

SKRIPSI

**INDEKS DAYA SAING PARIWISATA KOTA BIMA
MENGUNAKAN METODE *COMPETITIVENESS MONITOR***

Disusun dan diajukan oleh :

**RAFIKA NURHIDAYANTI
D101201041**



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

INDEKS DAYA SAING PARIWISATA KOTA BIMA MENGUNAKAN METODE *COMPETITIVENESS MONITOR*

Disusun dan diajukan oleh

Rafika Nurhidayanti
D101201041

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Perencanaan Wilayah dan
Kota

Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 3 Oktober 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Laode Muh Asfan Mujahid, S.T., M.T.
NIP. 1993030920190310014

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



Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, S.T., M.Si.
NIP. 197410062008121002

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : Rafika Nurhidayanti

NIM : D101201041

Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

Indeks Daya Saing Pariwisata Kota Bima 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 resiko.

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

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

Gowa, 10 Oktober 2024

Yang Menyatakan



Rafika Nurhidayanti

Rafika Nurhidayanti

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **"Indeks Daya Saing Pariwisata Kota Bima Menggunakan Metode *Competitiveness Monitor*"**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Program Studi Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin. Shalawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada junjungan dan panutan kita, Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, dan seluruh umat yang selalu istiqomah menjalankan ajarannya.

Skripsi ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai tingkat daya saing pariwisata di Kota Bima. Kota Bima memiliki potensi di bidang pariwisata dengan kondisi alam maupun sejarah/budaya sebagai daya tarik wisata yang dimilikinya. Melalui hasil dari nilai indeks daya saing yang diperoleh, akan diketahui kelebihan dan kekurangan daerah Kota Bima dalam mengembangkan pariwisata sebagai salah satu sektor yang potensial. Tingkat daya saing diperlukan sebagai rujukan pemerintah dalam menyusun strategi pengembangan pariwisata ke depannya.

Dalam skripsi ini penulis akan menjelaskan mengenai potensi pariwisata Kota Bima dengan mengidentifikasi karakteristik elemen sistem pariwisata berdasarkan kondisi eksternal dan kondisi internal pariwisata yang dimiliki Kota Bima. Setelah itu, penulis akan mengukur tingkat daya saing pariwisata Kota Bima dengan menggunakan metode analisis *competitiveness monitor* melalui 8 indikator pariwisata yang terdiri dari *Human Tourism Indicator* (HTI), *Price Competitiveness Indicator* (PCI), *Infrastructure Development Indicator* (IDI), *Environment Indicator* (EI), *Technology Advancement Indicator* (TAI), *Human Resource Indicator* (HRI), *Openess Indicator* (OI), serta *Social Development Indicator* (SDI).

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memerlukan kritik juga saran yang membangun untuk perbaikan di masa depan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima segala masukan dan saran dari pembaca skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumbangan yang berharga dalam bidang pembangunan pariwisata daerah.

Gowa, 10 Oktober 2024



(Rafika Nurhidayanti)

Sitasi dan Alamat Kontak:

Harap menuliskan sumber skripsi ini dengan cara penulisan sebagai berikut:
Nurhidayanti, Rafika. (2024). *Indeks Daya Saing Pariwisata Kota Bima Menggunakan Metode Competitiveness Monitor* [Skripsi Sarjana, Prodi S1 PWK Universitas Hasanuddin]. Makassar.

Demi peningkatan kualitas dari skripsi ini, kritik dan saran dapat dikirimkan ke penulis melalui alamat email berikut ini: rafika1485@gmail.com.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan skripsi ini banyak kendala yang dihadapi penulis yang kemudian akhirnya dapat diselesaikan dengan baik berkat adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ayahanda tercinta (Bapak Idrus Anwar Inje Makka) dan Ibunda tersayang (Ibu Harmila Samparadja) serta seluruh keluarga yang senantiasa telah memberikan bantuan, motivasi, doa yang tulus, dan dukungan moril serta material sehingga penulis dapat menyelesaikan seluruh proses perkuliahan yang diakhiri dengan selesainya penulisan skripsi ini;
2. Rektor Universitas Hasanuddin (Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc.) serta Dekan Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin (Prof. Dr. Eng. Ir. Muhammad Isran Ramli, ST., MT.) atas segala bentuk dukungan, kebijakan dan kepemimpinannya selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin;
3. Kepala Departemen Prodi S1-Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Hasanuddin (Dr. Eng. Ir. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.Si. IPM) dan Sekretaris Departemen Prodi S1-Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Hasanuddin (Sri Aliyah Ekawati ST., MT.) serta seluruh Dosen Pengajar atas ilmu, arahan, bimbingan, motivasi, dan dukungan yang diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan;
4. Dosen Pembimbing, Bapak Laode Muhammad Asfan Mujahid, ST., M.T atas ilmu, waktu, bimbingan, dan nasehat kepada penulis;
5. Kepala dan Dosen-Dosen lainnya di *LBE Urban Regional Planning, Tourism, and Disaster Mitigation* Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin (Bapak Dr. Eng. Ihsan, S.T., M.T; Bapak Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.Si; Ibu Marly Valenty Patandianan, S.T, M.T, Ibu Isfa Sastrawati, S.T, M.T) atas ilmu waktu, bimbingan, dan nasehat kepada penulis;
6. Kepala Studio Akhir (Dr. techn. Yashinta K. D. Sutopo, ST., MIP) yang telah meluangkan waktu dan telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, motivasi, dan saran kepada penulis sejak awal hingga terselesaikannya skripsi ini;
7. Dosen Penguji (Ibu Isfa Sastrawati, S.T, M.T., dan Ibu Marly Valenty Patandianan, S.T., M.T.) dan atas bimbingan, arahan, kritik, dan saran, serta motivasi dan nasehat yang diberikan kepada penulis;
8. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan atas bantuan beasiswa kepada penulis selama perkuliahan yang berupa Kartu Indonesia Pintar Kuliah;
9. Seluruh Staf Administrasi dan Pelayanan PWK Universitas Hasanuddin atas bantuan dan kebaikan kepada penulis selama menempuh pendidikan;
10. Pemerintah Kota Bima Provinsi Nusa Tenggara Barat yakni Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang serta Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bima, terkhususnya Ibu Yuliarti Nurul Kusumawardani, S.T. dan Ibu Nike Herawati, S.T. selaku mentor yang telah mendampingi, banyak membantu, dan membimbing penulis selama berada di Kota Bima.
11. Teman-teman PWK Rasio 2020 atas segala kerja sama, motivasi, bantuan, dan pengalaman berharga yang telah penulis dapatkan selama perkuliahan,

khususnya kepada teman-teman dari *Labo Based Education* (LBE) Regional Planning, Tourism, and Disaster Mitigation, teman-teman seperjuangan di Tim Wisata (grup Kadis Pariwisata Se-Indonesia yang terdiri dari Enny Heriany, S.T., Nurul Mutia Syafirah, S.T., Andi Maharani Balqish, S.T., Andi Ummu Khalisah, S.T., Nur Azisah Mulyadi, S.T., Dian Sukma, S.T., Andi St. Faatima Mauldini Azizah, S.T., Muh. Dodi Alfayed, S.T., Ahmad Saiful Munir, S.T., Andi Dheny Indra Dwitya, S.T., Fathurrahman, S.T.) terima kasih penulis ucapkan secara tulus kepada tim hebat yang telah berusaha berlari bersama dan saling membantu juga mengarahkan satu sama lain hingga akhirnya bisa bersama-sama menyelesaikan tugas akhir dan mendapatkan gelar tersebut.

12. Terima kasih kepada Zhafirah Nur Salsabila, S.T., Raihanah Muthahharah S., S.T., Niken Dwi Indriani, Elsa, S.T., Nur Fadillah Aris, Atthaliah Ayu Ramadhany, atas segala bantuan, motivasi, saran, waktu, kesempatan, yang telah diberikan kepada penulis selama berkuliah hingga selesai berkuliah;
13. Teman-teman dekat, Veren Linus Kawengian S. Ak., Nurul Putri Ramadhani S. Farm., Wina Wiguna, Dinda Rizki Rahmayanti S. Keb, Alya Azzura S. Psi., Sitti Rahmadani, Shinta Rachmawati S.E., Latifa Ismi S. Ak., Kanza Diva Amalya, Putri Amroini, Sofia Jamila, Syavira Andini, Nadia Nur, Mustyaningsih M.ode, Rodiah Ayufitriah, Siti Soleha, Nur Indah S.Farm, Amanda Ilmi S.Ak., Putri Adillah, Miranti Azra, yang telah sabar mendengar cerita dan keluh kesah penulis, serta atas segala motivasi dan bantuan yang diberikan kepada penulis.
14. Teman-teman KKNT Gelombang 110 Luwu Timur Posko Tabarano, Siti Nurul Azizah, Nurul Barokatunnisa Sumarlin S.T., Tiara S.E., Wilda Auliah Febriani S.Si., Imel Eka Febrianti S.Si., Leony Kathrin Pobuti S.Si, Franis Aprilla Pararak, Surya Andika, Alfian, yang telah menjadi keluarga baru penulis;
15. Teman-teman Inspiring Batch 5 penempatan Kota Bima, Alfira Fitrianingsih S.Pd., Jihan Nabilah Hisanah Setiawan S.T., Nur Rizki Aulia, Lintang Wulandari, Thania Tataneva Lamaya, Aulia Intan Gandini, Ahmad Nurdiansyah S.Pd., Nebo Yok Jonah Marpaung, Muhammad Azkannasabi S.H., Aris Maulana Yusuf S.T., yang telah menemani dan banyak membantu penulis selama masa magang dan masa observasi lokasi penelitian di Kota Bima.;
16. Teman-teman Studio Tugas Akhir atas segala bantuan, motivasi, dan kebersamaan yang tercipta;
17. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini serta memberikan doa dan motivasi, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Pada akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan bagi pengembang dunia pendidikan.

