

Ringkasan

Apresiasi Terhadap Destinasi

Kualitas Destinasi Pariwisata

Dalam suatu penelitian tentang Wet Tropics Destinations Image (1998:74) diidentifikasi persepsi dan penilaian destinasi terhadap faktor citra suatu destinasi sebagai berikut:

- Kondisi Jalan (Bagus-Jelek)
- Bentangan Alarn (Eksotik-Biasa-biasa saja)
- Lingkungan (Tidak aman-aman) dan Otentik - Artifisial
- Masyarakat Setempat (Terdidik-tidak) dan Rainah atau Tidak
- Cenderamata (Mahal-Murah)
- Kenyamanan Dalam Perjalanan
- Transportasi Urnum
- Kawasan (Padat-Jarang)
- Cuaca
- Kondisi Lingkungan (Beranekaragam-Monoton)
- Binatang Buas (Dikenal-Eksotik)

Dalam rangka mencermati suatu Kualitas Destinasi, terdapat beberapa parameter dasar dalam mengukur kualitas destinasi, antara lain:

- *Quality Of Services*
- *Price Of Services*
- *Price/Value Relationship*
- *Overall Quality Of Destination*
- *Time. To Spend In The Destination*

Selain itu, Atribut Destinasi Pariwisata mencakup gambaran dasar mengenai:

- Tipologi dan varietas produk
- Tingkat Pajak Domestik dan Import
- Harga Produk
- Aktivitas Penjualan dan Pemasaran
- Lokasi/Venue

- Kondisi Cuaca
- Time of the -year

Optimalisasi Kualitas destinasi pariwisata diarahkan untuk tujuan sebagai berikut:

- Quality of life : integration, economic visibility, social impact
- Quality of experience : unique, curiosity, imagination
- Quality of resources : integrity, capacity and presentation/ sustainable.

Pengembangan Destinasi Pariwisata

Berbagai langkah dilakukan untuk mengembangkan destinasi pariwisata sebagai berikut :

- Destination Research : aggressive vs passive approach
- Lodging Information : rating scale, brand name, style of service
- Restaurant Information : level of quality, chain affiliation, numbers and location of seats, style of service
- Transportation : safe., reliable, good equipment, rest rooms
- Attractions : group admission areas, guaranteed admission time, gift shop, rest areas, food services, guide services
- Guide Service and Sightseeing information
- Shopping Information : variety of shopping experiences, local crafts/crafts people, food service, maps, marketing materials, coupons, other activities (Fay, 2001).

Dengan demikian dapat ditegaskan pentingnya menyiapkan informasi bagi destinasi dalam bentuk data dan informasi destinasi pariwisata seperti ensiklopedi destinasi pariwisata.

Berkenaan dengan perkembangan Destinasi Pariwisata, Middleton (1988) mengemukakan dua kecenderungan yang saling bertentangan yang terjadi pada waktu mendatang:

Pertama, pembangunan berdasarkan tujuan, tertutup, sangat ketat kontrol lingkungan dan enclave - taman nasional berskala besar, dan kawasan yang eksklusif, jauh dari kehidupan sehari-hari.

Kedua, kecenderungan menuju pengalaman wisata yang bersifat otentik dan sensitif, kontak dengan lingkungan dan budaya setempat.

Pendekatan Destinasi Berbasis Sumber Daya (*Resourced-based Destinations*) menerapkan perencanaan yang cermat, pengelolaan dan teknik interpretatif untuk menyediakan dan mendesain pengalaman bagi wisatawan sementara pada saat yang sama tetap melakukan proteksi terhadap sumber daya.

Studi Plog (1987) mengenai karakteristik Psikografis dalam model Allocentric/Psychocentric Model, mengemukakan bahwa keterkaitan pengembangan destinasi dalam penelitian kepariwisataan yang mencakup:

- Pengembangan Destinasi : menjelaskan konsep kawasan baru untuk dikembangkan, pasar yang akan dilayani, pelayanan dan amenities yang disediakan bagi pengunjung
- Posisi Produk : memfokus produk dan jasa terhadap kebutuhan dan psikologi pengguna utama yang lebih besar untuk menarik segmen pasar yang spesifik.
- Pengembangan terhadap pelayanan : menentukan mana saja pelayanan utama yang harus diprioritaskan dan mana yang pendukung/sekunder
- Iklan dan promosi
- Pengemasan -disajikan sesuai dengan kebutuhan
- Rencana Induk - untuk melindungi keasrian dan keberlangsungan daya tarik destinasi, namun tetap memenuhi kebutuhan/ permintaan wisatawan.

Voase dalam *Tourism Human Perspective*, 1995, London) mengemukakan bahwa : atraksi wisata dapat merupakan suatu entitas yang berdiri sendiri - seperti sebuah taman nasional yang berlokasi jauh dari atraksi lain atau destinasi ; atau dia merupakan

bagian integral dari suatu destinasi pariwisata seperti musern di suatu kota atau taman hiburan di suatu kawasan pariwisata pantai.

