungsional telah digunakan oleh Smith (1983) untuk menetapkan sekelompok daerah pariwisata untuk Kanada dan Amerika Serikat. Jumlah perjalanan liburan antara masing-masing dari 50 negara bagian, Distrik Columbia, dan 10 provinsi telah diperoleh dari sumber-sumber pemerintah dan diringkaskan pada sebuah matriks 61 X 61. Analisis faktor mengurangi matriks ini menjadi sekumpulan 18 faktor yang menerangkan sekitar 77 persen variansi semula. Tabel 7.2 mencatat muatan-muatan tinggi (lebih besar dari  $\pm 0,50$ ) dan skor-skor tinggi (lebih besar dari  $\pm 1,00$ ). Muatan-muatan dan skor-skor ini kemudian digambarkan dan dihubungkan seperti dijelaskan pada langkah 3(a) untuk menghasilkan peta pada Gambar 7.8. Sebuah pola regional yang kuat muncul, tetapi pemetaan faktor-faktor lainnya menghasilkan beberapa faktor yang saling melengkapi. Untuk mengidentifikasi daerah-daerah eksklusif, langkah 4(b) telah diikuti. Hal ini menghasilkan identifikasi solusi tujuh daerah yang diperlihatkan pada Gambar 7.9. Nama-nama yang diberikan kepada masing-masing daerah telah sedikit berubah, dipilih untuk menggambarkan identitas-identitas regional tradisional atau adanya suatu ciri geografis yang tampak dihubungkan secara erat dengan lokasi dan orientasi masing-masing daerah.

### **Identifikasi daerah tempat tujuan**

#### *Gambaran*

Identifikasi daerah tempat tujuan merupakan suatu bentuk regionalisasi berdasarkan inventaris karakteristik-karakteristik kualitatif dari suatu daerah yang relevan dengan masalah perencanaan pariwisata tertentu. Meskipun hal ini tidak memiliki obyektivitas formal yang biasanya berhubungan dengan metode-metode regionalisasi statistik, namun prosedur ini memungkinkan

seorang perencana atau analis untuk memasukkan banyak jenis variabel dan kualitas regional yang berbeda kedalam sistem regionalisasi yang tidak dapat ditangani oleh pendekatan-pendekatan yang lebih kuantitatif sekalipun.

Konsep daerah tempat tujuan menjadi berguna, tetapi sedikit tidak tepat. Sejumlah persepsi yang salah kadang-kadang dihubungkan dengan identifikasi dan penggunaannya. Kita akan melihat persepsi-persepsi yang salah ini setelah prosedur-prosedur dan contoh aplikasi identifikasi daerah tempat tujuan di Saskatchewan, Kanada, diperkenalkan.

### *Prosedur-prosedur*

Seorang analis harus mengandalkan lebih banyak pada intuisi dan penilaian profesional daripada mengandalkan pada keahlian-keahlian untuk mendefinisikan daerah-daerah tempat tujuan. Definisi daerah tempat tujuan ini pada dasarnya merupakan persoalan menetapkan karakteristik-karakteristik yang harus dimiliki oleh daerah tersebut dan kemudian mengidentifikasi daerah-daerah yang memenuhi kriteria ini. Masing-masing perencana akan memilih kriteria yang tepat untuk situasi perencanaan yang khusus, tetapi daftar berikut ini (diambil dari Gunn 1979) menjadi khas.

1. Daerah tersebut harus memiliki sekumpulan karakteristik kebudayaan, fisik, dan sosial yang menciptakan suatu perasaan identitas regional.
2. Daerah tersebut harus memiliki infrastruktur pariwisata yang memadai untuk mendukung perkembangan pariwisata. Infrastruktur ini meliputi sarana-sarana yang diperlukan, jalan-jalan, pelayanan-pelayanan bisnis, dan pelayanan-pelayanan sosial lainnya yang diperlukan untuk mendukung bisnis-bisnis pariwisata dan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan wisatawan.
3. Daerah tersebut harus lebih besar daripada hanya satu komunitas atau satu daya tarik.