Gowa, 10 Oktober 2024



(Rafika Nurhidayanti)

ABSTRAK

RAFIKA NURHIDAYANTI. *Indeks Daya Saing Pariwisata Kota Bima Menggunakan Metode Competitiveness Monitor* (dibimbing oleh Laode Muh Asfan Mujahid)

Kota Bima memiliki potensi daya tarik wisata dengan segala keindahan alam dan kekayaan seni budayanya. Salah satu misi pembangunan kepariwisataan Kota Bima yakni membangun industri pariwisata Kota Bima yang berdaya saing. Daya saing di sektor pariwisata merupakan kapasitas usaha pariwisata untuk menarik pengunjung pada daerah tujuan wisata. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengidentifikasi karakteristik elemen sistem pariwisata Kota Bima; serta 2) mengukur indeks daya saing pariwisata Kota Bima. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan penelitian kualitatif dan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan studi dokumen dan literatur. Metode analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif kualitatif, deskriptif kuantitatif, analisis spasial berupa analisis tumpang tindih (*overlay*), dan analisis *competitiveness monitor*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa: 1) karakteristik elemen sistem pariwisata Kota Bima berdasarkan kondisi eksternalnya terdiri dari faktor alam dengan iklim khas daerah pesisir kawasan tropis dan bentuk alam yang sebagian besar berupa perbukitan (200-500 mdpl) serta dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya. Adapun berdasarkan kondisi internalnya, Kota Bima didominasi oleh daya tarik wisata alam yang berupa wisata pantai serta daya tarik wisata sejarah/budaya yang berupa makam dan beberapa peninggalan sejarah. 2) Hasil analisis nilai indeks daya saing pariwisata Kota Bima terbagi menjadi 2 klasifikasi. Indikator pariwisata yang memiliki klasifikasi belum berkembang yaitu *Price Competitiveness Indicator* (PCI) dengan nilai 0.64, *Human Resources Indicator* (HRI) dengan nilai 0.87, *Openess Indicator* (OI) dengan nilai 0.76, dan *Social Development Indicator* (SDI) dengan nilai 0.42. Adapun untuk klasifikasi tahap berkembang terdapat 4 indikator yaitu *Human Tourism Indicator* (HTI) dengan nilai indeks 1.05, *Infrastructure Development Indicator* (IDI) dengan nilai 1.76, *Environment Indicator* (EI) dengan nilai indeks 1.31, dan *Technology Advancement Indicator* (TAI) dengan nilai 1.57. Hasil nilai indeks daya saing ini dapat menjadi rujukan Pemerintah Kota Bima dalam menyusun strategi pengembangan pariwisata ke depannya.

Kata Kunci: Daya Tarik Wisata, *Competitiveness Monitor*, Indikator Pariwisata, Daya Saing Pariwisata, Kota Bima

ABSTRACT

RAFIKA NURHIDAYANTI. *Bima City Tourism Competitiveness Index Using the Competitiveness Monitor Method (supervised by Laode Muh Asfan Mujahid)*

Bima City has the potential for tourist attraction with all its natural beauty and rich cultural arts. One of the missions of tourism development in Bima City is to build a competitive tourism industry in Bima City. Competitiveness in the tourism sector is the capacity of tourism businesses to attract visitors to tourist destinations. This research aims to: 1) identify the characteristics of Bima City tourism system elements; and 2) measure the Bima City tourism competitiveness index. This research uses descriptive research with qualitative and quantitative research approaches. Data collection was conducted by observation and study of documents and literature. The analysis methods used were descriptive qualitative analysis, descriptive quantitative analysis, spatial analysis in the form of overlay analysis, and competitiveness monitor analysis. The research results revealed that: 1) the characteristics of Bima City tourism system elements based on external conditions consist of natural factors with a typical climate of tropical coastal areas and natural forms that are mostly hills (200-500 masl) and are influenced by several other factors. As for the internal conditions, Bima City is dominated by natural tourism attractions in the form of beach tourism and historical / cultural tourism attractions in the form of tombs and some historical relics. 2) The results of the analysis of the tourism competitiveness index value of Bima City are divided into 2 classifications. Tourism indicators that have an undeveloped classification are Price Competitiveness Indicator (PCI) with a value of 0.64, Human Resources Indicator (HRI) with a value of 0.87, Openness Indicator (OI) with a value of 0.76, and Social Development Indicator (SDI) with a value of 0.42. As for the classification of the developing stage, there are 4 indicators, namely the Human Tourism Indicator (HTI) with an index value of 1.05, the Infrastructure Development Indicator (IDI) with a value of 1.76, the Environment Indicator (EI) with an index value of 1.31, and the Technology Advancement Indicator (TAI) with a value of 1.57. The results of this competitiveness index value can be a reference for the Bima City Government in formulating tourism development strategies in the future.

Keywords: *Tourist Attractions, Competitiveness Monitor, Tourism Indicators, Tourism Competitiveness, Bima City*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 5
2.1 Pariwisata.....	5
2.2 Sistem Pariwisata.....	10
2.3 Daya Saing Pariwisata	24
2.4 <i>Competitiveness Monitor</i>	26
2.5 Penelitian Terdahulu.....	30
2.6 Kerangka Konsep Penelitian.....	34
 BAB III METODE PENELITIAN	 36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Lokasi Penelitian	36
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5 Variabel Penelitian.....	39

3.6	Metode Analisis Data	43
3.7	Definisi Operasional	48
3.8	Alur Pikir Penelitian	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Wilayah Penelitian	54
4.2	Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Kota Bima	58
	4.2.1 Elemen sub sistem eksternal pariwisata.....	58
	4.2.2 Elemen sub sistem internal pariwisata.....	74
4.2	Daya Saing Pariwisata Kota Bima.....	111
	4.2.1 Perkembangan nilai indikator daya saing pariwisata.....	111
	4.2.2 Indeks pariwisata	122
	4.2.3 Indeks komposit.....	124
	4.2.4 Indeks daya saing.....	124
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		130
5.1	Kesimpulan	130
5.2	Saran	131
DAFTAR PUSTAKA.....		132
LAMPIRAN.....		138
CURRICULUM VITAE.....		153

