

**SKRIPSI**

**INDEKS DAYA SAING PARIWISATA KABUPATEN GOWA  
MENGUNAKAN METODE *COMPETITIVENESS MONITOR***

**Disusun dan diajukan oleh:**

**AHMAD SAIFUL MUNIR  
D101 20 1033**



**PROGRAM STUDI SARJANA  
PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
GOWA  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### INDEKS DAYA SAING PARIWISATA KABUPATEN GOWA MENGUNAKAN METODE *COMPETITIVENESS MONITOR*

Disusun dan diajukan oleh

**Ahmad Saiful Munir**  
**D101 20 1033**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Sarjana  
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota  
Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin  
Pada tanggal 3 Oktober 2024  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing



Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.Si  
NIP. 19741006 2008 12 2 002

Ketua Program Studi, Perencanaan Wilayah dan Kota  
Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin



Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.Si  
NIP. 19741006 2008 12 2 002

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Ahmad Saiful Munir  
NIM : D101201033  
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

### **Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Gowa Menggunakan Metode *Competitiveness Monitor***

adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilan alihan tulisan orang lain dan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Semua informasi yang ditulis dalam skripsi yang berasal dari penulis lain telah diberi penghargaan, yakni dengan mengutip sumber dan tahun penerbitannya. Oleh karena itu semua tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Apabila ada pihak manapun yang merasa ada kesamaan judul dan atau hasil temuan dalam skripsi ini, maka penulis siap untuk diklarifikasi dan mempertanggungjawabkan segala risiko.

Segala data dan informasi yang diperoleh selama proses pembuatan skripsi, yang akan dipublikasi oleh Penulis di masa depan harus mendapat persetujuan dari Dosen Pembimbing.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan isi skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Gowa, 4 Oktober 2024

Yang Menyatakan



Ahmad Saiful Munir

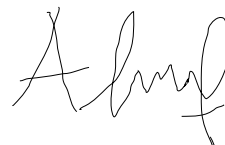
## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala limpahan kasih, rahmat, karunia, dan kehendak-Nya sehingga skripsi yang berjudul “**Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Gowa Menggunakan Metode *Competitiveness Monitor***” dapat terselesaikan dalam waktu yang tepat. Shalawat serta salam penulis curahkan kepada junjungan dan panutan sebagai umat muslim Baginda Rasulullah Muhammad Shallallahu'alaihi Wa Sallam yang menjadi rahmat bagi semesta alam.

Penelitian ini didasari oleh perkembangan Kabupaten Gowa menjadi salah satu daerah tujuan pariwisata yang cukup terkemuka di Sulawesi Selatan sehingga memiliki potensi untuk bersaing dengan wilayah lain. Namun, potensi ini masih diiringi dengan permasalahan-permasalahan seperti kurangnya perawatan terhadap objek daya tarik wisata serta ketersediaan informasi yang masih minim. Hal ini menarik untuk dikaji dengan mengangkat tema pengukuran terhadap indeks daya saing pariwisata Kabupaten Gowa mengingat potensi dan masalah pariwisata yang dimiliki. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur indeks daya saing pariwisata Kabupaten Gowa yang didahului dengan kajian terhadap karakteristik elemen sistem pariwisata yang dimiliki melalui tinjauan terhadap subsistem eksternal pariwisata dan subsistem internal pariwisata. Penelitian ini dimulai dengan observasi, pengumpulan data sekunder baik dengan mendatangi Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) untuk data-data yang tidak dipublikasikan, dan pengumpulan data secara daring yang diakses melalui *website*, artikel, dan buku.

Skripsi penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Teknik pada Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Penulis menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun, agar dapat berkarya yang lebih baik lagi. Semoga apa yang telah ditulis dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi berkah bagi penulis. Penulis berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu selama penulisan dan seluruh pembaca yang meluangkan waktunya untuk membaca hasil penelitian ini.

Gowa, 4 Oktober 2024



Ahmad Saiful Munir

---

### Situs dan Alamat Kontak:

Munir, Ahmad Saiful. 2024. *Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Gowa Menggunakan Metode *Competitiveness Monitor**. Skripsi Program Studi S1 Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Hasanuddin, Makassar.

Demi peningkatan kualitas dari skripsi ini, kritik dan saran dapat disampaikan ke penulis melalui alamat email berikut ini: [ahmadsaifulmunir13@gmail.com](mailto:ahmadsaifulmunir13@gmail.com)

## UCAPAN TERIMA KASIH

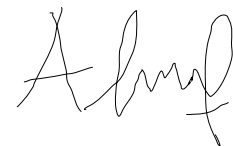
Dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari segala bantuan, bimbingan, kritik, saran, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak yang menjadi sumber kekuatan penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta (Bapak Munir Sape dan almh. Ibu Hasni), dan saudari-saudari penulis (Syarkiah Amaliah Munir S.Pd, Syahida Mardiah Munir, S.Pd, dan Syafira Aulia Munir) atas doa, nasihat, kasih sayang, dan dukungan yang luar biasa tak terhingga yang dilimpahkan kepada penulis;
2. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) sebagai penyelenggara program Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIP-Kuliah) yang memberikan bantuan sosial berupa beasiswa kepada penulis sehingga dapat mengurangi kesulitan penulis dalam hal pembiayaan;
3. Rektor Universitas Hasanuddin (Bapak Prof. Dr. Ir. Djamaluddin Jompa, M.Sc.) yang telah memfasilitasi penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin;
4. Dekan Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin (Bapak Prof. Dr. Eng. Muhammad Isran Ramli, ST. M.Si. IPM) atas dukungan dan kebijakannya;
5. Kepala Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Hasanuddin sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis (Bapak Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.Si) atas ilmu, nasihat, dan waktu yang diluahkan untuk bimbingan kepada penulis;
6. Sekretaris Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Hasanuddin sekaligus Dosen Penasehat Akademik penulis (Ibu Sri Aliah Ekawati, ST., MT.) atas ilmu, nasihat, dan bimbingan yang selalu diberikan serta kelancaran dalam urusan administrasi;
7. Kepala Studio Tugas Akhir (Ibu Dr. techn. Yashinta K.D. Sutopo, ST. MIP.) atas motivasi, ilmu, nasihat, dan pengalaman yang selalu diberikan kepada penulis;
8. Dosen Penguji (Ibu Marly Valenty Patandianan, ST., MT., Ph.D) dan (Ibu Isfa Sastrawati, S.T, M.T) atas ilmu, bimbingan, kritik, saran, dan arahan yang telah diberikan semata-mata untuk peningkatan kualitas karya penulis;
9. Kepala dan Dosen-Dosen lainnya di LBE *Regional Planning, Tourism, and Disaster Mitigation* Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin (Bapak Dr. Eng. Ihsan, S.T., M.T; Bapak Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.Si; Ibu Marly Valenty Patandianan, ST., MT., Ph.D; Ibu Isfa Sastrawati, S.T, M.T; dan Bapak Laode Muhammad Asfan Mujahid, ST., MT) atas waktu, bimbingan, dan arahan kepada penulis;
10. Seluruh Dosen Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota yang telah memberikan ilmu, kebaikan, dan bantuannya yang sangat bermanfaat selama penulis menjalani masa perkuliahan;
11. Seluruh Staf Administrasi dan Pelayanan PWK Universitas Hasanuddin atas kesabaran, kebaikan, dan bantuannya kepada penulis selama menempuh pendidikan;
12. Staf dan Karyawan CK Net yang telah memberikan kesempatan dan ilmu yang bermanfaat selama melaksanakan Kerja Praktik Profesi dalam masa

- perkuliahan terutama Kak Faathir Nugraditama, S.T. selaku Pembimbing Teknis Kerja Praktik.
13. Kepala Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kabupaten Gowa, Kepala Bidang Tata Ruang, Mentor kegiatan INSPIRING Batch V penempatan Kabupaten Gowa, dan teman-teman seperjuangan yang telah menjadi bagian dari pengalaman yang penulis dapatkan dalam masa perkuliahan.
  14. Seluruh praktisi dari setiap Organisasi Pemerintah Daerah Kabupaten Gowa tempat pengambilan data yang telah memberikan waktu, kesempatan, dan informasi untuk membantu penyelesaian tugas akhir ini;
  15. Teman-teman RASIO 2020 tanpa terkecuali atas ilmu, pembelajaran, dan pengalaman yang telah kita lewati bersama;
  16. Teman-teman *Labo Regional Planning, Disaster Mitigation, and Tourism*, terkhusus tim pariwisata (A. St. Faatimah Mauldini, Andi Dheny Indra Dwitya, Andi Maharani Balqish Iskandar, Andi Ummu Khalisah, Dian Sukma, Enny Heriani, Fathurrahman, Muh. Dodi Alfayed, Nur Azisah Mulyadi, Nurul Mutia Syafirah, dan Rafika Nurhidayanti) atas komitmen, kerja sama, dan ruang-ruang diskusi yang selalu dihadirkan
  17. Teman-teman Studio Tugas Akhir (Elsa, Muh, Widyachsan Warisman, Andi Nurul Fauziah Ruslan, Afdelia Zahra, Hany Melati Hamid, Dirgahayu Mukminin, Nurul Chasanah, Muh. Rayhan Zaira, Muh. Nabil Hasib Baharuddin, Raihana Muthahharah S., dan Andi Mohammad Al Fariz Irsam Pawae) atas bantuan yang diberikan selama menjalani masa studio akhir.
  18. Teman-teman Posko 1 KKN-T Stunting Selayar (Afghani Nuzul Ramadhan, Al Fitri Sahwana, Hany Melati Hamid, Khaeratun Hisan, Rahmat Septiansyah, dan Suci Nurul Karunia Rahim) yang telah menjadi keluarga baik selama kegiatan KKN hingga saat ini.
  19. Teman-teman seperjuangan dan senior yang telah saling bahu membahu dalam kepengusan IPMI SIDRAP Cabang Panca Lautang periode 2023/2024 yang memberikan warna tersendiri bagi penulis dalam masa kuliah.
  20. Seluruh pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan Tugas Akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh yang membacanya.

Gowa, 4 Oktober 2024



Ahmad Saiful Munir

## ABSTRAK

**AHMAD SAIFUL MUNIR.** *Analisis Daya Saing Pariwisata Kabupaten Gowa Menggunakan Metode Competitiveness Monitor* (dibimbing oleh Abdul Rachman Rasyid)

Kabupaten Gowa memiliki potensi wisata untuk bersaing di Sulawesi Selatan. Hal ini ditegaskan dengan visi Kabupaten Gowa menjadi 3 besar kontributor utama dalam penguatan daya saing pariwisata Sulawesi Selatan tingkat nasional dan internasional. Diperlukan telaah lengkap dalam mengukur daya saing pariwisata dikarenakan pariwisata adalah sebuah sistem dengan berbagai elemen. Tujuan penelitian ini ditetapkan untuk mengidentifikasi karakteristik elemen sistem pariwisata dan mengukur indeks daya saing pariwisata Kabupaten Gowa. Dalam mencapai tujuan penelitian, digunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif serta analisis spasial. Analisis deskriptif kualitatif menjelaskan karakteristik elemen sistem pariwisata, analisis spasial berupa analisis *overlay* dan *buffer*, dan analisis deskriptif kuantitatif digunakan mengukur daya saing pariwisata dengan metode *competitiveness monitor*. Analisis tersebut membutuhkan data yang diperoleh dari observasi dan telaah literatur. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa sistem pariwisata Kabupaten Gowa banyak dibentuk oleh pengaruh sejarahnya sebagai kerajaan besar serta keindahan alam pegunungan yang cukup jarang ditemui di Sulawesi Selatan sehingga dapat menarik wisatawan. Potensi ini juga ditunjang dari subsistem eksternal yang memadai dengan kondisi alam, bonus demografi, kemajuan teknologi, kentalnya sosial-budaya, kestabilan ekonomi, dan kebijakan pariwisatanya. Setelah melihat potensi dan melakukan pengukuran daya saing pariwisata, diperoleh hasil bahwa *Infrastructure Development Indicator* (IDI) menjadi satu-satunya indikator yang memasuki tahap penyempurnaan dengan nilai 2.511. Tiga indikator dalam tahap berkembang yakni *Technology Advanced Indicator* (TAI), *Human Resources Indicator* (HRI), dan *Social Development Indicator* (SDI). Sementara empat lainnya, yakni *Environment Indicator* (EI), *Human Tourism Indicator* (HTI), *Price Competitiveness Indicator* (PCI), dan *Openess Indicator* (OI) berada pada kategori belum berkembang dengan nilai 0.896, 0.698, 0.752, dan 0.808. Perhitungan ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk peningkatan daya saing dengan melihat indikator berdaya saing belum berkembang, kemudian mengambil tindak lanjut perubahan guna mewujudkan visi pembangunan pariwisata Kabupaten Gowa.

**Kata Kunci:** Sistem Pariwisata, Subsistem Eksternal Pariwisata, Subsistem Internal Pariwisata, Usaha Pariwisata, Malino

## ABSTRACT

**AHMAD SAIFUL MUNIR.** *Analysis of Tourism Competitiveness of Gowa Regency Using the Competitiveness Monitor Method (supervised by Abdul Rachman Rasyid)*

*Gowa Regency has the tourism potential to compete in South Sulawesi. This is emphasized by the vision of Gowa Regency to become the top 3 main contributors in strengthening the competitiveness of South Sulawesi tourism at the national and international levels. A complete review is needed in measuring tourism competitiveness because tourism is a system with various elements. The objectives of this research were set to identify the characteristics of tourism system elements and measure the tourism competitiveness index of Gowa Regency. In achieving the research objectives, qualitative and quantitative descriptive analysis methods and spatial analysis were used. Qualitative descriptive analysis explains the characteristics of tourism system elements, spatial analysis is in the form of overlay analysis and buffer, and quantitative descriptive analysis is used to measure tourism competitiveness using the competitiveness monitor method. The analysis requires data obtained from observation and literature review. Based on the results of the analysis, it is found that the tourism system of Gowa Regency is largely shaped by the influence of its history as a large kingdom and the natural beauty of the mountains which is quite rare in South Sulawesi so that it can attract tourists. This potential is also supported by an adequate external subsystem with natural conditions, demographic bonuses, technological advances, socio-cultural thickness, economic stability, and tourism policies. After seeing the potential and measuring tourism competitiveness, the results show that the Infrastructure Development Indicator (IDI) is the only indicator that enters the improvement stage with a value of 2,511. Three indicators in the developing stage are Technology Advanced Indicator (TAI), Human Resources Indicator (HRI), and Social Development Indicator (SDI). While the other four, namely Environment Indicator (EI), Human Tourism Indicator (HTI), Price Competitiveness Indicator (PCI), and Openness Indicator (OI) are in the undeveloped category with values of 0.896, 0.698, 0.752, and 0.808. This calculation is expected to be a reference for increasing competitiveness by looking at undeveloped competitive indicators, then taking follow-up changes to realize the vision of tourism development in Gowa Regency.*

