

Gaya Hidup Wisatawan

Hindun Nurhidayati



Gaya Hidup

Kotler:2000, Gaya hidup adalah gambaran hidup seseorang yang terbawa pada ekspresi pada setiap aktivitas, hasrat serta keinginan, dan pendapat-pendapat yang tercetus daripadanya.

Gaya hidup tercermin dalam berbagai perilaku, misalnya:

- Aktualisasi diri.
- Ingin mencari kepuasan diri.
- Ingin mendapatkan pengalaman hidup yang berbeda.
- Ingin dipercaya.
- Ingin tampil beda.



Gaya Hidup

Crompton(2004), Gaya hidup atau *Lifestyle*, Pada setiap aspek kehidupan manusia, gaya hidup berdampak pada nilai-nilai hubungan sosial, kondisi ekonomi bahkan juga berdampak pada faktor-faktor lingkungan.

- Gaya hidup juga berhubungan dengan aktivitas, hobi, pendapat.



Tipe gaya hidup wisatawan

a. Saya-aku (*I-am-me*)

Mengikuti kata hati pada saat membuat keputusan perjalanan (keputusan didominasi apa yang disenangi).

b. Coba-coba (*Experiential*)

Wisatawan dengan sifat penasaran (senang mencoba sesuatu yang baru, senang mencampurbaurkan hal-hal yang unik).

c. Peduli sosial (*Societally conscious*)

Mengutamakan dampak positif baik terhadap lingkungan alam maupun masyarakat, baik dalam ekonomi, sosial budaya dan lingkungan fisik.

d. Kendali diri (*Self-directed lifestyle*)

Wisatawan yang mengutamakan penghargaan emosional. Namun, tidak didorong oleh pandangan eksternal atau penghargaan material seperti uang.

Aspek untuk mengukur gaya hidup :

1. *Outer directed*

Gaya hidup wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi menyesuaikan dengan nilai-nilai dan norma-norma yang ada.

2. *Inner direct*

Gaya hidup konsumen dalam berwisata tidak memikirkan nilai-nilai atau norma budaya yang ada.

3. *Need driven*

Wisatawan yang mengunjungi suatu destinasi berdasarkan kebutuhan dan bukan keinginan.

Gaya hidup yang berkembang di masyarakat saat ini merefleksikan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat itu sendiri.



Gaya Hidup Berwisata dipengaruhi beberapa faktor :

➤ **Pendapatan Wisata**

Menggunakan pendapatan sisa *disposable income* sehingga dalam penggunaannya perlu dianggarkan.

➤ **Biaya**

Biaya yang dikeluarkan tidak hanya untuk perjalanan, namun juga untuk pelayanan sebelum, saat dan sesudah berwisata.

➤ **Pendapatan/penghasilan seseorang**

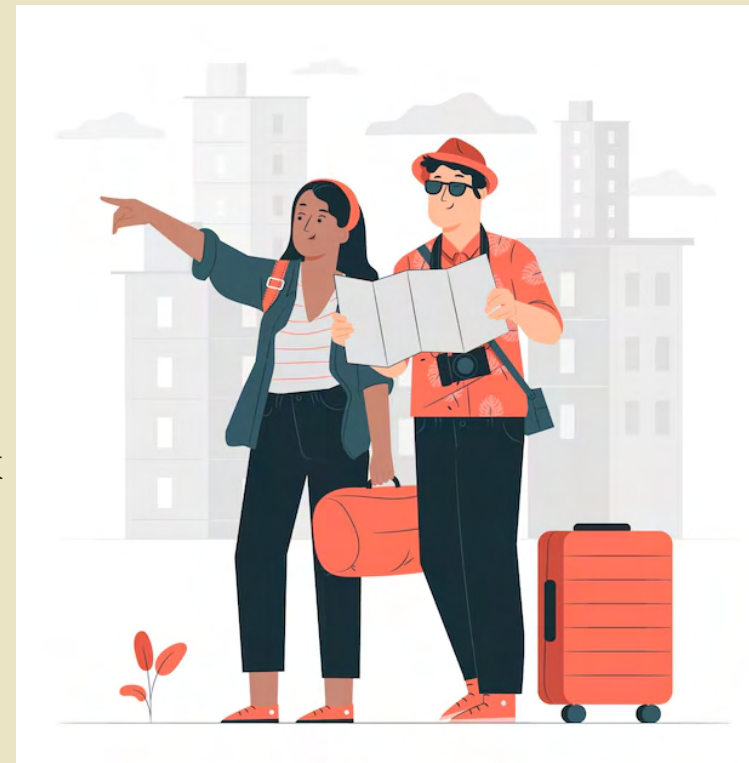
Secara umum berkaitan dengan pendidikan, pekerjaan dan usia.