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Model sistem pariwisata	12
Gambar 2	Kerangka konsep penelitian.....	35
Gambar 3	Peta lokasi penelitan	37
Gambar 4	Alur pikir penelitian.....	53
Gambar 5	Peta letak Kota Bima di Provinsi Nusa Tenggara Barat.....	55
Gambar 6	Presentase luas kecamatan di Kota Bima	56
Gambar 7	Peta administrasi Kota Bima	57
Gambar 8	Peta topografi Kota Bima	60
Gambar 9	Grafik laju pertumbuhan penduduk Kota Bima tahun 2013-2022	61
Gambar 10	Piramida penduduk Kota Bima tahun 2022.....	62
Gambar 11	Jumlah penduduk menurut pendidikan tertinggi di Kota Bima tahun 2022	65
Gambar 12	Akun instagram @wisatakotabima (a), salah satu postingan wisata yang ada di Kota Bima (b), postingan dalam bentuk foto (c), postingan dalam bentuk video (d)	67
Gambar 13	Nilai PAD Kota Bima tahun 2018-2022	70
Gambar 14	Pertumbuhan jumlah wisatawan Kota Bima tahun 2018-2022	75
Gambar 15	Bandar Udara Sultan Muhammad Salahuddin	76
Gambar 16	Pelabuhan Kota Bima (a) dan terminal tipe A (b) yang ada di Kota Bima ..	77
Gambar 17	Peta aksesibilitas Kota Bima	78
Gambar 18	Peta sebaran objek daya tarik wisata Kota Bima.....	80
Gambar 19	Daya tarik wisata alam berupa pantai di Kota Bima (a) Pantai So Ati, (b) Pantai So Numbe, (c) Pantai Amahami.....	82
Gambar 20	Panorama Pantai Lawata	83
Gambar 21	Aktivitas wisata di Pantai Lawata, (a) spot foto andalan Pantai Lawata, (b) pengunjung bermain air di tepi Pantai Lawata, (c) pengunjung duduk di tepi Pantai Lawata	84
Gambar 22	Fasilitas penunjang pariwisata di destinasi Pantai Lawata: mushola (a), toilet (b), Tourist Information Center (c), area permainan anak (d), warung makan (e), kafe (f), kios (g) dan (h) , panggung utama (i), gazebo (j), papan informasi (k), restoran (l).....	86
Gambar 23	Panorama destinasi wisata Pantai Kolo.....	87
Gambar 24	Fasilitas penunjang pariwisata di destinasi wisata Pantai Kolo: mushola (a), papan informasi (b), toilet (c), penginapan (d), area permainan anak (e), gazebo (f).....	88
Gambar 25	Daya tarik wisata alam bukit dan pegunungan (a) Pundu Nence (b) Ncai Kapenta.....	89
Gambar 26	Peta sebaran ODTW alam di Kota Bima.....	90
Gambar 27	Wisata sejarah Kota Bima, (a) Asi Mbojo dan (b) Samparaja	92
Gambar 28	Peta sebaran ODTW sejarah/budaya di Kota Bima	93
Gambar 29	ODTW buatan pacuan kuda Kota Bima	94
Gambar 30	Panorama Bendungan Toloweri	95
Gambar 31	Peta sebaran ODTW buatan di Kota Bima.....	96
Gambar 32	Peta sebaran akomodasi di Kota Bima	102
Gambar 33	Jumlah usaha makanan dan minuman di Kota Bima.....	103
Gambar 34	Peta sebaran usaha makanan dan minuman Kota Bima	104
Gambar 35	Sebaran jenis usaha pariwisata di Kota Bima.....	107
Gambar 36	Peta analisis buffer dengan jarak 500 meter dari ODTW Kota Bima	110
Gambar 37	Grafik perkembangan nilai indikator HTI Kota Bima tahun 2018-2022 ...	112
Gambar 38	Grafik perkembangan nilai indikator PCI Kota Bima tahun 2018-2022....	114

Gambar 39	Perkembangan indikator IDI Kota Bima tahun 2018-2022.....	115
Gambar 40	Perkembangan indikator EI Kota Bima tahun 2018-2022	116
Gambar 41	Perkembangan indikator TAI Kota Bima tahun 2018-2022.....	117
Gambar 42	Perkembangan indikator HRI Kota Bima tahun 2018-2022	119
Gambar 43	Perkembangan indikator OI Kota Bima tahun 2018-2022	120
Gambar 44	Perkembangan indikator SDI Kota Bima tahun 2018-202	121
Gambar 45	Perkembangan indikator SDI Kota Bima tahun 2018-2022	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Unsur daya tarik objek wisata alam	7
Tabel 2	Penelitian terdahulu	31
Tabel 3	Variabel penelitian	40
Tabel 4	Klasifikasi Indeks Daya Saing Pariwisata berdasarkan nilai intervalnya	47
Tabel 5	Keterkaitan dari hasil tujuan penelitian 1 dan tujuan penelitian 2	48
Tabel 6	Luas daerah menurut kecamatan di Kota Bima Tahun 2022	56
Tabel 7	Nilai IKLH Kota Bima tahun 2018-2022	59
Tabel 8	Luas wilayah berdasarkan ketinggian dan bentuk alam di Kota Bima	59
Tabel 9	Jumlah penduduk berdasarkan kecamatan Kota Bima.....	61
Tabel 10	Jumlah penduduk bebas buta huruf dan berpendidikan 15 tahun ke atas	65
Tabel 11	Jumlah penduduk pengguna telepon dan pengguna internet berusia 5 tahun ke atas di Kota Bima pada tahun 2018-2022.....	66
Tabel 12	Nilai PDRB Kota Bima atas harga konstan menurut lapangan usaha (miliar rupiah) tahun 2018-2022	68
Tabel 13	Program/kegiatan utama dalam pengembangan pariwisata Kota Bima tahun 2021 dan 2022	73
Tabel 14	Jumlah wisatawan Kota Bima dan lama tinggalnya tahun 2018-2022	75
Tabel 15	Panjang jalan kualitas baik dan panjang jalan beraspal di Kota Bima tahun 2018-2022.....	77
Tabel 16	Daftar ODTW alam di Kota Bima	81
Tabel 17	Daftar ODTW sejarah dan budaya di Kota Bima	91
Tabel 18	Daftar ODTW buatan di Kota Bima	94
Tabel 19	Aspek pengembangan pariwisata yang dimiliki Kota Bima	97
Tabel 20	Jumlah ODTW berdasarkan jenis daya tarik dan ketinggian di Kota Bima	99
Tabel 21	Jarak dan waktu tempuh akomodasi dengan jangkauan wisata terdekat	100
Tabel 22	Tarif rata-rata akomodasi di Kota Bima tahun 2018-2022	101
Tabel 23	Sebaran usaha pariwisata di Kota Bima.....	106
Tabel 24	Jangkauan usaha pariwisata lainnya dari hasil analisis buffer 500 meter pada usaha ODTW Kota Bima.....	108
Tabel 25	Indikator pariwisata HTI Kota Bima tahun 2018-2022	111
Tabel 26	Indikator pariwisata PCI Kota Bima tahun 2018-2022.....	113
Tabel 27	Indikator pariwisata IDI Kota Bima tahun 2018-2022	114
Tabel 28	Indikator pariwisata EI Kota Bima tahun 2018-2022	116
Tabel 29	Indikator pariwisata TAI Kota Bima tahun 2018-2022	117
Tabel 30	Indikator pariwisata HRI Kota Bima tahun 2018-2022	118
Tabel 31	Indikator pariwisata OI Kota Bima tahun 2018-2022.....	119
Tabel 32	Indikator pariwisata SDI Kota Bima tahun 2018-2022.....	121
Tabel 33	Indeks pariwisata Kota Bima	122
Tabel 34	Indeks komposit.....	124
Tabel 35	Klasifikasi indeks daya saing Kota Bima	125

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar akomodasi di Kota Bima tahun 2022	138
Lampiran 2	Daftar akomodasi di Kota Bima 2020 dan 2021	139
Lampiran 3	Daftar akomodasi di Kota Bima tahun 2018	140
Lampiran 4	Jarak dan waktu tempuh akomodasi terdekat dari daya tarik wisata.....	140
Lampiran 5	Usaha makanan dan minuman di Kota Bima	142
Lampiran 6	Tahapan perhitungan nilai indeks daya saing pariwisata Kota Bima	150
Lampiran 7	Dokumentasi pengumpulan data (2023).....	151
Lampiran 8	Surat permohonan permintaan data	152

DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL

Lambang/Singkatan	Arti dan Keterangan
BPS	Badan Pusat Statistik
KPPN	Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional
DSP	Destinasi Super Prioritas
Ripparkot	Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Kota
RTRW	Rencana Tata Ruang Wilayah
IKLH	Indeks Kualitas Lingkungan Hidup
ODTW	Objek Daya Tarik Wisata
PDRB	Produk Domestik Regional Bruto
PAD	Pendapatan Asli Daerah
WTTC	<i>World Travel and Tourism Council</i>
CM	<i>Competitiveness Monitor</i>
HTI	<i>Human Tourism Indicator</i>
PCI	<i>Price Competitiveness Indicator</i>
IDI	<i>Infrastructure Development Indicator</i>
EI	<i>Environment Indicator</i>
TAI	<i>Technology Advancement Indicator</i>
HRI	<i>Human Resource Indicator</i>
OI	<i>Openess Indicator</i>
SDI	<i>Social Development Indicator</i>

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata dapat digambarkan sebagai produk bersaing bila daerah tujuan wisata menarik, kompetitif dari segi kualitas, dibandingkan dengan produk dan jasa dari daerah tujuan wisata lain. Nilai daya saing sektor pariwisata menggambarkan kapasitas usaha pariwisata untuk menarik pengunjung asing maupun domestik yang berkunjung pada suatu tujuan wisata tertentu (Kamaruddin dkk., 2022). Peningkatan daya saing dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dapat meningkatkan kapabilitas pengelolaan pariwisata. Adanya peningkatan daya saing membuat daerah tujuan wisata akan semakin menarik, sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung (Damanik & Purba, 2020).

