

SKRIPSI

**INDEKS DAYA SAING PARIWISATA
KABUPATEN KARANGASEM MENGGUNAKAN
METODE *COMPETITIVENESS MONITOR***

Disusun dan diajukan oleh:

ANDI UMMU KHALISAH

D101 20 1 037



DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

GOWA

2024

SKRIPSI

**INDEKS DAYA SAING PARIWISATA
KABUPATEN KARANGASEM MENGGUNAKAN
METODE *COMPETITIVENESS MONITOR***

Disusun dan diajukan oleh:

ANDI UMMU KHALISAH

D101 20 1 037



DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

GOWA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

INDEKS DAYA SAING PARIWISATA KABUPATEN KARANGASEM MENGGUNAKAN METODE *COMPETITIVENESS MONITOR*

Disusun dan diajukan oleh

Andi Ummu Khalisah
D101201037

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,

Pembimbing,



Dr. Eng. Abdul Rachman Rasvid, ST., M.Si
NIP 19741006 200812 1 002

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



Dr. Eng. Abdul Rachman Rasvid, ST., M.Si
NIP 19741006 200812 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini ;
Nama : Andi Ummu Khalisah
NIM : D101201037
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota
Jenjang : S1
Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Karangasem 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 dipublikasikan 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.

Makassar, 3 Oktober 2024

Yang Menyatakan


Andi Ummu Khalisah

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Yang Maha Esa, karena atas berkat Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Karangasem Menggunakan Metode *Competitiveness Monitor***” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota dengan tepat waktu. Sholawat dan salam tidak lupa penulis panjatkan semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, dan semoga sampai kepada kita sebagai umatnya.

Sebagai salah satu tujuan wisata di Pulau Bali, Kabupaten Karangasem memiliki potensi objek wisata yang melimpah dan perlu dikembangkan. Pariwisata Kabupaten Karangasem diatur dalam kebijakan tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten sebagai Kawasan Strategis Pariwisata dan memiliki total 77 ODTW yang alam, budaya, dan buatan. Selain itu, kebijakan peningkatan infrastruktur pariwisata juga menjadi fokus utama pemerintah Kabupaten Karangasem sebagai bentuk dukungan terhadap industri pariwisata yang ada. Industri pariwisata merupakan industri yang kompleks dan melibatkan banyak komponen, sehingga penelitian ini dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi karakteristik pariwisata sebagai sistem dan keterkaitan antara elemen tersebut. Selanjutnya akan dilakukan perhitungan indeks daya saing pariwisata untuk mengidentifikasi indikator yang menjadi keunggulan serta yang membutuhkan perbaikan. Dengan meneliti daya saing pariwisata, diharapkan adanya pengembangan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik wisata di Kabupaten Karangasem.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan, baik itu disebabkan oleh pengalaman maupun kemampuan yang terbatas sehingga penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran serta kritik membangun dari berbagai pihak demi terciptanya penelitian yang lebih baik di masa depan.

Makassar, 3 Oktober 2024



(Andi Ummu Khalisah)

Sitasi dan Alamat Kontak:

Harap menuliskan sumber skripsi ini dengan cara penulisan berikut:

Khalisah, Andi Ummu. 2024. Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Karangasem Menggunakan Metode *Competitiveness Monitor*. [Skripsi Sarjana, Prodi S1 PWK Universitas Hasanuddin]. Makassar.

Demi peningkatan kualitas skripsi ini, maka kritik dan saran dapat dikirimkan ke penulis melalui alamat email: andiummukhalisah@gmail.com

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmanirrahim. Dengan mengucapkan puji Syukur atas ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan ilmu pengetahuan, kesabaran, dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat selesai dengan baik atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan perhatian terhadap penulis.

1. Ibu tercinta Kurnia Kasim yang menjadi ibu luar biasa yang telah membesarkan penulis dengan baik dan senantiasa memberikan doa serta cinta kasih yang tidak terbatas kepada penulis;
2. Nenek Hj. Muhudiah dan Kakek Alm. H. Muhammad Kasim yang telah merawat dan membesarkan serta telah memberikan bantuan dalam bentuk moral dan materi;
3. Adik penulis satu-satunya Andi Asma Ningsih serta seluruh keluarga besar terkasih yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini;
4. Bapak Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.Si sebagai Kepala Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Hasanuddin sekaligus Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu, nasehat, dan masukan selama melakukan bimbingan kepada penulis;
5. Ibu Marly Valenty Pantandianan, S.T, M.T selaku dosen penasihat akademik atas ilmu dan waktu yang diberikan dalam membimbing penulis dari awal perkuliahan hingga pengerjaan skripsi ini;
6. Ibu Dr. Techn. Yashinta K.D Sutopo, ST MIP selaku Kepala Studio Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, ilmu, nasihat, dan tenaga dalam membantu penulisan skripsi ini;
7. Dosen Penguji Bapak Dr. Eng. Ihsan, ST., MT dan Ibu Isfa Sastrawati, ST., MT atas masukan dan saran yang diberikan kepada penulis;
8. Kepala dan Dosen LBE *Regional Planning, Tourism, and Disaster Mitigation*, Bapak Dr. Eng. Ihsan, S.T., M.T; Bapak Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.; S.T, M.T.; Ibu Marly Valenty Pantandianan, S.T, M.T.; Ibu Isfa Sastrawati, S.T., M.T.; dan Bapak Laode Muhammad Asfan Mujahid, ST., MT atas segala motivasi, arahan, dan selalu mengingatkan penulis untuk teliti dan tepat waktu;
9. Jajaran Dosen dan staf pengajar serta akademik di Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota yang selama masa perkuliahan ini telah memberikan masukan, dukungan, dan memberikan ilmu yang tanpa batas kepada penulis;
10. Staf administrasi dan pelayanan PWK Universitas Hasanuddin yang membantu segala hal yang berbentuk administrasi selama perkuliahan;
11. Instansi Pemerintahan Kabupaten Karangasem, khususnya Pak I Made Agus Budipayana S.T selaku staf DPUPR Kabupaten Karangasem sekaligus mentor INSPIRING Batch V atas ketulusan hati membantu penulis dalam mengumpulkan data selama melakukan penelitian di Kabupaten Karangasem;
12. Seluruh rekan-rekan Studio LBE *Regional Planning, Tourism, and Disaster Mitigation*, khususnya rekan seperjuangan penelitian pariwisata Dian Sukma,, Andi Maharani Balqish, Muh. Dodi Alfayed, Nur Azizah Mulyadi, A. St. Faatimah M, Enny Heriani, A. Dheny Indra Dwitya, Nurul Mutia Syafirah,

- Ahmad Saiful Munir, dan Fathurrahman yang telah bersemangat untuk menyelesaikan skripsi bersama-sama;
13. Untuk teman seperjuangan sekaligus menjadi teman dekat selama masa perkuliahan Kaniya Arrisya Arifuddin, Nur Ainun Anugerah Wahdaniyah, Andi Fika Farida, dan Nurul Hidayah, Baso Ruswan Aldi terima kasih atas kebersamaan dan pengalaman berkesan yang diberikan selama ini;
 14. Sahabat penulis selama 10 tahun terakhir Salsabila Haryanto dan Nurfadila, terima kasih telah bersama penulis dalam situasi apapun;
 15. Muhammad Syauqi Azadi terima kasih telah mau berjuang dan mengembangkan diri bersama hingga hari ini. *We did really well*;
 16. Sahabat “SOSRO” Farah Azzahra, Nandya Aulia, Feby Dwi Riani, Anis Nur Anisha, Az-zahra Rahma, Ria Putri Utami, Bunga Asih Esti , Amara Dhita, Almira Zada Irfani, Syaniza Adzany, dan Putri Zahwa R, yang selalu menemani dan mendengarkan keluh kesah selama proses perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini;
 17. Rekan magang INSPIRING Batch V Karangasem Anniza Putri Maharani, Afnan Budi Pratama, Ade Kurniawan, dan Muhammad Ganang Adi Prasetya, yang telah memberikan pengalaman yang berharga serta bantuan selama melakukan penelitian hingga saat ini;
 18. Teman-teman KKNT Infrastruktur Gel. 110 Posko Baji Pamai Nur Aulia Rahmadani Pratiwi, Sasmitha Raya, Nabila Rizki F, Gregorius Agung, dan Ahsan Zaki Mubarak atas waktu yang telah dihabiskan bersama-sama;
 19. Seluruh rekan RASIO 2020 yang menjadi teman berdiskusi, belajar, dan bermain selama masa perkuliahan;
 20. Terima kasih kepada saya sendiri yang telah berjuang dan berkomitmen untuk terus berusaha menyelesaikan penelitian ini meskipun menghadapi banyak kendala;
 21. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga Allah SWT. memberikan balasan atas segala kebaikan dan keikhlasan yang diberikan kepada penulis hingga hari ini. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran untuk kemajuan ke penulisan di masa depan.

Makassar, 3 Oktober 2024



Andi Ummu Khalisah

ABSTRAK

ANDI UMMU KHALISAH. *Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Karangasem Menggunakan Metode Competitiveness Monitor* (dibimbing oleh Abdul Rachman Rasyid)

Globalisasi dan kemajuan teknologi telah mendorong perkembangan pesat sektor pariwisata, sehingga memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian. Sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Pulau Bali, Kabupaten Karangasem memiliki potensi pariwisata untuk bersaing di tingkat nasional namun masih menghadapi berbagai tantangan. Mengingat kompleksitas sistem pariwisata, diperlukan analisis mendalam mengenai karakteristik sistem dan daya saing pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik elemen sistem pariwisata Kabupaten Karangasem dan menghitung indeks daya saing pariwisatanya. Metode yang digunakan adalah metode campuran, mencakup analisis deskriptif untuk memaparkan karakteristik elemen sistem pariwisata, analisis spasial untuk *overlay* dan mengidentifikasi sebaran usaha pariwisata, serta analisis *Competitiveness Monitor* untuk mengukur indeks daya saing pariwisata. Data yang diperlukan meliputi data primer yang diperoleh melalui wawancara tidak berstruktur dan observasi, serta data sekunder dari studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pariwisata Kabupaten Karangasem terbentuk dari sub sistem eksternal dan internal. Sub sistem eksternal dipengaruhi oleh variasi topografi, komposisi penduduk yang seimbang dan didominasi usia produktif, mayoritas masyarakat beragama Hindu, tingginya persentase pengguna internet, pertumbuhan ekonomi positif, serta kebijakan pariwisata di tingkat nasional, provinsi, dan kabupaten. Sub sistem internal menunjukkan peningkatan pertumbuhan wisatawan pasca pandemi, aksesibilitas yang memadai, serta keterkaitan antara 77 ODTW, 501 akomodasi, dan 526 jasa penyedia makanan dan minuman. Kecamatan Manggis, Abang, dan Karangasem menjadi pusat pariwisata. Selanjutnya dari pengukuran indeks daya saing pariwisata, ditemukan bahwa indikator EI berada dalam tahap penyempurnaan, indikator HTI, PCI, SDI, TAI, dan HRI berada pada tahap berkembang. Sementara itu, indikator IDI dan OI masih berada pada tahap yang belum berkembang, sehingga memerlukan perbaikan lebih lanjut.

Kata Kunci: Sistem Pariwisata, Daya Saing Pariwisata, *Competitiveness Monitor*, Kabupaten Karangasem

ABSTRACT

ANDI UMMU KHALISAH. *Tourism Competitiveness Index of Karangasem Regency Using Competitiveness Monitor Method (supervised by Abdul Rachman Rasyid)*

Globalization and technological advances have driven the rapid development of the tourism sector, thus providing a significant impact on the economy. As one of the tourist destination areas on the island of Bali, Karangasem Regency has tourism potential to compete at the national level but still faces various challenges. Given the complexity of the tourism system, an in-depth analysis of system characteristics and tourism competitiveness is required. Therefore, this study aims to identify the characteristics of Karangasem Regency's tourism system elements and calculate its tourism competitiveness index. The method used is a mixed method, including descriptive analysis to describe the characteristics of tourism system elements, spatial analysis to overlay and identify the distribution of tourism businesses, and Competitiveness Monitor analysis to measure the tourism competitiveness index. The data required includes primary data obtained through unstructured interviews and observations, as well as secondary data from literature studies. The results showed that the tourism system of Karangasem Regency was formed from external and internal subsystems. The external subsystem is influenced by topographical variations, a balanced population composition dominated by productive age, the majority of people are Hindu, a high percentage of internet users, positive economic growth, and tourism policies at the national, provincial, and district levels. The internal subsystem shows an increase in post-pandemic tourist growth, adequate accessibility, and linkages between 77 ODTW, 501 accommodations, and 526 food and beverage services. Manggis, Abang, and Karangasem sub-districts are the tourism centers. Furthermore, from the measurement of the tourism competitiveness index, it is found that the EI indicator is in the improvement stage, the HTI, PCI, SDI, TAI, and HRI indicators are at the developing stage. Meanwhile, the IDI and OI indicators are still at an undeveloped stage, thus requiring further improvement.

