

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Jepang merupakan negara yang terletak di Asia Timur yang memiliki letak astronomis 30° hingga 47° lintang utara, dari kepulauan Okinawa di selatan hingga pulau Hokkaido di utara, karena letaknya yang jauh dari garis khatulistiwa, Jepang memiliki iklim yang sedang, ditandai dengan memiliki empat musim yang berbeda yaitu musim panas, *natsu* (夏), musim gugur, *aki* (秋), musim dingin, *fuyu* (冬) dan musim semi, *haru* (春). Ketika musim panas, udara pun terasa sangat panas, di musim dingin udara terasa sangat dingin, namun di musim semi dan gugur, udara terasa sangat sejuk dan nyaman, karena itu banyak masyarakat Jepang yang menyukai kedua musim itu. Masyarakat Jepang sangat menghargai alam dan perubahan keempat musim, karenanya masyarakat Jepang dapat beradaptasi dalam perubahan musim tersebut.

Musim semi atau *haru*, berlangsung dari bulan Maret hingga Mei. Ini adalah musim ketika hawa dingin mereda dan udara mulai terasa hangat, dan banyak masyarakat Jepang menyukai musim ini karena terasa sangat nyaman dan sejuk., dan juga waktu terbaik untuk berpergian. Yusuke Shindo (2015:35) mengatakan bahwa salah satu yang paling dirasakan ketika memasuki musim semi ditunjukkan dengan mekarnya bunga sakura, salah satu bunga kesayangan orang Jepang. Keistimewaan sakura bukan hanya keindahannya saja, namun bunga sakura akan gugur setelah satu minggu dan hanya mekar dalam waktu yang singkat di musim semi. Oleh karena itu masyarakat Jepang memanfaatkan momen ini dengan melakukan kegiatan berpiknik dan berpesta makan-makan di bawah pohon sakura yang sedang bermekaran, biasa disebut dengan *hanami* (花見)

Musim panas atau *natsu*, berlangsung dari Juni sampai Agustus. Namun pada akhir Juni hingga pertengahan Juli, sering terjadi hujan deras, suhu menurun dan sementara menjadi dingin. Pada periode ini disebut dengan musim hujan *tsuyu* (梅雨). Periode akhir musim hujan disebut dengan *tsuyuake* (梅雨明け), dan setelah akhir musim hujan suhu naik secara bertahap dan musim panas yang sesungguhnya baru saja dimulai, dan hawa panas pun semakin terasa, hal ini disebut dengan istilah *mushiatsui* (蒸し暑い). Namun meskipun hawa terasa sangat panas, masyarakat Jepang tetap menikmati musim panas dengan melakukan berbagai macam festival seperti Sanja matsuri di Tokyo dan Yosakoi matsuri di Kochi. Bagi masyarakat Jepang yang paling berkesan ketika musim panas adalah menikmati pesta kembang api yang biasa disebut dengan *hanabi* (花火), dan biasa dilakukan di tepi pantai atau sungai. Masyarakat Jepang sangat antusias akan festival ini, mereka biasa menghadiri festival ini bersama dengan keluarga, teman, maupun rekan kerja (Mischke Chiara, 2020).