Daya tarik wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia di tahun 2022 mencapai 5.47 juta kunjungan, naik 251% dibandingkan jumlah kunjungan di tahun 2021 (Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, 2023). Daya tarik utama wisatawan yang berkunjung ke Indonesia adalah karena keindahan alam dan kekayaan seni budayanya, hal ini menjadikan sektor pariwisata sangat menarik untuk dikembangkan (Suryani, 2017). Karakteristik objek daya tarik wisata merupakan spesifikasi dari suatu objek wisata, fasilitas pendukung, dan aksesibilitas menuju objek wisata yang disediakan oleh ruang wilayah tersebut. Sebaran objek daya tarik wisata di setiap wilayah di Indonesia memiliki variasi keruangan dan karakteristik wilayah yang berbeda. Setiap wilayah di Indonesia jika ditinjau dari aspek keruangan dan kewilayahannya memiliki karakteristik yang bervariasi baik dari segi fisik wilayah maupun budaya yang menjadi potensi pariwisatanya. (Rahman & Citra, 2018).

Salah satu daerah di Indonesia yang memiliki keberagaman objek wisata adalah Kota Bima. Kota Bima terletak di Provinsi Nusa Tenggara Barat serta berada di Teluk Bima, pada bagian timur Pulau Sumbawa. Kota Bima memiliki Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) yang bervariasi baik dari wisata alam maupun wisata

budaya yang menyajikan pemandangan indah dan khas yang dapat menarik wisatawan lokal maupun mancanegara untuk mengunjungi kota ini.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (Ripparnas) tahun 2010-2025, Kota Bima merupakan bagian dari Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) Bima dan sekitarnya. KPPN Bima terletak di tengah di antara dua Destinasi Super Prioritas (DSP) Indonesia, yaitu Mandalika di Pulau Lombok dan Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur. Lokasi strategis ini menjadikan Kota Bima berpotensi sebagai wilayah transit untuk wisatawan yang akan menuju ke Labuan Bajo melalui jalur laut dari Sape di Kabupaten Bima (Dinas Pariwisata Kota Bima, 2022). Secara historis, Kota Bima dikenal sebagai pelabuhan perdagangan penting di wilayah tengah nusantara pada masa kolonial. Hal ini dikarenakan kota ini merupakan pusat dari Kesultanan Bima. Kota Bima sangat kaya akan berbagai bentuk kebudayaan yang merupakan warisan dari Kesultanan Bima. Dengan kondisi alam, sejarah, serta kebudayaan yang dimilikinya, menjadikan Kota Bima berpotensi besar dalam pengembangan pariwisata. Tercatat pada tahun 2022, jumlah wisatawan Kota Bima adalah sebanyak 72.073 wisatawan (BPS Kota Bima, 2023).

Pembangunan pariwisata daerah secara regional akan lebih mudah dilakukan melalui pengembangan pariwisatanya. Perkembangan pariwisata diharapkan dapat memberikan kenikmatan dan kepuasan pada wisatawan dan kemakmuran serta kesejahteraan bagi masyarakat lingkungannya (Isdarmanto, 2017). Salah satu misi pembangunan kepariwisataan Kota Bima yakni membangun industri pariwisata Kota Bima yang berdaya saing. Gambaran posisi daya saing pariwisata Kota Bima dapat dilihat dengan mengkaji indikator-indikator penentu daya saing sehingga dapat diketahui kelebihan dan kekurangan daerah dalam upaya mengembangkan pariwisata. Tingkat daya saing dapat menjadi rujukan pemerintah dalam menyusun strategi pengembangan pariwisata ke depannya. Hasil kajian daya saing yang diperoleh dapat menjadi masukan dalam perumusan kebijakan yang harus dilakukan oleh pemerintah Kota Bima untuk mengembangkan sektor pariwisata kota ini. Maka berdasarkan uraian yang telah disebutkan, penelitian terkait “**Indeks Daya Saing Pariwisata Kota Bima Menggunakan Metode Competitiveness Monitor**” dinilai penting untuk dilakukan.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana karakteristik elemen sistem pariwisata di Kota Bima?
2. Bagaimana nilai indeks daya saing pariwisata Kota Bima?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, maka dapat ditetapkan tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Mengidentifikasi karakteristik elemen sistem pariwisata di Kota Bima.
2. Mengukur nilai indeks daya saing pariwisata Kota Bima.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan membuka wawasan peneliti terkait tingkat daya saing pariwisata. Penelitian ini merupakan implementasi dari ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan. Diharapkan pula penelitian ini dapat menjadi referensi dan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai tingkat daya saing pariwisata.
2. Bagi pemerintah dan/atau swasta, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan perencanaan pengembangan sektor pariwisata.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ditentukan untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini yang terdiri dari dua bagian yakni ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup substansi. Ruang lingkup wilayah pada penelitian ini adalah Kota Bima yang terdiri dari 5 kecamatan, yaitu Kecamatan Rasanae Barat, Rasanae Timur, Asakota, Mpunda, dan Raba. Sedangkan ruang lingkup substansi yang dibahas dalam penelitian ini adalah terkait elemen-elemen sistem pariwisata yang menggambarkan karakteristik pariwisata Kota Bima serta nilai indeks daya saing pariwisata dengan 8 indikator pariwisata yang dihitung dalam tahun 2018-2022.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bagian dengan rincian masing-masing bagian adalah sebagai berikut.

1. Bagian pertama merupakan pendahuluan, bagian ini membahas latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta ruang lingkup penelitian.
2. Bagian kedua merupakan tinjauan pustaka, bagian ini membahas mengenai teori-teori yang berkaitan dengan tema serta indikator yang digunakan seperti elemen sistem pariwisata yang membentuk karakteristik pariwisata suatu daerah dan indikator lainnya yang menjadi acuan dalam penelitian ini. Pada bab ini juga membahas terkait penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis.
3. Bagian ketiga merupakan metode penelitian, bagian ini membahas jenis, sumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis yang digunakan, lokasi penelitian, definisi operasional, variabel penelitian, dan kerangka penelitian.
4. Bagian keempat merupakan hasil dan pembahasan, bagian ini berisi tentang gambaran umum lokasi penelitian serta hasil pembahasan dan analisis yang dilakukan berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Hasil pembahasan yang akan dijelaskan terdiri dari karakteristik elemen sistem pariwisata di Kota Bima dan indeks daya saing pariwisata Kota Bima.
5. Bagian kelima merupakan kesimpulan dan saran, bagian ini berisi kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil pembahasan dan analisis, serta saran yang dapat memberikan acuan kedepannya untuk mewujudkan tujuan dan manfaat dari penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu “pari” berarti penuh, sedangkan “wisata” artinya perjalanan. Sehingga secara keseluruhan pariwisata diartikan sebagai segala fenomena atau gejala dan hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan atau persinggahan yang dilakukan oleh seseorang untuk berbagai tujuan. Secara etimologis pariwisata terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”, pari berarti banyak, berkali-kali, berulang-ulang, sedangkan wisata berarti perjalanan atau berpergian, jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berulang-ulang dari suatu tempat ke tempat lain (Suwena & Widyatmaja, 2017).

Berdasarkan Undang-undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 pengertian pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk berbagai tujuan sesuai kebutuhan seperti rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. Subjek wisata dalam kegiatan kepariwisataan adalah orang-orang yang melakukan perjalanan wisata. Adapun objek wisata dalam kegiatan kepariwisataan merupakan daerah tujuan wisatawan (Suwena & Widyatmaja, 2017).

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Pariwisata merupakan kegiatan yang bersifat multi sektoral karena dilakukan oleh banyak pihak yang mana mereka semua mempunyai kepentingan yang sama dan saling mendapatkan manfaatnya. Motif kegiatan pariwisata beragam, diantaranya seperti pariwisata dilakukan untuk mengisi waktu luang, untuk bersenang-senang, bersantai, studi, kegiatan agama, juga untuk kegiatan olahraga (Isdarmanto, 2017).

Tangian dan Kumat (2020) dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Pariwisata”, mengemukakan bahwa jenis pariwisata terbagi menjadi tiga berdasarkan jenis daya tariknya.

a. Wisata alam

Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Wisata alam digunakan sebagai penyeimbang hidup setelah melakukan aktivitas yang sangat padat, dan suasana keramaian kota. Sehingga dengan melakukan wisata alam, tubuh dan pikiran kita menjadi segar kembali dan bisa bekerja dengan lebih kreatif lagi karena dengan wisata alam memungkinkan kita memperoleh kesenangan jasmani dan rohani (Tangian & Kumat, 2020)

Daya tarik wisata alam yaitu pemandangan alam seperti bentuk lahan, flora dan fauna, pemandangan laut, pantai, gunung, gunung berapi, danau, sungai, flora, fauna, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain. Selain itu, daya tarik wisata alam juga dapat berupa sungai, danau, air terjun, laut, bukit, gunung dan lembah, vegetasi, margasatwa dan iklim. Terdapat banyak sekali kegiatan yang dapat dilakukan dalam berwisata. Jenis-jenis kegiatan wisata alam yang dapat dikembangkan di objek wisata alam hutan antara lain sebagai berikut (Tangian & Kumat, 2020).