Keywords: Tourism System, Tourism Competitiveness, Competitiveness Monitor, Karangasem Regency

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.5.1 Ruang lingkup wilayah	5
1.5.2 Ruang lingkup substansi	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pariwisata	7
2.2 Sistem Kepariwisataaan	14
2.3 Daya Saing	30
2.4 <i>Competitiveness Monitor</i>	33
2.5 Penelitian Terdahulu.....	37
2.6 Kerangka Konsep Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44

3.2.1 Lokasi penelitian	44
3.2.2 Waktu penelitian.....	46
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5 Variabel Penelitian	49
3.6 Metode dan Analisis Data	53
3.6.1 Analisis deskriptif	53
3.6.2 Analisis spasial.....	53
3.6.3 Analisis <i>Competitiveness Monitor</i>	53
3.7 Definisi Operasional.....	58
3.8 Alur Pikir Penelitian.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Karangasem	62
4.1.1 Kondisi fisik.....	62
4.1.2 Kondisi nonfisik.....	73
4.2 Karakteristik Sistem Pariwisata Kabupaten Karangasem	76
4.2.1 Kondisi Subsistem Eksternal Pariwisata Kabupaten Karangasem.....	76
4.2.2 Kondisi Subsistem Internal Pariwisata Kabupaten Karangasem	90
4.3 Daya Saing Pariwisata <i>Competitiveness Monitor</i>	117
4.3.1 Nilai aktual delapan indikator	118
4.3.2 Indeks pariwisata.....	124
4.3.3 Indeks komposit	125
4.3.4 Indeks daya saing pariwisata.....	126
BAB V PENUTUP.....	131
5.1 Kesimpulan	131
5.2 Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN.....	141
<i>CURRICULUM VITAE</i>	158

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan variabel analisis daya saing pariwisata <i>Competitiveness Monitor</i> pada beberapa penelitian.....	38
Tabel 2 Penelitian terdahulu.....	40
Tabel 3 Waktu penelitian.....	46
Tabel 4 Data sekunder.....	47
Tabel 5 Variabel penelitian.....	50
Tabel 6 Klasifikasi daya saing pariwisata.....	58
Tabel 7 Luas wilayah menurut kecamatan di Kabupaten Karangasem.....	63
Tabel 8 Data iklim Kabupaten Karangasem tahun 2022.....	65
Tabel 9 Penggunaan lahan Kabupaten Karangasem 2022.....	71
Tabel 10 Sebaran dan kepadatan penduduk Kabupaten Karangasem.....	73
Tabel 11 Jumlah penduduk menurut agama tahun 2022.....	75
Tabel 12 Penduduk usia 15 tahun ke atas menurut pendidikan yang ditamatkan di Kabupaten Karangasem 2018-2022.....	76
Tabel 13 Nilai IKLH Kabupaten Karangasem.....	77
Tabel 14 Ketinggian wilayah Kabupaten Karangasem tahun 2022.....	78
Tabel 15 PDRB ADHK Kab. Karangasem tahun 2018-2022.....	85
Tabel 16 Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Karangasem.....	87
Tabel 17 Pendapatan Asli Daerah sektor pariwisata.....	87
Tabel 18 Data wisatawan Kabupaten Karangasem Tahun 2014 – 2022.....	90
Tabel 19 Kondisi jaringan jalan Kabupaten Karangasem Tahun 2018-2022.....	91
Tabel 20 Panjang jalan diharapkan Kab. Karangasem.....	92
Tabel 21 ODTW Kabupaten Karangasem tahun 2022.....	95
Tabel 22 Sebaran fasilitas akomodasi Kabupaten Karangasem.....	107
Tabel 23 Sebaran jasa penyedia makanan dan minuman Kabupaten Karangasem.....	110
Tabel 24 Sebaran usaha pariwisata Kabupaten Karangasem.....	115
Tabel 25 Analisis indikator HTI Kabupaten Karangasem 2018-2022.....	118
Tabel 26 Analisis indikator PCI Kabupaten Karangasem 2018-2022.....	119
Tabel 27 Analisis indikator IDI Kabupaten Karangasem 2018-2022.....	120

Tabel 28 Analisis indikator EI Kabupaten Karangasem 2018-2022	121
Tabel 29 Analisis indikator TAI Kabupaten Karangasem 2018-2022.....	121
Tabel 30 Analisis indikator HRI Kabupaten Karangasem 2018-2022	122
Tabel 31 Analisis indikator OI Kabupaten Karangasem 2018-2022.....	123
Tabel 32 Analisis indikator SDI Kabupaten Karangasem 2018-2022	123
Tabel 33 Indeks pariwisata Kabupaten Karangasem 2018-2022	124
Tabel 34 Indeks komposit pariwisata Kabupaten Karangasem.....	125
Tabel 35 Indeks daya saing pariwisata Kabupaten Karangasem	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Sistem pariwisata Mill Morison	15
Gambar 2 Model sistem pariwisata Wiweka & Arcana	16
Gambar 3 <i>Porter's Diamond</i>	31
Gambar 4 Indikator <i>Competitiveness Monitor</i>	34
Gambar 5 Kerangka konsep penelitian	43
Gambar 6 Peta lokasi penelitian.....	45
Gambar 7 Alur pikir penelitian	61
Gambar 8 Peta wilayah administrasi Kabupaten Karangasem	64
Gambar 9 Peta curah hujan Kabupaten Karangasem.....	66
Gambar 10 Peta kemiringan lereng Kabupaten Karangasem	68
Gambar 11 Peta jenis tanah Kabupaten Karangasem.....	70
Gambar 12 Peta penggunaan lahan Kabupaten Karangasem.....	72
Gambar 13 Persentasi tenaga kerja Kabupaten Karangasem.....	74
Gambar 14 Penduduk berusia 15 tahun ke atas yang melek huruf 2018-2022....	75
Gambar 15 Peta topografi Kabupaten Karangasem.....	79
Gambar 16 Grafik jumlah penduduk Kabupaten Karangasem berdasarkan usia dan jenis kelamin	80
Gambar 17 Tradisi megibung.....	81
Gambar 18 Tradisi perang pandan, Desa Tenganan.....	82
Gambar 19 Jumlah penduduk Kabupaten Karangasem di atas 5 tahun yang menggunakan telepon seluler 2018-2022.....	83
Gambar 20 Jumlah penduduk Kabupaten Karangasem di atas 5 tahun yang mengakses internet 2018-2022.....	84
Gambar 21 <i>Website</i> Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karangasem	84
Gambar 22 Peta aksesibilitas pariwisata Kabupaten Karangasem.....	94
Gambar 23 Wisata Gunung Agung	96
Gambar 24 Wisata Padang Savana Tianyar	97
Gambar 25 Wisata (a) Pantai Pasir Putih (b) Bukit Asah	98
Gambar 26 Wisata Pura Besakih.....	99
Gambar 27 Wisata Tirta Gangga.....	100

Gambar 28 Wisata Taman Ujung Soekasada	101
Gambar 29 Wisata Rumah Pohon Bukit Lemped	102
Gambar 30 Kegiatan di ODTW Kabupaten Karangasem	103
Gambar 31 Peta sebaran ODTW Kabupaten Karangasem	104
Gambar 32 Cinderamata (a) Kain Gringsing (b) Perak Budakeling (c) Garam Amed (d) Ritual Besakih (e) Hasil pertanian Sidemen (f) Lontar Candidasa	106
Gambar 33 Peta sebaran akomodasi Kabupaten Karangasem	108
Gambar 34 Grafik perkembangan usaha makanan dan minuman Kab. Karangasem	109
Gambar 35 Peta jasa penyedia makanan dan minuman Kabupaten Karangasem	112
Gambar 36 Proses <i>Overlay</i>	113
Gambar 37 Hasil <i>overlay</i> usaha pariwisata Kecamatan Manggis, Karangasem, dan Abang	114
Gambar 38 Sebaran Usaha pariwisata dalam radius 500 meter	117

DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL

Lambang/Singkatan	Arti dan Keterangan
BPS	Badan Pusat Statistik
PAD	Pendapatan Asli Daerah
RPJMN	Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
RIPPARNAS	Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional
RIPPARDA	Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah
RTRW	Rencana Tata Ruang Wilayah
RPJMD	Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah
PP	Peraturan Pemerintah
PERPRES	Peraturan Presiden
PERDA	Peraturan Daerah
UU	Undang-undang
ODTW	Objek Daya Tarik Wisata
<i>WTTC</i>	<i>World Travel and Tourism Council</i>
<i>TTRI</i>	<i>Tourism and Travel Research Institute</i>
<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>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi	141
Lampiran 2 Surat izin penelitian	142
Lampiran 3 Surat persetujuan masuk studio akhir	145
Lampiran 4 Surat pernyataan masuk studio akhir	147
Lampiran 5 PDRB Provinsi Bali	148
Lampiran 6 Data jumlah wisatawan tiap ODTW	148
Lampiran 7 Data sebaran Objek Daya Tarik Wisata	149
Lampiran 8 Sebaran akomodasi ODTW unggulan	150
Lampiran 9 Sebaran usaha pariwisata hasil buffer 500 m.....	153
Lampiran 10 Peta sebaran akomodasi ODTW unggulan	154
Lampiran 11 Grafik indeks daya saing Kabupaten Karangasem	155

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia menjadi salah satu negara kepulauan terbesar di dunia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), Indonesia memiliki kondisi geografis berupa negara kepulauan dengan lebih dari 17.540 pulau yang dihuni berbagai jenis suku dengan latar budaya yang beragam. Indonesia menawarkan kekayaan pariwisata mulai dari daya tarik alam, budaya, sosial, hingga sejarah yang sebagian besar telah dikembangkan dan dimanfaatkan menjadi wisata yang menarik dan tersebar di seluruh Indonesia. Keberagaman ini mendorong wisatawan domestik ataupun mancanegara untuk berkunjung dan menjadikannya sebagai salah satu tujuan destinasi wisata favorit (Utami dan Kafabih, 2021).

Secara harfiah, pariwisata melibatkan aktivitas mengunjungi suatu lokasi untuk berwisata dengan melibatkan penyelenggara jasa, atraksi wisata, serta usaha lain yang berkaitan dengan bidang tersebut seperti transportasi, akomodasi, hingga restoran (Ismayanti, 2018). Sektor ini telah mengalami perkembangan pesat seiring dengan pertumbuhan globalisasi dan kemajuan teknologi. Fenomena ini memberikan pengaruh signifikan terhadap perekonomian global, termasuk Indonesia yang memiliki kekayaan alam dan budaya yang ditunjukkan dengan pertumbuhan positif wisatawan setiap tahunnya (Nurmansyah, 2014). Di antara berbagai destinasi di Indonesia, Pulau Bali masih menjadi magnet utama dengan reputasi internasional sebagai surga tropis yang menawarkan keindahan alam dan kekayaan budayanya (Brata dkk., 2020)

Pulau Bali merupakan bagian dari berbagai pulau-pulau yang terbentang dari barat sampai timur Indonesia yang terletak antara Pulau Jawa dan Lombok. Bali destinasi wisata internasional telah lama menjadi barometer pariwisata Indonesia. Dengan keunikan tradisi dan adat istiadat, keramahan masyarakatnya, serta panorama alam, Bali berhasil menarik jutaan wisatawan setiap tahunnya (Suweta, 2020). Sebelum pandemi, pariwisata berkontribusi sekitar 60% terhadap PDRB

Provinsi Bali, menunjukkan peran vitalnya dalam perekonomian daerah (BPS Provinsi Bali, 2023).

Kabupaten Karangasem yang terletak di bagian timur Pulau Bali memiliki potensi pariwisata yang belum sepenuhnya terekspos (Wijaya, 2014). Dengan luas wilayah sekitar 839,54 km², Karangasem menawarkan beragam atraksi wisata menarik. Wilayah ini memiliki pantai eksotis seperti Pantai Amed dan Candidasa yang menawarkan keindahan bawa laut, situs sejarah seperti Puri Karangasem, hingga keindahan alam Gunung Agung yang menjulang (DISBUDPAR Kab. Karangasem, 2023). Oleh karena itu, pariwisata Kabupaten Karangasem memiliki potensi besar untuk bersaing tidak hanya di tingkat provinsi, tetapi juga nasional dan internasional.

Posisi strategis dalam pengembangan pariwisata Kabupaten Karangasem tercermin dalam berbagai dokumen perencanaan tingkat nasional hingga daerah. Berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) tahun 2010-2025, Kabupaten Karangasem menjadi bagian dari integral Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Bali. Kebijakan tersebut memberikan landasan kuat bagi Kabupaten Karangasem untuk mengembangkan pariwisatanya selaras dengan arah pembangunan pariwisata nasional. Hal ini kemudian diperkuat oleh dokumen Peraturan Daerah (PERDA) Provinsi Bali No. 10 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) tahun 2015-2029 dan Peraturan Daerah (PERDA) No. 12 tahun 2020 tentang rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) Kabupaten Karangasem yang menetapkan Kawasan Strategis Pariwisata (KSP) Candidasa, Ujung, dan Tulamben serta 77 Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Kabupaten Karangasem. Selain itu, RIPPARDA Provinsi Bali dan Kabupaten Karangasem menekankan pentingnya pengembangan pariwisata berkelanjutan yang mengedepankan kearifan lokal dan pelestarian lingkungan. Pendekatan ini sangat relevan dengan karakteristik Kabupaten Karangasem yang kaya akan warisan budaya dan alam. RIPPARDA juga menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat lokal dalam mengembangkan pariwisata untuk memastikan seluruh penduduk merasakan manfaat ekonomi dari pariwisata.

Meskipun memiliki potensi besar dan dukungan kebijakan yang kuat, Kabupaten Karangasem masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan sektor pariwisatanya. Berdasarkan data BPS Kab. Karangasem tahun 2023, kontribusi sektor pariwisata terhadap PDRB Karangasem yang masih relatif rendah dibandingkan kabupaten lain di Bali. Selain itu, distribusi wisatawan di Karangasem belum merata dengan beberapa kawasan yang masih kurang berkembang. Tantangan lainnya yaitu masih terdapat kesenjangan signifikan dalam pengembangan infrastruktur pariwisata Kabupaten Karangasem (DISBUDPAR, 2023). Hal ini menunjukkan perlunya strategi pengembangan yang lebih komprehensif dan terintegrasi untuk meningkatkan daya saing pariwisata.

Daya saing pariwisata menjadi aspek penting dalam menentukan keberhasilan suatu destinasi wisata. Daya saing ini mencakup berbagai elemen seperti kualitas infrastruktur, pelayanan, atraksi wisata, serta kesiapan teknologi dan sumber daya manusia (Pamungkas & Sesanti, 2023). Namun, agar dapat bersaing secara efektif diperlukan pemahaman mendalam mengenai karakteristik sistem pariwisata. Menurut Azzahra dkk. (2018) kompleksitas sistem pariwisata terdiri dari berbagai elemen yang saling terkait, sehingga diperlukan analisis mendalam untuk memberikan gambaran mengenai kondisi kepariwisataan. Analisis karakteristik sistem pariwisata dilakukan untuk memberikan pemahaman holistik tentang bagaimana berbagai elemen dalam sistem pariwisata Karangasem berinteraksi dan saling mempengaruhi. Sementara itu, pengukuran indeks daya saing pariwisata Kabupaten Karangasem menjadi langkah strategis untuk mengevaluasi posisi kompetitif daerah ini dalam pariwisata. Indeks ini akan memberikan informasi kuantitatif yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan perencanaan strategis dalam pengembangan pariwisata. Dengan mengetahui indeks daya saing, pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya dapat mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan dan mengalokasikan sumber daya secara lebih efektif dan efisien. Selain itu, dengan pendekatan ini Kabupaten Karangasem dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi unggulan dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal dan nasional.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka pertanyaan penelitian dari penelitian ini antara lain:

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

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai berdasarkan pertanyaan penelitian di atas yaitu sebagai berikut:

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

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap berbagai pihak, diantaranya:

- a. Bagi pemerintah/swasta

Penelitian ini dapat menyediakan data dan analisis yang dapat menjadi acuan maupun referensi bagi pemerintah daerah dan stakeholder pariwisata Kabupaten Karangasem dalam pengambilan keputusan, informasi yang dihasilkan dapat membantu dalam perumusan kebijakan yang tepat sasaran dan efektif dalam mengembangkan sektor pariwisata Kabupaten Karangasem. Bagi sektor swasta, terutama industri pariwisata, penelitian dapat membantu perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih baik, memahami preferensi wisatawan, serta mengidentifikasi peluang bisnis baru. Penelitian juga membantu perusahaan swasta dalam melakukan inovasi dan meningkatkan efisiensi operasional berdasarkan temuan yang didapat.