➤ **Usia**

Wisatawan usia muda dan tua memiliki waktu cukup banyak namun memiliki keterbatasan anggaran.

➤ **Kondisi yang ideal melakukan perjalanan wisata**

Wisatawan memiliki waktu yang cukup dan anggaran yang memadai.



Latar belakang pendidikan berkaitan dengan preferensi dalam pemilihan tempat wisata

- a. Berpendidikan rendah biasanya:
1. Memiliki kemampuan dan pendapatan yang rendah sehingga cenderung mempunyai keterbatasan dalam pemilihan kegiatan wisata.
 2. Bersifat pasif dan pasrah terhadap pelayanan dan fasilitas yang disediakan.
 3. Cenderung tidak fleksibel terhadap pilihan daerah wisata dan lebih tidak mampu menangani permasalahan yang tidak diharapkan.
 4. Lebih jarang membangun hubungan dengan masyarakat setempat karena pemalu dan memiliki kemampuan sosial yang rendah.



Latar belakang pendidikan berkaitan dengan preferensi dalam pemilihan tempat wisata

b. Latar belakang pendidikan tinggi cenderung:

1. Memiliki pendapat yang lebih tinggi dan mempunyai variasi pilihan wisata.
2. Berminat untuk mendalami segala sesuatu, cenderung bersikap arogan dan sulit ditangani.
3. Sangat fleksibel dengan perubahan dan dapat mengatasi masalah mendadak.
4. Lebih bersosialisasi dengan penduduk setempat dan lebih agresif.
5. Lebih banyak meminta dan memiliki standar kebutuhan yang lebih tinggi (fasilitas dan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan apa yang dikeluarkannya).



--

Shopping dan berwisata menjadi salah satu *lifestyle* yang paling digemari

- Untuk memenuhi *lifestyle* seseorang rela mengorbankan sesuatu demi mencapainya dan cenderung mengakibatkan *shopping* dan wisata menjadi salah satu *lifestyle* yang digemari.
 - Untuk memenuhi *lifestyle* seseorang rela mengorbankan sesuatu demi mencapainya dan cenderung mengakibatkan pembelian yang tidak terencana (*impulse buying*).
-



Indonesia menggunakan penggolongan masyarakat menjadi tiga golongan sebagai berikut:

1. Kelas atas A dan A+

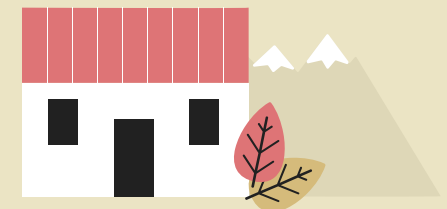
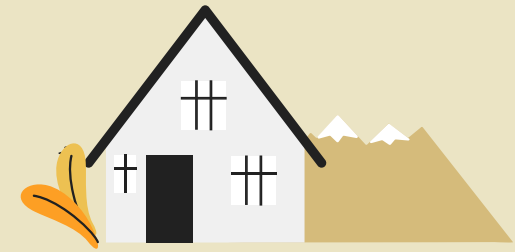
Wisatawan dari kelas sosial atas memiliki daya beli tinggi. Pola hidupnya cenderung konsumtif (sering membeli hal yang tidak dibutuhkan). Pola konsumsi menunjukkan gengsi.