- 1) Berkemah
- 2) Mendaki gunung
- 3) Menikmati keindahan alam
- 4) Pengamatan kehidupan liat/satwa dan tumbuhan
- 5) Pengamatan burung dan mendengar kicauan burung
- 6) *Tracking*
- 7) Lintas alam/jelajah hutan
- 8) Memotret
- 9) Menikmati hamparan hutan
- 10) Bersepeda gunung
- 11) Studi alam

Adapun jenis-jenis kegiatan wisata alam yang dapat dikembangkan di objek wisata alam bahari antara lain sebagai berikut (Tangian & Kumat, 2020).

- 1) Mendengar deburan ombak
- 2) Makan ikan bakar
- 3) Memancing
- 4) Bersampan
- 5) *Diving*
- 6) *Snorkling*
- 7) Berselancar
- 8) Bersepeda air
- 9) Berenang
- 10) Pengamatan biota laut, karang, ikan, dan lamun
- 11) Pengamatan permukiman air
- 12) Berjemur
- 13) *Volley* pantai
- 14) Berkemah
- 15) Pengamatan hutan bakau

Adapun unsur daya tarik objek wisata alam terdiri dari jenis wisata darat, wisata taman laut, wisata pantai, wisata danau, wisata gua alam, dijelaskan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Unsur daya tarik objek wisata alam

No	Jenis Wisata Alam	Unsur Daya Tarik Objek
1	Wisata Darat	Keunikan alam, keunikan sumber daya alam, banyaknya jenis SDA yang menarik, keutuhan SDA, jenis kegiatan wisata alam/kesempatan rekreasi, kebersihan lokasi, keamanan kawasan.
2	Wisata Taman Laut	Keunikan alam, keanekaragaman jenis, keunikan dan keindahan dalam laut, keutuhan potensi, kejernihan air, banyaknya lokasi yang mempunyai kedalaman sama, keindahan dan kenyamanan pantai, kebersihan.
3	Wisata Pantai	Keindahan pantai, keselamatan/keamanan pantai, jenis dan warna pasir, variasi kegiatan, kebersihan, lebar pantai, kenyamanan.
4	Wisata Danau	Keindahan, kenyamanan, keselamatan, stabilitas air sepanjang tahun, kebersihan air dan lingkungan, variasi kegiatan di lingkungan danau, kekhasan lingkungan danau.
5	Wisata Gua Alam	Keunikan dan kelangkaan, keaslian, keindahan/keragaman, kepekaan.

Sumber : Tangian dan Kumat (2020)

b. Wisata sejarah, seni, dan budaya

Wisata budaya adalah kegiatan wisata yang dirangsang oleh adanya objek-objek wisata berwujud hasil-hasil seni budaya setempat, seperti adat istiadat, upacara-upacara, agama, tata hidup masyarakat setempat, peninggalan-peninggalan sejarah, hasil-hasil seni, kerajinan rakyat dan lain sebagainya. Kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat. Wisatawan dapat mempunyai motivasi khusus untuk melakukan perjalanan dari tempat asal ke destinasi tertentu dalam waktu sementara dengan tujuan untuk mendapatkan pengalaman atas nilai-nilai warisan budaya melalui pendekatan pertukaran budaya (Tangian & Kumat, 2020).

Produk wisata sejarah dan warisan budaya berisikan daya tarik utama berupa daya tarik sejarah dan warisan budaya, serta selanjutnya dikombinasikan dengan daya tarik alam dan buatan sebagai daya tarik pendukung. Produk budaya berwujud dapat berwujud warisan budaya bergerak dan tak bergerak. Warisan budaya bergerak misalnya seperti lukisan, patung, manuskrip, dll. Sedangkan warisan budaya tak bergerak misalnya seperti monumen, situs arkeologis, bangunan bersejarah, dan lain-lain. Adapun produk budaya tak berwujud yakni yang dipahami sebagai praktik, representasi, ekspresi, pengetahuan, atau keterampilan, serta instrumen, benda, artefak, dan ruang budaya yang dianggap menjadi bagian dari warisan budaya suatu tempat. Sedangkan produk warisan budaya tak benda yakni meliputi tradisi dan ekspresi lisan, seni drama, praktik, sosial, ritual dan festival, pengetahuan dan praktik tentang alam dan alam semesta, serta keahlian kerajinan tradisional (Tangian & Kumat, 2020).

c. Wisata buatan

Wisata buatan merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan objek wisata yang secara sengaja dibuat oleh manusia yang dikelola untuk kepentingan pariwisata. Misalnya seperti taman, wahana permainan, hiburan, fasilitas olahraga, taman rekreasi, taman nasional, dan lain sebagainya. (Tangian & Kumat, 2020).

Isdarmanto (2017) mengemukakan bahwa setiap destinasi pariwisata memiliki daya tarik berbeda-beda sesuai dengan kemampuan atau potensi yang dimiliki. Berikut merupakan jenis daya tarik wisata yang biasanya ditampilkan di suatu destinasi pariwisata.

- a. Daya tarik wisata alam (*natural tourist attractions*), merupakan segala bentuk daya tarik yang dimiliki oleh alam, misalnya: laut, pantai, gunung, danau, lembah, bukit, air terjun, ngarai, sungai, hutan.
- b. Daya tarik wisata buatan manusia (*man-made tourist attractions*), yang meliputi daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta. Daya tarik wisata budaya dapat berupa tarian, wayang, upacara adat, lagu, juga upacara ritual. Sedangkan daya tarik wisata yang merupakan hasil karya cipta dapat berupa bangunan seni, seni pahat, ukir, lukis.

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran tujuan kunjungan wisatawan. Suwena dan Widyatmaja (2017) mengemukakan bahwa terdapat tiga modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan pada daerah tujuan wisata, yaitu sebagai berikut.

- a. Daya tarik wisata alam, merupakan daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada anugerah keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam. Daya tarik wisata alam dapat berupa pantai dengan keindahan pasir putihnya, deburan gelombang ombak serta akses pandangannya terhadap matahari terbit dan tenggelam, laut dengan aneka kekayaan terumbu karang maupun ikannya, danau dengan keindahan panoramanya, gunung dengan daya tarik *vulcano* nya, maupun hutan dan sabana dengan keaslian flora dan faunanya, sungai dengan kejernihan air dan kedasyatan arusnya, air terjun dengan panorama kecuramannya, dan lain sebagainya (Suwena & Widyatmaja, 2017).
- b. Daya tarik wisata budaya merupakan daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya maupun yang nilai budaya yang masih hidup dalam kehidupan suatu masyarakat. Daya tarik wisata budaya dapat berupa upacara/ritual, adat-istiadat, seni pertunjukkan, seni kriya, seni sastra, seni rupa, maupun keunikan kehidupan sehari-hari yang dipunyai oleh suatu masyarakat.

Beberapa contoh daya tarik wisata budaya di Indonesia yang banyak dikunjungi oleh wisatawan yakni situs (warisan budaya yang berupa benda, bangunan, kawasan, struktur, dan sebagainya), museum, desa tradisional, kawasan kota lama, monumen nasional, sanggar seni, pertunjukkan event, festival, seni kriya, adat istiadat maupun karya-karya teknologi modern (Suwena & Widyatmaja, 2017).

- c. Daya tarik wisata minat khusus merupakan daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada aktivitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik, seperti : pengamatan satwa tertentu (*bird watching*), memancing (*fishing*), berbelanja (*shopping*), kesehatan dan penyegaran badan (*spa and rejuvenation*), arung jeram, golf (*sport*), *casino*, dan aktivitas-aktivitas wisata minat khusus lainnya yang biasanya terkait dengan hobi atau kegemaran seseorang wisatawan (Suwena & Widyatmaja, 2017).

2.2 Sistem pariwisata

Pariwisata dipandang sebagai suatu sistem yang besar dan merupakan suatu aktivitas yang kompleks. Pariwisata terkait erat dengan aktivitas perpindahan tempat yang merupakan sebuah sistem dimana bagian-bagiannya tidak berdiri sendiri melainkan saling terkait dengan satu sama lain. Sebagai sebuah sistem, antar komponen dalam sistem tersebut terjadi hubungan interdependensi, dimana perubahan pada salah satu sub sistem akan menyebabkan juga terjadinya perubahan pada sub sistem yang lainnya, sampai akhirnya kembali ditemukan harmoni yang baru (Suwena & Widyatmaja, 2017).