- b. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademis dalam bidang studi pariwisata, khususnya dalam konteks pengembangan destinasi wisata di daerah yang memiliki potensi besar namun belum sepenuhnya berkembang. Selain itu,

dapat memberikan wawasan serta sumber informasi kepada seluruh masyarakat termasuk wisatawan lokal maupun mancanegara mengenai karakteristik serta potensi dan masalah pariwisata, sehingga diharapkan dapat meningkatkan *awareness* tentang pentingnya melestarikan ODTW yang ada.

c. Bagi universitas

Penelitian ini dapat menjadi literatur dan media pembelajaran dalam pengembangan karya tulis ilmiah dalam bidang studi pariwisata dan pengembangan wilayah.

d. Bagi peneliti

Penelitian ini digunakan untuk memenuhi tugas akhir skripsi sebagai persyaratan mendapat gelar sarjana serta sebagai sarana peneliti dalam mengimplementasikan materi mengenai kepariwisataan dan tata ruang yang didapatkan selama mendalami perkuliahan di Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Hasanuddin.

e. Bagi penulis lain

Dapat menjadi referensi dan model penelitian yang dapat digunakan dan dikembangkan untuk penelitian mengenai pariwisata di masa mendatang.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Batas penelitian terbagi menjadi dua yaitu ruang lingkup wilayah, yang membahas mengenai batasan wilayah penelitian, dan lingkup substansi yang berkaitan dengan hal-hal yang akan dibahas dalam penelitian.

1.5.1 Ruang lingkup wilayah

Penelitian ini dilakukan di kawasan pariwisata di Kecamatan Abang, Kecamatan Kubu, Kecamatan Selat, Kecamatan Bebandem, Kecamatan Manggis, Kecamatan Karangasem, Kecamatan Rendang, dan Kecamatan Sidemen, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali.

1.5.2 Ruang lingkup substansi

Materi yang akan dibahas dalam penelitian ini berfokus mengenai kepariwisataan yakni karakteristik elemen sistem pariwisata serta daya saing pariwisata

berdasarkan indikator *World Travel and Tourism Council* (WTTC) Kabupaten Karangasem.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bab yang memuat latar belakang hingga kesimpulan yang disusun secara terstruktur.

- BAB I Bagian Bab I Pendahuluan berisi beberapa sub bab yang terdiri atas latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II Bagian Bab II Tinjauan Pustaka berisi beberapa sub bab landasan teori yang berkaitan dengan penelitian yaitu teori umum pariwisata, jenis-jenis pariwisata, sistem kepariwisataan, wisatawan, industri pariwisata, daya saing pariwisata, analisis *competitiveness* monitor, penelitian terdahulu, serta kerangka konsep penelitian
- BAB III Bagian Bab III Metode Penelitian menguraikan metode yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dalam penelitian ini. Bab ini berisi beberapa sub bab yang terdiri atas jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, metode analisis data, definisi operasional, dan alur pikir penelitian.
- BAB IV Bagian Bab IV Hasil dan Pembahasan menguraikan gambaran umum dan hasil penelitian elemen sistem pariwisata yang meliputi kondisi internal dan eksternal pariwisata Kabupaten Karangasem serta daya saing pariwisata Kabupaten Karangasem menggunakan metode analisis yang telah ditentukan.
- BAB V Bab V Penutup berupa bagian akhir dari penelitian. Berisi kesimpulan terkait hasil dari pertanyaan penelitian yang telah dibahas dan saran mengenai kepariwisataan kepada pemerintah Kabupaten Karangasem sebagai pemegang kendali serta masyarakat di wilayah penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Fenomena pariwisata telah ada sejak manusia mulai melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, dan perkembangannya berkaitan erat dengan budaya dan sosial masyarakat. Sejak itu, kebutuhan-kebutuhan manusia selama perjalanan mulai muncul, didorong oleh berbagai motivasi untuk memenuhi kebutuhan hidup. Seiring dengan kemajuan peradaban manusia, dorongan untuk melakukan perjalanan semakin kuat dan kebutuhan yang harus dipenuhi pun semakin beragam. Motivasi dan alasan perjalanan bervariasi dari masa ke masa, sesuai dengan perkembangan sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan masyarakat. Motivasi perjalanan pada zaman pra-sejarah berbeda dengan motivasi pada zaman modern. Cara perjalanan dan fasilitas yang digunakan masyarakat dahulu lebih sederhana dibandingkan dengan masyarakat yang lebih maju sekarang (Suwena & Widyatmaja, 2017).

Pengertian pariwisata secara umum dapat dilihat dari berbagai sudut pandang karena tidak memiliki batasan-batasan yang pasti. Beberapa ahli pariwisata telah menyampaikan pendapat mengenai definisi pariwisata dari berbagai sudut pandang, akan tetapi semuanya memiliki makna yang sama. Secara etimologi, pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yakni kata “*pari*” yang berarti “*banyak*” atau “*berkeliling*” dan kata “*wisata*” yang memiliki arti “*pergi*” atau “*bepergian*”, sehingga pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain (Suwena dan Widyatmaja, 2017). Adapun pengertian pariwisata berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai suatu kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan rekreasi.

Menurut Saragih dkk. (2021), pariwisata memiliki beberapa aspek seperti dengan manusia, tempat/ruang, dan waktu. Manusia merupakan orang ataupun sekelompok orang yang melakukan perjalanan dan yang menyediakan layanan kebutuhan perjalanan wisata. Tempat atau ruang adalah daerah tujuan wisata, lokasi objek atau daya tarik wisata yang dikunjungi sedangkan waktu adalah waktu luang

atau hari libur yang tersedia dan digunakan selama melakukan kegiatan wisata. Berdasarkan UU Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2023 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, pariwisata memiliki arti berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan kepariwisataan, termasuk dengan pengembangan obyek dan daya Tarik wisata, serta usaha-usaha lain yang berkaitan dengan bidang pariwisata. Beberapa penjelasan pariwisata menurut para ahli pariwisata antara lain:

- a. Prayogo (2018), secara sederhana pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari suatu tempat ke tempat lain dengan rencana jangka waktu tertentu dengan tujuan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi.
- b. Yoeti (1996), memaparkan bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.
- c. Anden (2021), menjelaskan bahwa pariwisata merupakan salah satu bentuk industri pariwisata yang belakangan ini menjadi tujuan sebagian besar masyarakat. Pariwisata memberikan kenikmatan suguhan segala sesuatu yang dapat dirasakan seperti berupa keindahan segala sesuatu yang dibuat oleh alam ataupun manusia.
- d. Hall, M., & Williams (2020), menjelaskan bahwa pariwisata adalah gabungan dari aktivitas, layanan, dan industri yang memberikan pengalaman perjalanan; transportasi, akomodasi, tempat makan dan minum, toko, hiburan, fasilitas aktivitas, dan layanan perhotelan lainnya yang tersedia untuk individu atau kelompok yang bepergian jauh dari rumah. Mencakup semua penyedia layanan pengunjung dan terkait pengunjung.
- e. Meyers dalam Lillah (2020), menyatakan bahwa pariwisata merupakan sebuah fenomena dan hubungan yang terjadi dari perjalanan dan tidak menetap sebagai

penduduk wilayah tersebut, tidak memiliki niat untuk tinggal, dan tidak berhubungan dengan kegiatan mencari nafkah.

- f. Ri'aeni (2015), menjelaskan bahwa pariwisata ialah suatu aktivitas perjalanan yang tidak dilakukan secara permanen dan bukan dengan tujuan mencari uang di tempat yang didatangi, tetapi hanya untuk menikmati perjalanan tersebut dalam rangka rekreasi atau memenuhi keinginan.
- g. Hidayah (2019), menjelaskan bahwa pariwisata merupakan suatu perjalanan dari tempat tinggal asli menuju suatu tempat tertentu dengan tujuan untuk mendapatkan pengalaman dalam waktu yang sementara diluar aktivitas sehari-hari

Dari berbagai definisi pariwisata yang dipaparkan oleh para ahli maka diperoleh kesimpulan bahwa pariwisata merupakan segala kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan dengan tujuan rekreasi, mencari hiburan dan suasana baru yang dilakukan di suatu tempat tertentu sesuai keinginan dan diluar lingkungan daerah tempat tinggal namun hanya sementara waktu, dan orang yang melakukan wisata menjadi konsumen dan tidak bertujuan mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya.

2.1.1 Jenis- jenis pariwisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan dengan tujuan memuaskan keinginan keinginan di waktu senggang. Dalam upaya pengembangan pariwisata, perlu membedakan antara jenis pariwisata yang satu dengan pariwisata lainnya sehingga jenis pariwisata tersebut dapat dikembangkan sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017) jenis-jenis pariwisata wisata terbagi atas beberapa kategori sebagai berikut:

- a. Menurut letak geografis
 - 1) Pariwisata lokal (*local Tourism*) merupakan jenis pariwisata yang terbatas pada ruang lingkup yang kecil dan pada daerah tertentu saja. Misalnya kepariwisataan Pulau Seribu.
 - 2) Pariwisata regional (*regional Tourism*) ialah pariwisata yang dikembangkan pada suatu daerah tertentu serta mencakup lingkungan internasional seperti kepariwisataan Bali.

- 3) Kepariwisata nasional (*national tourism*) salah satu jenis pariwisata yang dikembangkan pada suatu negara dan tidak hanya terdapat wisatawan lokal tetapi wisatawan internasional yang menetap di negara tersebut.
 - 4) Pariwisata regional-nasional (*regional-international tourism*) merupakan aktivitas pariwisata yang berkembang di suatu wilayah internasional dan mencakup dari beberapa negara di wilayah tersebut, misalnya kepariwisataan ASEAN.
 - 5) Pariwisata internasional (*international tourism*) ialah aktivitas pariwisata yang dikembangkan dan terdapat di beberapa negara di dunia. Pariwisata internasional melibatkan pertukaran budaya, ekonomi, dan sosial antar negara, serta berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi.
- b. Menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran
- 1) Pariwisata Aktif (*in bound tourism*) merupakan salah satu aktivitas pariwisata yang dapat diidentifikasi dengan masuknya wisatawan ke suatu negara tertentu. Kedatangan wisatawan ini meningkatkan pemasukan devisa negara yang dikunjungi dan berpotensi memperkuat neraca pembayaran pada negara tersebut.
 - 2) Pariwisata Pasif (*Out-going Tourism*) merupakan indikasi keluarnya wisatawan dari suatu negara ke negara lain yang menguntungkan daerah tujuan wisatanya dan bukan negara asal mereka.
- c. Menurut tujuan perjalanan
- 1) Pariwisata bisnis (*business tourism*) merupakan perjalanan wisata ini dilakukan dengan alasan tuntutan pekerjaan yang tidak memberikan kesempatan kepada pelaku wisata untuk memilih tujuan ataupun waktu perjalanan.
 - 2) Pariwisata rekreasi (*vactional tourism*) adalah jenis pariwisata ini dilakukan oleh wisatawan yang meninggalkan daerah asalnya untuk berlibur dan memenuhi keinginannya untuk melihat sesuatu yang baru, dan mendapatkan ketenangan di daerah tujuan wisata.
 - 3) Pariwisata pendidikan (*educational tourism*) merupakan salah satu jenis pariwisata yang memiliki tujuan untuk mempelajari ilmu pengetahuan seperti *studytour*.

d. Menurut saat waktu berkunjung

- 1) Pariwisata musiman (*seasonal tourism*) merupakan jenis pariwisata yang hanya terjadi pada waktu-waktu atau periode tertentu. Misalnya pariwisata saat musim panas (*summer tourism*).
- 2) Pariwisata berdasarkan kejadian (*Occasional tourism*) merupakan jenis pariwisata yang dilakukan dengan tujuan atau acara tertentu misalnya saat wisata saat Hari Nyepi di Bali.

e. Menurut pembagian objeknya

1) Pariwisata budaya (*Cultural tourism*)

Pariwisata ini merupakan jenis pariwisata yang dilakukan untuk mempelajari adat istiadat dan budaya pada daerah yang dikunjungi. Pariwisata budaya juga mencakup kegiatan menyaksikan festival kesenian, mengunjungi monumen bersejarah, dan lain-lain.

2) Pariwisata kesehatan (*Recuperational tourism*)

Pariwisata kesehatan dilakukan seseorang dengan tujuan sembuh dari penyakit tertentu dan sembuh secara jasmani dan rohani seperti mengunjungi sumber air panas.

3) Pariwisata komersial (*Commercial tourism*)

Pariwisata komersial merupakan jenis wisata dengan tujuan yang bersifat dagang dan menghasilkan *profit*.

4) Pariwisata olahraga (*Sport tourism*)

Seseorang yang melakukan perjalanan wisata dengan tujuan mengikuti kegiatan olahraga seperti *Sea Games*.

5) Pariwisata politik (*Political tourism*)

Pariwisata politik merupakan kunjungan seseorang ke suatu negara dengan tujuan aktif dalam kegiatan politik. Misalnya menghadiri konferensi politik di negara lain yang dilanjutkan dengan mengunjungi obyek wisata di tempat tersebut.

6) Pariwisata sosial (*Social tourism*)

Pariwisata sosial merupakan kegiatan wisata yang dilakukan dengan tujuan bukan mencari keuntungan atau *profit*. Contohnya mengajak siswa SD untuk berkunjung ke panti asuhan.

7) Pariwisata keagamaan (*Religious tourism*)

Jenis *Religious tourism* ini dikaitkan dengan kegiatan keagamaan karena wisatawan melakukan perjalanan ke tempat suci dengan tujuan mendapatkan pengalaman baru dan ketenteraman. Contohnya berkunjung ke makam Bung Karno.