Bagi Voase (1995) konsep destinasi pariwisata sangat berkaitan dengan cita rasa (tastes) yang ditemukenal melalui pola konsumsi wisatawan, sehingga atraksi dan event khusus (*special envets*) sebagai unsur fisik yang membuat daya tarik bagi wisatawan.

Dalam perkembangan sebuah destinasi pariwisata, menurut (Voase, 1995 : 35-37) atraksi dalam suatu destinasi mencakup : sumber daya primer (kredibel untuk kunjungan wisata -sebagai suatu identitas destinasi), sekunder (fasilitas pariwisata) dan tertier (fasilitas umum) dan masyarakat setempat (residents) yang dapat menipakan basis untuk melakukan fomulasi kebijakan dengan tetap memperhatikan antara pengembangan untuk pariwisata dan pengembangan untuk masyarakat setempat untuk menghindari konflik.

Adapun perkembangan Siklus Desrinasi Pariwisata (Tourist Destination) oleh Butler (1980) dikelompokan berdasarkan karakteristik perkembangan produk dan jumlah kunjungan pada periode waktu yang dilewati dari eksploms (perintisan), dengan proses pelibatan maka destinasi bertumbuh popularitasnya dan jumlah kunjungan meningkat sehingga mencapai tahap development, dengan upaya yang tetap mencapai bentuk yang optimal dan harus melakukan reinvest, destinasi mencapai tahap pemantapan (consolidation), namun pada saat tersebut pasar mulai jenuh dan pada titik tersebut destinasi mengalami stagnat ion dan dapat mengalami dedinestage manakala tidak terjadi upaya untuk melakukan inovasi dan terobosan-terobosan kreatif.

Dimensi Produk Wisata

Pendekatan terhadap Tipologi Produk Wisata meliputi:

- *Core Product*
- *Tangible Product*
- *Augmented Product/AddUitonal Seances/Benefits*

Pembentukan citra produk dapat dilakukan melalui:

- Total package ; set of complementary products; single purchase; dream experience
- Individual Product; considered separately
- Destinasi atraksi/Imkgungan, fasilitas (akomodasi, restoran, transportasi), aksesibilitas (infrastruktur, equipment)
- Persepsi (kesan wisatawan)
- Harga(Middleton, 1994).

Dalam pengembangan destinasi pariwisata, salah satu hal mendasar adalah pengelolaan aktivitas yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- Appreciative : sightseeing, photography, enjoying the outdoor, walking
- Extractive-symbolic : fishing, cycling, adventure holiday, cross country
- Passive-free play : resting and relaxing, getting away from the city, camping, cooking, reading, enjoying, camp-fire, cards
- Sociable learning : visiting friends/relatives, shopping, meeting people, rural heritage study, nature study, rural festivals, milage tourisng.
- Active-expressive : swimming children's play, frisbee, volleyball (Murphy, 1985).

Definisi atraksi menyebutkan bahwa attraction is the main motivator for tourist trips and is the core of tourism product. Inskeep (1991) mengelompokkan atraksi atau daya tarik wisata atas:

(1) *Natural attractions -features of the natural environment* yang terdiri dari:

- *Climate*
- *Scenic Beauty*
- *Beach and Marines Areas*
- *Flora and fauna*
- *Special Environmental Features*
- *Parks and Conservation Areas*
- *Health Tourism*

(2) *Cultural attractions - man's activities*

(3) *Special type of attractions - artificially created*

Dengan demikian, perspektif mengenai Destinasi Pariwisata menganut pengertian dasar : Daerah atau Tempat Tujuan dimana yang menyediakan atraksi, fasilitas, pelayanan dan berbagai kegiatan wisatawan (sesuai standar) dengan dukungan utama dari masyarakat setempat.

Kriteria Pemilihan Destinasi Pariwisata

Studi yang dilakukan Balmer and Crapo dalam Gunn (1982) menggunakan kriteria berikut dalam mengidentifikasi suatu destinasi antara lain:

1. Sumber Daya Alam:

- (a) kegiatan rekreasi intensif - all year kegiatan dan kesempatan
- (b) kandungan bentangan alam yang estetis (settings)

2. Penduduk

jumlah penduduk yang besar mendorong partisipasi atau daerah yang mudah dicapai mudah memperoleh pasar tenaga kerja.

3. Transportasi

- (a) memiliki akses ke jalan/jalur utama
- (b) multi akses
- (c) jaringan internal sirkulasi transportasi
 - i. kondisi rute antara atraksi dan pusat
 - ii. pelayanan yang atraktif dan efisien
 - iii. kemudahan untuk pengembangan kondisi pengembangan wisata dengan pola yang unik berkenaan dengan citra dan tema pengembangan destinasi

4. Daya Tarik

- (a) mengandung daya tarik untuk pasar regional, dan berpotensi untuk berkembang ke pasar nasional dan internasional
- (b) memiliki pengelompokan atraksi yang sekaligus :
 - i. memperlihatkan keberagaman daya tarik
 - ii. dikemas untuk kunjungan sepanjang tahun

