

# Karakteristik & Struktur Industri Pariwisata

Kuliah 2  
Devi Kausar



# Apakah Industri Pariwisata Sama dengan Industri Manufaktur?

- Apakah jasa hotel dapat disimpan seperti barang?
- Apakah produksi tetap berjalan tanpa wisatawan?
- Mengapa sektor ini sangat sensitif terhadap krisis global?



# Karakteristik Pariwisata (Spillane, 1987)

Produk wisata tidak dapat dipindahkan karena orang tidak dapat membawa produk wisata pada wisatawan, tetapi wisatawan itu sendiri yang harus mengunjungi, mengalami, dan menikmati produk wisata tersebut.

Produksi dan konsumsi terjadi pada waktu yang bersamaan, tanpa wisatawan yang sedang menggunakan jasa wisata itu tidak akan terjadi kegiatan produksi wisata.

Pariwisata tidak mempunyai standar ukuran yang obyektif karena terdapat beragam jenis kegiatan pariwisata.

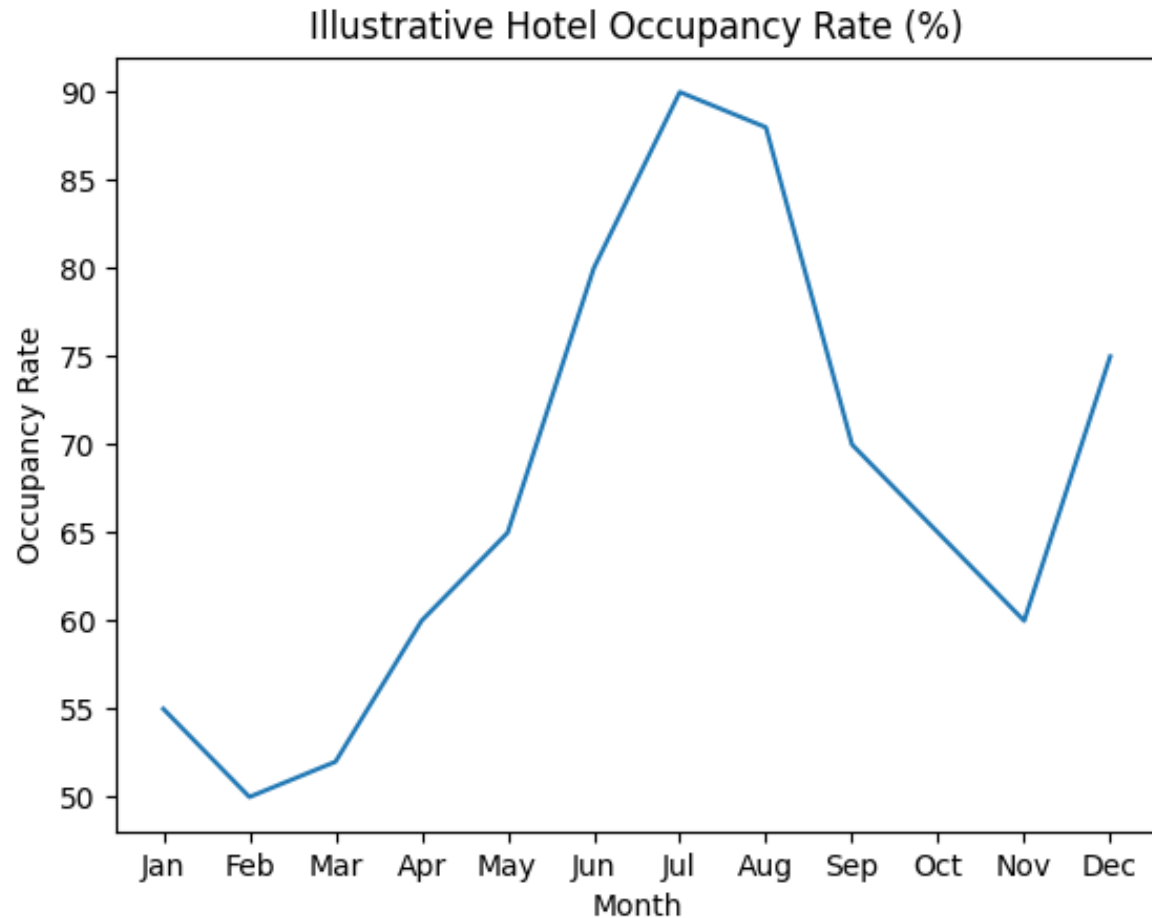
Wisatawan tidak dapat mencicipi, mengetahui, ataupun menguji produk itu sebelumnya karena wisatawan hanya melihat dari brosur ataupun alat promosi lainnya.