8) Pariwisata bulan madu (*Honeymoon tourism*)

Pariwisata yang dilakukan oleh orang yang sedang berbulan madu. Biasanya ditandai dengan biro perjalanan selaku penyelenggara yang menyediakan fasilitas khusus seperti dekorasi penginapan sehingga meninggalkan kesan istimewa bagi wisatawan.

Sejalan dengan hal tersebut, Suryadana dan Octavia (2015) kemudian mengelompokkan pariwisata ke dalam 2 jenis berdasarkan karakteristik wisata yang meliputi wisata alam dan wisata sosial-budaya.

a. Wisata Alam

- 1) Wisata Pantai (*Marine Tourism*) merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
- 2) Wisata Etnik (*Ethic Tourism*) merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik. Berkaitan dengan kunjungan ke wilayah yang kaya dengan warisan budaya.
- 3) Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*) merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup Binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terapat di tempat-tempat lain.
- 4) Wisata Buru merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
- 5) Wisata Agro merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.

- b. Wisata Sosial-Budaya yang terdiri atas peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, Gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat bersejarah lainnya seperti tempat pertempuran (*battle field*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara. Selain itu, museum dan fasilitas budaya lainnya merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat di kembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

Pariwisata masih bisa terus bertambah, tergantung dengan kondisi dan situasi perkembangan pariwisata pada suatu daerah. Hal ini berkaitan dengan kreativitas para ahli yang berkecimpung dalam dunia pariwisata. Semakin kreatif dan banyak gagasan yang dimiliki, maka semakin bertambah pula bentuk dan jenis wisata yang diciptakan bagi kemajuan bidang pariwisata.

2.1.2 Konsep pariwisata

Kegiatan wisata merupakan aktivitas wisatawan yang dilakukan secara dinamis untuk menumbuhkan berbagai kebutuhan wisata. Pelaku usaha memiliki peran untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Industri pariwisata merupakan suatu kesatuan dari berbagai jenis perusahaan yang bekerja sama menawarkan barang ataupun jasa kepada wisatawan selama melakukan kegiatan wisata dari awal hingga selesai. Adapun produk industri pariwisata adalah suatu pelayanan yang menyeluruh dan dinikmati oleh wisatawan setelah meninggalkan tempat tinggalnya. Produk industri pariwisata terdiri dari berbagai elemen yang ditawarkan oleh pelaku usaha, antara lain

- a. Wisatawan
- b. Atraksi wisata
- c. Fasilitas di lokasi tujuan rekreasi
- d. Keterjangkauan menuju wilayah tujuan rekreasi

Serangkaian jasa dari industri pariwisata tersebut saling melengkapi dan memunculkan kebutuhan paket wisata. Paket wisata merupakan panduan lawatan

rekreasi yang disusun secara tetap atau pasti dengan biaya tertentu, termasuk biaya untuk menginap, angkutan, katering dan sebagainya.

Adapun menurut Budiani dkk. (2018); Helpiastuti (2018) pariwisata dapat terpenuhi apabila memenuhi tiga prinsip yaitu *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. *Something to see* dapat dipenuhi dari sumber daya yang dihasilkan, *something to do* dan *something to buy* berasal dari sumber daya yang diciptakan dan didukung.

- a. *Something to see*, berkaitan dengan atraksi di daerah tujuan wisata. *Something to see* dalam objek wisata harus memiliki sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain objek tersebut harus memiliki daya tarik khusus yang mampu untuk menarik perhatian dari wisatawan yang datang ke tempat tersebut.
- b. *Something to do* berkaitan dengan aktivitas wisatawan yang ada di daerah wisata. *Something to do* memiliki arti kegiatan yang memungkinkan dilakukan wisatawan ketika melakukan kegiatan wisata untuk memberikan perasaan senang, bahagia, dan *relax*. Hal ini berhubungan dengan fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah tinggal di sana.
- c. *Something to buy* berkaitan dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan. Fasilitas untuk wisatawan berbelanja pada umumnya merupakan ciri khas atau ikon dari daerah tersebut sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

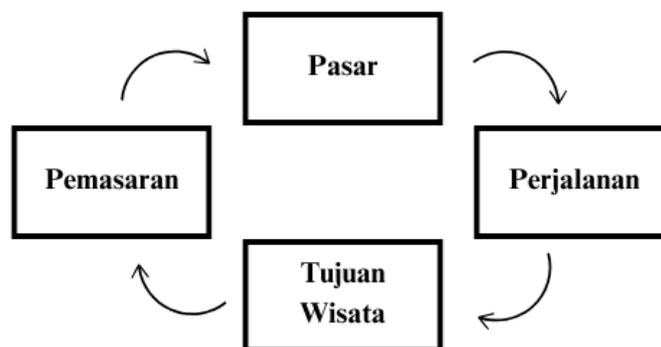
Ketiga komponen tersebut pariwisata kreatif berhubungan dengan *something to see* dan *something to do* dengan menciptakan atraksi dan aktivitas wisatawan yang kreatif dan inovatif. Sedangkan *something to buy* berkaitan dengan pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak ekonomi wisata.

2.2 Sistem Kepariwisata

Kepariwisata (*tourism*) merupakan konsep yang kompleks serta membutuhkan keterlibatan elemen ataupun usaha lain seperti pertanian, pertambangan, konstruksi, perdagangan, jasa, dan lainnya. Duadji dan Tresiana (2018) menyatakan bahwa kepariwisataan terikat dengan organisasi, hubungan kelembagaan ataupun individu,

kebutuhan layanan, penyedia kebutuhan layanan, dan sebagainya. Selain itu, keterlibatan antara komponen lain seperti spasial, sosial budaya, ataupun ekonomi merupakan hal yang penting. Pariwisata bisa berjalan dengan semestinya apabila semua komponen ataupun elemen yang terlibat saling memengaruhi dan menjalankan fungsi tertentu. Kaitan ataupun hubungan yang terjadi itu disebut dengan sistem kepariwisataan. Sistem kepariwisataan merupakan suatu pendekatan untuk mengidentifikasi komponen lain yang terikat dengan kepariwisataan.

Nurhidayati (2009) menggambarkan Teori Mill Morison sebagai sistem pariwisata yang memiliki empat komponen utama yaitu pasar (*market*), perjalanan, (*travel*), pemasaran (*marketing*), dan tujuan wisata (*destination*) yang di mana komponen tersebut saling terikat dan berinteraksi satu sama lain seperti pada Gambar 1



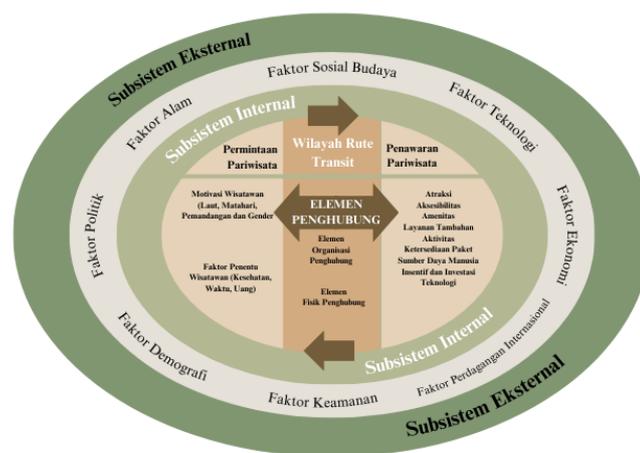
Gambar 1 Sistem pariwisata Mill Morison
Sumber: Mill dan Morison (1985)

Sementara itu, Mulyana (2021) menjelaskan bahwa Teori Sistem Pariwisata Leiper merupakan sistem pariwisata yang menyangkut sebuah negara asal dan tujuan wisata dari wisatawan. Pada Gambar 2 terlihat lima elemen pokok *traveler-generating region*, *departing traveler*, *transit route region*, *tourist destination region*, dan *returning traveler*. Kelima elemen tersebut menyangkut 3 hal utama yaitu elemen wisatawan, elemen geografis, dan elemen industri pariwisata.

Elemen wisatawan merupakan inti dari sistem pariwisata. Pariwisata menyangkut sebuah pengalaman menyenangkan dan menjadi bagian terpenting dari wisatawan atau pelakunya. Elemen geografis menyangkut *traveler-generating region*, *tourist destination region*, dan *transit route region*. *Traveler-generating region* merupakan asal dan pasar pariwisata yang merupakan tempat wisatawan

mencari informasi mengenai tujuan wisatanya, melakukan transaksi, dan melakukan perjalanan wisata. *Tourist destination region* merupakan tujuan perjalanan wisata yang memiliki keunikan tersendiri. Hal tersebut menjadi energi utama dari sistem pariwisata yang menjadi daya tarik wisatawan untuk melakukan kunjungan. *Transit route region* merupakan konsep perjalanan wisata di mana wisatawan belum sampai ke daerah kunjungan pilihannya.

Adapun Wiweka dan Arcana (2019) menggambarkan sistem pariwisata sebagai sistem yang terdiri atas sub sistem eksternal dan internal seperti pada Gambar 2. Sub sistem eksternal merupakan elemen-elemen yang secara tidak langsung mempengaruhi sektor pariwisata. Elemen tersebut diantaranya faktor perdagangan internasional, faktor keselamatan dan keamanan, faktor alam atau iklim, faktor sosial budaya, faktor teknologi, dan faktor demografi. Elemen ini dikategorikan sebagai faktor pendukung. Meskipun demikian, elemen ini harus mendapat perhatian karena memiliki peran krusial dalam pariwisata. Sementara itu, sub sistem internal merupakan elemen yang mempengaruhi pariwisata secara langsung. Elemen ini meliputi permintaan pariwisata sebagai penggerak dan penawaran pariwisata sebagai destinasi tujuan yang dihubungkan oleh elemen penghubung. Permintaan pariwisata ini meliputi motivasi wisatawan dan faktor penentu wisatawan (kesehatan, waktu, uang), sedangkan penawaran pariwisata terdiri dari atraksi, aksesibilitas, amenitas, layanan tambahan, ketersediaan paket, sumber daya manusia, insentif dan investasi teknologi.



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

a. Sub sistem Eksternal Pariwisata

Sub sistem eksternal dalam Wiweka dan Arcana (2019) merujuk pada faktor-faktor yang diluar kendali langsung industri pariwisata, namun memiliki dampak signifikan terhadap perkembangannya. Faktor ini mencakup faktor alam, sosial-budaya, teknologi, ekonomi, perdagangan internasional, keamanan, demografi, dan politik. Faktor-faktor ini membentuk suatu lingkungan makro sebagai tempat pariwisata beroperasi dan mempengaruhi permintaan pariwisata, pola perjalanan, dan pengembangan destinasi.

1) Faktor Alam atau Iklim (*Climate Factor*)

Faktor alam merupakan salah satu elemen paling mendasar dalam pariwisata. Keindahan alam, keanekaragaman hayati, dan fitur geografis unik seperti pantai, gunung, atau hutan tropis sering menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Perubahan iklim dan fenomena alam seperti bencana dapat secara drastis mempengaruhi aktivitas dan aksesibilitas destinasi wisata. Misalnya, kenaikan permukaan air laut dapat mengancam destinasi pantai, sementara musim salju yang lebih pendek berdampak pada *resort ski*. Tetelepta (2024) juga menjelaskan bahwa dalam dunia pariwisata aspek geografis berupa lokasi, topografi dan iklim memengaruhi daya tarik dan pengembangan destinasi wisata. Pegunungan, pantai berpasir putih, hingga keragaman flora dan fauna memberikan karakter khas pada setiap destinasi. Aspek-aspek tersebut juga menjadi penentu dalam jenis aktivitas dan pengalaman yang ditawarkan, serta memengaruhi aksesibilitas, infrastruktur, dan keberlanjutan pariwisata.

2) Faktor Sosial-Budaya (*Sosio-Cultural Factors*)

Faktor sosial budaya memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman wisata dan mempengaruhi interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal. Destinasi pariwisata dapat dikembangkan dari keberadaan kebudayaan lokal (Widari, 2022). Warisan budaya, festival tradisional, kuliner lokal, dan gaya hidup unik sering menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari pengalaman otentik. Namun, pariwisata juga dapat mempengaruhi struktur sosial dan budaya masyarakat setempat, terkadang mengarah pada modifikasi budaya atau perubahan nilai-nilai tradisional.

3) Faktor Teknologi (*Technology Factors*)

Teknologi telah merevolusi cara orang merencanakan, memesan, dan mengalami perjalanan. Perkembangan dalam teknologi informasi dan komunikasi, seperti platform pemesanan *online*, aplikasi perjalanan, dan media sosial, telah mengubah perilaku konsumen dan strategi pemasaran dalam industri pariwisata. Teknologi juga memungkinkan pengembangan atraksi wisata baru, seperti realitas virtual atau *augmented reality*, yang dapat meningkatkan pengalaman wisatawan

4) Faktor Ekonomi (*Economic Factors*)

Faktor ekonomi sangat penting dalam pariwisata. Kondisi ekonomi global dan nasional secara langsung mempengaruhi kemampuan dan kecenderungan orang untuk bepergian. Saat ekonomi tumbuh dengan baik, pendapatan yang bisa dibelanjakan biasanya meningkat, mendorong lebih banyak pengeluaran untuk perjalanan dan liburan. Sebaliknya, selama resesi atau perlambatan ekonomi, pariwisata sering menjadi salah satu sektor pertama yang terdampak karena orang cenderung mengurangi pengeluaran yang tidak mendesak. Fluktuasi nilai tukar mata uang juga mempengaruhi pilihan destinasi wisatawan, di mana nilai mata uang yang lebih rendah sering membuat suatu negara menjadi lebih menarik bagi wisatawan internasional. Eddyono (2021), memaparkan bahwa kontribusi pariwisata terhadap daerah dapat dilihat dari nilai Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kontribusi tersebut didapatkan dari sektor akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, transportasi, rekreasi, budaya dan olahraga serta sektor lain yang berkaitan dengan pengeluaran wisatawan dalam industri.