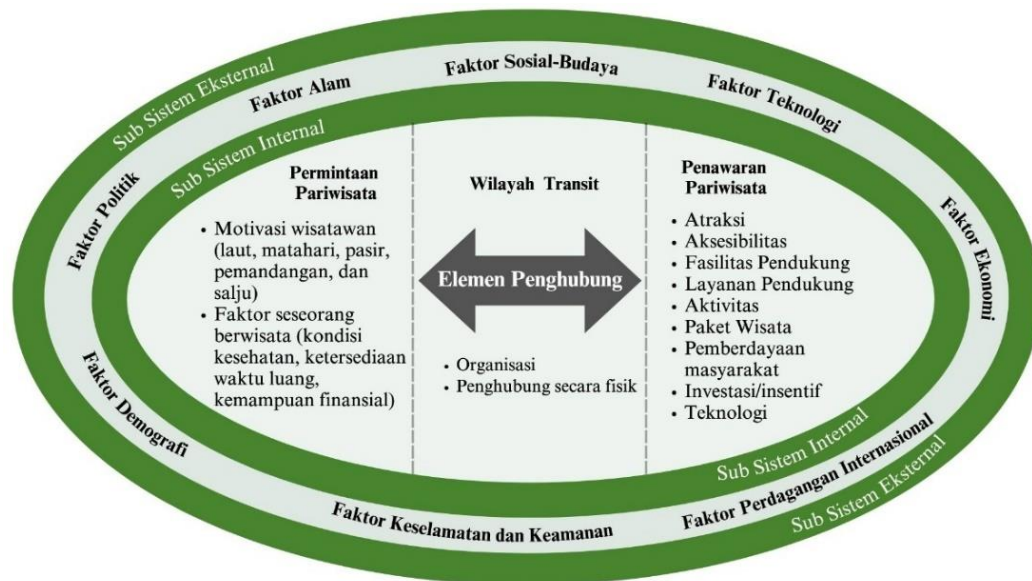
Suwena & Widyatmaja (2017) menjelaskan sistem pariwisata Leiper secara menyeluruh yang dimulai dengan mendeskripsikan perjalanan seorang wisatawan. Terdapat 5 elemen sebagai sub sistem dalam setiap sistem yang menyeluruh, yaitu:

- a. Wisatawan, yang merupakan elemen manusia yaitu orang yang melakukan perjalanan wisata.
- b. Daerah asal wisatawan, merupakan elemen geografi yaitu tempat dimana wisatawan mengawali dan mengakhiri perjalanannya.
- c. Jalur pengangkutan, merupakan elemen geografi tempat dimana perjalanan wisata utama berlangsung.

- d. Daerah tujuan wisata, sebagai elemen geografi yaitu tempat utama yang dikunjungi wisatawan.
- e. Industri pariwisata sebagai elemen organisasi, yaitu kumpulan dari organisasi yang bergerak dalam usaha pariwisata, bekerja sama dalam pemasaran pariwisata untuk menyediakan barang dan jasa, daya tarik, serta fasilitas pariwisata.

Wiweka dan Arcana (2019) menjelaskan suatu model sistem pariwisata yang kompleks baik secara teoritis maupun praktis yang telah berkembang di negara maju dan sedang dikembangkan secara masif di Indonesia. Model pariwisata akan menjabarkan suatu fenomena pariwisata secara menyeluruh dan terintegrasi yang berarti saling terkait dan mempengaruhi antar masing-masing sub sistem serta elemen-elemen pembentuknya. Sedangkan, Ashoer dkk. (2021) menyebutkan bahwa pada dasarnya sistem pariwisata memiliki dua bagian besar yaitu *supply* (penawaran) dan *demand* (permintaan). Masing-masing bagian merupakan sub sistem yang saling berinteraksi erat satu sama lain. Masing-masing sub sistem dan elemen dalam sub sistem sebenarnya juga merupakan sistem tersendiri yang berinteraksi ke dalam dan ke luar. Baik *supply* dan *demand* akan mempengaruhi pengalaman yang terbentuk selama melakukan aktivitas wisata (Suwena & Widyatmaja, 2017).

Wiweka dan Arcana (2019) menyebutkan bahwa fenomena pariwisata sebagai sebuah sistem memiliki sub sistem internal dan eksternal yang saling berinteraksi di dalamnya. Masing-masing sub sistem tersebut didukung oleh elemen-elemen yang membentuknya. Secara sederhana, model sistem pariwisata tersebut menggambarkan proses pergerakan wisatawan semenjak berada di daerah asal atau tempat tinggalnya, selama mengunjungi daerah tujuan wisata, hingga kembali ke tempat asal. Proses ini digambarkan dengan arah panah searah jarum jam, yakni dari daerah asal menuju daerah wisata dan kembali lagi ke asalnya. Model sistem pariwisata yang digambarkan oleh Wiweka dan Arcana (2019) dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Model sistem pariwisata

Sumber: Wiweka & Arcana, 2019

Sub sistem pariwisata dikelompokkan berdasarkan peran masing-masing yang terdiri dari sub sistem eksternal dan sub sistem internal. Berikut merupakan penjelasan secara lebih rinci mengenai elemen-elemen yang membentuk masing-masing sub sistem pariwisata.

a. Sub sistem eksternal pariwisata

Wiweka dan Arcana (2019) menjelaskan bahwa sub sistem eksternal dikategorikan sebagai faktor pendukung yang memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap fenomena pariwisata. Meskipun dapat dikategorikan bukan memberikan pengaruh secara langsung, peran dari elemen-elemen ini perlu mendapat perhatian dan sangat dipertimbangkan.

- 1) Faktor alam, potensi wisata suatu wilayah erat kaitannya dengan alam yang terbentang di wilayah tersebut. Bentang alam suatu wilayah dapat berupa pantai, air terjun, gua, hingga jajaran perbukitan (Affandi & Styawan, 2023). Faktor alam ini dapat dilihat berdasarkan kondisi topografi suatu wilayah. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dkk. (2020) menggunakan teori Zuidam yang mengelompokkan bentang alam (bentuk alam) berdasarkan topografi suatu wilayah menjadi: dataran rendah (0-50 mdpl); dataran pedalaman/bukit bergelombang (50-100 mdpl); perbukitan rendah (100-200 mdpl); perbukitan (200-500 mdpl); perbukitan tinggi (500-1,500 mdpl);

pegunungan (1,500 – 3,000 mdpl); dan pegunungan tinggi (>3,000 mdpl); Faktor alam daerah tujuan wisata juga dapat dilihat dari kondisi iklimnya. Kondisi iklim ini juga menjadi faktor yang mendorong aktivitas pariwisata. Perbedaan iklim dapat menarik wisatawan untuk merasakan iklim di luar kehidupan sehari-harinya (Wiweka dan Arcana, 2019). Selain kondisi iklim, kualitas lingkungan daerah tujuan wisata juga menjadi hal yang dipertimbangkan oleh wisatawan. Kualitas udara, kebersihan, dan keindahan alam berkontribusi pada pengalaman positif wisatawan. Area dengan polusi rendah dan risiko bencana yang minim cenderung lebih diminati. Lingkungan yang sehat dan aman membuat wisatawan merasa nyaman. Kualitas lingkungan yang terjaga ini merupakan komoditi yang dapat dijual kepada wisatawan (Riani, 2021). Di Indonesia, kualitas lingkungan suatu daerah dapat dilihat berdasarkan nilai Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH) yang merupakan nilai komposit dari Indeks Kualitas Air, Indeks Kualitas Udara, Indeks Kualitas Lahan, dan Indeks Kualitas Air Laut (Permen Lingkungan Hidup dan Kehutanan RI No 27 tahun 2021 tentang Indeks Kualitas Lingkungan Hidup).

- 2) Faktor demografis, faktor-faktor demografi seperti jumlah penduduk, perbandingan usia, dan persebarannya secara tidak langsung juga mempengaruhi aktivitas wisata. Perbedaan generasi dan komposisi antara masyarakat yang tinggal di kota dan di desa akan mempengaruhi karakteristik produk dan jasa, antara permintaan dan penawaran. Kondisi demografi yang didominasi generasi muda atau usia produktif cenderung dapat mengembangkan pariwisata dalam waktu singkat terutama jika profil generasi tersebut memiliki inovasi dan kreativitas yang dibutuhkan dalam industri pariwisata (Wiweka dan Arcana, 2019).
- 3) Faktor sosial budaya, identitas budaya suatu daerah yang dapat berupa tradisi, kesenian, dan adat istiadat yang unik akan menarik wisatawan. Selain itu, sikap masyarakat terhadap wisatawan juga penting. Daerah yang memiliki masyarakat yang ramah cenderung lebih menarik bagi pengunjung. Struktur sosial masyarakat terbukti mampu memengaruhi perkembangan pariwisata di suatu destinasi (Wiweka dan Arcana, 2019).