**Keyword:** *Tourism System, Tourism External Subsystem, Tourism Internal Subsystem, Tourism Industry, Malino*



## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....                                 | ii   |
| PERNYATAAN KEASLIAN.....                                       | iii  |
| KATA PENGANTAR.....  | iv   |
| UCAPAN TERIMA KASIH.....                                       | v    |
| ABSTRAK.....   | vii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....  | viii |
| DAFTAR ISI.....  | ix   |
| DAFTAR GAMBAR.....   | xi   |
| DAFTAR TABEL.....  | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN.....   | xiv  |
| DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL.....                          | xv   |
| <br>   |      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                       |      |
| 1.1 Latar Belakang.....  | 1    |
| 1.2 Pertanyaan Penelitian.....                                 | 3    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                     | 3    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                    | 4    |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....                              | 4    |
| <br>   |      |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                                 |      |
| 2.1 Pariwisata.....  | 5    |
| 2.2 Sistem Pariwisata.....                                     | 11   |
| 2.3 Daya Saing Pariwisata.....                                 | 26   |
| 2.4 <i>Competitiveness Monitor</i> .....                       | 29   |
| 2.5 Penelitian Terdahulu.....                                  | 35   |
| 2.6 Kerangka Konsep Penelitian.....                            | 35   |
| <br>   |      |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>                               |      |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                      | 40   |
| 3.2 Lokasi Penelitian.....                                     | 40   |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data.....                                 | 42   |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....                               | 43   |
| 3.5 Variabel Penelitian.....                                   | 43   |
| 3.6 Metode Analisis Data.....                                  | 47   |
| 3.7 Definisi Operasional.....                                  | 51   |
| 3.8 Alur Pikir Penelitian.....                                 | 53   |
| <br>   |      |
| <b>BAB IV PEMBAHASAN</b>                                       |      |
| 4.1 Gambaran Umum Kabupaten Gowa.....                          | 55   |
| 4.2 Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Kabupaten Gowa..... | 57   |

|                               |   |     |     |
|-------------------------------|---|-----|-----|
| 4.3                           | Daya Saing Pariwisata Kabupaten Gowa..... | 115 |     |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN    |   |     |     |
| 5.1                           | Kesimpulan.....                           | 131 |     |
| 5.2                           | Saran.....                                | 132 |     |
| DAFTAR PUSTAKA.....           |   |     | 134 |
| LAMPIRAN.....                 |   |     | 141 |
| <i>CURRICULUM VITAE</i> ..... |   |     | 169 |

## DAFTAR GAMBAR

|        |    |   |     |
|--------|----|---|-----|
| Gambar | 1  | Sistem pariwisata adaptasi <i>Mill &amp; Morrison's Model</i> .....   | 11  |
| Gambar | 2  | Model sistem pariwisata.....  | 13  |
| Gambar | 3  | <i>Porter's diamond</i> .....   | 27  |
| Gambar | 4  | Kerangka konsep penelitian.....   | 39  |
| Gambar | 5  | Peta lokasi penelitian.....   | 41  |
| Gambar | 6  | Alur pikir penelitian.....  | 54  |
| Gambar | 7  | Peta wilayah administrasi Kabupaten Gowa 2023.....  | 56  |
| Gambar | 8  | Peta topografi Kabupaten Gowa 2018.....   | 58  |
| Gambar | 9  | IKLH Kabupaten Gowa 2022.....   | 61  |
| Gambar | 10 | Jumlah penduduk Kabupaten Gowa 2022.....  | 62  |
| Gambar | 11 | Grafik jumlah penduduk Kabupaten Gowa berdasarkan jenis kelamin 2022.....                                       | 63  |
| Gambar | 12 | Kebudayaan Kabupaten Gowa.....  | 64  |
| Gambar | 13 | Sektor-sektor pekerjaan penduduk Kabupaten Gowa.....  | 66  |
| Gambar | 14 | Grafik perkembangan jumlah penduduk melek huruf Kabupaten Gowa pada rentan tahun 2018-2022.....                 | 67  |
| Gambar | 15 | Grafik perkembangan jumlah penduduk pengguna telepon seluler di Kabupaten Gowa pada rentan tahun 2018-2022..... | 68  |
| Gambar | 16 | Grafik perkembangan jumlah penduduk yang mengakses internet di Kabupaten Gowa pada rentan tahun 2018-2022...    | 68  |
| Gambar | 17 | <i>Website</i> Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gowa   | 69  |
| Gambar | 18 | Grafik perkembangan PDRB pariwisata Kabupaten Gowa....  | 71  |
| Gambar | 19 | Grafik perkembangan PAD Kabupaten Gowa pada rentan tahun 2018-2022.....   | 72  |
| Gambar | 20 | Kontribusi sektor pariwisata dalam PAD Kabupaten Gowa periode 2018-2023.....                                    | 73  |
| Gambar | 21 | Beautiful Malino tahun 2023.....  | 80  |
| Gambar | 22 | ODTW alam Hutan Pinus Malino.....   | 82  |
| Gambar | 23 | ODTW alam berupa air terjun.....  | 83  |
| Gambar | 24 | ODTW alam berupa wisata pendakian.....  | 84  |
| Gambar | 25 | ODTW sejarah dan budaya berupa museum.....  | 86  |
| Gambar | 26 | ODTW sejarah dan budaya lainnya.....  | 86  |
| Gambar | 27 | ODTW buatan.....  | 87  |
| Gambar | 28 | ODTW agrowisata.....  | 89  |
| Gambar | 29 | Peta persebaran usaha ODTW di Kabupaten Gowa 2022.....  | 92  |
| Gambar | 30 | Peta persebaran usaha akomodasi Kabupaten Gowa tahun 2022.....  | 94  |
| Gambar | 31 | Peta keterjangkauan jalan kaki dari akomodasi ke ODTW Kabupaten Gowa tahun 2022.....                            | 95  |
| Gambar | 32 | Usaha makanan dan minuman sekitar Hutan Pinus Malino....  | 98  |
| Gambar | 33 | Peta persebaran usaha makan dan minum Kabupaten Gowa 2022.....  | 99  |
| Gambar | 34 | Proses <i>overlay</i> usaha pariwisata Kabupaten Gowa.....  | 100 |
| Gambar | 35 | Hasil <i>overlay</i> usaha pariwisata Kabupaten Gowa.....   | 101 |
| Gambar | 36 | Peta sebaran usaha pariwisata Kabupaten Gowa 2022.....  | 104 |

|        |    |   |     |
|--------|----|---|-----|
| Gambar | 37 | Grafik panjang jalan menurut kondisi jalan baik di Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 107 |
| Gambar | 38 | Peta aksesibilitas pariwisata Kabupaten Gowa tahun 2023.....  | 108 |
| Gambar | 39 | Jumlah wisatawan di Kabupaten Gowa 2015-2023.....   | 109 |
| Gambar | 40 | Perkembangan nilai PCI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 115 |
| Gambar | 41 | Perkembangan nilai HTI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 116 |
| Gambar | 42 | Perkembangan nilai IDI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 117 |
| Gambar | 43 | Perkembangan nilai EI Kabupaten Gowa 2018-2022.....   | 118 |
| Gambar | 44 | Perkembangan nilai TAI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 119 |
| Gambar | 45 | Perkembangan nilai HRI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 120 |
| Gambar | 46 | Perkembangan nilai OI Kabupaten Gowa 2018-2022.....   | 121 |
| Gambar | 47 | Perkembangan nilai SDI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 122 |
| Gambar | 48 | Perkembangan indeks pariwisata Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 124 |
| Gambar | 49 | Indeks daya saing pariwisata Kabupaten Gowa 2018-2022....   | 125 |
| Gambar | 50 | Pengambilan data di OPD Kabupaten Gowa.....   | 164 |
| Gambar | 51 | Observasi ODTW Balla Lompoa.....  | 165 |
| Gambar | 52 | Observasi ODTW Air Terjun Takapala.....   | 165 |
| Gambar | 53 | Observasi Ekowisata Ecobutta Resort.....  | 166 |
| Gambar | 54 | Observasi Hutan Pinus Lembanna.....   | 166 |
| Gambar | 55 | Observasi ODTW Danau Tanralili dan Lembah Lohe.....   | 167 |
| Gambar | 56 | Tembusan surat izin permohonan pengambilan data dari DPMPTSP Kabupaten Gowa kepada Bapenda Kabupaten Gowa.....                                  | 167 |
| Gambar | 57 | Tembusan surat izin permohonan pengambilan data dari DPMPTSP Kabupaten Gowa kepada Disparbud dan Pengelola usaha pariwisata Kabupaten Gowa..... | 168 |

## DAFTAR TABEL

|       |    |  |     |
|-------|----|--|-----|
| Tabel | 1  | Perbandingan <i>competitiveness monitor</i> beberapa penelitian.....             | 33  |
| Tabel | 2  | Penelitian terdahulu.....  | 36  |
| Tabel | 3  | Variabel penelitian.....   | 44  |
| Tabel | 4  | Klasifikasi interval daya saing pariwisata.....                                  | 51  |
| Tabel | 5  | Luas wilayah per kecamatan di Kabupaten Gowa tahun 2022.....                     | 57  |
| Tabel | 6  | Ketinggian Kabupaten Gowa.....   | 59  |
| Tabel | 7  | Indikator kualitas lingkungan Kabupaten Gowa 2018-2022.....                      | 60  |
| Tabel | 8  | Kependudukan Kabupaten Gowa 2018-2022.....                                       | 61  |
| Tabel | 9  | Penduduk Kabupaten Gowa usia 15+ tahun menurut pendidikan                        | 67  |
| Tabel | 10 | PDRB AD-HK Kabupaten Gowa 2018-2022.....   | 70  |
| Tabel | 11 | PAD Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 71  |
| Tabel | 12 | PAD sektor pariwisata Kabupaten Gowa 2018-2022.....                              | 72  |
| Tabel | 13 | Klasifikasi dan sebaran ODTW Kabupaten Gowa 2022.....                            | 81  |
| Tabel | 14 | Klasifikasi ODTW Kabupaten Gowa berdasarkan ketinggian....                       | 90  |
| Tabel | 15 | Usaha akomodasi di Kabupaten Gowa tahun 2022.....                                | 93  |
| Tabel | 16 | Jarak dan waktu tempuh dari akomodasi ke ODTW terdekat di<br>Kabupaten Gowa..... | 96  |
| Tabel | 17 | Usaha makanan dan minuman Kabupaten Gowa 2022.....                               | 98  |
| Tabel | 18 | Sebaran usaha pariwisata Kabupaten Gowa tahun 2022.....                          | 101 |
| Tabel | 19 | Panjang jalan Kabupaten Gowa menurut jenis permukaan jalan.                      | 105 |
| Tabel | 20 | Panjang jalan sesuai jumlah penduduk Kabupaten Gowa dan<br>eksisting.....        | 106 |
| Tabel | 21 | Jumlah wisatawan di Kabupaten Gowa 2015-2022.....                                | 109 |
| Tabel | 22 | Nilai HTI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 115 |
| Tabel | 23 | Nilai PCI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 116 |
| Tabel | 24 | Nilai IDI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 117 |
| Tabel | 25 | Nilai EI Kabupaten Gowa 2018-2022.....   | 118 |
| Tabel | 26 | Nilai TAI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 119 |
| Tabel | 27 | Nilai HRI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 120 |
| Tabel | 28 | Nilai OI Kabupaten Gowa 2018-2022.....   | 121 |
| Tabel | 29 | Nilai SDI Kabupaten Gowa 2018-2022.....  | 122 |
| Tabel | 30 | Nilai indeks pariwisata Kabupaten Gowa 2018-2022.....                            | 123 |
| Tabel | 31 | Nilai indeks komposit Kabupaten Gowa 2018-2022.....                              | 125 |
| Tabel | 32 | Nilai indeks daya saing pariwisata Kabupaten Gowa 2018-2022                      | 125 |
| Tabel | 33 | Data wisatawan Kabupaten Gowa 2022.....  | 141 |
| Tabel | 34 | Data wisatawan Kabupaten Gowa 2015-2020.....                                     | 142 |
| Tabel | 35 | Data usaha ODTW Kabupaten Gowa 2022.....   | 144 |
| Tabel | 36 | Data usaha akomodasi Kabupaten Gowa 2022.....                                    | 149 |
| Tabel | 37 | Data usaha makanan dan minuman Kabupaten Gowa 2022.....                          | 152 |
| Tabel | 38 | Indeks pariwisata Kabupaten Gowa 2018-2022.....                                  | 162 |
| Tabel | 39 | Indeks komposit dan daya saing pariwisata Kabupaten Gowa....                     | 163 |

**DAFTAR LAMPIRAN**

|            |   |     |
|------------|---|-----|
| Lampiran 1 | Data-data.....                                | 141 |
| Lampiran 2 | Perhitungan indeks daya saing pariwisata..... | 162 |
| Lampiran 3 | Dokumentasi pengambilan data.....             | 163 |

## DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL

| Lambang/Singkatan | Arti dan Keterangan                                      |
|-------------------|--|
| BPS               | Badan Pusat Statistik                                    |
| Diskominfo-SP     | Dinas Komunikasi, Informatika, Statistika dan Persandian |
| Kemenparekraf     | Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif               |
| ODTW              | Objek Daya Tarik Wisata                                  |
| PDRB              | Produk Domestik Regional Bruto                           |
| PAD               | Pendapatan Asli Daerah                                   |
| Ripparnas         | Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional            |
| Ripparda          | Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah              |
| WWTC              | <i>World Travel and Tourism Council</i>                  |
| RTRW              | Rencana Tata Ruang Wilayah                               |
| <i>HTI</i>        | <i>Human Tourism Indicator</i>                           |
| <i>PCI</i>        | <i>Price Competitiveness Indicator</i>                   |
| <i>IDI</i>        | <i>Infrastructure Development Indicator</i>              |
| <i>EI</i>         | <i>Environment Indicator</i>                             |
| <i>TAI</i>        | <i>Technology Advancement Indicator</i>                  |
| <i>HRI</i>        | <i>Human Resources Indicator</i>                         |
| <i>OI</i>         | <i>Openess Indicator</i>                                 |
| <i>SDI</i>        | <i>Social Development Indicator</i>                      |
| $X_i^c$           | koefisien indeks pariwisata                              |
| $Y_k^c$           | indeks komposit k (k=1-8)                                |
| $n$               | jumlah variabel daya saing                               |
| $i$               | variabel   |
| $\sum X_i^c$      | perhitungan penjumlahan setiap indikator                 |
| $Z^c$             | daya saing pariwisata                                    |
| $\sum X^k$        | perhitungan penjumlahan bobot asosiasi setiap indikator  |

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang sedang berangsur pulih setelah dihantam pandemi *Covid-19* di tahun 2020-2021. Setelah mengalami penurunan drastis dalam jumlah wisatawan selama pandemi 2021 dengan total kunjungan hanya sebanyak 1,56 juta jiwa, tahun 2023 menjadi momentum untuk kebangkitan pariwisata dengan jumlah wisatawan mencapai 11,68 juta. Capaian ini dapat menjadi bukti bahwa wisatawan mancanegara mulai kembali menaruh kepercayaan untuk berwisata di Indonesia (Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, 2024). Hal ini dikarenakan Indonesia memiliki modal pariwisata yang lengkap baik modal alam seperti laut, pantai, gunung, hutan, keragaman flora dan fauna; modal budaya seperti ragam suku dengan ciri khas masing-masing yang tergambar dari rumah adat, artefak, dan tari-tarian; dan modal manusia dari sikap dan perilaku warga yang ramah dan bersahabat (Nurmansyah, 2014).