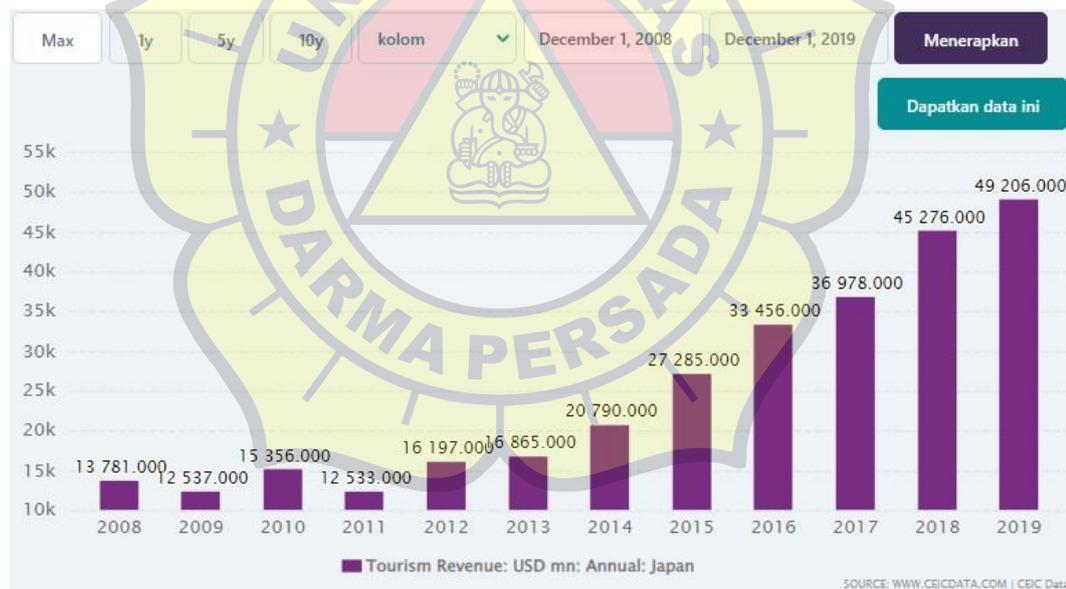
Musim gugur atau *aki*, berlangsung dari bulan September hingga November. Pada pertengahan bulan September sering terjadi hujan musim gugur, yang biasa disebut dengan *akisame* (秋雨). Setelah musim hujan berhenti, cuaca pun menjadi cerah dan langit terlihat biru, hal ini disebut dengan *akibare* (秋晴れ). Setelah memasuki bulan September cuaca terasa dingin dan daun-daun pun mulai berubah warna menjadi merah atau kuning, hal ini biasa disebut dengan *momiji/kouyou* (紅葉). Banyak masyarakat Jepang yang menikmati keindahan *momiji* dengan berkunjung ke taman-taman kota.

Musim dingin atau *fuyu*, pada bulan Desember sampai dengan Februari berlangsung musim dingin di Jepang. Di daerah sepanjang laut Jepang banyak turun salju dan udara terasa sangat dingin di musim ini, karenanya masyarakat Jepang terbiasa menggunakan penghangat ruangan seperti *kotatsu/sutoubu* dan ada juga yang berendam di pemandian air panas *onsen*. Haryanti (2013:16) mengatakan bahwa, di daerah utara seperti Aomori, Hokkaido dan sebagainya, salju yang turun

sangat banyak dan bisa mencapai 3 meter sehingga pada pagi hari orang Jepang harus menggunakan sekop untuk membersihkan salju yang menghalangi jalan. Meskipun hal seperti itu terlihat merepotkan, masyarakat Jepang tetap menikmatinya dengan mengunjungi berbagai macam festival musim dingin yang selalu digelar oleh pemerintah setempat.

Yusuke Shindo (2015:32) menjelaskan bahwa perubahan musim sangat terasa di Jepang. Kehidupan, hiburan, pemandangan, pakaian, makanan dan topik pembicaraan orang-orang pun berubah mengikuti musim. Hal ini pun membuktikan bahwa perubahan musim sangat memengaruhi semua aspek kehidupan masyarakat Jepang. Tak hanya memengaruhi kehidupan masyarakat Jepang, perubahan musim juga memiliki dampak terhadap berjalannya industri di negara tersebut, salah satunya adalah industri pariwisata. Menurut Lee, dkk. (2008) menjelaskan bahwa perubahan musim mempengaruhi naik turunnya jumlah wisatawan pada suatu destinasi. Oleh karena itu, beberapa destinasi pada waktu-waktu tertentu memiliki lebih banyak wisatawan daripada yang dapat mereka tampung, sementara di lain waktu, terlalu sedikit wisatawan ke wilayah tersebut. Meskipun perbedaan musim secara luas dianggap secara negatif karena efeknya terkait dengan pengurangan pendapatan dari wisatawan, tetapi tidak semua berefek negatif terhadap sektor pariwisata. Ada banyak strategi yang digunakan untuk mengatasi dampak dari perubahan musim ini, misalnya strategi harga, diversifikasi daya tarik, diversifikasi pasar dan mencari bantuan dari pemerintah dan industri. Hal ini sangat berkaitan dengan pariwisata Jepang. Seperti yang diketahui bahwa negara Jepang memiliki empat musim yang berbeda, dengan memanfaatkan perubahan musim ini pemerintah Jepang terus mengembangkan sektor pariwisatanya dengan membangun berbagai destinasi wisata yang mengikuti perubahan musim tersebut, seperti menggelar festival yang berkaitan dengan musim tersebut.