Produk wisata mengandung resiko tinggi karena memerlukan modal besar, sedangkan permintaannya sangat peka dan rentan terhadap situasi ekonomi, politik, sikap masyarakat, kesenangan wisatawan, dan sebagainya.

# Musiman: Ilustrasi Tingkat Hunian Hotel

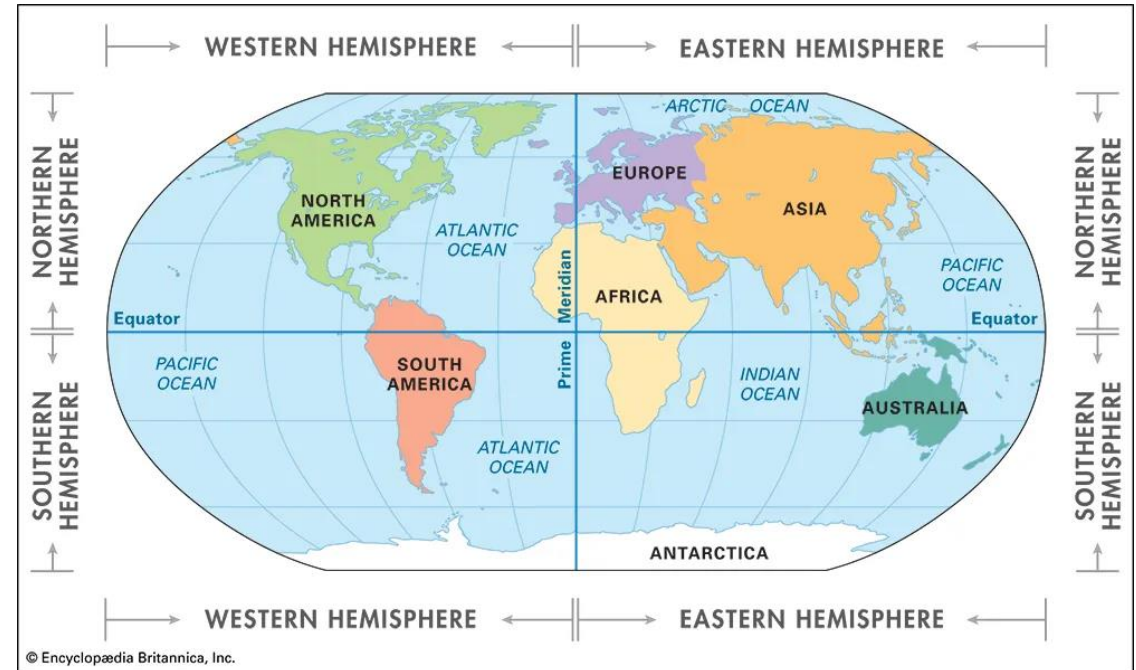
Apa yang terlihat dari grafik ini?

- Terdapat perbedaan signifikan antara low season dan peak season.
- Apa dampaknya bagi pendapatan dan tenaga kerja?