Indonesia memiliki keragaman bentuk topografi yang membentuk karakteristik ruang berbeda di tiap wilayah. Keberagaman geografis ini membuat tawaran daya tarik wisata Indonesia menjadi lebih beragam. Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional Tahun 2010-2025 atau yang biasa disebut Ripparnas menjelaskan bahwa selain daya tarik, kawasan pariwisata harus memiliki komponen lainnya berupa fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang melengkapinya daya tariknya. Selain itu, peran pemerintah juga diperlukan dalam mendorong peningkatan investasi industri pariwisata melalui pemberian izin usaha pariwisata sesuai yang dijelaskan dalam Undang-Undang (UU) No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang.

Dalam Ripparnas tahun 2010-2025 ditetapkan dua Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) di Sulawesi Selatan, yaitu Makassar-Takabonerate beserta sekitarnya dan Toraja beserta sekitarnya. Hal ini dikarenakan adanya potensi besar Sulawesi Selatan dalam sektor pariwisata yang ditunjang oleh posisinya sebagai



pintu gerbang Kawasan Timur Indonesia. Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan menindaklanjuti hal tersebut dengan menerbitkan Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Sulawesi Selatan No. 2 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (Ripparda) Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2015-2030 untuk memaksimalkan potensi kepariwisataan yang dimiliki. Dalam Ripparda Sulawesi Selatan tahun 2015-2030, pemerintah mengusung visi “Sulawesi Selatan sebagai Tujuan Wisata yang Berdaya Saing di Indonesia dalam Mendorong Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat”. Hal ini dibuktikan dengan data wisatawan nusantara tahun 2019-2023, Sulawesi Selatan menjadi provinsi yang konsisten berada dalam delapan provinsi tujuan wisatawan nusantara terbanyak di Indonesia bersaing dengan enam provinsi di Pulau Jawa dan Provinsi Sumatera Utara (BPS Indonesia, 2024).

Kabupaten Gowa adalah salah satu wilayah yang termasuk dalam DPN Makassar-Takabonerate beserta sekitarnya. Daya tarik berupa kekayaan alam, kebudayaan, serta peninggalan sejarah zaman kerajaan dimiliki kabupaten ini. Menurut data Dinas Komunikasi, Informatika, Statistika, dan Persandian (Diskominfo-SP) Sulawesi Selatan (2024), Kabupaten Gowa termasuk dalam salah satu dari lima kabupaten/kota yang paling banyak dikunjungi wisatawan di Sulawesi Selatan pada tahun 2021-2022. Pemerintah setempat merespon hal tersebut dengan menyusun Ripparda Kabupaten Gowa tahun 2021-2035 yang diterbitkan melalui Perda Kabupaten Gowa No. 3 Tahun 2022 yang mengusung visi “Gowa sebagai 3 besar kabupaten/kota yang menjadi kontributor utama dalam penguatan daya saing kepariwisataan Provinsi Sulawesi Selatan di tingkat nasional hingga internasional”. Potensi daya saing pariwisata Kabupaten Gowa juga dapat dilihat dari penyelenggaraan kegiatan “*Beautiful Malino*” yang merupakan salah satu dari 110 parade kegiatan pariwisata berskala nasional dalam Karisma Event Nusantara 2023 yang diselenggarakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf).

Pemerintah Kabupaten Gowa telah menetapkan visi dan merumuskan strategi pembangunan kepariwisataan. Tren pariwisata Kabupaten Gowa yang terus membaik juga dapat dilihat dari meningkatnya jumlah usaha pariwisata yang ada di Kabupaten Gowa (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Gowa, 2023).

Namun, selain dari wisatawan dan usaha pariwisata, diperlukan gambaran lainnya yang bersifat sosio-ekonomi, demografis, layanan, pengeluaran wisatawan, dan lainnya untuk mengukur daya saing pariwisata (Listiana, 2021). Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan satu sistem yang tiap bagiannya yang tidak dapat dipisahkan (Hardianto, 2018).

Daya saing pariwisata secara langsung memengaruhi permintaan pariwisata di wilayah tersebut (Rini & Ma'ruf, 2017). Sejauh ini, belum ada publikasi terkait nilai daya saing Kabupaten Gowa baik dari pemerintah maupun peneliti lainnya. Padahal pengukuran daya saing penting untuk memberikan gambaran kesiapan seluruh aspek pariwisata untuk berkembang sebagai wilayah berbasis pariwisata. Selain itu masih terdapat permasalahan-permasalahan seperti kurangnya perawatan terhadap situs-situs bersejarah dan budaya, beberapa tempat wisata alam belum terkelola sehingga informasi yang tersedia sangat minim, dan kondisi pariwisata yang juga baru berangsur pulih akibat *Covid-19* (Sarif dkk., 2021). Potensi pariwisata yang besar, masih terdapat permasalahan pariwisata, dan belum adanya pengukuran indeks daya saing pariwisata Kabupaten Gowa, menjadi latar belakang penelitian ini dilakukan guna meninjau karakteristik elemen sistem pariwisata dan menghitung indeks daya saing pariwisata Kabupaten Gowa sebagai salah satu langkah dalam perwujudan visi pembangunan kepariwisataan Kabupaten Gowa.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan paparan pada latar belakang, pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Bagaimana karakteristik elemen sistem pariwisata Kabupaten Gowa?
- b. Bagaimana indeks daya saing pariwisata Kabupaten Gowa?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan paparan pada pertanyaan penelitian, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Mengidentifikasi karakteristik elemen sistem pariwisata Kabupaten Gowa.
- b. Mengukur indeks daya saing pariwisata Kabupaten Gowa.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

a. Bagi pemerintah/swasta

Penelitian ini dapat menjadi masukan atau bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pariwisata Kabupaten Gowa dalam memaksimalkan potensinya sehingga dapat menjangkau seluruh kalangan guna meningkatkan nilai perekonomian kabupaten.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat utamanya yang memiliki kepentingan di sektor pariwisata Kabupaten Gowa baik sebagai masyarakat sekitar objek daya tarik wisata, pengelola, tenaga kerja, hingga yang berperan sebagai wisatawan.

c. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana untuk membuka wawasan peneliti dalam penerapan teori-teori yang diperoleh selama melalui masa perkuliahan terhadap sebuah fenomena dalam bidang perencanaan wilayah dan kota terkhusus kepariwisataan.

## **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Batas penelitian yang dibedakan atas ruang lingkup wilayah yang membahas batasan wilayah yang diteliti dan ruang lingkup substansi menjelaskan isi materi yang dibahas dalam penelitian.

### **1.5.1 Ruang lingkup wilayah**

Ruang lingkup wilayah pada penelitian ini yakni Kabupaten Gowa yang terletak di Provinsi Sulawesi Selatan.

### **1.5.2 Ruang lingkup substansi**

Penelitian ini berfokus pada pembahasan sistem pariwisata yang terdiri dari subsistem eksternal dan subsistem internal serta pembahasan daya saing pariwisata.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Pariwisata**

Pariwisata telah menjadi fokus perhatian dalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosiologi, administrasi publik, maupun bidang-bidang lainnya. Dalam UU No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, kepariwisataan yang merupakan bentuk jamak dari pariwisata didefinisikan sebagai segala kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata sebagai perwujudan dari kebutuhan berinteraksi baik sesama wisatawan, wisatawan dan warga setempat, maupun stakeholder lain didalamnya.

#### **2.1.1 Definisi Pariwisata**

Kata pariwisata sendiri secara etimologi diambil dari dua kata dalam Bahasa Sanskerta yakni pari dan wisata. Pari memiliki arti “banyak” atau “berkeliling” dan wisata memiliki arti “pergi” atau “bepergian”. Belum adanya suatu kejelasan dan kesepakatan dari para pakar tentang definisi pariwisata, berikut beberapa penjelasan dari perspektif ahli ataupun badan-badan terkait definisi pariwisata:

- a. Pariwisata diinterpretasikan sebagai perjalanan yang berulang kali dilakukan ataupun perpindahan dari wilayah asal ke wilayah tujuan dan kembali lagi (Suwena & Widyatmajaya, 2017).
- b. Pariwisata menurut Eddyono (2021) dideskripsikan sebagai sebuah kajian terkait manusia yang sedang dalam perjalanan meninggalkan habitatnya sementara waktu, terkait layanan yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan manusia yang sedang dalam perjalanannya tersebut, dan termasuk dampak yang terjadi pada wilayah tujuannya baik ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya.
- c. Isdarmanto (2017) berpendapat bahwa pariwisata merupakan seluruh aktivitas yang memberi keuntungan fisik maupun psikis dalam waktu jangka pendek ataupun jangka panjang dengan mengisi waktu luang, bergembira, santai, mempelajari sesuatu, termasuk kegiatan berolahraga.

- d. *World Tourism Organization* (2019) mendeskripsikan pariwisata sebagai kegiatan individu atau kelompok yang sedang dalam perjalanan ke dan tinggal diluar tempat tinggalnya dalam waktu yang tidak lebih dari setahun untuk keperluan berlibur, berbisnis, dan lainnya.
- e. Kadir (2020) mendeskripsikan pariwisata sebagai perjalanan dari suatu wilayah ke wilayah lain dalam waktu sementara, baik individu maupun kelompok, yang bertemu dengan lingkungan sosial, budaya, alam, dan ilmu dalam usaha mencari kebahagiaan

Berdasarkan definisi-definisi yang disebutkan sebelumnya, pada dasarnya ciri khas dari pariwisata sama atau dapat dianggap serupa (meskipun penjabarannya mungkin sedikit berbeda), yaitu terdapat beberapa faktor kunci yang menjadi bagian dari konsep pariwisata:

- a. Perjalanan terjadi dari satu lokasi ke lokasi lain;
- b. Perjalanan bersifat sementara;
- c. Perjalanan dalam segala bentuknya terkait dengan rekreasi; dan
- d. Pelaku perjalanan tidak mencari penghasilan di tempat yang dikunjungi dan hanya sebagai konsumen di lokasi tersebut.

### **2.1.2 Jenis-jenis Pariwisata**

Pariwisata pada umumnya mencakup berbagai jenis perjalanan yang sesuai dengan motivasi dari dilakukannya perjalanan tersebut. Orang melakukan perjalanan dengan berbagai tujuan dan untuk memenuhi beragam keinginan. Selain itu, untuk perencanaan dan pengembangan pariwisata, penting untuk membedakan berbagai jenisnya sehingga perkembangan pariwisata yang diinginkan dapat terwujud. Suwena dan Widyatmajaya (2017) menjelaskan pariwisata dapat terwujud dalam beberapa bentuk yang dibedakan berdasarkan letak geografis, berdasarkan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran, berdasarkan alasan perjalanan, berdasarkan waktu kunjungan, berdasarkan objeknya, berdasarkan jumlah orang yang melakukan pariwisata, berdasarkan angkutan yang digunakan, berdasarkan usia yang melakukan pariwisata, berdasarkan jenis kelamin yang melakukan pariwisata, dan berdasarkan harga tingkat sosial. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing jenis pariwisata:

- a. Menurut Suwena dan Widyatmajaya (2017), pariwisata berdasarkan letak geografis dapat dibedakan menjadi:
- 1) Pariwisata lokal (*local tourism*): jenis pariwisata yang berfokus pada area yang lebih kecil, seperti kota atau daerah.
  - 2) Pariwisata regional (*regional tourism*): lebih luas daripada pariwisata lokal, mengacu pada wilayah yang lebih besar seperti Bali atau Yogyakarta.
  - 3) Pariwisata nasional (*national tourism*): pariwisata di dalam satu negara yang melibatkan penduduk lokal dan juga wisatawan asing yang datang ke negara tersebut.
  - 4) Pariwisata regional-internasional: melibatkan beberapa negara dalam satu wilayah tertentu, namun tidak mencakup seluruh dunia.
  - 5) Pariwisata internasional (*international tourism*): pariwisata yang terjadi di banyak negara di seluruh dunia, melibatkan pergerakan wisatawan antar negara dengan destinasi wisata di berbagai tempat.
- b. Menurut Suwena dan Widyatmajaya (2017), pariwisata berdasarkan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran dapat dibedakan menjadi:
- 1) Pariwisata aktif (*inbound tourism*): ini merujuk pada kunjungan wisatawan asing ke suatu negara. Kehadiran mereka memberikan kontribusi devisa bagi negara yang mereka kunjungi dengan memasukkan mata uang asing ke dalam ekonomi negara tujuan wisatawan.
  - 2) Pariwisata pasif (*outgoing tourism*): merupakan kegiatan masyarakat dari suatu negara melakukan perjalanan ke luar negeri sebagai wisatawan. Dalam konteks pemasukan devisa bagi negara asal wisatawan, hal ini dianggap merugikan karena pengeluaran uang terjadi di luar negeri.
- c. Menurut Suwena dan Widyatmajaya (2017), pariwisata berdasarkan alasan perjalanan dapat dibedakan menjadi:
- 1) Pariwisata bisnis (*business tourism*): pariwisata yang menarik orang-orang untuk keperluan pekerjaan, seperti perjalanan dinas, kegiatan dagang, partisipasi dalam kongres, seminar, dan kegiatan terkait bisnis lainnya.
  - 2) Pariwisata liburan (*vacational tourism*): jenis pariwisata yang melibatkan orang-orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, cuti, atau kegiatan rekreasi lainnya.

- 3) Pariwisata pendidikan (*educational tourism*): pariwisata yang bertujuan untuk tujuan pendidikan atau pembelajaran dalam suatu bidang ilmu pengetahuan, seperti study tour atau perjalanan belajar.
  - 4) Pariwisata pemahaman (*familiarization tourism*): perjalanan yang dilakukan untuk mengenal lebih jauh suatu bidang atau daerah yang terkait dengan pekerjaan seseorang.
  - 5) Pariwisata ilmiah (*scientific tourism*): perjalanan wisata yang tujuannya utamanya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau melakukan penelitian dalam suatu bidang ilmu pengetahuan tertentu.
  - 6) Pariwisata misi khusus (*special mission tourism*): perjalanan wisata yang dilakukan dengan tujuan khusus, seperti misi kesenian, olahraga, atau misi lainnya yang memiliki fokus tertentu.
  - 7) Pariwisata berburu (*hunting tourism*): kunjungan wisata yang ditujukan untuk kegiatan berburu hewan yang diizinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata.
- d. Menurut Suwena dan Widyatmajaya (2017), pariwisata berdasarkan waktu kunjungan dapat dibedakan menjadi:
- 1) Pariwisata musiman (*seasonal tourism*): merujuk pada jenis pariwisata yang terjadi pada periode atau musim tertentu dalam setahun. Contohnya adalah pariwisata musim panas (*summer tourism*), pariwisata musim dingin (*winter tourism*), dan lain-lain yang terkait dengan karakteristik cuaca atau musim tertentu.
  - 2) Pariwisata berdasarkan kejadian (*occasional tourism*): merupakan jenis pariwisata di mana perjalanan wisatawan terkait dengan suatu peristiwa atau acara tertentu. Misalnya, Upacara *Ma' Nene* di Toraja, Nyepi di Bali, dan acara atau peristiwa lainnya yang menjadi daya tarik wisata.
- e. Menurut Suwena dan Widyatmajaya (2017), pariwisata berdasarkan objeknya dapat dibedakan menjadi:
- 1) Pariwisata budaya (*cultural tourism*): pariwisata yang menggunakan alasan utama wisatawan melakukan perjalanan adalah karena ketertarikan pada seni dan budaya dari suatu tempat atau daerah.

