

Pengantar Pemahaman Pariwisata

Pertemuan 4

Produk Pariwisata





komponen produk wisata menjadi 3 plus, yaitu:

- **Daya tarik wisata yang ada di destinasi wisata (ATTRACTIONS)**
- **Fasilitas dan pelayanan yang ada di destinasi wisata (AMENITIES)**
- **Kemudahan untuk mencapai destinasi wisata (ACCESSIBILITIES)**
 - **Keramahtamahan yang ditawarkan di destinasi wisata (HOSPITALITY)**

1. Daya Tarik Wisata (Attractions)

Dalam kegiatan wisata, ada pergerakan manusia dari tempat tinggalnya menuju ke destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata

berikut ini adalah jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan di destinasi pariwisata:



natural tourist attractions



man-made tourist attractions



2. Fasilitas dan Pelayanan Wisata (Amenities)

Disamping daya tarik wisata, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan tersebut.

Perlu disediakan bermacam-macam fasilitas, mulai dari pemenuhan kebutuhan sejak berangkat dari tempat tinggal wisatawan, selama berada di destinasi pariwisata dan kembali ke tempat semula.

3. Kemudahan untuk mencapai destinasi wisata (Accessibility)

faktor aksesibilitas, yang berarti kemudahan yang tersedia untuk mencapai destinasi wisata, yang terkadang diabaikan oleh wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata, sehingga secara umum dapat mempengaruhi budget perjalanan tersebut.





4. Keramahatamahan (Hospitality)

munculnya perasaan wisatawan terhadap kebutuhan yang berkaitan dengan keramahatamahan melalui seseorang atau sesuatu, seperti yang ditulis oleh Robert Christie Mill: "*The hospitality of an area is the general feeling of welcome that tourists receive while visiting the area. People do not want to go where the do not feel welcome*" (1990)

Karakteristik Produk Pariwisata

Secara umum, karakteristik utama produk pariwisata adalah jasa (service), dengan demikian meningkatkan mutu pelayanan jasa di bidang pariwisata berarti juga meningkatkan mutu produk pariwisata.

Produk pariwisata secara keseluruhan bersifat heterogen. Sehingga karena karakteristik yang heterogen tersebut maka cukup sulit untuk dapat mencapai atau menentukan standar mutu yang jelas.





Memahami produk pariwisata secara mendalam dapat dilakukan dengan terlebih dahulu memahami karakter produk pariwisata, yaitu:

1. Tidak dapat dipindahkan
2. Tidak memerlukan perantara (middlemen) untuk mencapai kepuasan
3. Tidak dapat ditimbun atau disimpan
4. Sangat dipengaruhi oleh faktor non ekonomis
5. Tidak dapat dicoba atau dicicipi
6. Sangat tergantung pada faktor manusia
7. Memiliki tingkat resiko yang tinggi dalam hal investasi
8. Tidak memiliki standar atau ukuran yang obyektif dalam menilai mutu produk.

Karakteristik Produk Pariwisata

Secara umum, karakteristik utama produk pariwisata adalah jasa (service), dengan demikian meningkatkan mutu pelayanan jasa di bidang pariwisata berarti juga meningkatkan mutu produk pariwisata.

Produk pariwisata secara keseluruhan bersifat heterogen. Sehingga karena karakteristik yang heterogen tersebut maka cukup sulit untuk dapat mencapai atau menentukan standar mutu yang jelas.





maka muncul pernyataan
"selling holiday is selling dreams",



destinasi pariwisata



Destinasi Pariwisata adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam suatu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat unsur: daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, masyarakat serta wisatawan yang saling terkait dan melengkapi untuk terwujudnya kegiatan kepariwisataan



Suatu daya tarik wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat – syarat sebagai berikut :



What to see



what to buy



what to do



how to arrive



where to stay



Suatu daerah dikatakan memiliki daya tarik wisata bila memiliki sifat :

a. Keunikan, contoh: bakar batu (di Papua) sebuah cara masak tradisional mulai dari upacara memotong hewan (babi) sampai membakar daging, sayuran dan umbi/talas yang disekam dalam lubang, ditutup batu lalu dibakar, serta keunikan cara memakan masakan tersebut.

b. Keaslian, alam dan adat yang dilakukan sehari -hari, dalam berpakaian dan kehidupan keluarga dimana seorang perempuan lebih mengutamakan menggendong babi yang dianggapnya sangat berharga dari pada menggendong anak sendiri.