4. Daerah tersebut harus memiliki daya-daya tarik yang ada atau memiliki potensi untuk mendukung perkembangan daya-daya tarik yang cukup untuk menarik wisatawan.
5. Daerah tersebut harus mampu mendukung badan perencanaan pariwisata atau operasi promosi-promosi untuk mempedomani dan mendorong perkembangan di masa yang akan datang.
6. Daerah tersebut harus dapat diakses terhadap pusat populasi yang besar. Aksesibilitas dapat berupa oleh jalan, pelayanan udara penumpang yang dijadwalkan, atau kapal-kapal pesiar.

#### *Contoh*

Contoh tentang penetapan daerah-daerah tempat tujuan dapat ditemukan pada rencana pariwisata untuk provinsi Saskatchewan, Kanada, yang dikembangkan untuk Departemen Pariwisata dan Sumber-sumber yang Dapat Diperbaharui oleh perusahaan konsultasi, Balmer, Crapo, dan Associates. Konsultan-konsultan tersebut telah diberi kriteria berikut untuk definisi atau penetapan daerah-daerah pariwisata:

1. Daerah-daerah harus memiliki ciri-ciri umum dimana identitas dapat dikembangkan, seperti sumber-sumber penting sejarah, kebudayaan, atau fisik. Daerah-daerah dapat menarik wisatawan-wisatawan yang mencari kesenangan, bisnis, atau pribadi atau kombinasi tertentu dari wisatawan-wisatawan ini.
2. Daerah tersebut harus cukup besar untuk memiliki akses terhadap sumber-sumber keuangan dan manusia yang diperlukan secara cukup untuk mengembangkan dan mempromosikan pariwisata atas dasar regional, tetapi harus tidak begitu besar sehingga menjadi tidak praktis untuk merencanakan atau mengaturnya.

3. Masing-masing bagian dari daerah tersebut harus memiliki kekuatan dari daerah keseluruhan tersebut. Yaitu, satu kota besar atau kota kecil harus tidak mendominasi daerah tersebut.
4. Daerah-daerah harus mengikuti batas-batas kota atau wilayah yang ada saat ini.
5. Masing-masing daerah harus memiliki kuantitas yang cukup fasilitas-fasilitas gedung pariwisata.

Maksud dari masing-masing kriteria dalam konteks pariwisata Saskatchewan ini telah dibahas oleh konsultan dengan Departemen Pariwisata dan Bisnis Kecil. Perusahaan kemudian mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan masing-masing kriteria dari sumber-sumber data, peta-peta, dan laporan-laporan perkembangan regional yang ada dan juga dari serangkaian pembahasan dengan badan-badan pemerintah dan swasta.

Para konsultan telah sampai pada kesimpulan bahwa daerah-daerah tersebut harus tidak dipusatkan pada daerah-daerah kota besar karena para wisatawan mungkin cenderung akan mengunjungi hanya kota-kota tersebut dan mengabaikan kota-kota lainnya yang ada di provinsi atau daerah tersebut. Hal ini akan melanggar kriteria ketiga yang dicatat di atas. Daerah-daerah tempat tujuan dan materi promosi yang menyertainya harus dimaksudkan untuk mendorong perjalanan-perjalanan samping di luar jalan-jalan raya utama, yang mungkin akan menyebabkan kunjungan-kunjungan wisatawan yang lebih lama dan pengeluaran-pengeluaran yang lebih besar di seluruh provinsi atau daerah tersebut. Pendekatan ini memberikan hasil berupa membuat kota-kota besar bertindak sebagai 'pusat-pusat' untuk beberapa daerah pada waktu yang sama. Masing-masing daerah kemudian dapat menarik para pengunjung dan juga penduduk dari kota-kota 'pusat' tersebut untuk perjalanan-perjalanan siang hari, akhir pekan, atau minggu yang panjang.