- 2) Pariwisata rekreasi kesehatan (*recuperational tourism*): jenis pariwisata yang menggunakan motivasi utama wisatawan adalah untuk mencari penyembuhan atau relaksasi, seperti mandi di sumber air panas, terapi lumpur, dan kegiatan sejenis untuk tujuan kesehatan.
  - 3) Pariwisata komersial (*commercial tourism*): pariwisata yang berkaitan dengan motivasi wisatawan dalam kegiatan perdagangan, baik dalam skala nasional maupun internasional.
  - 4) Pariwisata olahraga (*sport tourism*): jenis pariwisata yang menggunakan motivasi utama wisatawan adalah untuk menonton atau menyaksikan acara olahraga di suatu tempat atau negara tertentu.
  - 5) Pariwisata politik (*political tourism*): pariwisata yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan dengan tujuan untuk menyaksikan peristiwa politik atau kegiatan yang terkait dengan negara tertentu, seperti peringatan hari kemerdekaan.
  - 6) Pariwisata sosial (*social tourism*): pariwisata yang tidak menekankan pada keuntungan, misalnya *study tour*, piknik, dan kegiatan lainnya yang lebih berfokus pada interaksi sosial dan pengalaman bersama.
  - 7) Pariwisata keagamaan (*religious tourism*): pariwisata yang menggunakan motivasi utama wisatawan adalah untuk melihat atau mengikuti upacara keagamaan, seperti upacara *Bali Krama* di Besakih bagi agama Hindu, haji umroh bagi agama Islam, dan kegiatan keagamaan lainnya.
  - 8) Pariwisata laut (*marine tourism*): kegiatan wisata yang berkaitan dengan aktivitas di laut, seperti berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, serta fasilitas akomodasi, makanan, dan minuman yang tersedia di sekitar area tersebut.
- f. Menurut Suwena dan Widyatmajaya (2017), pariwisata berdasarkan jumlah orang yang melakukan pariwisata dapat dibedakan menjadi:
- 1) Pariwisata perorangan (*individual tourism*): perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu wisatawan secara mandiri tanpa bergabung dengan kelompok lain.
  - 2) Pariwisata keluarga berkelompok (*family group tourism*): perjalanan wisata yang melibatkan sekelompok keluarga yang memiliki hubungan kekerabatan dan melakukan perjalanan bersama dalam suatu perjalanan wisata.

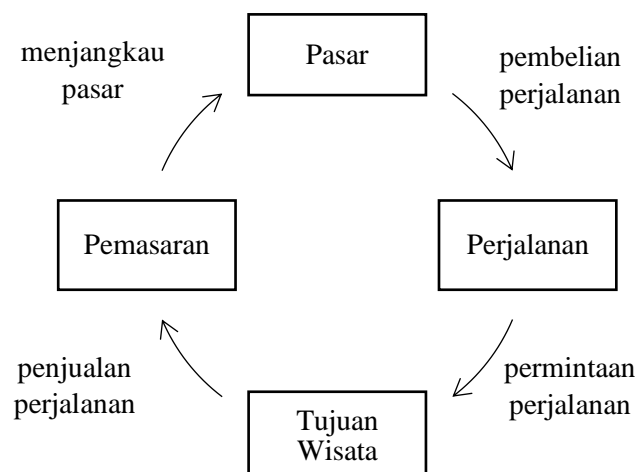


- 3) Pariwisata kelompok (*group tourism*): jenis perjalanan wisata yang diisi sejumlah besar orang melakukan perjalanan sebagai satu rombongan yang biasanya diatur oleh sekolah, organisasi, atau agen perjalanan.
- g. Menurut Suwena dan Widyatmajaya (2017), pariwisata berdasarkan angkutan yang digunakan, dibedakan menjadi:
- 1) Pariwisata daratan (*land tourism*): jenis pariwisata yang mengandalkan kendaraan darat seperti bus, taksi, atau kereta api sebagai sarana utama untuk perjalanan ke destinasi wisata.
  - 2) Pariwisata laut (*sea tourism*): aktivitas pariwisata yang menggunakan transportasi di laut seperti kapal pesiar atau perahu untuk mengunjungi destinasi wisata di wilayah perairan.
  - 3) Pariwisata udara (*air tourism*): jenis pariwisata yang bergantung pada transportasi udara, seperti pesawat, untuk perjalanan menuju dan dari destinasi wisata yang dituju.
- h. Menurut Suwena dan Widyatmajaya (2017), pariwisata berdasarkan usia yang melakukan pariwisata dapat dibedakan menjadi:
- 1) Pariwisata remaja (*youth tourism*): jenis pariwisata yang dirancang khusus untuk remaja yang melakukan perjalanan dengan biaya yang terjangkau.
  - 2) Pariwisata orang dewasa (*adult tourism*): kegiatan pariwisata yang diikuti oleh individu yang sudah lanjut usia, seringkali melibatkan orang-orang yang telah pensiun atau berusia lebih tua.
- i. Menurut Suwena dan Widyatmajaya (2017), pariwisata berdasarkan jenis kelamin yang melakukan pariwisata dapat dibedakan menjadi:
- 1) Pariwisata maskulin (*masculine tourism*): jenis pariwisata yang hanya diminati oleh kaum pria, seperti safari, berburu, atau petualangan.
  - 2) Pariwisata feminim (*feminime tourism*): jenis pariwisata yang hanya untuk kaum wanita, seperti tur kelompok untuk melihat demonstrasi memasak.
- j. Menurut Suwena dan Widyatmajaya (2017), pariwisata berdasarkan harga dan tingkat sosial dapat dibedakan menjadi:
- 1) Pariwisata mewah (*deluxe tourism*): perjalanan wisata yang menawarkan fasilitas tingkat tinggi mulai dari transportasi, akomodasi hotel, hingga atraksi wisata, semuanya dalam standar mewah.

- 2) Pariwisata kelas menengah (*middle class tourism*): jenis perjalanan wisata yang ditujukan bagi mereka yang mencari fasilitas dengan harga yang terjangkau namun tetap menawarkan pelayanan yang layak dan tidak murahan.
- 3) Pariwisata sosial (*social tourism*): perjalanan wisata yang diorganisir dengan biaya seminimal mungkin, menyediakan fasilitas yang memadai selama perjalanan, dan diarahkan untuk menjadi terjangkau bagi banyak orang.

## 2.2 Sistem Pariwisata

Pariwisata adalah sebuah domain yang sangat berkaitan dengan perpindahan lokasi yang membentuk seperti sistem dengan setiap bagian tidak dapat dipisahkan dan memiliki keterkaitan antara satu bagian dengan bagian lainnya (Hardianto, 2018). Hardianto (2018) yang mengadaptasi *Mill & Morrison's Model* menjelaskan bahwa terdapat 4 subsistem yang membentuk sistem pariwisata. Subsistem yang dimaksud yaitu pasar, perjalanan, pemasaran, dan tujuan wisata. Pasar atau yang dapat disebut konsumen merupakan subjek atau pelaku dalam perjalanan, dengan peran pentingnya dalam proses pembelian perjalanan. Dalam sebutan lainnya, pasar dijelaskan juga sebagai bentuk permintaan yang sesuai keinginan wisatawan sementara tujuan wisata dijelaskan sebagai bentuk penawaran baik berupa barang dan jasa kepada wisatawan. Gambar 1 merupakan gambaran sistem pariwisata yang saling terkoneksi.



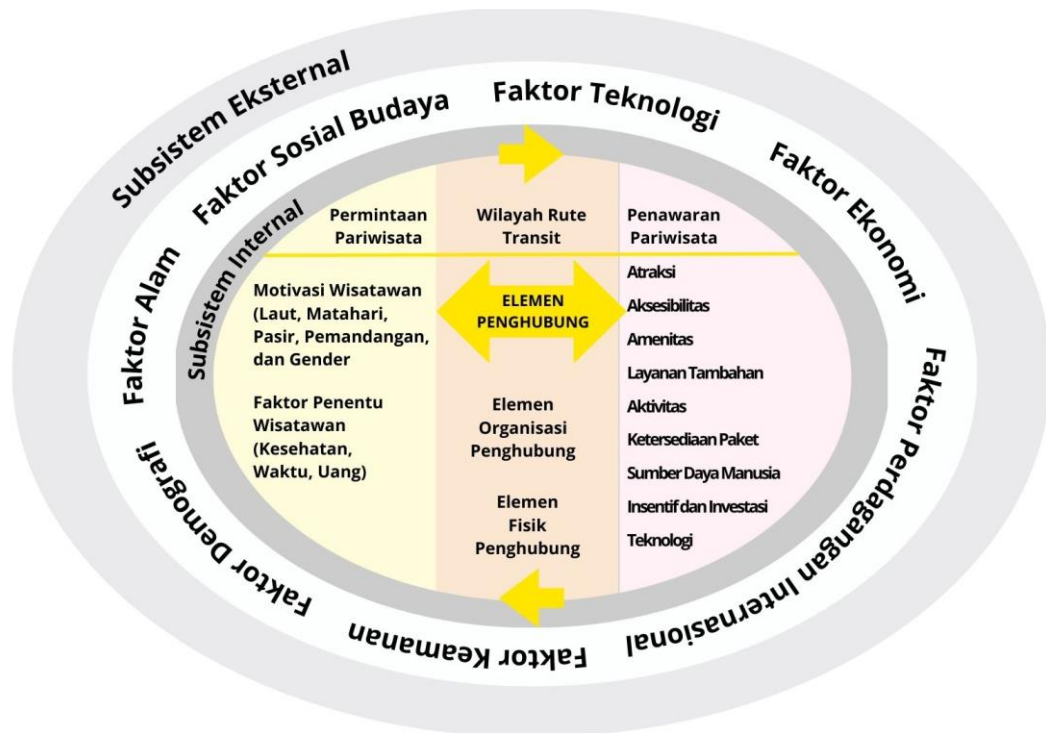
Gambar 1 Sistem pariwisata adaptasi *Mill & Morrison's Model*

Sumber: Hardianto (2018)

Sedikit berbeda dengan Hardianto (2018), Suwena dan Widyatmajaya (2017) menjelaskan sistem pariwisata dengan mengadaptasi dari *Leiper's Model*. Dalam model tersebut dijelaskan bahwa terdapat lima subsistem yang saling terikat dalam membentuk sistem pariwisata dengan menambahkan elemen daerah asal wisatawan. Lima elemen yang menjadi subsistem tersebut berupa:

- a. Wisatawan, yakni elemen yang melakukan perjalanan wisata (manusia).
- b. Daerah asal wisatawan, yakni elemen geografi sebagai lokasi awal dan lokasi tujuan akhir wisatawan karena wisatawan akan kembali ke daerah asalnya.
- c. Jalur pengangkutan, yakni elemen geografi yang memuat informasi perjalanan wisata dilaksanakan.
- d. Daerah tujuan wisata, yakni element geografi berupa lokasi wisata yang dituju.
- e. Industri pariwisata yakni elemen organisasi yang bergerak pada bidang usaha pariwisata yang dibersamai tindakan pemasaran pariwisata sebagai penyedia kebutuhan wisatawan berupa barang, jasa, dan fasilitas pariwisata.

Pariwisata memiliki sistem yang sifatnya terbuka karena disusun oleh multi sektor. Hal ini diungkapkan oleh Wirawan dan Semara (2021) yang lebih lanjut menjelaskan bahwa multi sektor yang menyusun sistem kepariwisataan ini dapat dikelompokkan menjadi tiga komponen utama yaitu wisatawan, industri pariwisata, dan unsur geografis baik tempat asal wisatawan, tempat transit, dan tempat tujuan wisata. Ketiga komponen utama ini kemudian mendapat pengaruh dari hal-hal yang bersifat eksternal yaitu sosial, teknologi, hukum, ekonomi, dan politik. Konsep ini hampir mirip dengan sistem pariwisata yang dikemukakan oleh Wiweka dan Arcana (2019). Model sistem pariwisata Wiweka dan Arcana (2019) digambarkan satu sistem yang terdiri dari dua subsistem yakni subsistem internal dan subsistem eksternal. Subsistem internal merupakan subsistem yang berinteraksi langsung dalam pariwisata yang terdiri dari tiga elemen, yakni penawaran pariwisata, elemen penghubung, dan permintaan pariwisata. Sementara subsistem eksternal merupakan subsistem yang disusun dari faktor alam atau iklim, sosial budaya, teknologi, ekonomi dan keuangan, politik, demografi, keselamatan dan keamanan, dan perdagangan internasional. Ilustrasi Wiweka dan Arcana (2019) terkait model sistem pariwisata dapat digambarkan pada Gambar 2.



Gambar 2 Model sistem pariwisata Wiweka dan Arcana  
Sumber: Wiweka & Arcana (2019)

Berikut merupakan penjelasan dari model sistem pariwisata yang diungkapkan oleh Wiweka dan Arcana (2019):

a. Subsistem eksternal

Wiweka dan Arcana (2019) mengungkapkan bahwa subsistem eksternal terdiri dari faktor yang tidak berpengaruh secara langsung, namun perannya tetap perlu dipertimbangkan dalam pariwisata. Subsistem eksternal menurut Wiweka dan Arcana (2019) terdiri dari:

- 1) Faktor alam atau iklim, iklim menjadi faktor yang mendorong orang untuk melakukan pariwisata demi merasakan perbedaan kondisi alam yang didapati dalam kehidupan sehari-harinya. Orang-orang yang tinggal daerah dengan cuaca yang panas akan cenderung mencari wisata di kawasan dengan cuaca cenderung dingin sebagai bentuk pengalaman yang baru. Hal ini sesuai dengan pernyataan Ginting dkk. (2020) yang menyatakan kondisi lanskap, serta kualitas air dan udara mendukung keberlanjutan sektor pariwisatanya.
- 2) Faktor sosial budaya, sosial budaya yang dimiliki oleh masyarakat penyelenggara wisata maupun sosial budaya wisatawan akan saling berpengaruh dalam pariwisata menurut Wiweka dan Arcana (2019). Hal ini

dipertegas oleh Herawati dkk. (2024) yang menyebutkan bahwa interaksi antara kebudayaan dan pariwisata dapat dilihat dalam dua aspek. Pertama, pola budaya wisatawan akan memengaruhi kemampuan dan kemauan mereka untuk melakukan perjalanan. Kedua, budaya dapat berperan sebagai sumber berbagai tujuan wisata dalam konteks pariwisata (penawaran pariwisata) seperti adanya kegiatan budaya, acara, dan produk pariwisata yang menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi tertentu.

- 3) Faktor teknologi, pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan daya saing pariwisata sangat penting utamanya pada era digital saat ini. Wiweka dan Arcana (2019) menjabarkan bahwa pemanfaatan teknologi telah dilakukan hal promosi hingga ketersediaan sarana dan prasarana pada lokasi tujuan wisata. Hal ini sesuai dengan yang digambarkan Gulbahar dan Yildirim (2015) yang menjelaskan bahwa penggunaan internet seperti *website* dan sosial media telah memainkan peran yang signifikan bagi pelaku pariwisata dalam memperkenalkan destinasi mereka kepada masyarakat luas. Bahkan promosi dan penawaran destinasi wisata telah menggunakan *platform* digital sebagai media utama dalam perkembangannya (Iswanto dkk., 2024).
- 4) Faktor ekonomi, stabilitas ekonomi sangat memengaruhi daya beli produk termasuk produk usaha pariwisata. Ekonomi yang tidak stabil cenderung membuat daya saing melonjak dari harga seharusnya. Krisis ekonomi memberikan pengaruh daya beli wisatawan dan sebaliknya ekonomi yang sehat di daerah destinasi pariwisata juga cenderung mendorong sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan baik terhitung dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Aji dkk. (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam PDRB, sektor pariwisata merupakan agregasi dari lima sektor PDRB yakni: transportasi dan pergudangan; penyediaan akomodasi dan makan minum; informasi dan komunikasi; jasa perusahaan; dan jasa kesehatan dan kegiatan sosial. Selain itu, pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Unsur pariwisata tersebut dapat menyumbang pendapatan seperti pajak hotel, pajak restoran atau rumah makan dan minum, pajak hiburan, retribusi objek

daya tarik wisata, dan retribusi izin usaha pariwisata, dan jumlah wisatawan (Sundoro dkk., 2022).