5) Faktor Perdagangan Internasional (*International Trade Factors*)

Faktor perdagangan internasional memiliki dampak langsung pada kemampuan orang untuk bepergian dan pada daya saing destinasi wisata. Pertumbuhan ekonomi global umumnya berkorelasi positif dengan peningkatan perjalanan internasional. Fluktuasi nilai tukar mata uang dapat mempengaruhi pilihan destinasi wisatawan, sementara perjanjian perdagangan internasional dapat memfasilitasi atau membatasi pergerakan wisatawan antar negara

6) Faktor Keselamatan dan Keamanan (*Safety and Security Factor*)

Keamanan merupakan faktor kritis dalam pariwisata. Persepsi tentang keamanan suatu destinasi dapat secara drastis mempengaruhi arus wisatawan. Terorisme, konflik politik, atau tingkat kejahatan yang tinggi dapat menghambat perkembangan pariwisata di suatu daerah. Sebaliknya, destinasi yang dianggap aman cenderung menarik lebih banyak wisatawan dan investasi dalam industri pariwisata.

7) Faktor Demografi (*Demographic Factors*)

Faktor demografi dan kependudukan juga mempengaruhi tren pariwisata. Perubahan struktur usia populasi, misalnya penuaan populasi di banyak negara maju, telah menciptakan segmen pasar baru seperti wisata kesehatan dan *wellness*. Urbanisasi yang cepat di banyak negara berkembang juga telah menciptakan permintaan baru untuk wisata alam dan ekowisata sebagai pelarian dari kehidupan kota yang sibuk.

8) Faktor Politik (*Political Factors*)

Faktor politik, sementara itu, memiliki pengaruh yang sama pentingnya terhadap pariwisata. Stabilitas politik suatu negara atau region sangat penting dalam menarik wisatawan dan investasi pariwisata. Negara-negara yang dianggap stabil secara politik cenderung menjadi destinasi wisata yang lebih menarik. Sebaliknya, ketidakstabilan politik, konflik, atau ancaman keamanan dapat secara drastis mengurangi arus wisatawan dan investasi pariwisata.

b. Sub sistem Internal Pariwisata

Sub sistem internal pariwisata, yang terdiri dari permintaan pariwisata, elemen penghubung, dan penawaran pariwisata, membentuk inti dari dinamika industri pariwisata dan memiliki pengaruh yang mendalam terhadap perkembangan dan keberlanjutan sektor ini.

1) Permintaan Pariwisata (*Tourism Demand*)

Permintaan pariwisata merupakan komponen kunci yang mendorong seluruh sistem pariwisata. Ini mencakup keinginan dan kemampuan wisatawan untuk melakukan perjalanan, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti motivasi pribadi, pendapatan yang dapat dibelanjakan, waktu luang, dan preferensi

destinasi. Para ahli menemukan bahwa faktor yang melatarbelakangi wisatawan untuk melakukan perjalanan dikenal dengan 6S's, yaitu *sea, sun, sand, scenery, sex, dan snow*. Pemahaman yang mendalam tentang permintaan pariwisata memungkinkan destinasi dan penyedia layanan untuk mengembangkan produk dan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan.

Wiweka dan Arcana (2019) juga mengemukakan bahwa permintaan pariwisata berkaitan dengan wisatawan yang berkunjung. Secara etimologi, istilah "wisatawan" berasal dari kata "wisata" dari bahasa sanskerta yang berarti "perjalanan" atau dapat disamakan dengan kata "tourist" dalam bahasa Inggris. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, wisatawan merupakan orang yang berwisata, pelancong, dan/atau turis. Menurut Suryadana (2013), wisatawan merupakan orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, berobat, berbisnis, berolahraga serta menuntut ilmu dan mengunjungi tempat-tempat yang indah atau sebuah negara tertentu. Sedangkan menurut Michael Hall dan Williams (2020) seseorang disebut wisatawan apabila individu tersebut secara sukarela meninggalkan lingkungan normalnya, tempat mereka tinggal dengan tujuan mengunjungi lingkungan lain. Adapun Bafadhal (2021) secara rinci menjelaskan bahwa syarat seseorang dapat disebut sebagai wisatawan yaitu:

- a) Orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan menyenangkan keluarga, untuk urusan keluarga atau kesehatan;
- b) Orang yang melakukan perjalanan untuk meeting atau sebagai perwakilan dalam berbagai bidang seperti keilmuan, keagamaan, diplomasi, administrasi dan lain sebagainya
- c) Orang yang melakukan perjalanan untuk urusan bisnis.
- d) Seseorang penumpang kapal pesiar dan menetap kurang dari 24 jam.

Dari berbagai pendapat para ahli dan organisasi mengenai wisatawan dapat disimpulkan beberapa indikator dalam definisi wisatawan adalah kedatangan, menginap semalam, lama tinggal, pengeluaran, dan kecenderungan untuk bepergian. Oleh karena itu, dapat ditarik sebuah kesimpulan mengenai pengertian istilah wisatawan yaitu seseorang yang

melakukan kegiatan wisata atau orang yang bepergian ke suatu tempat dengan tujuan untuk berwisata sekurang kurangnya 24 jam untuk melihat daerah lain, menikmati sesuatu, mempelajari sesuatu, menambah ilmu tentang obyek wisata tertentu, menambah pengalaman, ataupun sekedar melepas penat dan bersenang-senang. Tujuan wisatawan dapat berupa liburan, rekreasi, tujuan kerja, ingin mengenal kebudayaan suatu daerah, kepentingan edukasi dan sebagainya. Adapun Suwena dan Widyatmaja (2017) mengklasifikasikan wisatawan yang dibagi atas tujuh jenis wisatawan yaitu:

- a) *Drifter* merupakan wisatawan yang memiliki jiwa petualang dan eksploratif. Ciri khasnya memiliki kelompok dengan jumlah yang sedikit dengan tujuan wisata berupa daerah yang belum dikenal dan dipublikasikan.
 - b) *Explorer* ialah wisatawan yang mencari jalur perjalanan baru serta berinteraksi dan berbaur dengan masyarakat lokal di kunjungan wisata tersebut.
 - c) *Elite* merupakan kelompok wisatawan dengan jumlah kecil yang ingin mengunjungi wisata yang belum dikenal dengan perencanaan perjalanan yang telah diatur terlebih dahulu.
 - d) *Off beat* merupakan wisatawan yang mencari atraksi secara mandiri dan tidak tertarik dengan destinasi wisata yang terkenal.
 - e) *Unusual* merupakan wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata dengan rute resmi dan membuat rute tambahan yang melibatkan aktivitas yang berisiko, wisatawan ini siap untuk menerima fasilitas sederhana.
 - f) *Incipient mass* merupakan kelompok wisatawan yang melakukan perjalanan ke destinasi wisata yang autentik tetapi dengan fasilitas standar.
 - g) *Mass tourism* merupakan wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tempat wisata yang memiliki fasilitas yang sama dengan daerah asalnya.
 - h) *Turist charter* yaitu wisatawan yang mengunjungi tempat yang memiliki karakteristik wisata dengan daerah asal dengan tujuan bersenang-senang. Biasanya terdapat di daerah perkotaan dan memiliki standar internasional
- Suryadana (2013) juga mengklasifikasikan wisatawan berdasarkan sifat perjalanan dan ruang lingkup perjalanannya menjadi enam jenis yaitu

wisatawan domestik, wisatawan asing, wisatawan asing-domestik, wisatawan domestik asing, wisatawan transit, dan wisatawan bisnis.

- a) Wisatawan domestik (*Domestik tourist*) merupakan wisatawan dalam negeri yang melakukan perjalanan wisata di dalam negaranya sendiri.
- b) Wisatawan asing (*Foreign tourist*) merupakan wisatawan mancanegara atau orang asing yang melakukan perjalanan wisata di negara lain yang bukan negara asalnya.
- c) Wisatawan asing-domestik (*Foreign domestik tourist*) merupakan wisatawan asing yang menetap di suatu negara dan melakukan perjalanan wisata di negara tersebut.
- d) Wisatawan domestik asing (*Indigenous tourist*) merupakan warga negara di suatu negara tertentu yang bekerja di luar negeri dan saat pulang melakukan kegiatan wisata di negara asalnya.
- e) Wisatawan transit (*Transit tourist*) merupakan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata dan singgah di suatu negara dengan tujuan transit dan bukan kemauan sendiri. Waktu transit ini digunakan untuk melakukan perjalanan wisata singkat sebelum melanjutkan perjalanan ke daerah tujuan.
- f) Wisatawan bisnis (*Business tourist*) merupakan wisatawan bisnis yang melakukan perjalanan dengan maksud bisnis dan melakukan perjalanan wisata setelah kegiatan utamanya selesai.

Jika dilihat dari daerah asalnya, Bafadhal (2021) mengklasifikasikan wisatawan menjadi dua yaitu wisatawan nusantara dan mancanegara.

- a) Wisatawan nusantara atau domestik

Wisatawan nusantara merupakan pengunjung yang menetap setidaknya satu malam di penginapan kolektif atau swasta di tempat yang dikunjungi dalam negaranya sendiri. Wisatawan Nusantara melakukan perjalanan di wilayah teritori suatu negara dengan lama perjalanan kurang dari 6 bulan dan bukan bertujuan untuk memperoleh penghasilan ditempat yang dikunjungi serta bukan merupakan perjalanan rutin untuk mengunjungi obyek wisata komersial, dan atau menginap di akomodasi komersial dan

atau jarak perjalanan lebih besar atau sama dengan 100 (seratus) kilometer pulang pergi.

Adapun menurut Kemenparekraf (2023) wisatawan mancanegara mengisyaratkan 3 ruang lingkup yang harus dipenuhi yaitu *Duration*, *Coverage*, dan *Operator*. *Duration* atau waktu mensyaratkan ketentuan wisatawan nusantara keluar dari kota minimal 6 jam. *Coverage* mensyaratkan batasan wilayah perhitungan nusantara dilakukan antar wilayah kota/kabupaten. Sedangkan, *Operator* menyebutkan perhitungan kartu sim yang digunakan oleh wisatawan. Akan tetapi, ketiga ruang lingkup ini masih menjadi perdebatan dan memerlukan kajian lebih lanjut.

Sementara itu, pada awal pandemi UNWTO menyebutkan bahwa wisatawan nusantara lebih mempertimbangkan perjalanan dengan tujuan yang lebih dekat dari rumah sebagai bentuk adaptasi terhadap isu kesehatan pada pandemi silam. Sejalan dengan itu, data wisatawan BPS tahun 2023 menunjukkan bahwa perjalanan wisatawan nusantara berdasarkan asal dan tujuan berbanding lurus atau hampir sama.

Karakteristik wisatawan nusantara menurut Kemenparekraf (2023) menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan tidak menggunakan akomodasi selama melakukan perjalanan. Wisatawan yang memilih untuk menginap mayoritas memanfaatkan rumah keluarga/kerabat dibandingkan menggunakan fasilitas akomodasi di tujuan wisata.

b) Wisatawan mancanegara atau asing

Wisatawan mancanegara merupakan pengunjung yang mengunjungi negara lain dan menetap sekurang kurangnya satu malam di penginapan tempat negara yang dikunjunginya. Wisatawan mancanegara merupakan orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana orang tersebut tinggal. UNWTO mendefinisikan bahwa wisatawan mancanegara merupakan setiap individu yang melakukan perjalanan ke suatu negara di luar tempat tinggalnya, kurang dari satu tahun, didorong oleh suatu tujuan utama (bisnis, berlibur, atau tujuan pribadi lainnya), selain untuk bekerja dengan penduduk negara yang dikunjungi. Definisi ini mencakup dua

kategori wisatawan mancanegara yaitu wisatawan dan pelancong. Wisatawan merupakan pengunjung yang tinggal paling sedikit 24 jam dan tidak lebih dari 12 bulan ditempat yang dikunjungi dengan maksud kunjungan yaitu, personal dan bisnis profesional. Sementara pelancong adalah setiap pengunjung yang tinggal kurang dari 24 jam dan tidak menginap di akomodasi yang tersedia di wilayah tersebut.

Tourism Satellite Account (TSA) mengukur kontribusi nilai pariwisata dalam perekonomian suatu wilayah. Agregat makro ekonomi yang dihasilkan TSA diantaranya *Tourism Industry* (GVATI), *Tourism Direct Gross Value added* (TDGVA), dan *Tourism Direct Gross Domestic Product* (TDGDP). Pengeluaran wisatawan adalah jumlah yang dibayarkan untuk memperoleh barang dan jasa yang dikonsumsi, termasuk barang berharga yang digunakan sendiri atau diberikan, untuk persiapan dan selama perjalanan pariwisata. Pengeluaran ini termasuk yang dikeluarkan oleh wisatawan sendiri serta pengeluaran yang dibayar atau diganti orang lain. Pengeluaran wisatawan tidak termasuk jenis pembayaran lain yang mungkin dilakukan wisatawan yang tidak sesuai dengan perolehan barang atau jasa seperti pembayaran pajak, bunga, pembelian aset keuangan dan non keuangan, dll. Pengeluaran pariwisata internal merupakan pengeluaran untuk barang dan jasa yang dikonsumsi oleh wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Pada pandemi silam, total pengeluaran pariwisata internal mengalami penurunan sebesar Rp.743,07 triliun. Selanjutnya, terjadi pemulihan pada tahun 2021 sebesar 12,45 persen dan tahun 2022 mengalami peningkatan sebesar 87,09 persen. Pengeluaran pariwisata domestik selalu melampaui pengeluaran pariwisata mancanegara. Tiga produk yang paling diminati wisatawan sepanjang tahun 2022 yaitu Penyediaan Makan dan Minum, Jasa Angkutan Udara untuk Penumpang, dan Penyediaan Akomodasi (TSA Indonesia, 2024).

2) Elemen Penghubung (*Intermediaries*)

Elemen penghubung dalam sub sistem internal pariwisata berperan sebagai jembatan antara permintaan dan penawaran. Ini mencakup berbagai perantara dan fasilitator seperti agen perjalanan, operator tur, sistem reservasi online,

dan platform pemasaran digital. Elemen penghubung ini memainkan peran penting dalam menyampaikan informasi tentang destinasi dan produk wisata kepada calon wisatawan, memfasilitasi pemesanan dan transaksi, serta mengelola logistik perjalanan. Dengan perkembangan teknologi, peran elemen penghubung telah berevolusi secara signifikan, dengan platform digital dan aplikasi mobile menjadi semakin penting dalam menghubungkan wisatawan dengan penyedia layanan pariwisata. Akan tetapi, Seiring berjalannya waktu, elemen penghubung tidak lagi sebatas organisasi, melainkan sebagai wilayah transit, tempat wisatawan melakukan persinggahan sementara dari tempat asalnya sebelum mencapai daerah tujuan wisata mereka.