Daerah-daerah yang ditetapkan dengan cara ini juga memiliki jalan-jalan raya yang bertindak sebagai batas-batas mereka (suatu pelanggaran terhadap

kriteria 4 yang telah disetujui oleh provinsi atau daerah tersebut). Sejumlah pengecualian untuk peraturan ini telah dibuat ketika daerah-daerah tersebut yang sangat dekat dengan batas-batas jalan raya yang diusulkan menjadi terlalu sama di sisi jalan raya tersebut untuk menjamin pemisahan kedalam tema-tema atau daerah-daerah yang terpisah atau apabila perkembangan di sisi jalan menjadi terlalu jarang untuk memungkinkan perjalanan-perjalanan di sisi jalan raya. Pada umumnya, daerah-daerah perkembangan telah dibatasi oleh jalan-jalan raya, dengan kota-kota besar di sudut-sudutnya. Gambar 7.10 adalah sebuah peta pola yang dihasilkan.

Daerah-daerah tempat tujuan di Saskatchewan semula dimaksudkan untuk bertindak sebagai daerah-daerah promosi dan untuk serangkaian gabungan industri. Setelah menetapkan daerah-daerah tersebut diketahui bahwa, walaupun mereka membentuk daerah-daerah yang masuk akal untuk promosi, tingkat perkembangan pariwisata di sebagian besar daerah tidak cukup untuk membentuk suatu perkumpulan industri yang mudah dikerjakan. Jumlah operator pariwisata yang dapat diharapkan untuk menjadi anggota suatu perkumpulan masih sangat kecil untuk membentuk sebuah organisasi yang aktif. Ini merupakan kesulitan yang sama yang dialami di beberapa daerah Fridgen-Udd-Deale di Michigan. Pada contoh Saskatchewan, masalah tersebut telah dipecahkan dengan menyatukan daerah-daerah tempat tujuan individu menjadi sejumlah daerah industri besar yang lebih kecil.

Konsep daerah-daerah tempat tujuan menjadi berguna untuk banyak tujuan: pemasaran, promosi, organisasi industri, perencanaan fisik, dan formasi kebijakan nasional. Gunn (1982) telah mencoba untuk menjelaskan beberapa hal yang membingungkan dan tidak jelas di sekitar ungkapan 'daerah tempat tujuan' sebagaimana ungkapan ini digunakan dalam konteks-konteks yang berbeda ini. Catatan tentang 'salah paham yang diperbaiki' ini didasarkan pada karyanya untuk Tourism Canada.

*Salah paham 1: Daerah-daerah tempat tujuan memiliki batas-batas yang tepat.* Sebenarnya, batas-batas dari daerah-daerah tempat tujuan adalah

daerah-daerah transisi yang luas. Di sini mungkin ada alasan-alasan kartografik atau administratif praktis untuk menarik garis-garis tipis dan ditempatkan secara tepat yang membatasi daerah-daerah berdekatan pada sebuah peta, tetapi sebenarnya akan menjadi naif bila percaya bahwa dua bidang tanah yang dipisahkan oleh suatu bidang atau bagian 6 m (6½ yd) dari trotoar jalan aspal termasuk kepada daerah-daerah pariwisata yang berbeda.

*Salah paham 2: Daerah-daerah tempat tujuan ada untuk selamanya.* Daerah-daerah tidak hanya memiliki batas-batas yang kabur atau tidak jelas, tetapi juga memiliki harapan-harapan hidup yang kabur atau tidak jelas. Mereka tidak ada untuk selama-lamanya; mereka dapat diciptakan melalui intervensi manusia dan mereka dapat ditiadakan melalui proses yang sama. Evolusi pemandangan alam juga dapat mengubah batas-batas atau menghentikan setiap keberadaannya.