- 5) Faktor politik, politik memegang pengaruh pada kebijakan yang diterbitkan pemerintah. Dengan kebijakan yang tepat, optimalisasi pengembangan multisektor termasuk sektor pariwisata dapat diatur untuk meningkatkan kualitas hidup dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Kurniati dkk., 2023). Kebijakan akan berdampak dapat tingkat kunjungan wisatawan seperti yang terjadi di Korea Utara dan Korea Selatan pada gelaran *FIFA World Cup* 2022 yang bekerja sama dalam penyelenggaraan *event* internasional demi mempromosikan wisata (Sugiarto dkk., 2022).
- 6) Faktro demografi, yang meliputi jumlah penduduk, jumlah penduduk usia produktif, dan persebaran penduduk yang turut memengaruhi pariwisata. Umumnya, bila demografi yang didominasi generasi muda atau usia produktif cenderung dapat mengembangkan pariwisata dalam waktu singkat dari segi inovasi dan kreativitas yang dihadirkan dalam penyelenggaraan pariwisata.
- 7) Faktor keselamatan dan keamanan. Kegiatan pariwisata dimulai sejak wisatawan meninggalkan hingga kembali ke tempat asalnya sehingga wisatawan perlu mendapatkan jaminan keselamatan dan keamanan dalam perjalanannya.
- 8) Faktor perdagangan internasional. Keterbukaan perdagangan internasional berpengaruh terhadap ekspor-impor yang memengaruhi ketersediaan kebutuhan wisatawan selama menjalani aktivitas pariwisata.

#### b. Subsistem internal

Wiweka dan Arcana (2019) mengungkapkan bahwa subsistem internal adalah interaksi yang terjadi antara permintaan pariwisata, elemen penghubung, dan penawaran pariwisata.

##### 1) Penawaran pariwisata

Penawaran merupakan produk dan jasa yang menarik wisatawan untuk dapat dinikmati datang (Ashoer dkk., 2021). Sugiarto dkk. (2022) menjabarkan bahwa destinasi pariwisata yang merupakan produk yang ditawarkan menjadi bagian terpenting dari sistem pariwisata karena memberi energi dan menjadi daya tarik wisatawan mengunjungi tempat wisata. Sugiarto dkk. (2022) juga

menyatakan bahwa penawaran adalah semua layanan yang disajikan untuk dinikmati oleh wisatawan dari ia berangkat hingga kembali lagi ke tempat asalnya baik produk dan jasa. Segala produk yang ditawarkan oleh destinasi wisata dikategorikan sebagai '6ACIT' oleh Wiweka dan Arcana (2019). Wiweka dan Arcana (2019) menyebutkan 6ACIT terdiri dari: *attraction* (atraksi), *accessibilities* (aksesibilitas), *amenities* (amenitas), *ancillary services* (dukungan dalam pengelolaan), *activities* (aktivitas), *available packages* (ketersediaan paket wisata), *community empowerment* (pemberdayaan masyarakat), *incentive or investments* (insentif dan investasi), dan *technology* (teknologi).

Produk atau barang dan jasa yang ditawarkan dalam memenuhi kebutuhan wisatawan dalam perjalanannya juga didefinisikan dalam dalam PP No. 50 Tahun 2011 tentang Ripparnas tahun 2010-2025 sebagai usaha pariwisata. Dalam UU No. 6 Tahun 2023 juga dijabarkan lebih lanjut terkait jenis-jenis usaha pariwisata.

a. Usaha daya tarik wisata

Usaha daya tarik wisata adalah usaha yang bergerak dalam manajemen daya tarik wisata seperti daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan. Usaha yang menyediakan lokasi yang menjadi tujuan pengunjung inilah yang disebut Objek Daya Tarik Wisata (Hasnawati dkk., 2021). Menurut (Maryetti dkk., 2016), Objek Daya Tarik Wisata atau yang biasa disingkat ODTW dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu:

- 1) ODTW alam, yakni pariwisata yang memaksimalkan kondisi sumber daya alam sekitar seperti laut, pantai, pegunungan, gunung merapi, danau, sungai, fauna khas, pemandangan alam, dan objek alam lain sebagai objeknya.
- 2) ODTW budaya, yakni pariwisata dengan alasan utama wisatawan melakukan perjalanan adalah karena ketertarikan pada seni dan budaya dari suatu tempat atau daerah seperti upacara, pakaian, hingga perkawinan adat, tarian tradisional, musik tradisional, festival panen,

cagar budaya, bangunan bernilai sejarah, peninggalan budaya, acara kesenian, tekstil hasil karya lokal, museum, dan lain-lain.

- 3) ODTW buatan, yakni pariwisata dengan memanfaatkan objek yang secara sengaja dibuat oleh manusia, seperti fasilitas olahraga, permainan, hiburan, taman, kebun, taman rekreasi, taman nasional, pusat perbelanjaan, dan lainnya yang dikelola untuk kepentingan pariwisata

Budiasa (2015) menjelaskan pariwisata erat kaitannya dengan ekosistem dan tidak dapat berdiri sendiri sehingga ekosistem perlu menjadi perhatian dalam pengembangan pariwisata yang harus tetap berdampingan. Hal ini memicu adanya pengembangan ekowisata, salah satu jenis pariwisata yang dikembangkan dengan menaruh perhatian pada aspek pendidikan dan pemahaman, guna mendukung upaya konservasi sumber daya alam sembari meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Telah dikembangkan banyak jenis ekowisata yang berbasis ekologi alam dan budaya seperti ekowisata berbasis geografi, ekowisata berbasis pedesaan, ekowisata terkait memasak, ekowisata spiritual, dan ekowisata terkait pertanian atau yang biasa disebut agrowisata. Agrowisata adalah aktivitas pariwisata yang menggunakan pertanian sebagai hal potensial sebagai objek wisata, seperti panorama alam kawasan pertanian, keunikan dan keanekaragaman teknologi pertanian dan aktivitas produksi, serta budaya masyarakat pertaniannya (Palit dkk., 2017).

Menurut Isdarmanto (2017), suatu ODTW harus memenuhi tiga syarat minimal dalam pengembangannya dalam menarik wisatawan, yaitu:

- 1) *Something to see*, sesuatu yang menarik untuk dilihat atau bisa dijadikan tontonan bagi wisatawan. Suatu ODTW harus memiliki daya tarik berbeda yang dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut.
- 2) *Something to do*, aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan yang dapat memberikan perasaan bahagia sesuai yang diinginkan wisatawan seperti tempat bermain dan tempat makan khususnya makanan lokal dapat memberi pengalaman yang belum pernah dijumpai sebelumnya.



3) *Something to buy*, fasilitas berbelanja untuk wisatawan dengan menyajikan suvenir atau produk-produk dalam bentuk kemasan yang merupakan ciri khas atau ikon dari wilayah ODTW ini berada sehingga wisatawan dapat membawanya sebagai buah tangan.

b. Usaha kawasan pariwisata

Usaha kawasan pariwisata adalah usaha yang berfokus pada pembangunan atau pengelolaan area tertentu dengan ukuran tertentu untuk memenuhi kebutuhan industri pariwisata. Usaha kawasan pariwisata ini berfokus pada beberapa daya tarik wisata yang berada dalam satu area atau kawasan yang sama sehingga dalam pengelolaannya dilakukannya secara satu kesatuan. Usaha kawasan pariwisata inilah yang biasanya disebut daerah tujuan wisata atau destinasi pariwisata. Dalam Ripparnas tahun 2010-2025 dijelaskan bahwa daerah tujuan pariwisata atau destinasi pariwisata minimal memiliki lima unsur didalamnya yakni: daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Berikut adalah rincian unsur kepariwisataan yang dimaksud dalam Ripparnas:

- 1) Daya tarik wisata adalah fokus atau tujuan wisatawan berupa hal yang menonjol terkait dengan keunikan, keindahan, serta memiliki nilai berupa ragam kekayaan alam, warisan budaya, dan karya manusia.
- 2) Fasilitas pariwisata adalah semua fasilitas yang didesain secara khusus untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, serta keamanan bagi para wisatawan saat mereka berkunjung ke destinasi pariwisata. Terdapat tujuh jenis fasilitas pariwisata yang meliputi: fasilitas akomodasi; fasilitas rumah makan; fasilitas informasi dan pelayanan pariwisata, fasilitas pelayanan keimigrasian, pusat informasi pariwisata, dan *e-tourism* kiosk; polisi pariwisata dan satuan tugas wisata; toko cinderamata; papan informasi wisata; dan bentuk bentang lahan.
- 3) Fasilitas umum adalah fasilitas fisik yang disediakan untuk keperluan umum dalam menjalankan aktivitas sehari-hari di suatu lingkungan. Terdapat sembilan jenis fasilitas umum yang meliputi: fasilitas keamanan; fasilitas keuangan dan perbankan; fasilitas bisnis; fasilitas

kesehatan; fasilitas sanitasi dan kebersihan; fasilitas khusus bagi penderita cacat fisik, anak-anak dan lanjut usia; fasilitas rekreasi; fasilitas lahan parkir; dan fasilitas ibadah.

- 4) Aksesibilitas pariwisata merupakan segala macam fasilitas dan infrastruktur transportasi yang memfasilitasi perjalanan wisatawan dari tempat asal mereka menuju destinasi pariwisata, serta pergerakan di dalam destinasi tersebut, sejalan dengan tujuan kunjungan wisata.
- 5) Masyarakat yang dimaksud yakni masyarakat yang bertempat tinggal disekitar objek daya tarik wisata. Masyarakat menjadi elemen yang dibutuhkan koordinasinya bersama pemerintah, pemda, maupun pengusaha karena berperan signifikan dalam pengelolaan, pembangunan, dan dukungan terhadap berkembangnya pariwisata.

c. Usaha jasa transportasi wisata

Usaha jasa transportasi wisata adalah usaha khusus yang menyediakan layanan transportasi untuk keperluan dan kegiatan pariwisata, berbeda dari transportasi umum biasa. Jasa transportasi wisata ini dikhususkan pada transportasi yang langsung bersinggungan dengan destinasi pariwisata. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Permenparekraf) No. 18 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata menyebutkan ada lima jenis usaha jasa transportasi wisata yakni: angkutan jalan wisata; angkutan wisata dengan kereta api; angkutan wisata di sungai dan danau; angkutan laut wisata dalam negeri; dan angkutan laut internasional wisata.

d. Usaha jasa perjalanan wisata

Usaha jasa perjalanan wisata terdiri dari usaha biro perjalanan wisata dan agen perjalanan wisata yang menawarkan layanan berbeda dalam industri pariwisata. Usaha biro perjalanan wisata menyediakan layanan perencanaan dan penyelenggaraan perjalanan. Sementara agen perjalanan wisata lebih fokus pada pemesanan fasilitas seperti tiket, akomodasi, serta pengurusan dokumen perjalanan.

e. Usaha jasa makanan dan minuman

Usaha jasa makanan dan minuman adalah usaha yang menyediakan makanan dan minuman lengkap dengan peralatan dan perlengkapan untuk

proses penyajiannya seperti restoran, kafe, layanan katering, dan bar/kedai minum.

f. Usaha penyediaan akomodasi.

Usaha yang menawarkan layanan penginapan yang bisa disertai dengan berbagai layanan pariwisata lainnya. Usaha akomodasi ini akan sangat berdampak pada besaran konsumsi wisatawan karena efeknya akan memengaruhi lama tinggal wisatawan (Suwena & Widyatmajaya, 2017). Dalam perkembangannya akomodasi digolongkan sebagai satu usaha pariwisata terpisah dari usaha ODTW. Namun, akomodasi tetaplah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari ODTW sehingga dalam perencanaannya usaha akomodasi wajib mempertimbangkan sentralitas yakni dengan berada di lokasi yang strategis, yaitu di tengah-tengah atau dekat usaha ODTW (Suwena & Widyatmajaya, 2017).

Lebih lanjut Suwena dan Widyatmajaya (2017) menjelaskan bahwa pertimbangan syarat sentralitas diperlukan untuk kemudahan wisatawan untuk mengunjungi ODTW. Sejauh ini belum ada kesepakatan terkait jarak maksimal dari ODTW ke akomodasi terdekat karena jauh atau dekat dapat ditentukan dari kenyamanan, waktu, dan biaya yang diperlukan untuk mencapainya. Namun, ada beberapa kriteria yang tepat untuk usaha akomodasi yaitu dekat dengan titik-titik transit, sepanjang jalan poros kota, dan jalan-jalan menuju kawasan wisata. Meskipun demikian jika mempertimbangkan aspek keterjangkauan menggunakan moda jalan kaki, jangkauan yang dirasa ideal untuk ODTW menuju fasilitas-fasilitasnya termasuk ODTW yaitu 400 m (Pratama, 2023). Lebih lanjut Pratama (2023) mengklasifikasikan keterjangkauan jarak dari ODTW ke fasilitasnya untuk dijangkau dengan berjalan kaki yaitu 0-400 m (sangat terjangkau), 401-800 m (cukup terjangkau), 801-1200 m (kurang terjangkau), dan > 1200 m (tidak terjangkau).

Selain mempertimbangkan jarak dari usaha ODTW, wisatawan akan mempertimbangkan usaha akomodasi juga perlu berdasarkan dari jenis akomodasinya. Permenparekraf No. 18 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata lebih lanjut membedakan bidang usaha akomodasi:

- 1) Usaha hotel, usaha akomodasi yang memberikan layanan berupa kamar yang dihitung harian dan dilengkapi beberapa fasilitas lain seperti jasa penyediaan makanan dan minuman. Hotel juga dapat berupa losmen, penginapan, pesanggrahan.
  - 2) Usaha kondominium hotel adalah usaha penyedia layanan penginapan sementara yang mirip dengan hotel berupa satu bangunan.
  - 3) Usaha apartemen servis, usaha akomodasi yang menyediakan unit hunian dengan layanan harian.
  - 4) Usaha bumi perkemahan, usaha yang menawarkan akomodasi dengan tenda di alam terbuka.
  - 5) Usaha persinggahan karavan, usaha yang menawarkan lokasi di alam terbuka yang dilengkapi dengan area parkir untuk kendaraan karavan serta tempat untuk menginap untuk karavan.
  - 6) Usaha vila, usaha yang memberikan layanan akomodasi dalam bentuk penyewaan bangunan secara keseluruhan untuk jangka waktu tertentu, seperti *cottage*, *bungalow*, dan *guest house*.
  - 7) Usaha pondok wisata, usaha akomodasi yang memberikan layanan berupa rumah tinggal yang ditempati oleh pemiliknya yang disewakan sebagian yang sehingga wisatawan dapat berbaur dengan pemiliknya.
  - 8) Usaha jasa manajemen hotel, usaha yang mencakup pengoperasian hotel, pengelolaan keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran.
  - 9) Usaha hunian wisata senior/lanjut usia, usaha akomodasi yang memberikan layanan penginapan bagi wisatawan lanjut usia.
  - 10) Usaha rumah wisata, usaha akomodasi yang memberikan layanan berupa rumah tinggal sebagai tempat wisatawan untuk menginap.
  - 11) Usaha motel, usaha penyediaan akomodasi dengan durasi minimal 6 jam berupa kamar-kamar yang dilengkapi fasilitas-fasilitas lain dan biasanya berada di sepanjang jalan utama.
- g. Usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi.
- Usaha yang berfokus pada kegiatan seni pertunjukan, tempat bermain, karaoke, bioskop, dan berbagai hiburan serta rekreasi lainnya yang ditujukan untuk industri pariwisata. Bidang usaha yang menyelenggarakan

kegiatan hiburan dan rekreasi ini seperti gelanggang olahraga, gelanggang pertunjukan seni, hiburan malam, taman, serta karaoke.