3) Penawaran Pariwisata (*Tourism Supply*)

Penawaran pariwisata merupakan komponen yang menyediakan produk dan layanan untuk memenuhi permintaan wisatawan. Ini mencakup berbagai elemen seperti atraksi wisata (baik alam maupun buatan manusia), akomodasi, transportasi, fasilitas pendukung, dan layanan wisata lainnya. Kualitas dan keragaman penawaran pariwisata sangat mempengaruhi daya tarik dan daya saing suatu destinasi. Pengembangan penawaran pariwisata yang berkelanjutan dan inovatif penting untuk memastikan kepuasan wisatawan dan mendorong kunjungan berulang. Lebih detail, Wiweka dan Arcana (2019) merumuskan penawaran pariwisata ke dalam 6A'sCIT yang meliputi *attractions, accessibilities, amenities, ancillary services, activities, available packages, community empowerment, investemtn/incentive*, dan *technology*.

Ashoer dkk. (2021) menjelaskan bahwa keberhasilan suatu produk bergantung pada tiga aspek utama yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenitas atau yang sering disebut dengan *Triple A*. Atraksi merujuk pada daya tarik utama yang mampu memikat pengunjung, baik itu keindahan alam, warisan budaya, atau kegiatan rekreasi. Aksesibilitas mencakup kemudahan dan kenyamanan dalam mencapai destinasi, seperti infrastruktur transportasi dan konektivitas. Sedangkan amenitas mengacu pada fasilitas pendukung yang meningkatkan kenyamanan pengunjung, seperti akomodasi, restoran, dan

layanan publik Semakin baik kualitas dan integrasi dari ketiga unsur tersebut, maka semakin kuat daya saing produk wisata dalam sistem kepariwisataan. Oleh karena itu, faktor terpenting dalam memperkuat penawaran pariwisata yaitu dengan menjaga kualitas produk wisatanya.

a) Atraksi

Atraksi merupakan inti dari kegiatan yang dimiliki oleh objek wisata yang berperan memberikan kesenangan dan kepuasan bagi wisatawan. UU Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2023 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan.

b) Aksesibilitas

Adapun aksesibilitas mencakup keseluruhan infrastruktur transportasi yang menghubungkan wisatawan dari, ke, dan selama berada di daerah tujuan wisata, baik melalui darat, laut, maupun udara. Aksesibilitas yang memadai akan mendukung perjalanan wisata, sehingga wisatawan dapat menjangkau tempat-tempat yang ingin dikunjungi.

c) Amenitas

Amenitas menjadi fasilitas pendukung yang dibutuhkan wisatawan selama kunjungan, mencakup akomodasi atau tempat penginapan, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, bank, dan-lain-lain. UU No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2023 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, penyediaan akomodasi dan jasa makanan minuman merupakan bagian dari usaha pariwisata yang mendukung kegiatan wisata.

Adapun UU No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang Usaha pariwisata berupaya untuk menyediakan berbagai layanan wisata bagi wisatawan yang pengelolaannya bersumber dari berbagai atraksi alam, budaya, petualangan, dan lainnya. Atraksi ini dikelola

dan dipromosikan untuk menarik wisatawan sebanyak mungkin. UU No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, definisi pariwisata dinyatakan sebagai

”Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata”.

Usaha pariwisata tersebut meliputi daya tarik wisata, kawasan pariwisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyedia akomodasi, penyelenggara kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan perempuan perjalanan insentif konferensi dan pameran, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata, jasa pramuwisata, wisata tirta, dan spa.

a) Usaha daya tarik wisata

Usaha daya tarik wisata merupakan kegiatan membangun dan mengelola objek daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan. Samiarta dan Mahagangga (2016) mengelompokkan usaha pariwisata ke dalam 3 jenis yang meliputi ODTW alam merupakan wisata yang berfokus pada keindahan alam, keasrian, kealamian sumber daya flora dan fauna, dan lingkungan yang tersedia di alam seperti pegunungan, danau, air terjun, pantai, gua, terumbu karang, pantai, sungai, dan lain lain; ODTW Budaya merupakan wisata yang memiliki nilai keaslian, kekhasan, keunikan, kelangkaan dari suatu seni, budaya, dan adat istiadat yang merupakan peninggalan hasil sejarah warisan dan budaya yang masih terjaga di masyarakat; ODTW buatan merupakan struktur yang dibuat oleh manusia dengan tujuan menarik minat pengunjung. Adapun ODTW buatan seperti bangunan bersejarah, taman hiburan, galeri seni, dan sebagainya

b) Usaha kawasan pariwisata

Usaha kawasan pariwisata. Dalam upaya mengembangkan destinasi pariwisata, menurut Wirawan dan Octaviany (2022), ada lima unsur yang harus dipenuhi antara lain atraksi, wisatawan, infrastruktur, transportasi, dan hospitaliti. Sementara itu, Sugiama (2014) mengungkapkan bahwa komponen penunjang wisata yang harus ada dalam destinasi wisata yaitu

Attraction, Amenities, Ancillary dan Accesibility. Sedangkan menurut Stange et al., (2015) komponen dalam pengembangan wisata terdiri atas *Attraction, Activity, dan Accesibility*. Sejalan dengan itu Chaerunissa dan Yuniningsih (2020) menjelaskan bahwa dalam aspek pengembangan wisata terdapat 6 komponen penunjang pengembangan wisata yaitu *Attraction, Accomodation, Amenities, Ancillary Service, dan Accesibility*.

c) Usaha jasa transportasi wisata

Usaha jasa transportasi wisata merupakan usaha yang menyediakan angkutan dalam pemenuhan kebutuhan kegiatan pariwisata yang bukan berupa transportasi reguler/umum. Kegiatan usaha pariwisata ini meliputi penyediaan sarana transportasi yang layak dan aman serta penyediaan tenaga pengemudi dan pembantu pengemudi.

d) Usaha jasa perjalanan wisata

Usaha jasa perjalanan wisata merupakan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan dan bertindak sebagai perantara dalam mengurus jasa dalam melakukan perjalanan. Layanan yang disediakan tidak hanya sebatas pemesanan tiket transportasi atau akomodasi, tetapi juga mencakup penyediaan paket wisata yang terintegrasi, pengurusan dokumen perjalanan seperti visa, hingga layanan pemandu wisata.

e) Usaha jasa makanan dan minuman

Usaha penyedia makanan dan minuman merupakan usaha dengan penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan, penyimpanan, dan penyajiannya. Usaha ini dapat digolongkan menjadi 5 jenis yaitu restoran, bar, kafe, jasa boga, dan usaha pusat penjualan makanan.

f) Usaha penyedia akomodasi

Usaha penyediaan akomodasi merupakan usaha yang mencakup penyediaan kamar, bangunan, lahan, fasilitas lain, serta pelayanan yang diperlukan oleh wisatawan. Standar penyediaan akomodasi meliputi penyediaan kamar tempat menginap, penyediaan tempat dan pelayanan makan dan minum, pelayanan pencucian pakaian, dan penyediaan fasilitas akomodasi lainnya seperti parkir dan fasilitas olahraga. Beberapa usaha

penyediaan akomodasi seperti hotel, pondok wisata, kondominium hotel, vila, bumi perkemahan, dan motel.

g) Usaha penyelenggara kegiatan hiburan dan rekreasi

Usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi menyediakan usaha berupa kegiatan seni pertunjukkan, arena permainan, karaoke, serta kegiatan hiburan lainnya yang bertujuan wisata selain wisata tirta dan spa. Usaha ini dapat dikelompokkan menjadi gelanggang rekreasi olahraga, gelanggang seni, wisata ekstrem, arena permainan, hiburan malam, usaha rumah pihak, usaha taman rekreasi, usaha karaoke, dan jasa promotor.

h) Usaha penyelenggaraan pertemuan perjalanan insentif konferensi dan pameran

Usaha penyelenggaraan pertemuan perjalanan insentif konferensi dan pameran berkaitan dengan wisata bisnis (*business tourism*). Usaha ini memiliki layanan utama yaitu memberikan jasa pelayanan terhadap suatu pertemuan yang berkaitan membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan suatu kelompok tertentu dan menyelenggarakan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya, serta menyelenggarakan pameran yang berskala nasional hingga internasional.

i) Usaha jasa informasi pariwisata

Usaha jasa informasi pariwisata adalah usaha yang menyediakan informasi, penyebaran serta pemanfaatan informasi di bidang kepariwisataan. Bisnis di bidang jasa informasi pariwisata saat ini merupakan usaha yang terus berkembang mengikuti teknologi dan internet. Kegiatan dalam usaha ini meliputi penyediaan informasi mengenai ODTW, sarana prasarana dan transportasi, penyebaran informasi mengenai usaha pariwisata melalui media cetak dan elektronik, dan pemberian informasi mengenai layanan pemesanan akomodasi ataupun transportasi.

j) Usaha jasa konsultan pariwisata

Usaha jasa konsultan pariwisata merupakan jasa berupa saran dan nasihat yang diberikan untuk menyelesaikan masalah-masalah yang timbul dalam kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh tenaga ahli profesional. Ruang

lingkup jasa konsultan pariwisata meliputi penyampaian pandangan, pemberian saran, studi kelayakan, perencanaan, pengawasan, manajemen dan penelitian bidang kepariwisataan. Selain itu usaha ini juga menyediakan konsultasi untuk pihak yang ingin mengembangkan, meningkatkan, atau mengelola ODTW, hotel, restoran, atau fasilitas pariwisata lainnya

k) Usaha jasa pramuwisata

Usaha jasa pramuwisata merupakan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, mengkoordinir tenaga pramuwisata untuk memberikan layanan bagi seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata. Pramuwisata atau *tour guide* memiliki tugas untuk membimbing dan memberikan penjelasan tentang objek daya tarik wisata dan membantu wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya.

l) Usaha wisata tirta

Usaha wisata tirta merupakan usaha penyelenggaraan wisata dan olahraga air dengan tujuan rekreasi termasuk penyediaan sarana dan prasarana yang dikelola secara komersial di perairan laut, pantai, sungai, dan danau.

m) Usaha spa

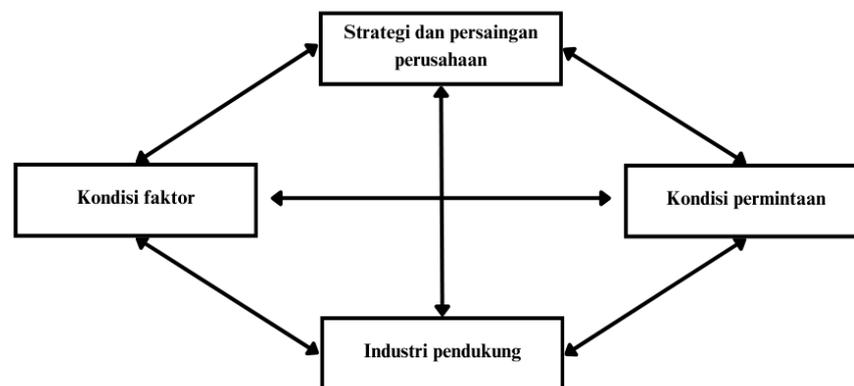
Usaha spa merupakan usaha perawatan yang mencakup pemberian layanan dengan metode kombinasi terapi air, terapi aroma, pijat, rempah-rempah, layanan makanan/minuman sehat, dan aktivitas fisik yang menyeimbangkan jiwa dan raga menggunakan tradisi khas di daerah wisata tersebut.

2.3 Daya Saing

Globalisasi menjadi fenomena yang tidak dapat dihindari di hampir seluruh negara di dunia. Pada era ini, daya saing menjadi tantangan dalam semua sektor, termasuk sektor pariwisata. Puspitasari dan Rahmawati (2022) menjelaskan bahwa daya saing merupakan suatu kemampuan negara untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan melalui kegiatan ekonominya dan untuk mempertahankan kualitas kehidupan bagi sumber daya manusia yang dimiliki. Salah satu kunci dalam meningkatkan daya saing adalah inovasi yang harus terus dilakukan. Kegiatan yang

memiliki kekuatan untuk cepat bertumbuh adalah pariwisata. Damanik dalam Nurbaeti dkk. (2015) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan industri yang harus menyediakan dan memasarkan produk berdaya saing agar dapat memenangkan persaingan di pasar global. Selain itu, pariwisata perlu melakukan pengukuran kemampuan untuk menghasilkan produk wisata unggul dan berdaya saing dan dipasarkan secara efektif agar dapat menyaingi sektor yang sama pada negara kompetitor.

Rustian dan Widiastuti (2020) menyimpulkan teori daya saing *Porter Diamond* bahwa suatu industri bisa unggul akibat kerja sama antara perusahaan yang saling terikat dan pengaruh dari 4 elemen yaitu kondisi faktor (*factors conditions*), kondisi permintaan (*demand conditions*), industri terkait dan pendukung (*related and supporting industries*), dan strategi dan persaingan perusahaan (*firm strategy, structure and rivalry*). Gambar 3 berikut merupakan model dari *Diamond Porter*.



Gambar 3 *Porter's Diamond*
Sumber: Porter (1990)

Dalam industri pariwisata, daya saing mencerminkan bagaimana industri tersebut dapat menarik wisatawan baik itu wisatawan lokal ataupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung. Daya saing dapat dicapai dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia serta dengan meningkatkan kemampuan manajemen pengelolaan pariwisata. Dengan demikian, peningkatan dari daya saing destinasi wisata dapat membuat objek daya tarik wisata itu lebih menarik dan meningkatkan kunjungan wisatawan (Damanik & Purba, 2020). Daya saing menjadi suatu perpaduan dari lembaga, kebijakan, dan berbagai faktor yang menjadi penentu dalam tingkat produktivitas suatu negara. Tingkat produktivitas ini menentukan

seberapa besar tingkat kemakmuran yang dicapai oleh perekonomian dalam suatu daerah dan memiliki pengaruh terhadap pengembalian investasi dalam perekonomian yang menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, negara yang memiliki daya saing yang tinggi cenderung mengalami pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat (*World Economic Forum*, 2016).