Pariwisata di Jepang sangat populer di kalangan masyarakat dunia, meskipun pada awalnya, pertumbuhan ekonomi Jepang tidak berpusat pada sektor pariwisata. Shuzo Ishimori (2009:20) menjelaskan bahwa Jepang merupakan negara yang mengandalkan sektor manufaktur dan perdagangan luar negeri sebagai ujung tombak dalam membangun perekonomian negara. Namun, pada akhirnya Jepang menyadari bahwa jika hanya dengan mengandalkan dua sektor itu tidak akan cukup untuk menopang negara karena adanya globalisasi ekonomi dan terjadinya perang dingin dan stagnasi ekonomi setelah meletusnya gelembung ekonomi pada tahun 1980-an. Menanggapi hal itu, Perdana Menteri Junichiro Koizumi melakukan reformasi struktural pada tahun 2001 dengan mengeluarkan sebuah kebijakan “*Visit Japan*” pada tahun 2003 dan mulai menjadikan Jepang sebagai negara yang berorientasi pada sektor pariwisata, sehingga dapat membantu merevitalisasi negara Jepang secara ekonomi baik dalam jangka menengah maupun panjang.



Grafik 1 Pendapatan Pariwisata Jepang

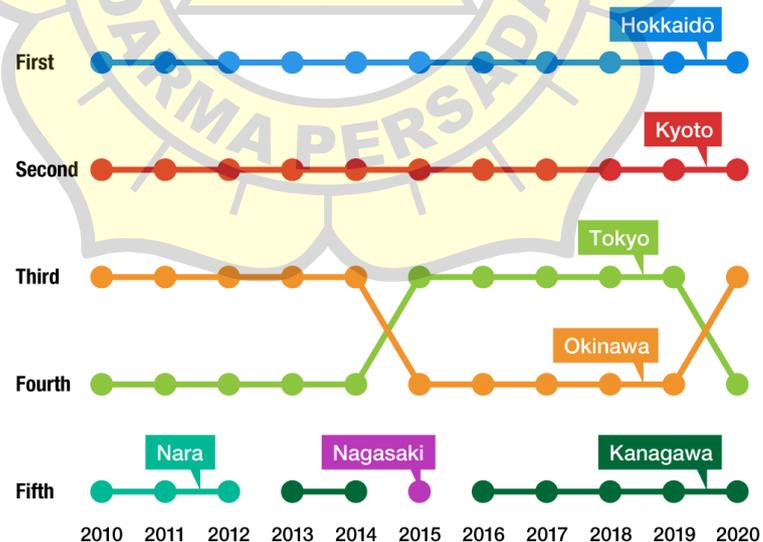
Sumber: <https://www.ceicdata.com/id/indicator/japan/tourism-revenue>

Seperti yang terlihat pada grafik 1 di atas, menurut data pendapatan pariwisata Jepang yang dilaporkan oleh Sensus and Economic Information Center (CEIC), pendapatan pariwisata Jepang pada 2019 adalah US\$49 miliar. Ini menunjukkan bahwa pendapatan telah meningkat dibandingkan dengan pendapatan

US\$45 miliar sebelum 2018. Dari 1995 hingga 2019, pendapatan pariwisata rata-rata Jepang adalah 13 miliar dolar AS. Peningkatan pendapatan disebabkan oleh melonjaknya jumlah wisatawan asing ke Jepang. Berdasarkan hasil perbandingan *inbound tourism* menurut negara/wilayah pada tahun 2019 yang diunggah melalui situs resmi Japan National Tourism Organization (JNTO) pada tahun 2019, Jepang menempati urutan ke-12 dunia dan ke-4 di Asia, kedua setelah China, Turki dan Thailand, menarik lebih dari 30.000 Pengunjung.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui situs resmi *The Nippon Communication Foundation*, pada tahun 2020 Brand Research Institute merilis sebuah data survei yang dilakukan setiap tahun sejak 2006. Survei ini menghitung dan mengkuantifikasi tanggapan dari 30.000 orang terhadap pertanyaan mengenai 1.000 kota di 47 prefektur Jepang, mengukur kesadaran mereka akan kota tersebut, motivasi mereka untuk mengunjunginya, keinginan mereka untuk tinggal di sana, dan evaluasi mereka terhadap sumber daya daerah. Hasil survei tersebut menjelaskan bahwa Hokkaido sekali lagi terpilih sebagai prefektur paling menarik di Jepang dalam *Local Brand Survey 2020*.