- h. Usaha penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran.

Usaha yang menyediakan layanan untuk mengadakan pertemuan kelompok, mengatur perjalanan untuk karyawan dan mitra bisnis sebagai penghargaan atas pencapaian mereka, dan mengorganisir pameran untuk mempromosikan barang dan jasa.

- i. Usaha jasa informasi wisata.

Usaha yang menyediakan informasi, berita, fitur, foto, video, hingga hasil penelitian yang berkaitan dengan industri pariwisata, yang didistribusikan dalam bentuk materi cetak hingga materi elektronik di sosial media.

- j. Usaha jasa konsultan pariwisata.

Usaha yang memberikan konsultasi dan panduan tentang analisis kelayakan, perencanaan, manajemen bisnis, riset, dan strategi pemasaran dalam industri pariwisata.

- k. Usaha jasa pramuwisata.

Usaha penyediaan dan/atau koordinasi pemandu wisata untuk memenuhi keperluan wisatawan dan/atau agen perjalanan. Jasa pramuwisata ini biasanya dikenal dengan istilah *guide* yang tugasnya tidak hanya memandu wisatawan melainkan bertugas juga dalam menjaga komunikasinya dengan wisatawan sehingga diperlukan kemampuan berbahasa asing.

- l. Usaha wisata tirta.

Usaha yang mengorganisir kegiatan wisata dan olahraga air. Permenparekraf No. 18 Tahun 2016 menyebutkan bidang usaha wisata tirta dapat berupa wisata arung jeram, wisata dayung, wisata selam, wisata memancing, wisata selancar, dan dermaga wisata.

- m. Usaha spa.

Usaha perawatan yang menawarkan layanan dengan gabungan terapi air, aroma, pijat, penggunaan rempah, serta penyediaan minuman sehat, dan kegiatan fisik, sambil tetap mempertimbangkan tradisi dan budaya Indonesia yang berlaku.

## 2) Elemen penghubung

Susbsitem yang menjadi penghubung antara penawaran pariwisata dan permintaan pariwisata disebut elemen penghubung atau *the intermediaries* (Wiweka & Arcana, 2019). Wisatawan yang memiliki daerah asal dalam melakukan perjalanannya ke destinasi wisata yang merupakan bentuk penawaran pariwisata membutuhkan penghubung selama menjalani di destinasi hingga wisatawan tersebut tiba kembali di daerah asalnya (Sugiarto dkk., 2022).

Sub elemen penghubung ini dapat berupa elemen non fisik (organisasi penghubung) dan elemen fisik. Elemen non fisik berupa organisasi penghubung ini dapat berupa biro perjalanan atau agen perjalanan yang berfungsi untuk merencanakan, mengelola, memasarkan, dan menjual dari apa yang ditawarkan oleh destinasi pariwisata sebagai kesatuan utuh. Sementara elemen fisik meliputi tempat persinggahan atau daerah transit (*transit route*) dan kondisi fisik jalan. Tempat transit ini dapat dibagi menjadi tempat transit moda perjalanan air, udara, dan darat. Dalam kesempatan yang berbeda, Suwena dan Widyatmajaya (2017) menjelaskan bahwa *transit route* merupakan komponen geografis di mana aktivitas wisata utama terjadi sehingga kondisi fisik elemen-elemen transportasi juga termasuk didalamnya seperti bandara, terminal, stasiun, hingga pelabuhan. Kondisi fisik jaringan jalan ini mempertimbangkan kondisi fisik dari permukaannya, kondisi jalannya, serta panjangnya yang memadai untuk kegiatan penduduk lokal dan pengunjung pada umumnya yang akan berpengaruh pada pergerakan. Mursalim (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam melayani 1000 jiwa, panjang jalan yang harus disediakan yakni sepanjang 1 km sehingga pengekpresian besarnya menggunakan km/1000 jiwa.

## 3) Permintaan pariwisata

Permintaan pariwisata dapat diartikan sebagai preferensi wisatawan yang dapat dipengaruhi oleh ekonomi dan psikologi dalam memilih lokasi wisata (Wiweka & Arcana, 2019). Isdarmanto (2017) dalam kesempatan yang berbeda mengungkapkan bahwa permintaan pariwisata didefinisikan sebagai kebutuhan pasar yang dijelaskan dari keberadaan wisatawan.

Ashoer dkk. (2021) menjabarkan hal-hal yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam melakukan perjalanan pariwisata yaitu biaya, daerah tujuan wisata, bentuk perjalanan, waktu, lama berwisata, akomodasi yang digunakan, moda transportasi, dan lainnya. Menurut data Tourism Satellite Account tahun 2018-2022 yang diterbitkan oleh BPS Indonesia (2024) menyebutkan bahwa permintaan pariwisata tertinggi datang dari produk usaha makanan dan minuman, jasa transportasi udara, dan usaha akomodasi.

Menurut Eddyono (2021), wisatawan didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh semua individu dengan melakukan perpindahan dua lokasi geografis atau lebih baik melintasi perbatasan negara maupun tidak. Wisatawan dalam PP No. 50 Tahun 2011 tentang Ripparnas tahun 2010-2025 dijelaskan sebagai seorang individu atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata dan terlibat dalam kegiatan yang terkait dengan wisata. Berdasarkan asal dan tujuan wisatawan, Isdarmanto (2017) melakukan klasifikasi terhadap jenis-jenis wisatawan dari asal dan tujuannya menjadi enam klasifikasi yakni

- a. Wisatawan domestik, seseorang yang merupakan penduduk suatu negara dan melakukan perjalanan wisata di dalam wilayah negaranya sendiri.
- b. Wisatawan asing, seseorang yang melakukan perjalanan ke negara lain yang bukan tempat tinggalnya.
- c. *Domestic Foreign Tourist*, adalah seseorang dari luar negeri yang menetap di suatu negara dan melakukan perjalanan wisata di wilayah tersebut, misalnya seorang diplomat atau karyawan kedutaan besar.
- d. *Indigenous Tourist*, adalah seseorang yang karena tugas atau jabatannya di luar negeri sehingga menetap di luar negeri lalu kembali ke negara asalnya dan kemudian melakukan perjalanan wisata di negara asalnya.
- e. *Transit Tourist*, wisatawan yang sedang melakukan perjalanan ke suatu negara tertentu dan mampir di bandara, pelabuhan, atau stasiun kereta api sebagai bagian dari perjalanan mereka.
- f. *Business Tourist*, seseorang yang melakukan perjalanan untuk tujuan lain selain wisata, tetapi memiliki rencana untuk melakukan perjalanan wisata setelah tujuan utama mereka tercapai.

Dalam kesempatan berbeda, Eddyono (2021) dalam konteks wisatawan di Indonesia lebih menyederhanakan berdasarkan asal dan tujuannya menjadi dua klasifikasi yaitu wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara.

a. Wisatawan mancanegara (wisman)

Warga Negara Asing (WNA) yang melakukan perjalanan pariwisata dengan tujuan untuk rekreasi pada destinasi wisata di Indonesia (Suharto, 2020). Peran wisatawan mancanegara di Indonesia selaku negara berkembang cukup besar dengan adanya peningkatan devisa dari pariwisata utamanya pada akomodasi.

b. Wisatawan nusantara (wisnus)

Warga Negara Indonesia (WNI) yang melakukan perjalanan dengan tujuan bukan untuk bekerja dan menempuh pendidikan yang tidak dilakukan secara rutin pada wilayah Indonesia (Soedarso dkk., 2014). Soedarso dkk. (2014) lebih lanjut menyebutkan bahwa ada orang dapat disebut wisatawan nusantara ketika dapat memenuhi satu dari tiga kriteria yang berupa perjalanan dilakukan menuju ODTW yang berbayar, menginap di akomodasi yang berbayar, dan jarak perjalanannya melebihi seratus kilometer dari daerah asal sampai ke daerah asal kembali. Selama ini permintaan pariwisata dari wisnus seringkali diabaikan padahal potensinya sangat besar sehingga keberadaannya perlu diperhatikan dan diperhitungkan dengan lebih seksama (Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2018). Hal ini senada dengan pernyataan Direktur Pemasaran Pariwisata Nusantara Kemenparekraf yang ditulis oleh Somba (2024) bahwa potensi perputaran uang dari wisatawan nusantara atau wisatawan domestik di Indonesia angkanya sangat besar.

### **2.3 Daya Saing Pariwisata**

Daya saing merupakan salah satu faktor penentu dalam menilai keberhasilan dan pencapaian tujuan yang lebih baik bagi suatu negara dalam meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi (Agustian, 2022). Daya saing dalam sektor pariwisata merujuk pada kemampuan industri pariwisata untuk menarik baik pengunjung domestik maupun asing ke destinasi pariwisata tertentu (Nagara &



Pangestuty, 2022). Upaya untuk meningkatkan daya saing ini melibatkan pemanfaatan optimal sumber daya yang tersedia serta peningkatan kemampuan manajemen, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing. Akibatnya, jika daya saing destinasi pariwisata meningkat, hal tersebut akan membuat destinasi tersebut lebih menarik, dan berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

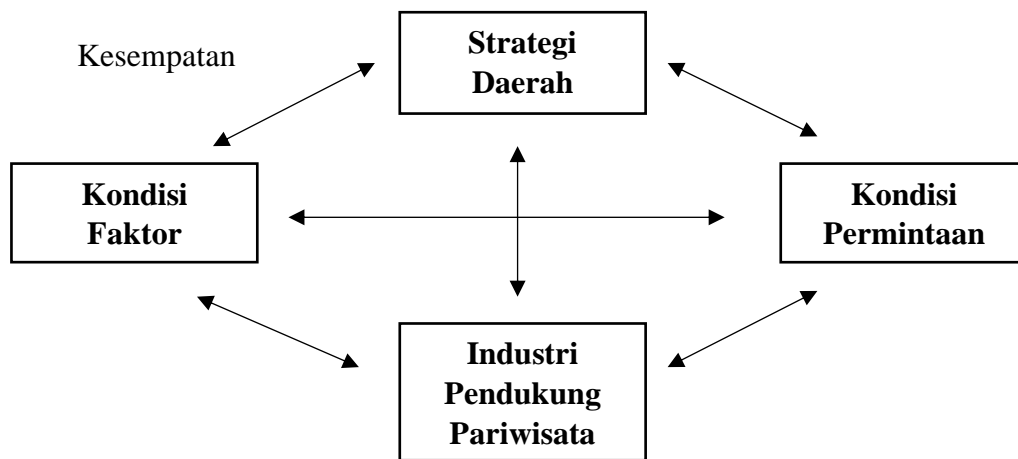
Pada teori daya saing, dikenal teori keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif yang digunakan sebagai pengukur tingkat daya saing. Rini dan Ma'ruf (2017) mengungkapkan bahwa daya saing ini menjadi kemampuan suatu entitas (negara, perusahaan, atau individu) untuk bertahan dan bersaing dalam industri yang berskala lebih besar. Keunggulan komparatif mengacu pada kemampuan suatu negara atau entitas untuk memproduksi barang atau layanan dengan biaya oportunistik rendah daripada negara atau entitas lain. Sementara keunggulan kompetitif mengacu pada kemampuan suatu entitas untuk memproduksi barang atau layanan lebih efisien daripada pesaingnya, yang memungkinkan mereka mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar mereka. Daya saing suatu daerah dapat dicapai dari akumulasi daya saing strategis setiap sektor termasuk sektor pariwisata.

Indeks daya saing adalah alat ukur daya saing daerah yang diharapkan menjadi acuan dalam menyusun dan menerapkan strategi pembangunan daerah secara lebih efektif dengan memanfaatkan potensi yang ada untuk mencapai kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi regional yang lebih baik sehingga indeks daya saing ini lebih digunakan untuk melihat hal di dalam suatu wilayah dibanding melihat keluar (Agustian, 2022). Meskipun demikian, dalam beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Trisnawati dkk. (2008), Koranti et al. (2019), serta Muflih dan Ananda (2022) membandingkan indeks daya saing pariwisata antara dua daerah atau lebih juga dapat dilakukan. Agustian (2022) lebih lanjut menjabarkan terdapat tujuan dari pengukuran indeks daya saing adalah meliputi:

- a. Mengukur pencapaian di suatu wilayah dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia untuk meningkatkan daya saing.
- b. Mendorong para pemangku kepentingan untuk merangsang inovasi melalui kemitraan dan usaha individu demi meningkatkan daya saing.

- c. Usaha untuk meningkatkan kemandirian masyarakat setempat.
  - d. Upaya dalam menetapkan, mengevaluasi, dan memonitor kebijakan, program kerja, serta kegiatan dalam pembangunan wilayah.
  - e. Instrumen yang digunakan dalam proses pembangunan dan program pendukung sebagai alat untuk mengukur daya saing dalam meningkatkan ekonomi regional.
- Rini dan Ma'ruf (2017) dalam penelitiannya terkait elemen-elemen yang berperan dalam menghitung indeks pariwisata menggunakan elemen kondisi (*input*) faktor; kondisi permintaan; industri pendukung terkait; serta strategi, struktur, dan pesaing yang dikenal dengan istilah *Porter's Diamond*. Hal ini membuat pemerintah juga memiliki andil termasuk dalam pemanfaatan peluang-peluang yang dimiliki dalam meningkatkan daya saing. Berikut merupakan

Gambar 3 Gambar 3 yang merupakan gambaran dari bagan *Porter's Diamond*.



Gambar 3 *Porter's diamond*  
Sumber: Rini dan Ma'ruf (2017)

Pemerintah

Daya saing sebuah negara merupakan faktor yang sangat penting, begitupun di sektor pariwisata. Dalam mengukur daya saing pariwisata suatu wilayah, dapat digunakan beberapa pendekatan. Rini dan Ma'ruf (2017); Yuniati (2018); dan Fajarin dan Fitanto (2020) menggunakan pendekatan *Porter's Diamond*. Dalam penelitiannya, Rini dan Ma'ruf memaparkan lebih lanjut variabel-variabel yang digunakan yakni:

1. Anggaran pemda dan kondisi infrastruktur sebagai elemen strategi daerah;
2. Jumlah wisnus dan jumlah wisman sebagai elemen kondisi permintaan;

3. Jumlah hotel, jumlah restoran dan rumah makan, dan jumlah biro perjalanan wisata sebagai elemen industri pendukung pariwisata; dan
4. Jumlah ODTW dan tenaga kerja pariwisata sebagai elemen kondisi faktor.