Berbagai jenis metode yang telah dipaparkan oleh berbagai ahli pariwisata. Nurbaeti dkk. (2015) mengembangkan model konseptual terhadap daya saing pariwisata yang menggunakan enam elemen persaingan. Unsur-unsur ini terdiri atas faktor kondisi, kondisi permintaan, hubungan dan industri pendukung, strategi Perusahaan, struktur, serta persaingan, peristiwa, dan pemerintah. Goorchurn dan Sugiyarta dalam Nurbaeti dkk. (2015), juga melakukan analisis daya saing pariwisata terhadap negara maju dengan meliputi delapan indikator yaitu harga, keterbukaan, teknologi, infrastruktur, sumber daya manusia, pembangunan sosial, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat.

Sementara itu, dalam memenuhi standar daya saing pariwisata internasional yang kompetitif, Kusumawardhani (2020) menggunakan analisis *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)* yang dikeluarkan oleh *World Economic Forum* untuk memeringkatkan negara yang memiliki daya saing pariwisata dengan kriteria yang jelas. TTCI berisi 14 pilar yang menjadi standar dan referensi perhitungan daya saing pariwisata. Pilar tersebut meliputi *business environment, safety and security, health and hygiene, human resource and labour market, ICT readiness, prioritization of travel and 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*. Indikator-indikator tersebut digunakan pada suatu wilayah untuk mengetahui tingkat daya saing pariwisata dan mengidentifikasi faktor yang menjadi titik lemah dari industri pariwisata yang dimilikinya.

Lain halnya dengan *World Travel and Tourism Council* (2001) yang diadaptasi oleh Trisnawati dkk (2007); Koranti (2019); Kamaruddin dkk (2019); Meidona dan Rozi (2021); Listiana (2021); Adji (2022); Yasti (2022); Sesa dkk (2022); dan Nabilah (2024); yang melihat daya saing pariwisata menggunakan pendekatan *competitiveness monitor* oleh *World Travel and Tourism Council*

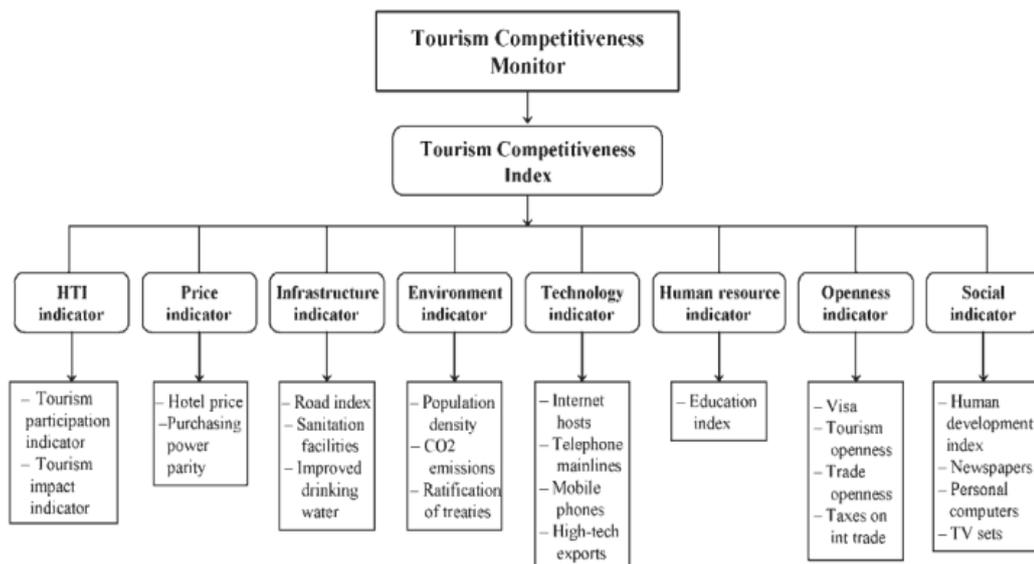
(WTTC). Pendekatan ini menggunakan delapan indikator hasil dari rumusan TTCI yaitu *Human Tourism Indicator (HTI)*; *Price Competitiveness Indicator (PCI)*; *Infrastructure Development Indicator (IDI)*; *Environment Indicator (EI)*; *Technology Advancement Indicator (TAI)*; *Human Resources Indicator (HRI)*; *Openess Indicator (OI)*; dan *Social Development Indicator (SDI)*.

2.4 Competitiveness Monitor

Segala jenis metode daya saing yang dikembangkan bertujuan agar pemerintah ataupun industri pariwisata mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yang memberikan pengaruh positif dalam pertumbuhan ekonomi (Listiana, 2021). Pengukuran daya saing dalam industri pariwisata telah menjadi topik penting yang menarik perhatian peneliti sejak beberapa dekade terakhir (Rozak dan Remmington, 1999; Go dan Gowers, 2000; Mihalic, 2000; Crouch, dan Richie, 1999; Dwyer et al, 2000). Para ahli menekankan bahwa pemahaman tentang daya saing merupakan faktor krusial bagi kesuksesan industri pariwisata. Namun, konsep daya saing ini ternyata sangat kompleks dan sulit diukur, karena melibatkan berbagai elemen yang bisa diamati maupun tidak. Upaya untuk mengukur daya saing pariwisata telah dilakukan dengan berbagai pendekatan. Kozak dan Remington (1999); Haahti dan Yavas (1983) menggunakan metode survei untuk mengukur daya saing berdasarkan persepsi dan pendapat wisatawan. Indikator yang digunakan meliputi kualitas pantai, keramahan masyarakat, dan fasilitas belanja. Meski demikian, indikator-indikator ini cenderung bersifat subjektif dan sulit diukur secara akurat. Di sisi lain, Dwyer (2000), mengambil pendekatan yang berbeda dengan membandingkan 19 destinasi wisata menggunakan data publikasi dari masing-masing destinasi. Dengan memahami perkembangan dan kompleksitas pengukuran daya saing pariwisata, stakeholders dapat mengembangkan pendekatan yang lebih efektif dalam meningkatkan keunggulan kompetitif destinasi wisata, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Pada tahun 2001, WTTC memperkenalkan metode *Competitiveness Monitor (CM)* sebagai alat analisis untuk menghitung daya saing pariwisata suatu negara. Metode ini diperoleh berdasarkan penelitian daya saing yang telah diteliti pada tahun sebelumnya, dengan mengadaptasi indikator utama dari beberapa

model dan laporan global yang terkenal. Konsep dasarnya dipengaruhi oleh *Porter Diamond*, *Global Competitiveness Report* dari WEF, dan *Growth Competitiveness Indeks* oleh Sachs dan McArthur. Pada tahun 2002, WTTC bekerja sama dengan *Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute (TTRI)* dari *University of Nottingham* untuk terus mengembangkan metode CM ini. Pengembangan tersebut didukung oleh berbagai organisasi pariwisata dan ekonomi global, termasuk *Bank Global Competitiveness*, *UK Regional Competitiveness Indicators*, dan *IMD World Competitiveness Yearbook*. Semua organisasi ini berperan dalam memperbaiki dan menyempurnakan metodologi CM untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai daya saing sektor pariwisata. Adapun hasil rumusan CM pada Gambar 4 yang didapatkan terdiri atas 8 indikator sebagai alat ukur daya saing, indikator tersebut terdiri atas *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)*.



Gambar 4 Indikator *Competitiveness Monitor*

Sumber: Gooroochurn (2005)

Penelitian menggunakan metode CM terus dilakukan di berbagai wilayah di dunia, termasuk Indonesia. Variabel yang digunakan pada setiap indikator terus diadaptasi berdasarkan kondisi dari wilayah penelitian seperti pada Tabel 1.

- a. HTI indikator ini menunjukkan pencapaian perkembangan ekonomi daerah yang dilihat dari kunjungan wisatawan pada daerah tersebut. Pengukuran yang digunakan yaitu *Tourism Impact Index* (TTI) yakni rasio antara penerimaan pariwisata dengan GDP. Selain itu, Sesa dkk (2023) menyatakan bahwa nilai indikator ini didapatkan melalui rasio jumlah wisatawan dan penduduk. Sementara itu, Kapitarauw dkk (2022) menggunakan data frekuensi kunjungan dan durasi kunjungan untuk mendapatkan nilai HTI.
- b. PCI menggambarkan harga komoditi yang dikonsumsi oleh wisatawan selama melakukan perjalanan wisata seperti akomodasi, rental transportasi, dan sebagainya. Daya saing harga harus diukur dengan mengevaluasi harga produk dan layanan yang paling sering dikonsumsi (Navickas & Malakauskaite, 2009). Pengukuran yang digunakan yaitu *Purchasing Power Parity* (PPP) yang digambarkan sebagai nilai rata-rata tarif minimum hotel pada wilayah destinasi. Nabilah dkk (2024) mengemukakan bahwa nilai PCI yaitu menggunakan pengukuran *Purchasing Power Parity* (PPP) dengan proksi rata-rata tarif minimum hotel, jumlah wisatawan, dan rata-rata masa tinggal. Lain halnya dengan Sesa (2023) yang menghitung PCI berdasarkan harga pokok barang yang dibeli ketika wisatawan berkunjung, mencakup tarif hotel, biaya makanan, biaya transportasi, dan tiket masuk ODTW.
- c. IDI menunjukkan perkembangan infrastruktur di daerah tujuan wisata. Navickas dan Malakauskaite (2009) menyatakan bahwa tingkat dari pembangunan infrastruktur dapat dilihat dari indeks jalan, ketersediaan infrastruktur kebersihan, kualitas air konsumsi rumah tangga. Indeks jalan menunjukkan total jalan baik di suatu negara dibandingkan dengan jalan yang diharapkan sesuai dengan jumlah populasi dan kepadatan penduduk (World Bank, 2002). Meidona dan Rozi (2019) dan menjelaskan bahwa IDI dihitung berdasarkan kualitas dan ketersediaan infrastruktur seperti jalan, jembatan, dan fasilitas lainnya. Kualitas tersebut dapat dilihat dari total PAD yang dikeluarkan untuk perbaikan infrastruktur. Sementara itu, Listiana (2021) menggunakan rasio panjang jalan beraspal dan panjang jalan berkualitas baik.
- d. EI menunjukkan kualitas lingkungan dan kesadaran penduduk dalam memelihara lingkungannya (Trisnawati, 2007). Kualitas lingkungan menjadi

aset penting dalam sebuah destinasi, mengingat peningkatan jumlah wisatawan yang sadar akan lingkungan. Indikator lingkungan mencakup kepadatan penduduk dan emisi karbon dioksida (Goorchurn, 2005). Yasti dkk (2022) menghitung indikator EI menggunakan rasio jumlah penduduk dan luas wilayah serta indeks emisi CO² pada jalan utama. Indeks emisi CO² diperoleh dari informasi tingkat pencemaran udara pada jalan-jalan utama. Sementara itu, Permen LHK UU. No. 27 Tahun 2021 tentang Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH) mendefinisikan bahwa IKLH merupakan nilai yang menggambarkan kualitas lingkungan hidup yang merupakan nilai komposit dari indeks kualitas air, indeks kualitas udara, indeks kualitas lahan, dan indeks kualitas air laut. Indeks kualitas lahan dihitung berdasarkan kriteria daerah padat transportasi, kawasan industri, permukiman penduduk, serta kawasan perkantoran yang tidak terpengaruh langsung transportasi.

- e. TAI menunjukkan perkembangan infrastruktur dan teknologi modern yang ditunjukkan dengan adanya ekspor produk teknologi tinggi dan meluasnya penggunaan internet dan pengguna telepon pada suatu wilayah. Indeks ini menjadi indikator penting dalam mengukur tingkat kemajuan teknologi dan inovasi suatu negara atau daerah, yang pada gilirannya mencerminkan daya saing dan potensi pertumbuhan ekonomi. Menurut Adji dkk (2022) TAI dapat didapatkan melalui rasio penggunaan jaringan internet dan jumlah penduduk di suatu daerah. Pengukuran lain yang bisa dilakukan yaitu indeks ekspor produk-produk teknologi tinggi, komputer, produk farmasi, mesin-mesin industri dan elektronik.
- f. HRI kualitas SDM daerah tersebut yang dapat memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap wisatawan. Indeks ini menjadi parameter krusial dalam industri pariwisata karena kualitas layanan yang diberikan kepada wisatawan sangat bergantung pada kompetensi dan kapabilitas sumber daya manusia di destinasi wisata tersebut. Adji dkk (2022) menggunakan rasio jumlah penduduk buta huruf dan jumlah penduduk yang berpendidikan pada tingkat SD, SMP, SMA, Diploma, dan Sarjana untuk melihat kualitas SDM. Pendekatan ini mempertimbangkan berbagai tingkat pendidikan formal sebagai indikator kesiapan sumber daya manusia dalam industri pariwisata.

- g. OI menunjukkan tingkat keterbukaan destinasi wisata terhadap kunjungan wisatawan asing di daerah tujuan wisata. Indeks ini menjadi indikator penting dalam mengukur sejauh mana suatu destinasi wisata mampu menarik dan mengakomodasi wisatawan mancanegara, yang pada gilirannya mencerminkan potensi pendapatan dari sektor pariwisata internasional. Meidona dan Rozi (2019) menggunakan rasio jumlah wisatawan mancanegara dengan total PAD. Sedangkan, Koranti dkk (2019) menggunakan data jumlah wisatawan mancanegara yang menginap di hotel dan total wisatawan yang menginap.
- h. SDI menunjukkan kenyamanan dan keamanan wisatawan untuk berwisata di daerah destinasi. Adji dkk (2022) menjelaskan bahwa dalam menghitung SDI membutuhkan data rata-rata lama tinggal wisatawan, yang mencerminkan tingkat kepuasan dan rasa aman wisatawan selama berada di destinasi tersebut.