Most Attractive Prefectures, 2010–2020



Created by *Nippon.com* based on data from the Local Brand Survey 2020.

nippon.com

Grafik 2 Peringkat Prefektur Paling Menarik 2010–2020

Sumber: <https://www.nippon.com/en/japan-data/h00843/>

Seperti yang terlihat pada grafik 2, sejak pertama kalinya Brand Research Institute melakukan survei pada tahun 2010, Prefektur Hokkaido menduduki peringkat pertama hingga pada tahun 2020 menjadikannya tahun kesebelas dengan menempati posisi pertama secara berturut-turut. Prefektur ini juga menempati peringkat tertinggi dalam kategori pariwisata dan *brand recall* (mengingat produk) untuk produk makanan daerah.

Dalam daftar kota yang paling menarik, Kyoto menempati urutan teratas untuk pertama kalinya dalam tiga tahun, namun ada empat kota di Hokkaido berada di urutan 10 besar, yaitu Hakodate dan Sapporo berimbang untuk tempat kedua, dan Otaru dan Furano dengan jelas menunjukkan keindahan dari prefektur Hokkaido. Urutan tersebut dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1 Kota Paling Menarik di Jepang

| 2020 Rank (2019 Rank) | Municipality | Attractiveness |
|--------------------------|--------------------|----------------|
| 1 (3) | Kyoto, Kyoto | 51.9 |
| 2 (1) | Hakodate, Hokkaido | 51.3 |
| 2 (2) | Sapporo, Hokkaido | 51.3 |
| 4 (6) | Yokohama, Kanagawa | 48.1 |
| 5 (4) | Otaru, Hokkaido | 46.9 |
| 6 (5) | Kobe, Hyogo | 44.8 |
| 7 (7) | Kamakura, Kanagawa | 44.6 |
| 8 (8) | Kanazawa, Ishikawa | 43.8 |
| 9 (9) | Furano, Hokkaido | 43.7 |
| 10 (10) | Sendai, Miyagi | 38.8 |

Sumber: <https://www.nippon.com/en/japan-data/h00843/>

Hal ini pun menunjukkan bahwa Hokkaido merupakan prefektur yang sangat populer di Jepang. Hokkaido merupakan pulau terbesar kedua di Jepang dan berada di paling utara di Jepang, karenanya Hokkaido merupakan daerah yang memiliki suhu rendah. Oleh karena itu di prefektur Hokkaido banyak terdapat

tempat wisata yang menyajikan pariwisata musim dingin seperti ski resor dan festival musim dingin.

Tak hanya terkenal pariwisata musim dinginnya saja, prefektur Hokkaido pun menyajikan berbagai macam pariwisata di berbagai musimnya. Musim panas di Hokkaido terjadi antara bulan Juni dan Agustus. Berbeda dengan kawasan lain di seluruh Jepang yang memiliki kelembapan tinggi dan sering terjadi musim penghujan saat musim panas, hal itu tidak terjadi di Hokkaido. Musim panas di Hokkaido memiliki temperatur suhu dengan rata-ratanya di bulan Juni adalah $16,7^{\circ}$ Celcius. Rata-rata suhu tertingginya adalah $21,5^{\circ}$ Celcius dan rata-rata suhu terendahnya adalah 12° Celcius. Dengan cuaca yang begitu cerah dan matahari bersinar terang, pada periode ini menjadi waktu yang tepat mengunjungi Hokkaido. Hokkaido dijadikan salah satu destinasi terbaik saat musim panas. Suasana yang tidak terlalu panas jika dibandingkan wilayah lain di Jepang juga menjadi nilai tambah tersendiri. Pada musim panas ini, yang biasa dijadikan destinasi tujuan wisata ialah ladang bunga di sepanjang wilayah Furano dan Biei. Pemandangan perbukitan yang diselimuti oleh berbagai macam warna dan jenis bunga menjadi daya tarik tersendiri yang tidak bisa diabaikan begitu saja (Yanuar Muhammad, 2019).

