

Robusticity and Market Appeal (Kekuatan dan Daya Tarik Aset Wisata Budaya)

Kuliah Perencanaan Wisata Budaya

Dosen: Dr. Devi Kausar

Fakultas Pariwisata Universitas Pancasila

Definisi

- Robusticity = daya tahan (secara fisik dan nilai budaya)
- Market appeal = daya tarik pasar
- Market Appeal Robusticity Matrix is an effective assessment of cultural heritage assets to evaluate the potential market appeal and management of cultural heritage tourism (robusticity).
- Bermanfaat untuk menentukan kebijakan dan perencanaan yang tepat berdasarkan asesmen yang telah dilakukan

- Matriks robusticity dan market appeal bermanfaat untuk sebagai alat asesmen atau penilaian “kekuatan” dan daya tahan aset wisata budaya atau heritage dari segi fisik, nilai budaya maupun praktek pengelolaan yang telah dilakukan, dan aspek daya tarik terhadap pasar wisatawan
- Asesmen robusticity dan market appeal disajikan dalam bentuk kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan, dapat diisi oleh pengelola, para ahli, atau wisatawan

Robusticity (1)

- Cultural values (nilai budaya)
 - Apakah aset budaya tersebut memiliki
 - nilai estetika (termasuk nilai arsitektur)?
 - nilai historis?
 - nilai edukasi?
 - nilai saintifik
 - Apakah aset tersebut:
 - Langka atau umum (dalam konteks lokal, regional, nasional)?
 - Merupakan warisan budaya suatu kelompok masyarakat?
 - Mempunya nilai penting dalam konteks lokal, nasional, bahkan internasional?
 - Mewakili/menggambarkan tradisi unik (yang masih ada maupun telah hilang)?

Robusticity (2)

- ▣ Apakah para pemangku kepentingan menginginkan pariwisata?
- ▣ Apakah pariwisata dapat terselenggara tanpa mengubah makna dari aset budaya tersebut terhadap para pemangku kepentingan, penjaga dan pemuka adat?

Robusticity (3)

- Physical values (nilai fisik)
 - Bagaimana kondisi fisik dari aset tersebut?
 - Tingkat kerapuhannya (secara sosial maupun fisik)?
- Apakah aset tersebut memiliki:
 - Rencana atau kebijakan pengelolaan?
 - Pengawasan dan pemeliharaan secara berkala?
- Apakah aset tersebut dapat:
 - Dimodifikasi untuk dapat digunakan lebih banyak orang (modifikasi dengan aturan atau dengan zonasi)
 - Dimodifikasi tanpa mengubah nilai budayanya

Robusticity (4)

- Bagaimanakah potensi untuk:
 - Keterlibatan dan konsultasi secara terus menerus dengan pemangku kepentingan?
 - Potensi dampak negatif dari tingkat kunjungan yang tinggi terhadap:
 - Struktur/material dari aset budaya tsb?
 - Tradisi dan kehidupan masyarakat lokal?

Market appeal (1)

- Tourism values (nilai pariwisata)
 - Bagaimana suasana dan setting dari aset tersebut?
 - Jaraknya dengan daya tarik wisata lainnya?
 - Apakah dapat saling melengkapi dengan daya tarik wisata lainnya?
 - Apakah aset tersebut terkenal di luar areanya?
 - Apakah aset tersebut merupakan ikon atau simbol nasional?
 - Apakah aset tersebut unik, jarang, atau tidak biasa?
 - Apakah aset tersebut cukup besar untuk menarik wisatawan dan dapat menahan wisatawan cukup lama?

Market appeal (2)

- ▣ Apakah aset tersebut mudah diakses?
- ▣ Apakah aset tersebut menceritakan kisah menarik yang memberi ciri pada tempat tsb?
- ▣ Mempunyai aspek yang membedakannya dari daya tarik wisata lain di sekitarnya?
- ▣ Menarik kunjungan kelompok minat khusus seperti peziarah, pengunjung festival, dan penyuka olah raga tertentu?
- ▣ Apakah amenitasnya memadai?
- ▣ Apakah destinasi tempat daya tarik tsb diasosiasikan sebagai destinasi budaya/pusaka?
- ▣ Apakah kebijakan pada destinasi mendukung pengembangan pariwisata?

Market appeal (3)

- Experiential values (nilai pengalaman)
 - Apakah aset tersebut memiliki potensi untuk:
 - Menceritakan cerita yang menarik?
 - Menawarkan pengalaman yang menarik?
 - Menyediakan aktivitas yang partisipatif, melibatkan, memberikan edukasi kepada pengunjung?
 - Memberikan pengalaman yang otentik?
 - Apakah wisatawan dapat:
 - Menghubungkan dirinya dengan aset tersebut?
 - Membangun hubungan emosional dengan aset tsb?

Market appeal (4)

- ▣ Apakah aset tsb dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan berbagai tipe wisatawan (mulai dari incidental sampai purposeful cultural tourist)?
- ▣ Apakah aset tersebut mempunyai ciri khas yang menarik kunjungan?
- ▣ Apakah informasi mengenai aset tersebut tersedia dengan baik?