Kusumawardhani (2020) serta Puspitasari dan Rahmawati (2023) menggunakan pendekatan 14 pilar yang dapat digunakan sebagai pengukuran daya saing atau yang dikenal dengan *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) yang diterbitkan *World Economic Forum* (2019). 14 pilar yang dimaksud yakni: *business environment; safety and security; health and hygiene; human resources and labour market; ICT readiness; prioritization of travel & tourism; international openness; price competitiveness; environmental sustainability; air transport infrastructure; ground and port infrastructure; tourist service infrastructure; natural resources; dan cultural resources and business travel*. Pendekatan TTCI ini umumnya digunakan untuk mengukur indeks daya saing pariwisata suatu negara dan telah dilakukan perhitungannya pada 140 negara oleh World Economic Forum di tahun 2019 termasuk Indonesia diantaranya. Menurut Kusumawardhani (2020) pilar yang digunakan dalam pengukuran daya saing ini kurang tepat untuk digunakan pengukurannya dalam negara berkembang karena prosesnya masih dalam tahap pembangunan seperti infrastruktur, teknologi, sanitasi, dan fasilitas-fasilitas lainnya sementara masih dibangun. Hal ini membuat daya saing pariwisata negara maju pasti akan lebih tinggi jika dibanding negara berkembang.

Selain pendekatan *Porter's Diamond* dan TTCI, salah satu pendekatan yang juga seringkali digunakan dalam mengukur indeks daya saing pariwisata yaitu pendekatan *competitiveness monitor*. Gooroochurn dan Sugiyarto(2005); Trisnawati dkk. (2008); Koranti et al. (2019); Kamaruddin dkk. (2019), dan Sesa dkk. (2023) menggunakan pendekatan *competitiveness monitor* yang merupakan rumusan dari *World Travel and Tourism Council* (WWTC) dan *Christel De Haan Tourism and Travel Research Institute* (TTRI), *University of Nottingham* pada tahun 2001 yang kemudian disempurnakan melalui penelitian lanjutan salah satunya oleh Gooroochurn dan Sugiyarto (2005). Pendekatan *competitiveness monitor* ini menggunakan indikator pariwisata, ekonomi, lingkungan, sumber daya manusia, infrastruktur, dan kenyamanan karena pariwisata terdiri dari faktor-faktor yang tidak dapat berdiri sendiri.

## 2.4 *Competitiveness Monitor*

Salah satu teori dalam mengukur daya saing pariwisata yakni sebuah metode rumusan *World Travel and Tourism Council* (WWTC) dan *Christel De Haan Tourism and Travel Research Institute* (TTRI), *University of Nottingham* yang dinamakan metode *competitiveness monitor*. *Competitiveness monitor* telah digunakan dalam beberapa penelitian terkait daya saing pariwisata. Metode ini mengukur daya saing berdasarkan delapan indikator yaitu *Human Tourism Indicator* (HTI), *Price Competitiveness Indicator* (PCI), *Infrastructure Development Indicator* (IDI), *Environment Indicator* (EI), *Technology Advancement Indicator* (TAI), *Human Resources Indicator* (HRI), *Openness Indicator* (OI), dan *Social Development Indicator* (SDI). Berikut penjelasan lengkap dari masing-masing indikator:

- a. *Human Tourism Indicator* (HTI). Indikator ini menggambarkan pencapaian pertumbuhan ekonomi regional sebagai hasil dari kedatangan wisatawan ke daerah tersebut. Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) mengemukakan bahwa terdapat dua cara dalam mengukur HTI, yakni dengan menggunakan *Tourism Impact Index* (TII) dan *Tourism Participation Index* (TPI). TII didapat dari rasio PAD pariwisata dan PDB suatu wilayah, sementara TPI didapat dari rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk setempat. Rumusan ini kemudian juga digunakan dalam penelitian-penelitian setelahnya seperti pada Trisnawati dkk. (2008), Koranti et al. (2019), Kamaruddin dkk. (2019), dan Sesa dkk. (2023).
- b. *Price Competitiveness Indicator* (PCI). Indikator ini mengukur persaingan harga dari komoditas yang dikonsumsi oleh wisatawan dalam perjalanan wisatanya termasuk bisasa akomodasi, perjalanan, transportasi, hiburan, dan lain-lain selama wisatawan berada dalam destinasi pariwisata. Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) menjelaskan bahwa PCI terdiri dari harga hotel dan indeks *Purchasing Power Parity* (PPP). Namun tidak dijelaskan lebih lanjut terkait penjabaran dari indeks PPP. Pada penelitian Trisnawati dkk. (2008) dan Koranti et al. (2019) menggunakan nilai dari jumlah wisatawan, tarif hotel, dan lama tinggal wisatawan sebagai penjabaran indeks PPP. Sedikit berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamaruddin dkk. (2019) dan Sesa dkk. (2023)

yang menggunakan nilai jumlah wisatawan mancanegara (wisman), tarif hotel, dan lama tinggal wisatawan sebagai penjabaran indeks PPP.

- c. *Infrastructure Development Indicator (IDI)*. Indikator ini menilai kemajuan dalam pembangunan infrastruktur di wilayah setempat dengan hubungan sebab akibat dari kedatangan wisatawan pada destinasi pariwisata. Pengukuran IDI menggunakan data indeks jalan yang dilihat melalui panjang jalan suatu wilayah dibandingkan dengan ekspektasi panjang jalan terhadap jumlah populasi setempat, akses masyarakat terhadap fasilitas sanitasi, dan akses masyarakat terhadap air minum (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Pada penelitian Trisnawati dkk. (2008) menggunakan ukuran pendapatan perkapita penduduk sebagai representasi IDI, sementara Kamaruddin dkk. (2019) menggunakan menggunakan persentase panjang jalan beraspal dan berkualitas baik. Keterkaitan infrastruktur dengan pariwisata juga telah dibuktikan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Infrastruktur transportasi memiliki dampak besar dalam pariwisata dengan membuat banyak lokasi dapat diakses (Rohini & Meenakshi, 2022). Raharjo dkk. (2023) dalam penelitiannya juga mendapati bahwa transportasi berdampak terhadap jumlah kunjungan wisman di Provinsi Bali. Hal yang sama juga didapati dalam penelitian Hasdiandi (2022) yang mendapatkan kesimpulan bahwa dalam preferensi pemilihan ODTW yang ingin dikunjungi wisatawan sangat mempertimbangkan kondisi jalan.
- d. *Environment Indicator (EI)*. Indikator ini menunjukkan kualitas lingkungan fisik pada wilayah tujuan pariwisata karena lingkungan yang baik merupakan sebuah aset berharga bagi sebuah destinasi pariwisata, khususnya untuk mendatangkan wisatawan yang memiliki kesadaran lingkungan yang cukup tinggi (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) mengemukakan bahwa dalam mengukur EI digunakan kombinasi dari indeks kepadatan penduduk, indeks emisi CO<sup>2</sup>, dan indeks kebijakan dalam menjaga lingkungan. Keterbatasan terhadap data indeks CO<sup>2</sup> membuat penelitian-penelitian selanjutnya khususnya yang dilakukan di Indonesia seperti oleh Trisnawati dkk. (2008), Koranti et al. (2019), Kamaruddin dkk. (2019), dan Sesa dkk. (2023) membuat mereka hanya menggunakan indeks kepadatan penduduk untuk merepresentasikan nilai EI.

- e. *Technology Advancement Indicator* (TAI). Indikator ini mengukur tingkat kemajuan teknologi modern yang dapat diukur melalui peningkatan penggunaan internet, telepon kabel, telepon seluler dan ekspor barang-barang berbasis teknologi tinggi (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Hal ini kemudian diadopsi dalam beberapa penelitian setelahnya. Trisnawati dkk. (2008) dan Koranti et al. (2019) menggunakan indeks penggunaan telepon (rasio panjang line telepon dan jumlah penduduk) dan indeks ekspor (rasio ekspor dari produk berteknologi tinggi; komputer, produk farmasi, mesin-mesin industry dan elektronik dengan jumlah ekspor secara keseluruhan) dalam penelitiannya. Kamaruddin dkk. (2019) menggunakan indeks penggunaan internet pada penelitiannya, sementara Sesa dkk. (2023) hanya menggunakan indeks penggunaan telepon kabel. TAI menggambarkan hubungan timbal balik antara teknologi dan kedatangan wisatawan. Asumsi dalam penelitian Trisnawati dkk. (2008) menggambarkan kedatangan wisatawan khususnya wisman dapat membawa perubahan teknologi kepada daerah destinasi. Namun seiring berkembangnya teknologi seperti sekarang ini cenderung teknologilah yang mendatangkan wisatawan dengan penggunaan internet seperti *website* dan sosial media dalam memperkenalkan destinasi mereka kepada masyarakat luas (Gulbahar & Yildirim, 2015).
- f. *Human Resources Indicator* (HRI). Indikator ini menunjukkan kualitas sumber daya manusia (SDM) di wilayah kajian dalam memberikan layanan yang lebih baik kepada para wisatawan yang dilihat dari pendidikan (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Lebih lanjut Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) menjabarkan data yang dapat digunakan dalam mengukur indeks pendidikan pada suatu wilayah yaitu dengan menggunakan tingkat literasi masyarakat dewasa dan jumlah masyarakat yang menempuh pendidikan dalam usia 7-18 tahun. Hal ini kemudian diadaptasi dalam beberapa penelitian seperti oleh Trisnawati dkk. (2008), Koranti et al. (2019), Kamaruddin dkk. (2019), dan Sesa dkk. (2023) yang menggunakan indeks pendidikan dari angka melek huruf masyarakat diatas 15 tahun dan masyarakat berpendidikan SD-Sarjana.
- g. *Openness Indicator* (OI). Indikator ini menggambarkan sejauh mana destinasi tersebut terbuka terhadap perdagangan internasional dan kunjungan wisatawan dari luar negeri yang menentukan laju pertumbuhan destinasi (Gooroochurn &

- Sugiyarto, 2005). Lebih lanjut Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) menjabarkan indeks-indeks yang dapat digunakan untuk mengukur indikator-indikator keterbukaan ini yaitu indeks visa, indeks keterbukaan terhadap wisman, indeks keterbukaan terhadap perdagangan internasional, dan indeks pajak perdagangan. Indeks ini kemudian diadaptasi oleh Trisnawati dkk. (2008) dan Koranti et al. (2019) yang dalam penelitiannya menggunakan rasio antara penerimaan dari wisman dan pendapatan total dari suatu wilayah yang menjadi destinasi pariwisata. Hal ini lebih disederhanakan lagi dalam penelitian Kamaruddin dkk. (2019) dan Sesa dkk. (2023) yang dalam penelitiannya menggunakan indeks keterbukaan terhadap wisatawan asing dengan menggunakan rasio jumlah wisman yang berkunjung dan total PAD wilayah terkait. OI ini mengimplikasikan bahwa kedatangan wisman akan menjadi perdagangan yang menarik dengan harapan produk lokal dapat dibawa menuju pasar internasional.
- h. *Social Development Indicator* (SDI). SDI memperlihatkan kualitas hidup pada destinasi pariwisata yang akan memberikan pengalaman tersendiri bagi wisatawan. Kompleksitas dalam menggambarkan kualitas hidup di suatu wilayah membuat sulitnya mengukur indeks SDI ini sehingga Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) menggambarkannya dengan kombinasi dari indeks pembangunan manusia, indeks akses terhadap koran, indeks kepemilikan komputer pribadi, dan indeks penggunaan televisi. Hal ini kemudian diadaptasi oleh Trisnawati dkk. (2008) yang menggunakan indeks rata-rata lama tinggal wisatawan sebagai representasi SDI. Penggunaan indeks rata-rata lama tinggal ini dikarenakan SDI sebagai indikator yang memberikan gambaran bahwa destinasi tujuan dapat memberikan rasa nyaman dan aman bagi wisatawan sehingga akan memengaruhi waktu yang dihabiskan selama kunjungan. Indeks ini kemudian diadopsi dalam penelitian Koranti et al. (2019), Kamaruddin dkk. (2019), dan Sesa dkk. (2023).

Perbandingan antara variabel yang digunakan untuk indikator-indikator competitiveness monitor dalam penelitian-penelitian sebelumnya dapat dilihat lebih lengkap pada Tabel 1:

Tabel 1 Perbandingan *competitiveness monitor* beberapa penelitian  
**Variabel yang digunakan dalam perhitungan indeks daya saing pariwisata**

| Indikator | Nama Peneliti (Tahun)   |   |   |  |  |  |
|-----------|---|---|---|--|--|--|
|           | Gooroochurn & Sugiyarto (2005)  | Trisnawati dkk. (2008)  | Koranti et al. (2019)   | Kamaruddin dkk. (2019)   | Sesa dkk. (2023)   | Penulis (2024)   |
| HTI       | 1. Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk<br>2. Rasio PAD pariwisata dan PDRB total | 1. Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk<br>2. Rasio PAD pariwisata dan PDRB total | 1. Rasio jumlah wisatan dan jumlah penduduk<br>2. Rasio PAD pariwisata dan PDRB total | Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk                                     | Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk                                     | Rasio jumlah wisatawan dan penduduk  |
| PCI       | 1. Rata-rata tarif hotel x<br>2. Indeks <i>Purchasing Power Parity</i> (PPP)            | (Jumlah wisatawan) x (Rata-rata tarif hotel) x (Rata-rata masa tinggal wisatawan)       | (Jumlah wisatawan) x (Rata-rata tarif hotel) x (Rata-rata masa tinggal wisatawan)     | (Jumlah wisman) x (Rata-rata tarif hotel) x (Rata-rata masa tinggal wisatawan) | (Jumlah wisman) x (Rata-rata tarif hotel) x (Rata-rata masa tinggal wisatawan) | Persentasi jumlah wisatawan, rata-rata lama tinggal, dan rata-rata tarif hotel |
| IDI       | 1. Indeks jalan<br>2. Fasilitas sanitasi<br>3. Akses air minum bersih                   | Pendapatan perkapita penduduk.  | Pendapatan perkapita penduduk   | Persentase jalan berkualitas baik  | Persentase jalan berkualitas baik  | Panjang jalan diharapkan dan total jalan                                       |
| EI        | 1. Indeks kepadatan penduduk<br>2. Indeks emisi CO2<br>3. Regulasi terkait lingkungan   | Indeks kepadatan penduduk   | Indeks kepadatan penduduk   | Indeks kepadatan penduduk  | Indeks kepadatan penduduk  | Nilai Indeks Kualitas Lingkungan Hidup   |



|     |   |   |   |                                     |                                       |   |
|-----|---|---|---|-------------------------------------|---------------------------------------|---|
| TAI | 1. Indeks pengguna internet<br>2. Indeks penggunaan telepon<br>3. Indeks penggunaan telepon seluler<br>4. Indeks ekspor teknologi tinggi  | 1. Indeks penggunaan telepon<br>2. Indeks ekspor teknologi tinggi | 1. Indeks penggunaan telepon<br>2. Indeks ekspor teknologi tinggi | Indeks penggunaan jaringan internet | Indeks penggunaan telepon             | Rasio pengguna internet dan penduduk      |
| HRI | Indeks pendidikan   | Indeks Pendidikan   | Indeks Pendidikan   | Indeks Pendidikam                   | Indeks Pendidikan                     | Indeks pendidikan                         |
| OI  | 1. Indeks visa<br>2. Indeks keterbukaan wisatawan asing<br>3. Indeks keterbukaan perdagangan internasional<br>4. Indeks pajak perdagangan | Rasio penerimaan dari wisman dan pendapatan keseluruhan wilayah   | Rasio penerimaan dari wisman dan pendapatan keseluruhan wilayah   | Rasio wisman dan PAD total          | Rasio wisman dan PAD total            | Rasio wisatawan mancanegara dan total PAD |
| SDI | 1. Indeks Pembangunan Manusia<br>2. Indeks akses terhadap koran<br>3. Indeks komputer pribadi<br>4. Indeks kepemilikan TV                 | Lama rata-rata masa tinggal wisatawan                             | Lama rata-rata masa tinggal wisatawan                             | Rata-rata lama tinggal wisatawan    | Lama rata-rata masa tinggal wisatawan | Rata-rata lama tinggal wisatawan          |

Sumber: Analisis penulis (2024)

Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) mengungkapkan bahwa setelah menghitung nilai aktual dari delapan indikator, dilanjutkan dengan menghitung indeks pariwisata, indeks komposit, dan indeks daya saing pariwisata. Delapan indikator *competitiveness monitor* memiliki perannya sendiri dalam pariwisata sesuai teori yang dikemukakan oleh Wiweka dan Arcana (2019) yang menggambarkan pariwisata sebagai sistem yang disusun oleh faktor yang berkaitan langsung dengan pariwisata dan faktor tidak berpengaruh langsung terhadap pariwisata (demografi, teknologi, ekonomi, sosial, dan perdagangan internasional). *Competitiveness monitor* menggunakan delapan indikator yang berdiri sendiri namun tetap saling terkait satu sama lain karena kesamaan variabel seperti PCI dan SDI yang menggunakan indeks lama tinggal wisatawan dan indikator HTI, PCI, dan OI yang sama menggunakan indeks wisatawan. Hal ini juga dikemukakan oleh Mazanec et al. (2007) yang mengatakan bahwa HRI bisa mendapat pengaruh dari HTI, PCI, dan EI. Hal ini menunjukkan kondisi ideal *competitiveness monitor* bila pengukurannya melibatkan delapan indikator. Jika salah satu diantaranya tidak dipertimbangkan, pengukurannya tetap dapat dilakukan namun ada aspek pariwisata yang tidak tergambarkan.