Musim gugur di Hokkaido dapat dikatakan sangat singkat. Setelah musim panas berakhir temperatur udara mulai menjadi dingin meskipun di musim gugur. Salah satu tujuan destinasi wisata terbaik menikmati musim gugur di Hokkaido adalah Taman Nasional Shiretoko. Area tersebut merupakan surga bagi para binatang liar seperti beruang coklat, rusa, elang ekor putih hingga rubah merah, karenanya banyak para wisatawan penggemar kegiatan luar ruang yang melakukan kegiatan *trekking* dan *hiking* di taman nasional ini untuk menikmati keseruan di musim gugur.

Sedangkan pada musim semi, lokasi yang menjadi salah satu tujuan wisatawan untuk menikmati keindahan musim semi adalah taman Odori Park di Sapporo yang memiliki beraneka ragam bunga yang bermekaran seperti sakura, lilac, tulip dan beragam bunga lainnya. Taman sepanjang 1,5 kilometer ini juga merupakan pemisah antara kota Sapporo bagian utara dan selatan. Odori Park juga

menjadi destinasi pusat wisata dan keramaian warga Sapporo dengan menjadi lokasi beragam festival di empat musim (Kurniawan Fikri, 2018).

Hal ini menunjukkan bahwa keindahan pariwisata Hokkaido tidak terbatas musim, dan pemerintah Hokkaido berusaha membangun dan mengembangkan berbagai macam fasilitas pariwisata untuk dapat menarik para wisatawan domestik maupun wisatawan asing berkunjung ke Hokkaido.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini akan berfokus pada kondisi pariwisata Hokkaido di setiap musimnya.

1.2 Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dalam penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian Ahas, Rein, et al (2006), yang berjudul “Seasonal Tourism Spaces in Estonia: Case Study with Mobile Positioning Data”. Penelitian ini menganalisis tentang musiman konsumsi ruang turis asing di Estonia menggunakan set data penentuan posisi seluler dengan data roaming anonim. Metode yang menggunakan koordinat posisi ponsel dalam studi pergerakan ruang-waktu di Estonia disebut metode penentuan posisi sosial. Dataset memungkinkan analisis distribusi negara asal orang asing di Estonia dengan ketepatan sel jaringan operator seluler. Privasi pemegang ponsel dijamin sesuai dengan peraturan UE. Hasil dari penelitian ini adalah disimpulkan bahwa musim menghasilkan pola konsumsi ruang wisatawan yang sangat berbeda dan bahkan terkadang berlawanan di Estonia. Daerah pesisir populer untuk wisata musim panas dan tidak begitu populer di musim dingin; daerah pedalaman kontinental lebih banyak digunakan untuk wisata musim dingin. Daerah wisata musim panas yang populer di sepanjang pantai Laut Baltik didominasi oleh satu negara: Finlandia di Estonia barat, dan Rusia di Estonia timur. Latvia membuat persentase yang lebih tinggi di Saaremaa dan Pärnu selama musim panas dan di Otepää dan Danau Peipsi di musim dingin. Perbedaan penelitian Ahas,

et all dengan penelitian penulis yaitu terdapat pada pariwisata negara yang diteliti, yang penulis bahas pada penelitian ini adalah pariwisata di Prefektur Hokkaido Jepang.

2. Hasil penelitian Meggy Resjito Putra (2016), yang berjudul “Kepentingan Ekonomi Negara Jepang dalam Kebijakan Pariwisata pada Masa Kepemimpinan Shinzo Abe Periode ke 2”. Penelitian ini membahas mengenai kebijakan-kebijakan pariwisata yang Shinzo Abe keluarkan untuk meningkatkan wisatawan asing berkunjung ke Jepang. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif dengan pengumpulan data melalui studi pustaka. Hasil dari penelitian ini ialah bahwa kebijakan tersebut dapat menjadi strategi yang sangat efektif untuk menarik wisatawan asing dalam jumlah yang sangat besar. Lalu di balik strategi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan asing tersebut juga dilandasi oleh kepentingan pemerintah negara Jepang yakni untuk meningkatkan kualitas perekonomian negara tersebut. Perbedaan penelitian Meggy dengan penelitian penulis adalah permasalahan yang diteliti, penulis akan membahas pengaruh perubahan musim terhadap perekonomian di sektor pariwisata Prefektur Hokkaido Jepang.
3. Hasil penelitian Lina Roslana (2017) yang berjudul “Wisata Budaya Sebagai Alat Penguat Ekonomi Negara di Jepang”. Penelitian ini membahas mengenai pariwisata Jepang yang digunakan sebagai alat penguat perekonomian Jepang. Kesimpulan yang didapat pada penelitian ini adalah bahwa sektor pariwisata Jepang perlahan-lahan membentuk industri kecil dalam jumlah besar yang bertujuan untuk menopang perekonomian negara. Membangun sektor pariwisata tidak hanya membangun infrastruktur yang berkaitan dengan objek wisata saja, melainkan juga membangun sumber daya manusia yang terlibat di dalamnya pun tidak kalah penting. Perbedaan penelitian Rosalina dengan penelitian penulis ada pada target dari penelitian yang