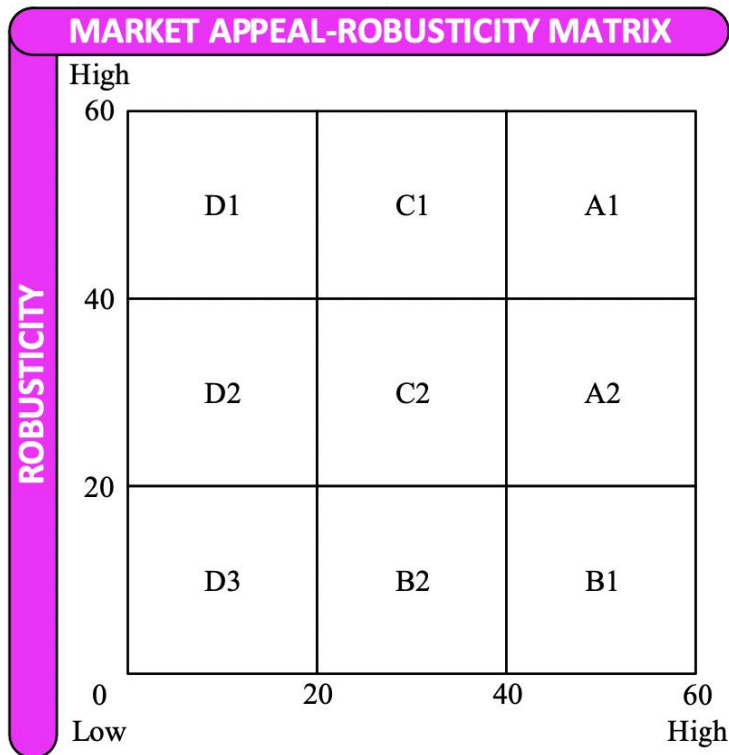
Contoh penggunaan matriks Robusticy dan Market Appeal dalam penilaian terhadap Museum Wayang (Ahyati, Firmansyah, dan Kausar, 2020)

No	SEKTOR PARIWISATA			
	Market Appeal (Daya Tarik Pasar)			
1.	Suasana dan keadaan			
	Sangat Baik (5)	Baik (4)	Cukup Baik (2-3)	Tidak Baik (0-1)
2.	Terkenal di luar daerah setempat			
	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Cukup Setuju (2-3)	Tidak Setuju (0-1)
3.	Ikon nasional atau Simbol nasional			
	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Cukup Setuju (1-3)	Tidak Setuju (0)
4.	Menceritakan sebuah kisah yang bagus			
	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Cukup Setuju (1-3)	Tidak Setuju (0)
5.	Memiliki ciri khas yang membedakannya dari atraksi disekitar Kawasan Kotatua			
	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Cukup Setuju (2-3)	Tidak Setuju (0-1)
6.	Menawarkan kegiatan khusus yang juga menarik (seperti festival, olahraga, workshop)			
	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Cukup Setuju (2-3)	Tidak Setuju (0-1)
No	Market Appeal (Daya Tarik Pasar)			
7.	Melengkapi atraksi wisata lain disekitar Kawasan Kotatua			
	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Cukup Setuju (1-3)	Tidak Setuju (0)
8.	Museum Wayang merupakan aset warisan budaya yang penting secara lokal, regional, nasional, atau internasional			
	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Cukup Setuju (2-3)	Tidak Setuju (0-1)
9.	Museum Wayang menggambarkan keunikan suatu tradisi budaya			
	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Cukup Setuju (2-3)	Tidak Setuju(0-1)

<i>Product Design Needs (Nilai Pariwisata)</i>				
10.	Tersedianya informasi yang sesuai dan memadai			
	Sangat Setuju (4)	Setuju (3)	Cukup Setuju (1-2)	Tidak Setuju (0)
11.	Dapat diakses dengan mudah menggunakan transportasi			
	Sangat Setuju (3)	Setuju (2)	Cukup Setuju (1)	Tidak Setuju (0)
12.	Dekat dengan atraksi wisata budaya yang lain			
	Sangat Setuju (3)	Setuju (2)	Cukup Setuju (1)	Tidak Setuju (0)
13.	Keadaan amenitas (fasilitas) yang ada di Museum Wayang, termasuk toilet, parkir, jalur, mushola			
	Sangat Baik (5)	Baik (3-4)	Cukup Baik (1-2)	Tidak Baik (0)
PENGELOLAAN WARISAN BUDAYA				
<i>Cultural Significance (Nilai Budaya)</i>				
14.	Nilai keindahan (termasuk nilai arsitektur dalam hal bangunan) yang terdapat di Museum Wayang			
	Tinggi (2)	Sedang (1)	Rendah (0)	
15.	Nilai historis/sejarah yang terdapat di Museum Wayang			
	Tinggi (2)	Sedang (1)	Rendah (0)	
16.	Nilai pendidikan yang terdapat di Museum Wayang			
	Tinggi (2)	Sedang (1)	Rendah (0)	
17.	Nilai sosial yang terdapat di Museum Wayang			
	Tinggi (2)	Sedang (1)	Rendah (0)	
18.	Nilai ilmiah/adanya potensi penelitian yang terdapat di Museum Wayang			
	Tinggi (2)	Sedang (1)	Rendah (0)	
19.	Museum Wayang merupakan jenis aset warisan budaya yang langka atau umum di tempat tujuan			
	Unik (3)	Langka (2)	Umum (1)	
20.	Museum Wayang menjadi contoh wisata warisan budaya yang baik di Kawasan Kotatua			
	Sangat Setuju (4)	Setuju (3)	Cukup Setuju (2)	Tidak Setuju (1)
<i>Robusticity (Nilai Fisik)</i>				
21.	Kondisi kerapuhan bangunan Museum Wayang			
	Sangat Rapuh (1)	Rapuh (2-3)	Tidak Rapuh (4)	
22.	Kondisi perbaikan bangunan Museum Wayang			
	Sangat Baik (4)	Baik (2-3)	Cukup Baik (1)	Tidak Baik (0)
23.	Perencanaan pengelolaan dan kebijakan yang berlaku di Museum Wayang			
	Sangat Baik (5)	Baik (4)	Cukup Baik (1-3)	Tidak Baik (0)