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan merupakan penelitian yang memiliki hubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu yang dijadikan acuan meliputi penelitian terkait sistem pariwisata dan indeks daya saing pariwisata yang dapat dilihat pada Tabel 2. Pada Tabel 2, penelitian 1-3 merupakan penelitian terkait sistem pariwisata, sementara penelitian 4-6 merupakan penelitian terkait daya saing pariwisata khususnya metode *competitiveness monitor*.

## **2.6 Kerangka Konsep Penelitian**

Kerangka konsep penelitian merupakan landasan penelitian yang dibentuk melalui tinjauan pustaka untuk mengidentifikasi ragam indikator dari berbagai variabel untuk menjawab pertanyaan penelitian yang skemanya diilustrasikan melalui Gambar 4.

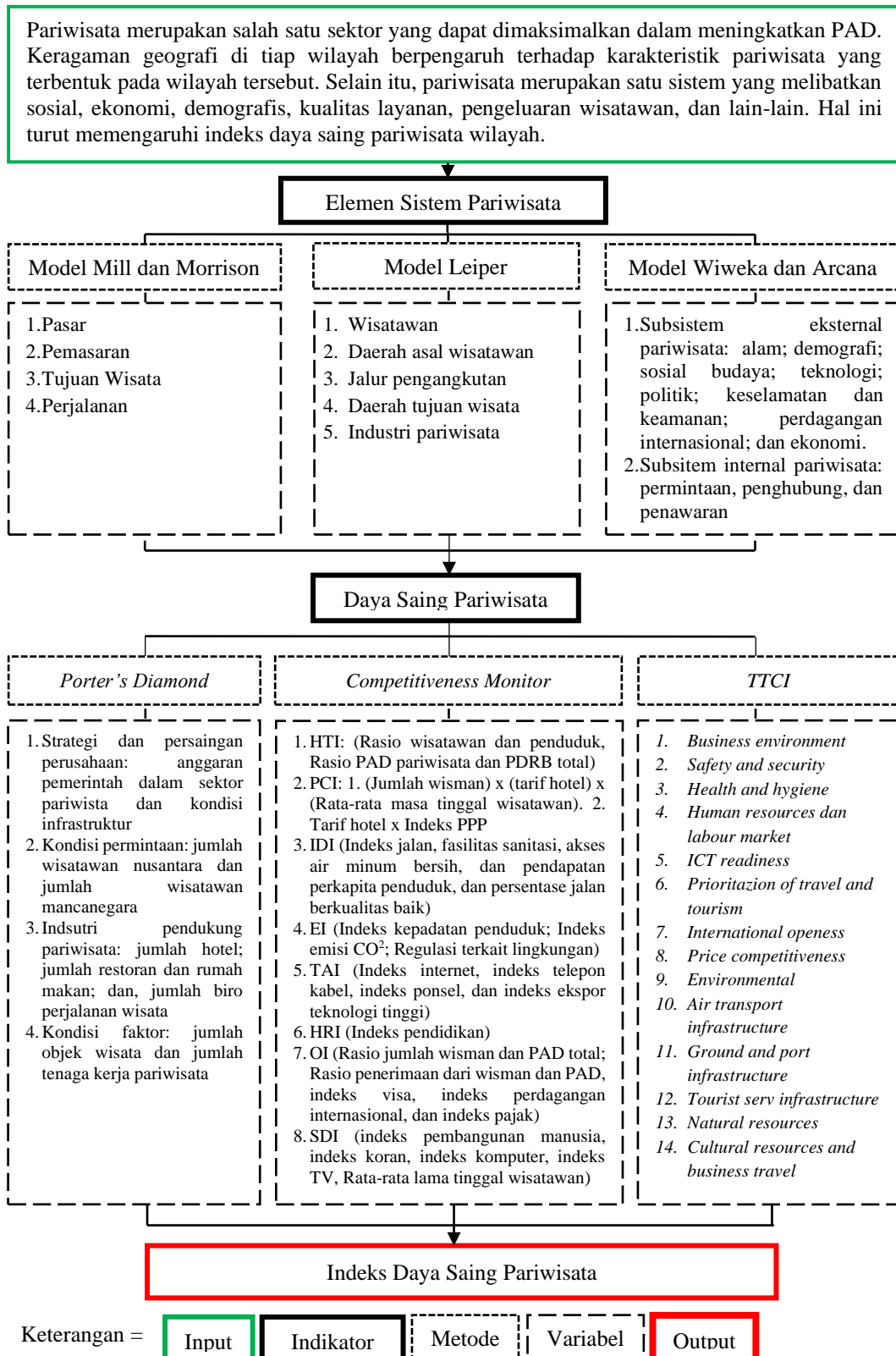
Tabel 2 Penelitian terdahulu

| Peneliti (Tahun)         | Judul Penelitian  | Metode Penelitian   | Hasil Penelitian   | Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian penulis   | Sumber Penelitian  |
|--------------------------|---|---|--|---|--|
| Wiweka & Arcana (2019)   | Rethinking The Theory Of Tourism: What Is Tourism System In Theoretical And Empirical Perspective?                    | Metode yang digunakan adalah penciptaan teori dengan mengkaji literatur-literatur terdahulu                     | Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pariwisata sebagai sebuah sistem terdiri dari dua jenis sub-sistem yaitu sub-sistem internal dan eksternal. Sub-sistem internal terdiri dari permintaan wisatawan, penawaran pariwisata, yang dihubungkan oleh elemen perantara. Sedangkan sub-sistem eksternal terdiri dari perdagangan internasional, keselamatan dan keamanan, alam atau iklim, sosial-budaya, teknologi, ekonomi atau keuangan, politik, demografi, dan geografi. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persamaan dari kedua penelitian ini ialah sama-sama mengkaji terkait sistem pariwisata.</li> <li>2. Perbedaannya terletak pada jenis penelitiannya. Wiweka dan Arcana merumuskan teorinya dan penulis mencoba menerapkan teori yang telah dihasilkan oleh Wiweka dan Arcana.</li> </ol>   | Journal of Business on Hospitality and Tourism, 5(2), 318-336.<br><a href="https://doi.org/10.22334/jbhost.v5i2.176">https://doi.org/10.22334/jbhost.v5i2.176</a>                        |
| Purbasari & Manaf (2017) | Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Ekowisata Desa Wisata Nglanggeran dan Wisata Desa Pada Desa Wisata Pentingsari | Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus <i>multiple case studies</i> . | Model sistem pariwisata yang dipilih adalah model Mason yang merupakan adaptasi dari Middleton dan Leiper, menggunakan elemen akomodasi, promosi, atraksi, transportasi, dan pengunjung. Hasil yang diperoleh yakni dari dua desa wisata yang dipilih elemen pengunjung dan elemen atraksi menjadi elemen paling berpengaruh karena merupakan gambaran langsung dari karakteristik desa wisata.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persamaan kedua penelitian ini yaitu menggunakan fokus pembahasan sistem pariwisata.</li> <li>2. Perbedaannya terletak dari elemen sistem pariwisata yang digunakan dan skala studi kasus. Selain itu, terdapat juga perbedaan tindak lanjut, penulis melanjutkan untuk mengukur indeks daya saing pariwisata sementara Purbasari dan Manaf tidak.</li> </ol> | Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota, 13(1).<br><a href="https://ejournal.undip.ac.id/index.php/pwk/article/view/15151">https://ejournal.undip.ac.id/index.php/pwk/article/view/15151</a> |

| Peneliti (Tahun)               | Judul Penelitian   | Metode Penelitian   | Hasil Penelitian   | Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian penulis  | Sumber Penelitian   |
|--------------------------------|--|---|--|--|---|
| Azzahra dkk. (2018)            | Komponen Keterpaduan Objek Wisata di Kawasan City Walk Slamet Riyadi Ditinjau dari Sistem Pariwisata | Metode yang digunakan yakni kajian literatur dan variabel <i>crossing</i> dari beberapa teori sistem seperti Leiper, Gunn, Mcintosh et al., dan Inskeep | Dirumuskan elemen sistem pariwisata yang digunakan berupa keterpaduan transportasi, atraksi, fasilitas layanan, wisatawan, kelembagaan, dan infrastruktur.<br>1. Kota Solo telah memiliki keterpaduan transportasi.<br>2. Keterpaduan atraksi didapatkan parameter dari jarak atraksi.<br>3. Keterpaduan fasilitas layanan membahas sarana akomodasi, perdagangan dan perbankan.<br>4. Keterpaduan wisatawan dilihat dari banyaknya objek wisata yang dikunjungi wisatawan.<br>5. Keterpaduan kelembagaan dilihat dari kerjasama manajemen pariwisata<br>6. Keterpaduan infrastruktur menilai jaringan air bersih, listrik dan telekomunikasi. | 1. Persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama membahas elemen sistem pariwisata.<br>2. Perbedaannya terletak pada jenis elemen yang digunakan, Azzahra dkk. melakukan sintesis beberapa teori untuk merumuskan elemen sistem pariwisata. Sementara penulis menggunakan model sistem pariwisata dari Wiweka dan Arcana yang sudah merupakan hasil sintesis dari penelitian sebelumnya. | Region: Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan Partisipatif, 13(1), 20-36.<br><a href="https://journal.unair.ac.id/downloadfull/MKP6050-37850f5c80fullabstract.pdf">https://journal.unair.ac.id/downloadfull/MKP6050-37850f5c80fullabstract.pdf</a> |
| Gooroochurn & Sugiyarto (2005) | <i>Competitiveness indicators in the travel and tourism industry</i>                                 | Metode yang digunakan yakni indeks agregat menggunakan bobot masing-masing indikator <i>competitiveness monitor</i>                                     | Berdasarkan <i>cluster analysis</i> yang telah dilakukan terhadap 200 negara lebih dapat dikelompokkan menjadi empat grup. Diperoleh bahwa negara-negara besar (maju) berada dalam kelompok yang sangat kompetitif dan negara-negara yang paling tidak   | 1. Persamaan kedua penelitian ini adalah sama-sama mengkaji terkait <i>competitiveness monitor</i> .<br>2. Perbedaannya terletak pada besaran skala wilayah karena Gooroochurn & Sugiyarto (2005) menggunakan skala negara yang kemudian   | Tourism Economics, 11 (1), 25-43.<br><a href="http://journals.sagepub.com/doi/10.5367/000000053297130">http://journals.sagepub.com/doi/10.5367/000000053297130</a>  |

| Peneliti (Tahun)      | Judul Penelitian  | Metode Penelitian  | Hasil Penelitian  | Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian penulis  | Sumber Penelitian  |
|-----------------------|---|--|---|--|--|
|                       |   | dilanjutkan dengan <i>cluster analysis</i> untuk mengelompokkan performa tiap negara | berkembang berada dalam kelompok yang kurang kompetitif. Lebih khusus lagi, negara-negara dalam kelompok yang sangat kompetitif cenderung memiliki PDB per kapita, nilai tambah jasa, dan rasio perdagangan yang lebih tinggi.  | dibandingkan dari tiap negara tersebut. Perbedaan selanjutnya adalah Gooroochurn & Sugiyarto (2005) menggunakan nilai CM yang telah diukur sebelumnya, sementara penelitian ini mengukurnya dari awal data.  |  |
| Koranti et al. (2019) | <i>Competitiveness Monitor</i> dalam Mengukur Tingkat Daya Saing Desa Wisata di Indonesia | Analisis daya saing dengan metode <i>Competitiveness Monitor</i>                     | Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa indeks daya saing pariwisata di desa wisata Kopeng lebih tinggi dibandingkan dengan desa wisata Ngrawan dan desa wisata Gemawang.  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kedua penelitian ini yakni sama-sama mengkaji tingkat daya saing menggunakan indikator <i>competitiveness monitor</i>.</li> <li>2. Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada beberapa variabel yang digunakan.</li> </ol>   | Journal of Economics and Business. Vol. 2(2).<br><a href="https://doi.org/10.31014/aior.1992.02.02.90">https://doi.org/10.31014/aior.1992.02.02.90</a>   |
| Sesa dkk. (2023)      | Analisis Daya Saing Industri Pariwisata Di Kabupaten Sorong                               | Analisis daya saing dengan metode <i>Competitiveness Monitor</i>                     | Hasil analisis menunjukkan indeks daya saing pariwisata mengalami perkembangan nilai yang sangat baik dan signifikan, dengan nilai 0,06 yang menunjukkan indeks daya saing tinggi yang memiliki nilai lebih dari 1, dan indeks komposit menunjukkan perkembangan yang sangat rendah, dengan nilai 0.01 yang menunjukkan indeks daya saing rendah yang memiliki nilai di atas 1. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persamaan kedua penelitian ini yakni sama-sama mengkaji 8 indikator daya saing pariwisata <i>competitiveness monitor</i>.</li> <li>2. Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada pengklasifikasian nilai akhir indeks daya saing pariwisata. Sesa dkk. Menggunakan skala 0-1 untuk menunjukkan tingkat daya saing, sementara penulis menggunakan skala 0-4.</li> </ol> | Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol 23(7).<br><a href="https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/50146">https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/50146</a> |

Sumber: Analisis penulis (2024)



Gambar 4 Kerangka konsep penelitian

Sumber: Hardianto (2018), Suwena & Widyatmajaya (2017), Wiweka & Arcana (2019), Rini & Ma'ruf (2017), Gooroochurn & Sugiyarto (2005), dan Puspitasari & Rahmawati (2022) yang dimodifikasi penulis