c. Kelangkaan, sulit ditemui di daerah/negara lain

d. Menumbuhkan semangat dan memberikan nilai bagi wisata

*Faktor yang
mempengaruhi
kegiatan wisata*



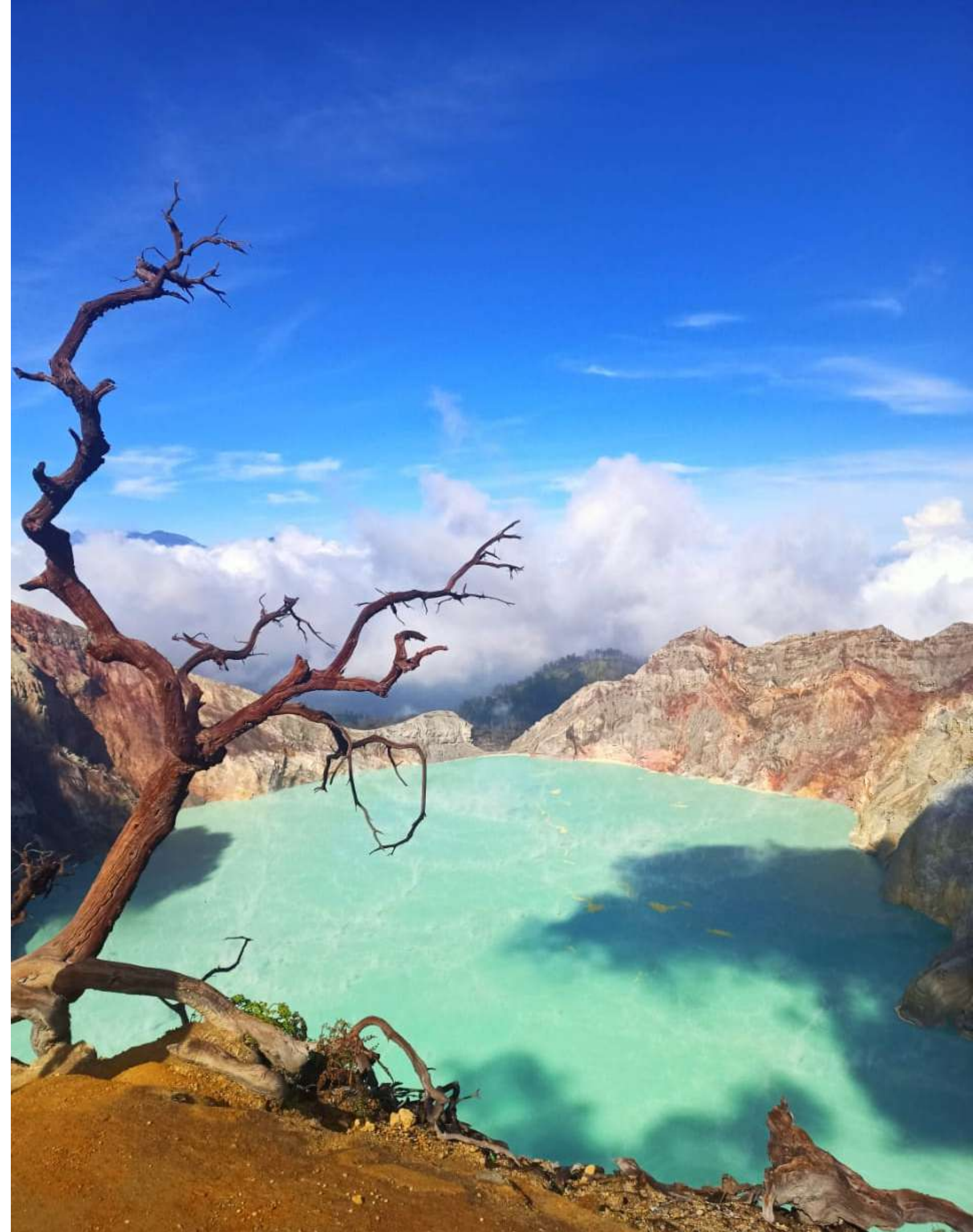


Menurut Ryan dalam Pitana, 2005:67 menyatakan faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata yaitu;

- (1) escape,
- (2) relaxation,
- (3) play,
- (4) strengthening family bonds,
- (5) prestige,
- (6) social interaction,
- (7) romance,
- (8) educational opportunity,
- (9) selffulfilment dan
- (10) wish-fulfilment.

Sedangkan faktor penarik menurut Jackson dalam Pitana, 2005:68 yakni;

- (1) location climate,
- (2) national promotion,
- (3) retail advertising,
- (4) wholesale marketing,
- (5) special events,
- (6) incentive schemes,
- (7) visiting friends,
- (8) visiting relatives,
- (9) tourist attraction,
- (10) culture dan
- (11) natural environment manmade environment.





Thank for attention