24.	Pemantauan dan pemeliharaan (perawatan) rutin bangunan Museum Wayang			
	Sangat Baik (5)	Baik (3-4)	Cukup Baik (1-2)	Tidak Baik (0)
25.	Adanya potensi kerjasama berkelanjutan para pengelola Museum Wayang			
	Sangat Baik (5)	Baik (3-4)	Cukup Baik (1-2)	Tidak Baik (0)
26.	Adanya kemungkinan dampak negatif (karena kunjungan yang tinggi di Museum Wayang) terhadap:			
	a. Struktur bangunan Museum Wayang			
	Tinggi (5)	Sedang (2-4)	Rendah (1)	
	b. Gaya hidup dan tradisi budaya masyarakat setempat			
27.	Adanya kemungkinan dampak negatif (karena perubahan dalam pengembangan Museum Wayang) pada:			
	a. Struktur bangunan Museum Wayang			
	Tinggi (5)	Sedang (2-4)	Rendah (1)	
	b. Gaya hidup dan tradisi budaya masyarakat setempat			
	Tinggi (5)	Sedang (2-4)	Rendah (1)	

Matriks robusticity dan market appeal



- A1 dan A2 merupakan daya tarik pasar yang tinggi dan ketahanan yang tinggi hingga sedang, ideal untuk kegiatan pariwisata yang signifikan.
- B1 dan B2 mewakili daya tarik pasar yang tinggi hingga sedang tetapi rendah dalam ketahanan sehingga pendekatan manajemen adalah untuk memastikan bahwa kunjungan tidak akan merusak nilai-nilai budaya aset.
- C1 dan C2 mewakili ketahanan tinggi hingga sedang tetapi daya tarik pasar sedang. Oleh karena itu daya tarik pasar dari aset warisan harus dioptimalkan, serta program konservasi dan manajemen pengunjung juga diberlakukan.
- D1, D2 dan D3 merupakan daya tarik pasar yang rendah menandakan bahwa aset tidak mungkin menarik kunjungan yang signifikan

Tugas Akhir Semester Kelompok

- Carilah contoh penerapan teknologi dalam penciptaan pengalaman pengunjung (*experience creation*) termasuk dalam pengelolaan pengunjung (*visitor management*) dan interpretasi serta *visitor experience journey* pada daya tarik wisata budaya di luar atau dalam negeri.
- Teknologi tersebut dapat berupa:
 - *Virtual reality* dan/atau *augmented reality*
 - *Metaverse*
 - *Gamification*
 - *Video mapping*
 - dsb

Tugas Akhir Semester Kelompok

- Bahas penerapan teknologi tersebut dengan menguraikan poin-poin sebagai berikut:
 - Deskripsi daya tarik
 - Deskripsi penerapan teknologi
 - Manfaat penerapan teknologi
 - Pengelolaan daya tarik
- Bahaslah kemungkinan penerapan teknologi yang sama di salah satu daya tarik wisata budaya di tanah air dengan membuat perencanaan produk wisata budaya yang terdiri dari:
 - Analisis situasi daya tarik menggunakan robusticity dan market appeal
 - Perencanaan produk, aktivitas, dan interpretasi menggunakan teknologi tersebut beserta visualisasinya

Tugas Akhir Semester Kelompok

- Tugas dibuat dalam bentuk laporan (word/pdf document) dan presentasi dengan struktur:
 - Cover
 - Daftar isi
 - Kata pengantar
 - Bab I Pendahuluan
 - Latar belakang (termasuk kajian pustaka)
 - Tujuan
 - Bab II Penerapan teknologi A di daya tarik B
 - Bab III Analisis situasi daya tarik di Indonesia yang akan diusulkan untuk menerapkan teknologi yang serupa (menggunakan analisis robusticity & market appeal sampai tahap self-assessment atau menjawab pertanyaan berdasarkan analisis dan informasi yang ada **tanpa** menyebarkan kuesioner dan menyusun matrix)
 - Bab IV Perencanaan produk
 - Bab V Kesimpulan

Thank you!