# Interesting Facts about Seasonality in Tourism

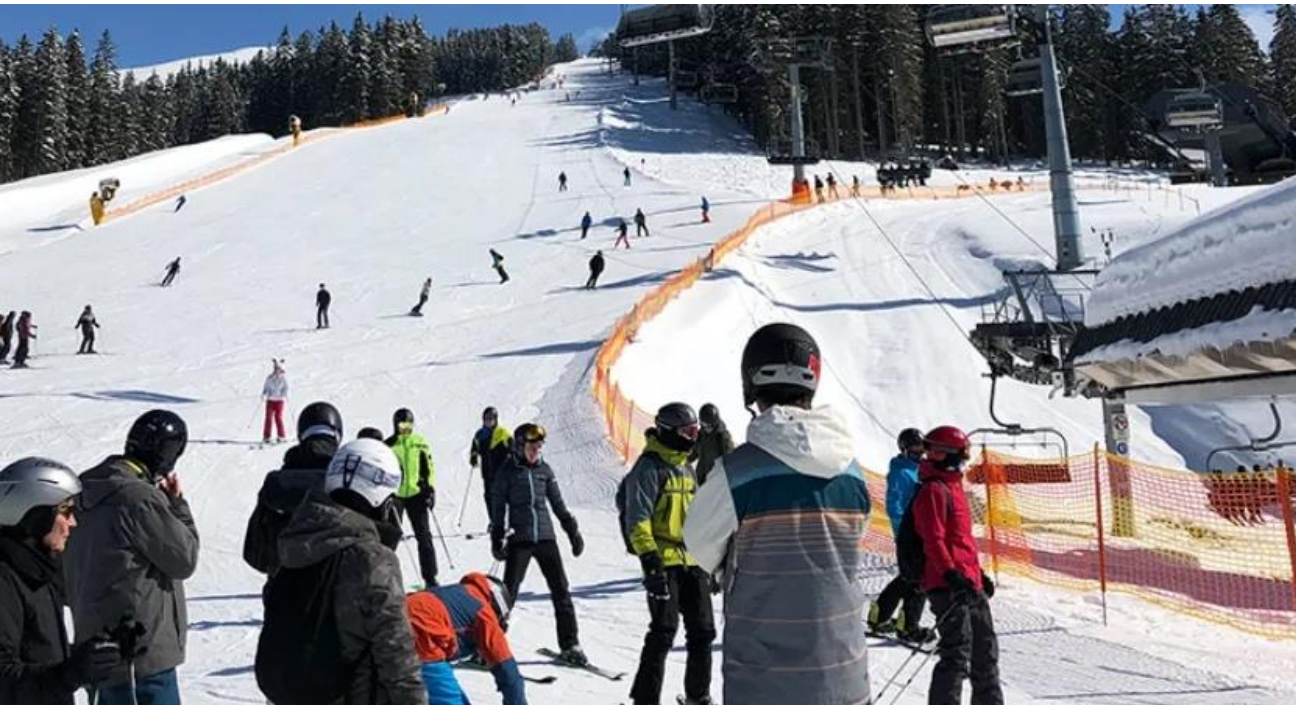
- Northern and Southern Hemisphere have opposite seasons
- Peak season = high season: best weather, highest prices, most crowded (example: European summer, tropical countries' dry season)
- Low season = off season: often corresponds to rainy, or very hot or cold weather.
- Shoulder season = Spring and Autumn, mild weather and lower crowds





# Interesting Facts about Seasonality in Tourism

- School holiday = peak season
- Peak season in Europe & America: summer
- Peak season in winter sports destination: winter
- Cherry blossom (Sakura) season in Japan is a peak season
- Chinese New Year is a peak season in China and other Chinese-majority countries
- Winter months and Ramadan in Saudi Arabia are peak season from umrah



# Sumber Daya (Resources)

- Dalam ilmu ekonomi, kegiatan produksi selalu berkaitan dengan penggunaan sumber daya yang terbatas (*scarce resources*).
- Industri pariwisata memiliki karakteristik khusus karena seringkali dibangun di atas sumber daya yang awalnya bersifat “gratis”, terutama sumber daya alam, seperti pantai, pemandangan alam, iklim, lanskap pegunungan, keindahan laut dan terumbu karang.
- Sumber daya tersebut tidak diproduksi oleh industri pariwisata, tetapi menjadi daya tarik utama yang menarik wisatawan.
- Namun untuk memanfaatkannya, industri pariwisata tetap membutuhkan berbagai sumber daya ekonomi yang langka, seperti lahan, tenaga kerja, infrastruktur, investasi modal.