*Salah paham 3: Para pengembang dan komunitas lokal hanya dapat mendefinisikan diri mereka sendiri sebagai suatu daerah tempat tujuan.* Inisiatif lokal bergerak ke arah menciptakan kondisi-kondisi yang dibutuhkan untuk pertumbuhan pariwisata, tetapi antusiasme dan dorongan saja tidaklah cukup. Hal ini harus disertai dengan perkembangan fisik dan keberhasilan yang aktual di dalam menarik wisatawan. Promosi menjadi berguna, tetapi harus ada lebih banyak promosi untuk mendorong wisatawan agar datang ke suatu tempat tujuan untuk kunjungan-kunjungan berulang atau memperpanjang waktu tinggal daripada sekedar sebuah agen pemasaran dengan imajinasi yang sia-sia.

*Salah paham 4: Daerah-daerah tempat tujuan adalah daerah-daerah wisawatan secara eksklusif.* Daerah-daerah tempat tujuan dapat diciptakan untuk membantu di dalam perkembangan pariwisata, tetapi mereka memerlukan lebih dari sekedar daya tarik pariwisata. Mereka juga harus memiliki sarana-sarana yang diperlukan, rumah sakit, perlindungan dari polisi dan terhadap kebakaran, agen-agen perjalanan, hubungan-hubungan transportasi, dan berbagai pelayanan bisnis dan pribadi lainnya. Tetap masih

ada beberapa tempat peristirahat terpisah yang tidak bergantung pada struktur-struktur komunitas lokal untuk banyak sarana yang diperlukan dan pelayanan, tetapi ini merupakan pengecualian pada pariwisata modern.

*Salah paham 5: Identifikasi daerah-daerah tempat tujuan adalah sama seperti melakukan studi kelayakan.* Identifikasi daerah-daerah tempat tujuan dapat menjadi suatu bagian yang berguna dari studi kelayakan, tetapi identifikasi daerah tidak selalu diperlukan dan tidak pernah menjadi suatu pengganti untuk studi kelayakan sepenuhnya. Menempatkan bisnis pariwisata di suatu daerah yang ditunjuk sebagai daerah tempat tujuan tidak menjamin keberhasilan. Perencanaan, pelaksanaan, pembiayaan, promosi, dan manajemen semuanya lebih penting di dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan dari suatu bisnis daripada sekedar lokasinya di suatu daerah pariwisata yang diidentifikasi.

### **Ringkasan**

Para analis pariwisata sering merasakannya berguna bila mampu mendefinisikan daerah-daerah sebagai bagian dari sebuah proyek penelitian atau perencanaan. Ada sejumlah metode berbeda yang dapat digunakan; masing-masing metode memiliki kekuatannya sendiri yang khusus dan telah diterapkan dengan sangat baik. Daerah-daerah tempat tujuan misalnya, menjadi sangat membantu untuk perkembangan strategi pariwisata di seluruh negara atau seluruh provinsi (daerah); daerah-daerah fungsional merupakan alat-akat penelitian yang berguna untuk meneliti hubungan-hubungan yang diciptakan oleh arus liburan; daerah-daerah persepsi dan kognitif memberitahu kita informasi penting tentang bagaimana orang lain, terutama wisatawan, memandang daerah kita.

Metode-metode ini telah dikembangkan melalui aplikasi dan evaluasi; masing-masing metode dimaksudkan untuk membantu anda di penyelesaian tugas yang lebih besar yang meliputi, tetapi tidak terbatas pada, definisi

regional. Sebagai akibatnya, para analis pariwisata tidak selalu memberikan perhatian yang cukup kepada beberapa prinsip logika yang lebih bersifat abstrak atau ilmiah yang diperlukan untuk regionalisasi yang efektif. Kita telah meneliti logika regionalisasi di dalam bab ini dan aplikasinya pada menetapkan struktur geografik atau industri. Sebagai hasilnya, anda akan menjadi mampu menciptakan keseimbangan yang lebih baik dan mudah dikerjakan antara ketelitian dan logika ilmiah di satu pihak, dan tuntutan untuk menjadi mampu menghasilkan sebuah sistem regional yang dapat dikerjakan secara cepat dan efisien di pihak lain. Anda juga akan berada dalam suatu posisi yang lebih baik untuk mengevaluasi keandalan dari sistem-sistem regional yang diusulkan oleh analis-analis lainnya.