- iii. tidak memerlukan tingkat/skala pengembangan tambahan untuk penyebaran atraksi tunggal yang tersedia destinasi
 - (c) daerah tersebut memiliki sebisa mungkin bentang budaya dan sejarah, yang mampu mendukung kunjungan wisata serta menjadi landasan untuk pengembangan atraksi budaya dan sejarah
5. Citra dari Cohesiveness
- (a) memiliki sesuatu yang dapat mengembangkan identitas daerah (sejarah/budaya/fisik/buatan manusia) sehingga mempermudah pengenalan dan keterhubungan dengan daerah geografis tersebut.
 - (b) kendati memiliki kendala administratif (batas administratif) namun dapat tetap memunculkan citra utuh (kohesif) untuk pengembangan pemasaran.
6. Pelayanan dan Fasilitas
- (a) daerah tersebut memiliki pusat pelayanan yang mampu atau berpotensi menyediakan pelayanan yang baik kepada wisata dan fasilitas pariwisata di daerah tersebut
 - (b) daerah memiliki pusat pelayanan yang secara mandiri menyediakan atraksi potensial.

Inovasi

Inovasi Terhadap Destinasi Pariwisata

Pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan tidak dapat dilepaskan kaitannya dengan pembangunan berkelanjutan yang telah dicanangkan oleh pemerintah sesuai dengan tujuan pembangunan nasional. Pariwisata yang melibatkan antara lain pelaku, proses penyelenggaraan, kebijakan, supply dan demand, politik, sosial budaya yang saling berinteraksi dengan eratnya, akan lebih realistis bila dilihat sebagai sistem dengan berbagai subsistem yang saling berhubungan dan mempengaruhi. Dalam kerangka kesisteman tersebut, pendekatan terhadap fungsi dan peran pelaku, dampak lingkungan, peningkatan pengetahuan dan kesejahteraan masyarakat, serta kesetaraan dalam proses penyelenggaraan menjadi semakin penting (Ardiwidjaja, 2004).

Kepariwisata Indonesia adalah pariwisata yang berasal dari rakyat, oleh rakyat dan untuk rakyat. Berdasarkan konsep tersebut, maka konsep yang sebaiknya dipakai sebagai landasan adalah: (1) Pengembangan Pariwisata yang berkelanjutan (Sustainable tourism development) dan (2) pariwisata yang berbasis masyarakat (community based tourism). Kecenderungan yang berkembang dalam sektor kepariwisataan maupun pembangunan melahirkan konsep pariwisata yang tepat dan secara aktif membantu menjaga keberlangsungan pemanfaatan budaya dan alam secara berkelanjutan dengan memperhalikan apa yang disebut sebagai pilar dari pariwisata berkelanjutan yaitu ekonomi masyarakat, lingkungan dan sosial budaya. Pembangunan pariwisata berkelanjutan, dapat dikatakan sebagai pembangunan yang mendukung secara ekologis sekaligus layak secara ekonomi, juga adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat. (Ardiwijaya, 2004).

Prinsip ini menekankan keterlibatan masyarakat secara langsung, terhadap seluruh kegiatan pembangunan pariwisata dari mulai perencanaan, pelaksanaan hingga pengawasan. Masyarakat diletakkan sebagai faktor utama, yang memiliki kepentingan berpartisipasi secara langsung dalam pengambilan keputusan. Cohen dan Uphof (1977) mengemukakan bahwa partisipasi masyarakat dalam suatu proses pembangunan terbagi atas 4 tahap, yaitu: a) partisipasi pada tahap perencanaan, b) partisipasi pada tahap pelaksanaan, c) partisipasi pada tahap pemanfaatan hasil-hasil pembangunan dan d) partisipasi dalam tahap pengawasan dan monitoring. Masyarakat senantiasa ikut berpartisipasi terhadap proses-proses pembangunan bila terdapat faktor-faktor yang mendukung, antara lain : kebutuhan, harapan, motivasi, ganjaran, kebutuhan sarana dan prasarana, dorongan moral, dan adanya kelembagaan baik informal maupun formal.

Strategi pemberdayaan masyarakat dapat dilakukan melalui dua pendekatan yaitu, yang bersifat struktural dan non struktural (Manshur Hidayat & Surochiem As). Pendekatan struktural adalah pendekatan makro yang menekankan pada penataan sistem dan struktur sosial politik. Pendekatan ini mengutamakan peranan instansi yang berwenang atau organisasi yang dibentuk untuk pengelolaan potensi masyarakat.

Dalam hal ini peranan masyarakat sangat penting tetapi akan kurang kuat karena aspek struktural biasanya lebih efektif bila dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai kewenangan, paling tidak pada tahap awal.

Sementara pendekatan non-struktural adalah pendekatan yang subyektif. Pendekatan ini mengutamakan pemberdayaan masyarakat secara mental dalam rangka meningkatkan kemampuan anggota masyarakat untuk ikut serta dalam pengelolaan kepariwisataan. Kedua pendekatan tersebut harus saling melengkapi dan dilaksanakan secara integratif.

Gambar 5.3.

KOMPONEN-KOMPONEN PEMBANGUNAN PARIWISATA