didapatkan sebagai hasil penelitian, target dari penelitian milik penulis lebih spesifik pada Prefektur Hokkaido

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Perubahan musim mempengaruhi kehidupan masyarakat Jepang.
2. Setiap perubahan musim memberikan pengaruh terhadap sektor pariwisata Hokkaido.
3. Perubahan musim dianggap sebagai hal yang negatif.
4. Adanya strategi yang dilakukan pemerintah Hokkaido dalam mengembangkan sektor pariwisatanya di setiap perubahan musim.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, penulis membatasi masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada pengaruh perubahan musim terhadap sektor pariwisata di Prefektur Hokkaido, Jepang. Ruang lingkup penelitian ini hanya mencakup pariwisata per musim di Prefektur Hokkaido, Jepang.

1.5 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh perubahan musim pada sektor pariwisata Hokkaido?
2. Apa upaya yang dilakukan pemerintah Hokkaido dalam mengatasi pengaruh perubahan musim terhadap sektor pariwisata Hokkaido?
3. Bagaimana pendapatan sektor pariwisata Hokkaido di setiap musimnya?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan yang ingin penulis capai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui upaya-upaya yang dilakukan pemerintah Hokkaido untuk mengatasi pengaruh perubahan musim terhadap sektor pariwisata Hokkaido.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh perubahan musim terhadap sektor pariwisata Hokkaido.
3. Untuk mengetahui bagaimana pendapatan pariwisata Hokkaido di setiap musimnya.

1.7 Landasan Teori

1.7.1 Pariwisata

Bungaran, Flores dan Rosramadhana (2017:1) menjelaskan bahwa secara etomologis, pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta, yaitu “pari” yang memiliki arti ‘banyak, berkali-kali, berputar-putar’, dan “wisata” yang memiliki arti ‘perjalanan atau berpergian’. Berdasarkan arti kata itu, pariwisata didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berputar-putar, dari satu tempat ke tempat yang lainnya dengan memiliki maksud dan tujuan tertentu.

Wahab (1977: 26) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan yang disengaja oleh manusia yang berfungsi sebagai sarana komunikasi dan sebagai penghubung interaksi antara orang-orang, di dalam suatu negara atau bahkan di luar batas-batas geografisnya. Ini melibatkan perpindahan sementara orang dari satu wilayah ke wilayah lain, negara atau bahkan benua, dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan bukan realisasi kegiatan yang dibayar untuk negara yang dikunjungi, pariwisata adalah industri yang produknya dikonsumsi di tempat, menghasilkan ekspor yang tidak terlihat.

Ishi (2001: 264) juga menambahkan bahwa perilaku pariwisata meliputi pergerakan berpindah tempat, menginap, makan dan minum, hiburan, istirahat, jalan-jalan, olahraga, dan lain-lain, dan keseluruhannya merupakan kehidupan di luar wilayah kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan pengertian di atas penulis menyimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan yang melakukan perjalanan ke berbagai tempat dengan memiliki tujuan untuk berlibur, menghabiskan waktu senggang di akhir pekan untuk menyegarkan kondisi tubuh dan pikiran.

1.7.2 Perubahan Musim

Kustopo (2018:30) menjelaskan belahan bumi utara dan selatan atau daerah lintang tinggi, mengalami empat musim. Empat musim tersebut ialah musim semi, musim panas, musim gugur, dan musim dingin. Masing-masing musim memiliki karakter yang berbeda. Musim panas ditandai dengan suhu yang meningkat, sedangkan saat musim dingin, suhu menurun sehingga terjadi salju. Kemudian, musim semi ditandai dengan mekarnya bunga-bunga, tetapi pada musim gugur, bunga-bunga dan dedaunan berjatuh.