- 4) Faktor teknologi, pada era digital saat ini teknologi memainkan peran yang sangat penting dalam seluruh bidang industri, termasuk pariwisata. Peran teknologi dalam perkembangan pariwisata sangat penting dalam mempermudah promosi dan pemasaran destinasi, misalnya melalui media sosial dan *website*. Hal ini memberikan informasi interaktif tentang tempat yang dikunjungi yang sangat bermanfaat bagi wisatawan yang ingin berkunjung. Selain itu, pemanfaatan teknologi juga memungkinkan reservasi *online* untuk akomodasi dan transportasi, serta menyediakan aplikasi yang membantu wisatawan merencanakan perjalanan mereka. Pemanfaatan kemajuan teknologi dalam menumbuhkan '*smart destination*' telah meningkatkan daya saing pariwisata (Wiweka dan Arcana, 2019).
- 5) Faktor ekonomi, stabilitas ekonomi baik tuan rumah (*host country*) ataupun wisatawan (*guest country*) dapat mempengaruhi daya beli akan produk pariwisata. Perekonomian yang sehat di beberapa negara saat ini cenderung mendorong pariwisata sebagai sumber produk domestik bruto utama bagi banyak negara (Wiweka dan Arcana, 2019). Salah satu indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu daerah dalam satu periode tertentu adalah data Produk Domestik Regional Bruto. Kondisi ekonomi suatu daerah dapat dilihat dari nilai PDRB. PDRB memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu daerah, dimana semakin tinggi PDRB maka dapat dikatakan bahwa pertumbuhan ekonominya juga tinggi. Selain PDRB, kondisi ekonomi juga dapat dilihat dari nilai Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang merupakan penerimaan daerah yang diperoleh dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku (Putri, 2020).
- 6) Faktor politik, kebijakan politik yang mendukung pariwisata serta program kerja pemerintah yang efektif dapat menciptakan lingkungan kondusif bagi pertumbuhan pariwisata. Program pelatihan bagi pekerja di sektor pariwisata dapat meningkatkan kualitas layanan yang dapat berdampak positif pada pengalaman wisatawan. Kebijakan politik yang pro terhadap pariwisata dapat

memberikan pengaruh yang signifikan pada pertumbuhan industri tersebut (Wiweka dan Arcana, 2019).

- 7) Faktor keselamatan dan keamanan, keamanan dan keselamatan merupakan juga menjadi faktor dalam kegiatan pariwisata. Wisatawan memerlukan jaminan keamanan untuk melakukan aktivitas wisata hingga kembali ke daerah asalnya (Wiweka dan Arcana, 2019).
- 8) Faktor perdagangan internasional, kemudahan perdagangan internasional mendorong pertumbuhan pariwisata dari sisi ekspor dan impor komoditas utama industri pariwisata, baik produk (makanan, minuman, manufaktur) maupun jasa (sumber daya manusia). Keterbukaan perdagangan ini akan mempermudah penyediaan kebutuhan wisatawan yang sebagian di antaranya umumnya berasal dari negara asal mereka (Wiweka dan Arcana, 2019).

b. Sub sistem internal pariwisata

Sub sistem internal merupakan penggambaran dari interaksi antara seseorang atau wisatawan yang diistilahkan sebagai permintaan pariwisata dalam melakukan perjalanan ke suatu destinasi wisata yang disebut dengan penawaran pariwisata yang dihubungkan oleh elemen penghubung hingga kembali ke daerah asalnya (Wiweka dan Arcana, 2019).

1) Permintaan pariwisata (*tourism demand*)

Permintaan pariwisata dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu sudut pandang ekonomi dan psikologi. Sudut pandang ekonomi lebih melihat permintaan pariwisata sebagai seseorang yang memiliki kemampuan untuk melakukan perjalanan, termasuk di dalamnya adalah faktor-faktor yang menentukan mereka berwisata. Faktor-faktor tersebut antara lain kondisi kesehatan, ketersediaan waktu luang, serta kemampuan finansial atau uang. Sedangkan, sudut pandang psikologi lebih melihat motivasi dan perilaku wisatawan yang melakukan perjalanan. Secara konvensional, faktor-faktor yang melatarbelakangi wisatawan melakukan perjalanan antara lain *sea, sun, sand, scenery, sex, dan snow* (Wiweka dan Arcana, 2019).

Permintaan pariwisata merupakan orang-orang yang ingin melakukan perjalanan wisata. Unsur penting dalam permintaan wisata adalah wisatawan dan penduduk lokal yang menggunakan sumber daya (produk dan jasa)

wisata. Basis utama dalam permintaan potensial dari wisatawan yakni ketersediaan waktu yang luang, uang, sarana dan prasarana. Terdapat beberapa pertimbangan penting yang dilakukan seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan, yakni biaya; daerah tujuan wisata; bentuk perjalanan; waktu berwisata; akomodasi yang digunakan, moda transportasi, dan lainnya (Ashoer dkk., 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2017) menggunakan jumlah kunjungan wisatawan pada daerah tujuan wisata sebagai sisi permintaan pariwisata. Wisatawan adalah aktor pelaku dalam kegiatan wisata. Kata wisatawan berasal dari bahasa sansekerta dengan asal kata “wisata” yang berarti perjalanan yang kemudian ditambah dengan akhiran “wan” yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata. Wisatawan merupakan seseorang yang melakukan perjalanan baik secara individu maupun kelompok dengan tujuan untuk mencari kesenangan/rekreasi di objek/ destinasi wisata (Isdarmanto, 2017). Selain jumlah wisatawan yang berkunjung, indikator keberhasilan pariwisata dari sisi permintaan juga dapat dilihat dari seberapa lama wisatawan tersebut tinggal di daerah tujuan wisata. Lama tinggal merupakan waktu yang dihabiskan oleh wisatawan terhitung sejak kedatangan sampai dengan waktu meninggalkan daerah tujuan wisata. Lama tinggal akan berkorelasi dengan banyaknya belanja yang dikeluarkan (Djulius & Syafutra, 2019). Semakin banyak jumlah wisatawan dan semakin lama wisatawan tinggal di suatu daerah tujuan wisata, maka semakin banyak pula uang yang dibelanjakan di daerah tujuan wisata tersebut, paling sedikit untuk keperluan makan, minum dan penginapan selama tinggal di daerah tujuan wisata (Nikita dkk., 2017).

Pengeluaran wisatawan adalah jumlah yang dibayarkan untuk memperoleh barang dan jasa yang konsumsi, 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 oleh orang lain (BPS Indonesia, 2023). Pengeluaran wisatawan berdasarkan kategori produk pariwisata terdiri dari beberapa produk pariwisata yaitu sebagai berikut.

- a) Penyediaan akomodasi
- b) Penyediaan makan dan minum
- c) Jasa angkutan rel untuk penumpang
- d) Jasa angkutan darat untuk penumpang
- e) Jasa angkutan air untuk penumpang
- f) Jasa angkutan udara untuk penumpang
- g) Jasa persewaan kendaraan
- h) Jasa agen perjalanan dan reservasi lainnya
- i) Jasa kebudayaan, olahraga, dan rekreasi
- j) Barang-barang pariwisata
- k) Jasa pariwisata lainnya
- l) Produk lainnya

Pengeluaran pariwisata internal merupakan pengeluaran untuk barang dan jasa yang dikonsumsi oleh wisatawan, baik penduduk lokal maupun penduduk mancanegara di suatu negara. Dengan kata lain, pengeluaran pariwisata internal merupakan penjumlahan dari pengeluaran pariwisata *inbound* dan pengeluaran pariwisata domestik di dalam wilayah ekonomi negara tersebut. Tiga produk yang banyak diminati oleh wisatawan sepanjang tahun 2022 yaitu Penyediaan Makan dan Minum, Jasa Angkutan Udara untuk Penumpang, dan Penyediaan Akomodasi. Dari data yang disediakan, terlihat bahwa industri Penyediaan Makanan dan Minuman, Penyediaan Akomodasi, dan Jasa Angkutan Udara untuk Penumpang merupakan kontributor utama dalam menghasilkan nilai tambah industri pariwisata pada tahun 2022 (BPS Indonesia, 2023).

Suvena dan Widyatmaja (2017) menjelaskan bahwa klasifikasi jenis wisatawan dapat dibedakan menjadi enam golongan berdasarkan sifat perjalanan dan ruang lingkup di mana perjalanan wisata itu dilakukan, yaitu:

- (a) Wisatawan asing (*foreign tourist*) merupakan orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana ia biasanya tinggal (biasanya bisa dilihat dari status kewarganegaraannya, dokumen perjalanannya, dan jenis uang yang dibelanjakan).

- (b) Wisatawan asing domestik (*domestic foreign tourist*) merupakan orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal pada suatu negara, yang melakukan perjalanan wisata di wilayah negara dimana ia tinggal (seperti orang yang bekerja di kedutaan besar).
- (c) Wisatawan domestik (*domestic tourist*), merupakan seseorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya.
- (d) Wisatawan asing pribumi (*indigenous foreign tourist*), merupakan warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.
- (e) Wisatawan transit (*transit tourist*), merupakan wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata ke suatu negara tertentu, yang menumpang kapal udara atau kapal laut ataupun kereta api, yang terpaksa mampir atau singgah pada suatu pelabuhan/airport/stasiun bukan atas kemauannya sendiri.
- (f) Wisatawan bisnis (*bussiness tourist*), merupakan orang yang melakukan perjalanan (apakah orang asing atau warga negara sendiri) yang mengadakan perjalanan untuk tujuan lain bukan wisata, tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuannya yang utama selesai.