# Kombinasi Sumber Daya dalam Industri Pariwisata

Pariwisata  
biasanya  
berkembang  
melalui  
kombinasi tiga  
jenis sumber  
daya

- Sumber daya alami (Natural resources), contoh: pantai, gunung, iklim, taman nasional, lanskap alam.
- Sumber daya publik (Public resources), contoh: Bandara, jalan, taman kota, situs warisan budaya, kebijakan pemerintah.
- Sumber daya privat/swasta (Private resources), contoh: hotel, restoran, biro perjalanan, transportasi wisata.

# Kombinasi Sumber Daya dalam Industri Pariwisata

- Bisnis pariwisata sering menyatukan sumber daya alam dan publik untuk menciptakan pengalaman wisata bagi pengunjung.
- Hal ini menimbulkan beberapa pertanyaan penting dalam ekonomi pariwisata:
  - Bagaimana mengelola sumber daya yang terbatas?
  - Siapa yang memperoleh manfaat ekonomi dari pariwisata?
  - Bagaimana menjaga keberlanjutan sumber daya destinasi?

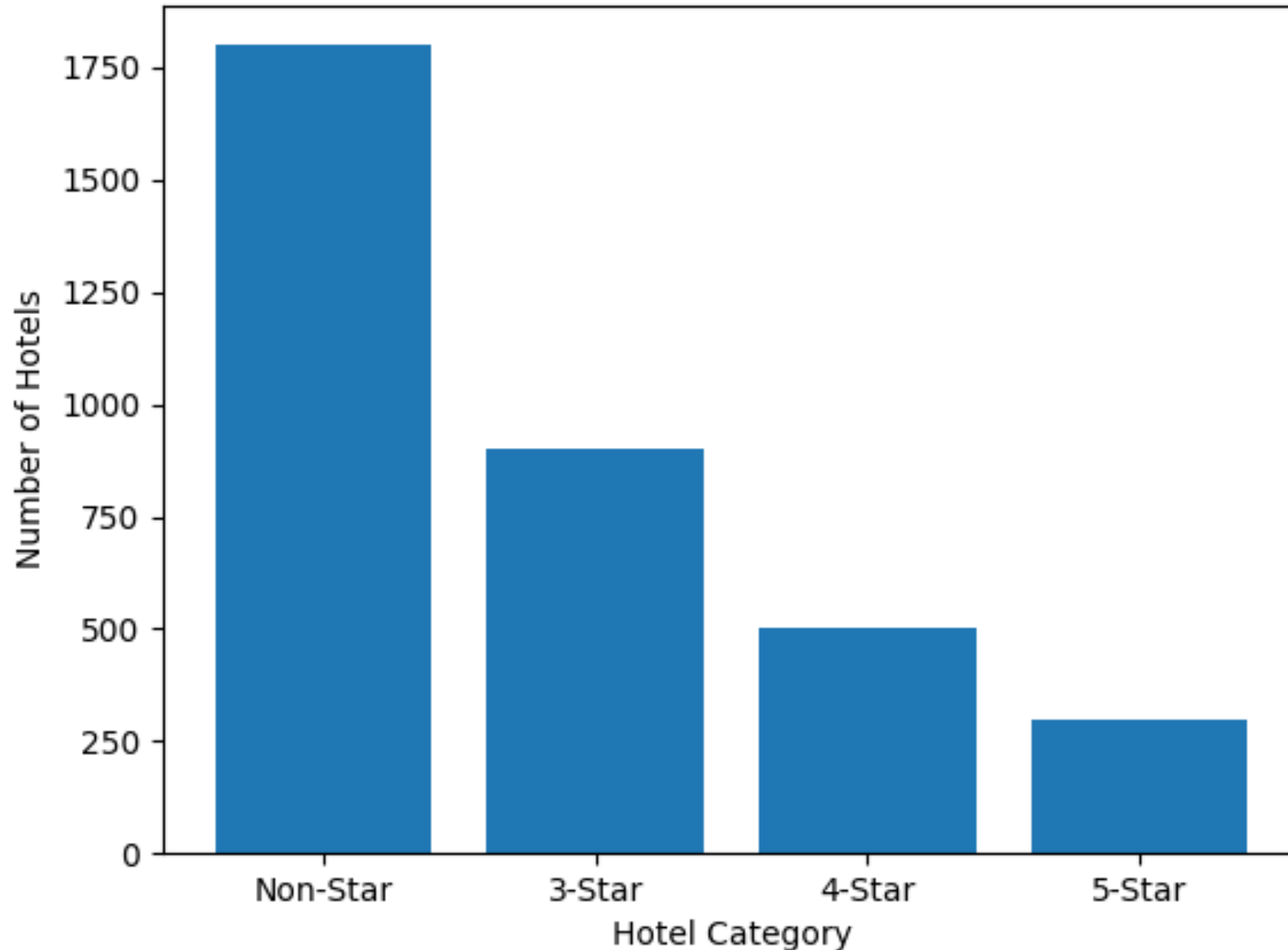


# Bagaimana sumber daya pariwisata membentuk struktur industri?

- Destinasi wisata biasanya berkembang karena adanya sumber daya yang menarik wisatawan, namun sumber daya tersebut tidak secara otomatis menghasilkan kegiatan ekonomi.
- Agar wisatawan dapat menikmati destinasi tersebut, diperlukan pelaku industri pariwisata, seperti:
  - Hotel dan akomodasi
  - Restoran dan kuliner
  - Transportasi wisata
  - Biro perjalanan dan pemandu wisata
- Ketika berbagai pelaku usaha ini berkembang, maka akan terbentuk struktur industri pariwisata di suatu destinasi.