Sinartejo (2019:39) menjelaskan bahwa selama beredar mengelilingi matahari, bumi mengalami keadaan yang berbeda, dan mengakibatkan terjadinya perubahan musim untuk tiap-tiap bagian belahan bumi. Setiap wilayah di bumi akan mengalami pergantian musim berbeda-beda sesuai dengan lokasinya. Wilayah di 39 daerah lintang $0^{\circ} - 23,5^{\circ}$ LU/LS hanya berganti musim sebanyak dua kali, yaitu musim penghujan dan kemarau. Untuk wilayah di daerah lintang $23,5^{\circ}$ LU/LS – $66,5^{\circ}$ LU/LS mengalami pergantian empat musim yaitu musim semi, musim panas, musim gugur, dan musim dingin.

Berdasarkan pengertian di atas penulis menyimpulkan bahwa perubahan musim di bumi terjadi karena adanya pergerakan bumi mengelilingi matahari yang setiap waktunya dalam kondisi jarak yang berbeda, karenanya terjadilah perubahan musim seperti musim panas, musim gugur, musim dingin, dan musim semi.

1.7.3 *Seasonal Tourism*/Pariwisata Musim

Lee, dkk. (2008) mengatakan bahwa musim dapat memengaruhi jumlah kedatangan wisatawan ke suatu daerah yang memiliki objek wisata sehingga dapat memengaruhi kelangsungan usaha di suatu daerah misalnya, musim dapat

memberikan tekanan besar pada perusahaan pariwisata untuk mengatur bisnis mereka dengan ketersediaan dan staf yang sesuai.

Baum & Lundtorp (2001:1) menambahkan bahwa musiman adalah salah satu karakteristik utama yang menentukan pariwisata global. Musiman, sebagai perhatian, berdampak pada semua aspek perilaku sisi penawaran dalam pariwisata, termasuk pemasaran (pengemasan, distribusi, harga); pasar tenaga kerja (sifat dan kualitas pekerjaan, ketersediaan keterampilan, keberlanjutan pekerjaan); keuangan bisnis (arus kas, penetapan harga, menarik investasi); manajemen pemangku kepentingan (pemasok, perantara), dan semua aspek operasi.

Butler (2001) mengakui bahwa daerah terpencil di daerah pinggiran dan garis lintang yang lebih tinggi lebih mungkin untuk terpengaruh secara negatif oleh perubahan musim daripada tujuan di daerah perkotaan.

Berdasarkan pengertian di atas penulis menyimpulkan bahwa perubahan musim berdampak terhadap berjalannya industri pariwisata yang mengakibatkan naik turunnya kunjungan wisatawan ke negara yang memiliki empat musim.

1.7.4 Strategi Pariwisata Musim

Lee et al., (2008) menyatakan empat strategi umum: penetapan harga, diversifikasi daya tarik, diversifikasi pasar, dan fasilitasi oleh negara.

Moutinho (1995) memiliki pandangan yang sama dan menyatakan bahwa strategi yang paling umum dianjurkan adalah diversifikasi bauran produk, diversifikasi pasar, perbedaan harga dan langkah-langkah yang diprakarsai negara.

Menurut Fitzpatrick Associates (1993) penetapan harga, promosi, dan informasi penetapan harga diskon, penyediaan informasi, dan promosi liburan di luar jam sibuk merupakan elemen penting dalam mengganti liburan di luar jam sibuk. Penetapan harga memiliki peran penting; jika menawarkan diskon yang signifikan, maka dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, demikian pula jika harga terlalu mahal selama musim puncak dapat menjadi terjangkau selama musim tidak sibuk, sehingga menyebarkan permintaan jauh dari puncak.

Strategi diversifikasi pasar juga telah diidentifikasi oleh Witt dan Moutinho (1995), yang dapat berarti merancang kampanye pemasaran untuk

menarik pasar yang berbeda di musim yang berbeda. Aktivitas diversifikasi pasar hotel dapat lebih ditingkatkan dengan diversifikasi produk untuk menarik pelanggan lokal untuk meningkatkan bisnis di periode rendah (misalnya pengenalan atau pengembangan festival dan acara) Jang (2004).