Seluruh indikator dalam *Competitiveness Monitor* saling terkait dalam sistem pariwisata untuk menilai daya saing destinasi. HTI dan OI mengukur jumlah wisatawan yang dipengaruhi oleh PCI dan IDI melalui harga dan infrastruktur. TAI mendukung akses informasi, sedangkan HRI menunjukkan kualitas tenaga kerja lokal. EI menjaga kelestarian lingkungan yang mendukung daya tarik wisata, dan SDI mencerminkan dampak sosial pariwisata pada masyarakat. Keseluruhan indikator ini bekerja bersama dalam sistem pariwisata, menentukan daya saing destinasi secara menyeluruh

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah kegiatan membandingkan penelitian yang sedang dikerjakan dengan penelitian yang telah dilakukan. Tujuannya untuk melihat persamaan dan perbedaan yang terdapat pada penelitian sebelumnya, sehingga penulis dapat melihat kekurangan dan kelebihan yang ada pada penelitian yang penulis kerjakan. Adapun secara rinci mengenai penelitian terdahulu yang telah dikaji oleh penulis dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1 Perbandingan variabel analisis daya saing pariwisata *Competitiveness Monitor* pada beberapa penelitian

Indikator	Variabel yang digunakan dalam perhitungan indeks daya saing pariwisata							
	Nama Peneliti (Tahun)							
	Trisnawati dkk (2008)	Putri (2014)	Meidona dan Rozi (2018)	Koranti dkk. (2019)	Listiana (2021)	Kapitarauw dkk (2022)	Sesa dkk (2023)	Penulis (2024)
HTI	Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk	Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk	Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk	Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk	Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk	Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk	Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk	Rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk
PCI	Persentase jumlah wisatawan mancanegara, rata-rata tarif hotel, dan rata-rata lama tinggal	Persentase jumlah wisatawan mancanegara, rata-rata tarif hotel, dan rata-rata lama tinggal	-	Persentase jumlah wisatawan mancanegara, rata-rata tarif hotel, dan rata-rata lama tinggal	Persentase jumlah wisatawan mancanegara, rata-rata tarif hotel, dan rata-rata lama tinggal	Persentase jumlah wisatawan mancanegara, rata-rata tarif hotel, dan rata-rata lama tinggal	Persentase jumlah wisatawan, rata-rata lama tinggal, dan rata-rata tarif hotel	Persentase jumlah wisatawan, rata-rata lama tinggal, dan rata-rata tarif hotel
IDI	Pendapatan per kapita masyarakat	Pendapatan per kapita	Persentase jumlah kualitas jalan baik dan jalan beraspal	Pendapatan per kapita	Rasio jalan beraspal dan jalan berkualitas baik	Rasio jalan beraspal dan jalan berkualitas baik	Rasio jumlah kualitas jalan baik dan jumlah jalan beraspal	Panjang jalan diharapkan dan total jalan
EI	Indeks kepadatan penduduk dan indeks emisi CO ²	Indeks kepadatan penduduk	Indeks emisi CO ² dan kepadatan penduduk	Indeks kepadatan penduduk dan emisi CO ²	Indeks kepadatan penduduk	Indeks kepadatan penduduk	Indeks kepadatan penduduk	Nilai Indeks Kualitas Lingkungan Hidup
TAI	Indeks penggunaan line telepon	Indeks penggunaan telepon	-	Indeks penggunaan line telepon dan indeks	Rasio pengguna internet dan	Rasio jumlah line telepon dan jumlah penduduk	Rasio pengguna line telepon dan	Rasio pengguna internet dan penduduk

Variabel yang digunakan dalam perhitungan indeks daya saing pariwisata								
Indikator	Nama Peneliti (Tahun)							
	Trisnawati dkk (2008)	Putri (2014)	Meidona dan Rozi (2018)	Koranti dkk. (2019)	Listiana (2021)	Kapitarauw dkk (2022)	Sesa dkk (2023)	Penulis (2024)
HRI	Indeks pendidikan (rasio penduduk bebas buta huruf dan memiliki ijazah SD, SMP, SMA, Diploma, sarjana	Indeks pendidikan (rasio penduduk bebas buta huruf dan memiliki ijazah SD, SMP, SMA, Diploma, sarjana	-	Indeks pendidikan (rasio penduduk bebas buta huruf dan memiliki ijazah SD, SMP, SMA, Diploma, sarjana	Indeks pendidikan (rasio penduduk bebas buta huruf dan memiliki ijazah SD, SMP, SMA, Diploma, sarjana	Rasio jumlah penduduk bebas buta huruf dan pendidikan penduduk SD, SMP, SMA	Rasio jumlah penduduk bebas buta huruf dan pendidikan berpendidikan	Rasio jumlah penduduk bebas buta huruf dan pendidikan berpendidikan
OI	Rasio wisatawan mancanegara dan total PAD	Rasio wisatawan mancanegara dan total PAD	Rasio wisatawan mancanegara dan total PAD	Rasio wisatawan mancanegara dan total PAD	Rasio wisatawan mancanegara dan total PAD	Rasio jumlah wisatawan mancanegara dan total PAD	Rasio wisatawan mancanegara dan total PAD	Rasio wisatawan mancanegara dan total PAD
SDI	Rata-rata lama tinggal wisatawan	Rata-rata lama tinggal wisatawan	-	Rata-rata lama tinggal wisatawan	Rata-rata lama tinggal turis di daerah destinasi	Rata-rata lama tinggal wisatawan	Rata-rata lama tinggal	Rata-rata lama tinggal

Tabel 2 Penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Kamaruddin, K., Sutanty, M., & Suharni, S. (2019)	Analisis Daya Saing Pariwisata Kecamatan Labuhan Badas Kabupaten Sumbawa	Deskriptif kuantitatif. Dengan analisis 8 indikator WTTC	Hasil dari penelitian menemukan adanya peningkatan daya saing pariwisata di Kecamatan Labuhan Badas.	Mengkaji daya saing menggunakan 8 indikator WTTC	Karakteristik pariwisata tidak dijabarkan
Listiana (2021)	Analisis Daya Saing Pariwisata Kabupaten Sintang	Deskriptif kuantitatif dan kualitatif	Enam dari delapan indikator daya saing pariwisata mengalami fluktuasi. Hanya faktor HRI yang menunjukkan peningkatan	Mengkaji daya saing menggunakan <i>Competitiveness Monitor</i>	Indikator TAI tidak dihitung.
Rini & Ma'ruf (2017)	Analisis Daya Saing Sektor Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta	Analisis shiftshare dan porter diamond	Tahun 2011-2016 sektor wisata mengalami pertumbuhan dan memiliki daya saing yang cukup baik. Faktor penentu daya saing suatu industri perhotelan dan restoran serta jumlah biro wisata.. Faktor strategi daerah yaitu anggaran dan aksesibilitas.	Mengkaji daya saing suatu wilayah	Metode yang digunakan
Patria, T., A. (2014)	Tinjauan Sistem dan Elemen Pariwisata di Kabupaten Badung, Baku, Melalui Sistem Pariwisata Leiper	Deskriptif kualitatif	Temuan model Leiper dianggap hanya berfokus pada sisi spasial tanpa mempertimbangkan unsur aksesibilitas, transportasi, dan legalitas. Sistem Leiper masih terlalu sederhana untuk	Mengkaji elemen sistem pariwisata dalam skala kabupaten.	Studi kasus dan model sistem pariwisata yang digunakan, selain itu penelitian ini tidak menghitung

Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			menggambarkan kompleksitas elemen-elemen kepariwisataan di Kabupaten Badung.		indeks daya saing pariwisata.
Nurhidayati, S., E. (2009)	Sistem Pariwisata di Agropolitan Batu	Deskriptif kualitatif	Persebaran atraksi wisata tidak merata dan sebagian besar atraksi dikelola oleh Pemerintah Kota Batu. Mayoritas ODTW telah memiliki fasilitas penunjang.	<ul style="list-style-type: none"> - Mengkaji elemen sistem pariwisata - Karakteristik topografi wilayah penelitian 	Model sistem pariwisata berbeda serta penelitian ini tidak menghitung indeks daya saing penelitian
Purbasari, N., & Manaf, A. (2016)	Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Ekowisata Desa Wisata Nglanggeran dan Wisata Pada Desa Wisata Pentingsari	Deskriptif analisis	Atraksi dan jenis wisatawan menjadi ciri khas kedua wisata. Atraksi pada Desa Nglanggeran berupa atraksi konservasi pendukung ekowisata, sehingga menarik wisatawan pencinta alam dan petualang. Sedangkan, di Desa Pentingsari, atraksi berbasis kearifan lokal yang menarik wisatawan dari kalangan pelajar untuk melakukan wisata edukasi.	Mengkaji elemen sistem pariwisata	Model sistem pariwisata yang digunakan dan studi kasus berbeda

Sumber: Analisis penulis, 2023

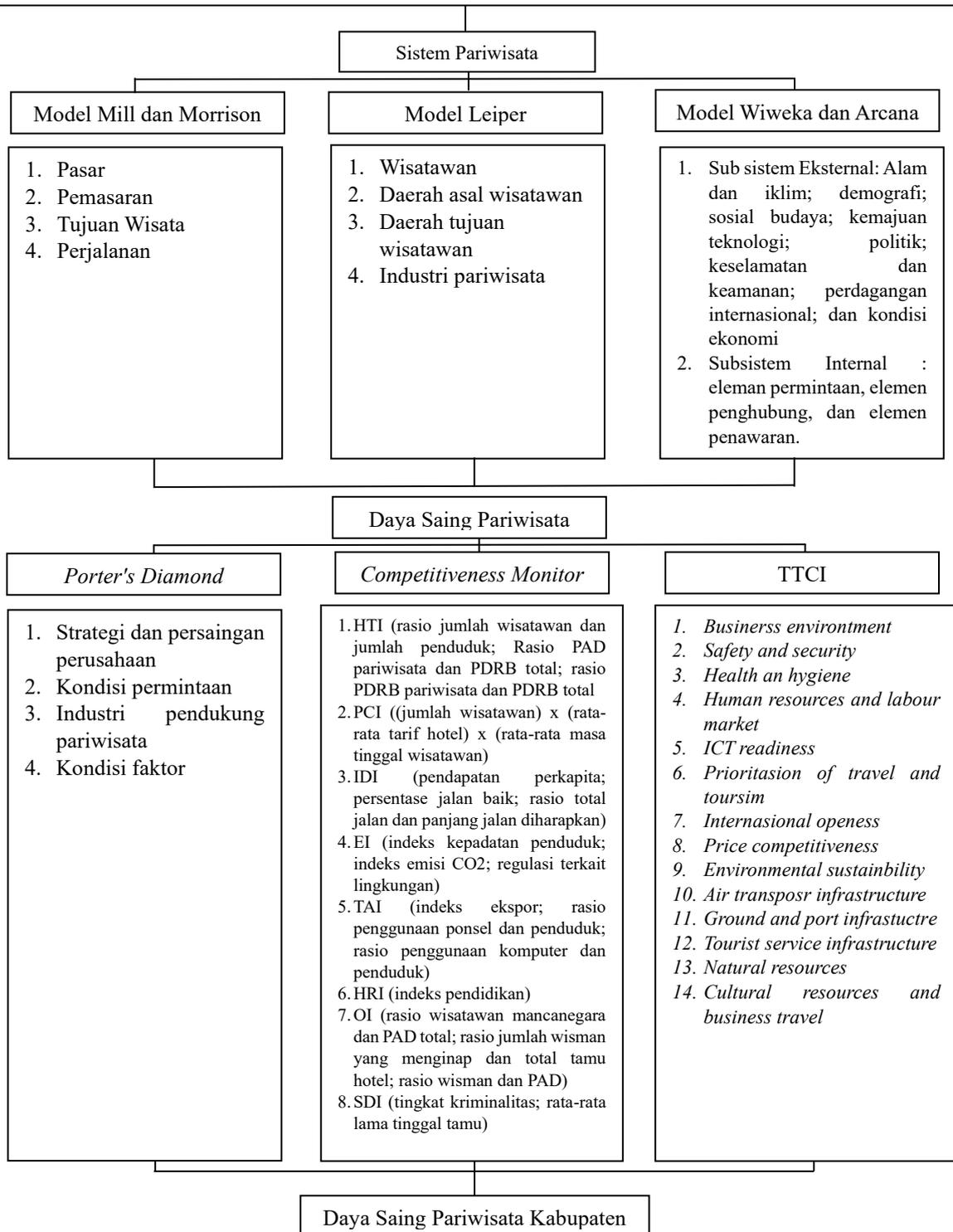
Penelitian pada Tabel 2 merupakan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan dan perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan. Persamaan dan perbedaan dapat ditinjau dari metode yang digunakan, variabel penelitian, indikator, hingga karakteristik dalam lokasi penelitian. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh Kamaruddin dkk (2019); Listiana (2021); terdapat kesamaan pada metode, analisis, dan karakteristik penelitian yaitu dalam skala kabupaten. Adapun metode yang digunakan yaitu metode *Competitiveness Monitor* menggunakan delapan indikator diantaranya *Human Tourism Indikator* (HTI), *Price Competitiveness Indikator* (PCI), *Infrastructure Development Indikator* (IDI), *Environment Indikator* (EI), *Technology Advancement Indikator* (TAI), *Human Resources Indikator* (HRI), *Openess Indikator* (OI) dan *Social Development Indikator* (SDI). Adapun perbedaan dengan penelitian yang dilakukan yaitu kedua penelitian tersebut tidak mengkaji karakteristik elemen sistem pariwisata pada wilayah penelitian. Sementara itu, pada penelitian Rini & Ma'ruf (2017) memiliki kesamaan pada variabel yang diteliti yaitu daya saing pariwisata. Akan tetapi, analisis yang dilakukan berbeda. Rini & Ma'ruf (2017) menggunakan analisis shiftshare dan porter diamond's untuk mengkaji daya saing pariwisata pada daerah penelitian yang mereka lakukan.

Adapun untuk persamaan pada penelitian yang dilakukan Patria (2014); Nurhidayati (2009); Purbasari & Manaf (2016) terletak pada variabel yang diteliti yaitu elemen sistem pariwisata. Akan tetapi, model sistem pariwisata yang digunakan pada seluruh penelitian berbeda. Patria (2014) menggunakan model sistem pariwisata Leiper, Nurhidayati (2009) menggunakan model Mill dan Morison, sedangkan Purbasari & Manaf (2016) menggunakan adaptasi model pariwisata dari Leiper dan Middleton.

2.6 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep penelitian menurut Sugiyono (2019) merupakan alur berpikir yang menerapkan model konseptual mengenai hubungan teori dengan masalah yang telah diidentifikasi dalam penelitian dengan susunan yang sistematis. Adapun kerangka konsep penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 5 Kerangka konsep penelitian Gambar 5

Pariwisata merupakan suatu sistem kompleks yang terdiri atas beberapa elemen yang saling berkaitan. Elemen tersebut berupa suatu atraksi dan usaha pariwisata dalam menarik wisatawan. Sebagai sebuah industri, pariwisata memerlukan pengukuran kemampuan pada setiap indikator untuk menghasilkan produk wisata unggul dan berdaya saing.



Gambar 5 Kerangka konsep penelitian