Illustrative Hotel Distribution by Category



## Studi Kasus Struktur Industri: Distribusi Hotel Berdasarkan Kategori

- Apakah pasar terkonsentrasi pada kategori tertentu?
  - Apakah hotel non-star mendominasi pasar?
  - Apa dampaknya terhadap harga dan persaingan?

Apakah pasar terkonsentrasi pada kategori tertentu?

Jawaban analitis:

- Ya, pasar terlihat terkonsentrasi pada kategori non-star.
- Secara jumlah unit usaha, hotel non-star jauh lebih banyak dibanding kategori berbintang. Ini menunjukkan bahwa struktur pasar didominasi oleh segmen menengah-bawah.
- Hambatan masuk (barrier to entry) kemungkinan lebih rendah dibanding hotel berbintang tinggi.
- Pasar lebih kompetitif di segmen ini karena banyak pelaku usaha.

Namun, perlu diingat:

- Jumlah hotel  $\neq$  pangsa pendapatan.
- Hotel berbintang mungkin jumlahnya lebih sedikit, tetapi memiliki tarif lebih tinggi dan kontribusi pendapatan yang besar.

# Aktivitas Kelas: Tourism Seasonality

Tujuan: Memahami bagaimana seasonality dalam pariwisata mempengaruhi kegiatan ekonomi di suatu destinasi.

## Instruksi

- Bentuk kelompok berisi 4–5 mahasiswa.
- Pilih satu destinasi wisata di dunia atau di Indonesia.
- Identifikasi musim turis (tourist season) yang terjadi di destinasi tersebut.
- Tentukan penyebab seasonality, misalnya: Event budaya atau festival, Fenomena alam, Libur sekolah, Kondisi iklim, Kegiatan religi
- Diskusikan aktivitas ekonomi yang berkembang selama musim tersebut.
- Analisis dampak ekonomi bagi masyarakat lokal.