Butler (1994) menunjukkan pendekatan berikut untuk mengatasi pariwisata musim: diversifikasi pasar, harga diferensial dan insentif pajak secara temporal, mengejutkan pada hari libur, mendorong pariwisata domestik di luar musim, dan menyediakan kegiatan di luar musim seperti festival dan konferensi.

Goulding, Baum, Morrison (2004) menyarankan untuk mengembangkan lingkungan setempat dalam mengembangkan akses ke objek wisata alam, dan juga Pengembangan fasilitas atau struktural seperti angkutan umum, fasilitas umum.

Jeffrey & Barden (1999) menambahkan yaitu untuk menambahkan operator tur atau agen perjalanan untuk menjual produk / layanan.

Baum & Hagen (1999) menambahkan pada strategi fasilitasi oleh negara yaitu: pemberian pinjaman atau subsidi oleh pemerintah untuk mengembangkan produk atau lokal dan jasa.

1.7.5 Kondisi Sosial Masyarakat Jepang Terhadap Pariwisata

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh Expedia Japan pada September 2016 (sebuah situs perjalanan komprehensif) diakses pada 18 Desember 2021 dari: <https://tabizine.jp/2017/10/16/155564/2/>. Menjelaskan bahwa 29% orang Jepang lebih menyukai berwisata sendiri yang mana menempatkan urutan pertama di dunia, dengan melampaui 20% dari peringkat kedua Amerika Serikat. Di kalangan kaum muda Jepang (usia 18-34), 27% responden mengatakan bahwa melakukan perjalanan sebagai pasangan kekasih memiliki peringkat terendah kedua di dunia setelah 15% di Korea Selatan. Saat ini jumlah orang yang belum menikah (usia 18-34) yang tidak memiliki pasangan kencan adalah yang tertinggi untuk pria dan wanita, wajar jika persentase bepergian sendiri akan meningkat.

Berdasarkan hasil survei yang diperoleh bahwa 58% kaum muda Jepang belum pernah melakukan wisata ke luar negeri dalam satu tahun terakhir. Persentase orang yang belum bepergian ke luar negeri adalah yang tertinggi di

dunia. Namun, sekitar 70% menjawab bahwa mereka telah melakukan perjalanan domestik dalam satu tahun terakhir, dan tampaknya perjalanan domestik sangat populer.

1.8 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif analisis yaitu menganalisis sebuah kesimpulan dari berbagai sumber permasalahan yang didapat. Sukmadinata, (2017:72) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, entah itu fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia yang bisa mencakup sebuah aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya. Dengan kata lain tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan fakta-fakta yang tertuju pada usaha mengemukakan gejala secara lengkap di dalam aspek yang diselidiki. Pengumpulan data dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan yaitu mengumpulkan data dari berbagai referensi seperti buku, jurnal, catatan-catatan dan laporan yang dikeluarkan secara resmi, yang berkaitan dengan topik penelitian. Lalu merangkai data tersebut menjadi sumber informasi yang mendukung penelitian ini. Aspek yang harus dicari dan dianalisis pada data tersebut berupa: konsep, teori, masalah, saran dan kesimpulan. Selain dari sumber buku dan jurnal, penelitian ini juga mendapatkan data melalui internet berupa laporan-laporan atau catatan yang dikeluarkan oleh situs resmi yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.9 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang hendak dicapai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Sebagai tambahan informasi dan menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan musim di Jepang dan pariwisata Jepang.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Dapat memperluas wawasan berfikir penulis mengenai dampak perubahan musim terhadap berjalannya industri industri pariwisata.

b. Bagi pembaca

Dapat memberikan informasi mengenai angka pariwisata Hokkaido dan destinasi populer di Hokkaido

1.10 Sistematika Penulisan

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, secara sistematika penulisan ini dibagi menjadi empat bab secara berurutan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, merupakan bab yang berisikan latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, metode penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, merupakan bab yang memaparkan tentang Prefektur Hokkaido dan atraksi pariwisatanya di setiap musim.

Bab III Pengaruh Perubahan Musim Terhadap Pariwisata Prefektur Hokkaido Tahun 2018-2019, pada bab ini penulis menganalisis tentang pengaruh perubahan musim terhadap sektor pariwisata Prefektur Hokkaido

Bab IV Penutup, berisikan pemaparan kesimpulan hasil penelitian dan saran penulis terhadap peneliti yang mengambil tema yang sama.