2. Kelas menengah B dan B+

Wisatawan termasuk berkecukupan namun belum bisa dikatakan mapan. Wisata belum menjadi kebutuhan utama tetapi wisata menjadi pilihan dalam kehidupan dan investasi.

3. Kelas Bawah C dan C+

Kelompok yang tidak berkecukupan dan tidak berkemampuan. Berwisata hanya dilakukan jika memiliki dana ekstra atau dilakukan bila ada kesempatan gratis. Pilihan tempat wisata bergantung pada orang yang memberikan peluang wisata.



Ismayanti, 2010:61-63; **Jenis Kelamin** menjadi hal penting dalam minat berwisata walau sama-sama menyukai sesuai yang unik dan aktif tetapi memiliki kekhususan yang berbeda

a. Wanita

1. Cenderung menyukai kegiatan wisata yang mempelajari peranan wanita dalam kebudayaan, interaksi dengan masyarakat terutama dalam tema kewanitaan menjadi hal yang menarik untuk dikupas.
2. Cepat berempati, mudah luluh dan tersentuh dengan keadaan.
3. Kurang menyukai tema-tema kekerasan dalam kebudayaan yang dicerminkan dalam tari-tarian ataupun musik.
4. Memperhatikan kualitas fasilitas dan pelayanan serinci mungkin, bahkan sering membandingkan ketersediaan fasilitas dan pelayanan dengan apa yang didapatkan atau miliki sehari-hari.
5. Lebih berhati-hati dalam mengeluarkan uang. Memperhitungkan secara matang, keuntungan dan kerugian dari setiap sen yang dikeluarkan serta tidak segan menawar ketika berbelanja.
6. Jika melakukan perjalanan dalam kelompok wisata, wanita cenderung lebih dapat menunjukkan ekspresi emosi dan merasa nyaman apabila bisa menyampaikan isi perasaannya. Namun, juga cepat kehilangan minat dan rasa antusias terutama berkaitan dengan kegiatan yang memang tidak disukainya.
7. Wisatawan wanita ingin selalu dimanjakan, menuntut disediakan kenyamanan fasilitas dan pelayanan.





b. Pria

1. Senang berlama-lama melakukan satu kegiatan wisata atau bahkan menghabiskan waktu hanya untuk suatu kegiatan (berolahraga, berkendara).
2. Cenderung kurang memperhatikan pengeluarannya (tidak segan menghabiskan uang untuk sesuatu yang memang dapat memuaskan kebutuhannya).
3. Menunjukkan emosi yang berarti, bersikap tidak konsisten terhadap citra jantan sehingga ia mudah luluh atau kasihan.
4. Secara alami pria kurang bisa membaca dan mengidentifikasi emosi orang lain. (tidak begitu peka terhadap perasaan orang lain sehingga ketika berinteraksi dengan orang lain lebih menggunakan logika daripada perasaan).
5. Memperhatikan kualitas fasilitas dan pelayanan tetapi tidak seteliti Wanita (lebih mudah mentolerasi setiap pelayanan dan fasilitas wisata yang diluarharapannya).
6. Kegiatan wisata dengan tema budaya dan alam menjadi pilihan wisatawan laki-laki (selama sesuai dengan minat maka tidak keberatan, tema atau tontonan yang menunjukkan kejantanan cenderung disukai).
7. Kegiatan wisata bagi wisatawan pria adalah murni bersenang- senang dan santai. (cenderung menikmati penuh perjalanan wisata mulai dari berangkat hingga pulang).

- c. **Siklus Keluarga** mempengaruhi sifat kegiatan wisata seseorang dan berubah sesuai dengan perjalanan kehidupan.
- Konsep siklus keluarga menggambarkan tahapan kehidupan seseorang dalam pengaruhnya terhadap ciri-ciri wisatawan.
 - Siklus ini memberikan peluang kegiatan wisata yang beragam.
 - Wisatawan lajang cenderung lebih banyak melakukan kegiatan wisata di luar rumah daripada wisatawan yang sudah berkeluarga.
 - Perkawinan memberikan perubahan pada pola perjalanan wisata.