Berdasarkan asalnya, wisatawan dapat dikelompokkan menjadi wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Wisatawan nusantara yang selanjutnya disingkat dengan sebutan wisnus, merupakan penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah geografis Indonesia (perjalanan dalam negeri) secara sukarela, yaitu perjalanan kurang dari 6 bulan dan bukan untuk tujuan bersekolah atau bekerja (memperoleh upah/gaji). Sedangkan wisatawan mancanegara yang selanjutnya disingkat dengan sebutan wisman merupakan setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu negara di luar negara tempat tinggalnya, kurang dari satu tahun, yang didorong oleh suatu tujuan utama seperti bisnis, berlibur, atau tujuan pribadi lainnya selain untuk bekerja dengan penduduk negara yang dikunjungi (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Wisatawan nusantara memegang peranan penting dalam ekonomi pariwisata di Indonesia. Tingginya peranan wisatawan nusantara mampu menghidupkan sektor angkutan, perhotelan, usaha penyedia makanan dan minuman, industri kreatif, dan lain sebagainya. Wisatawan nusantara menjadi pemberi kontribusi terbesar dibandingkan dengan sumber pemasukan pariwisata yang lainnya seperti wisatawan mancanegara, wisatawan nasional, investasi pariwisata, promosi pariwisata, dan pembinaan pariwisata. Dalam konteks ekonomi pariwisata, Indonesia tergolong sebagai negara berkembang, di mana perjalanan domestik menjadi komponen utama. Potensi wisatawan domestik ini harusnya mendapatkan perhatian lebih dalam pengembangan pariwisata di Indonesia. Banyak negara-negara berkembang yang masih mengabaikan perkembangan wisatawan domestiknya, padahal negara-negara maju mengelola wisatawan domestik secara serius sebagai cara untuk mencapai pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Keunggulan pengelolaan wisatawan domestik antara lain bahwa pasar ini tidak sensitif terhadap krisis baik yang bersifat ekonomi, alam, kesehatan, ataupun politik. Ini disebabkan karena wisatawan domestik tidak segan untuk mengubah rencana perjalanannya dalam kasus-kasus darurat seperti epidemik atau peringatan keamanan, serta adanya komitmen sosial sebagai fungsi penting dari individu untuk mengunjungi kerabat (Maulana, 2019).

2) Elemen penghubung

Sebagai suatu sistem, wisatawan dan destinasi tidak terhubung begitu saja. Kedua elemen tersebut didukung oleh penghubung yang menjembatani antara keduanya. Elemen penghubung ini dapat berupa suatu organisasi (*intermediary organization elements*) dan/atau bahkan penghubung secara fisik (*physical intermediaries elements*) yang menggambarkan kondisi aksesibilitas wilayah destinasi wisata. Organisasi penghubung dapat berupa agen perjalanan wisata dan biro perjalanan wisata yang berperan sebagai jalur distribusi antara penawaran dan permintaan pariwisata. Namun seiring jangkauan perjalanan yang semakin jauh, penghubung ini tidak lagi sebatas organisasi namun juga berupa elemen fisik yang berupa tempat persinggahan atau yang dikenal dengan wilayah transit (*transit route region*), tempat

wisatawan umumnya melakukan persinggahan sementara dari tempat asalnya sebelum mencapai daerah tujuan wisata mereka. Tempat persinggahan ini terbagi atas tiga mode perjalanan, baik melalui jalur air (laut dan sungai), jalur udara, maupun jalur darat (Wiweka dan Arcana, 2019).

3) Penawaran pariwisata (*tourism supply*)

Sebagai elemen penawaran atau produk (*supply*), destinasi menawarkan segalanya untuk menarik wisatawan. Destinasi merupakan bagian terpenting dari sistem pariwisata karena destinasi dan citra daya tariknya dapat menarik wisatawan, memotivasi kunjungan, dan karenanya memberi energi pada keseluruhan sistem pariwisata. Sebagian besar destinasi wisata terdiri dari beberapa komponen utama yang bisa disebut *six A's*, yaitu *attraction*, *accessibility*, *amenities*, *available packages*, *activities*, dan *ancillary services*. Wiweka dan Arcana (2019) mencoba mengakomodasi tren perkembangan fenomena industri pariwisata saat ini terutama di Indonesia sebagai negara berkembang. Mereka merumuskan penawaran suatu destinasi wisata ke dalam 6A'SCIT yang meliputi atraksi (*attraction*), aksesibilitas (*accessibilities*), fasilitas (*amenities*), layanan tambahan (*ancillary services*), kegiatan (*activities*), paket yang tersedia (*available packages*), pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*), insentif atau investasi (*investments/incentive*), dan teknologi (*technology*).

Pada dasarnya konsep pengembangan suatu destinasi pariwisata harus memiliki tiga aspek pengembangan pariwisata yang meliputi *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Isdarmanto, 2017). Berikut dijelaskan mengenai tiga konsep dasar pengembangan pariwisata tersebut.

- (a) *Something to see* merupakan daya tarik khusus yang dimiliki objek wisata yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Objek wisata harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain objek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dayatarik dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.
- (b) *Something to do* merupakan aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan di daerah wisata. Wisatawan yang melakukan pariwisata di daerah tujuan

wisata bisa melakukan sesuatu yang berguna atau bermanfaat untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relaks, yang berupa fasilitas-fasilitas rekreasi baik itu arena beraktivitas bermain ataupun tersedianya berbagai tempat makan, terutama makanan khas lokal dari tempat tersebut sehingga mampu memberikan pengalaman baru serta membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal.

- (c) *Something to buy* merupakan sesuatu yang dapat dibeli oleh wisatawan di daerah wisata. Fasilitas untuk wisatawan dapat berbelanja yang berupa souvenir, produk kemasan yang pada umumnya adalah merupakan ciri khas atau ikon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Penawaran wisata juga disebut *triple A* yang terdiri dari: 1) atraksi sebagai objek wisata yang memberikan kenikmatan kepada wisatawan; 2) aksesibilitas sebagai segala sesuatu yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk dapat berkunjung pada suatu tempat; 3) amenitas merupakan fasilitas pendukung yang dibutuhkan wisatawan selama berkunjung, yang dapat meliputi akomodasi, jasa makanan dan minuman, jasa hiburan, bank, dan sebagainya. Semakin lengkap dan terintegrasinya ketiga unsur tersebut di dalam produk wisata maka semakin kuat posisi penawaran dalam sistem kepariwisataan. Untuk memperkuat posisi tersebut maka kualitas produk yang ditawarkan mutlak diperhatikan (Ashoer dkk., 2021).

Penawaran pariwisata merupakan produk yang diberikan kepada wisatawan untuk dapat dinikmati. Penawaran pariwisata merupakan sesuatu yang akan ditawarkan kepada wisatawan yang berupa produk dan jasa. Produk wisata merupakan produk yang diperuntukkan bagi wisatawan atau dikonsumsi oleh seseorang selama melakukan kegiatan wisata (Ashoer dkk., 2021). Produk pariwisata juga dapat berupa sejumlah fasilitas dan pelayanan yang disediakan dan diperuntukkan bagi wisatawan yang terdiri dari tiga komponen yaitu: sumber daya berupa objek dan atraksi wisata yang terdapat pada suatu daerah tujuan wisata; fasilitas yang terdapat di suatu daerah tujuan wisata; serta transportasi yang membawa dari tempat asalnya ke suatu daerah tujuan wisata tertentu (Suwena & Widyatmaja, 2017). Isdarmanto (2017)

mengemukakan bahwa pariwisata pada dasarnya merupakan suatu industri yang terdiri atas kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan produk wisata yang berupa barang-barang dan jasa-jasa (*goods and services*) sebagai produk yang dibutuhkan para wisatawan selama dalam perjalanannya.

Usaha pariwisata dalam UU Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2023 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang meliputi sebagai berikut.

- (a) Daya tarik wisata, merupakan segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia untuk dikunjungi wisatawan. Usaha daya tarik wisata adalah usaha yang kegiatannya mengelola daya tarik wisata. Tempat yang menjadi tujuan pengunjung kemudian disebut sebagai Objek Daya Tarik Wisata (ODTW).
- (b) Kawasan pariwisata, merupakan suatu kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata dan jasa wisata. Usaha kawasan pariwisata adalah usaha yang kegiatannya membangun dan/atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.
- (c) Jasa transportasi wisata, merupakan usaha khusus yang menyediakan angkutan untuk kebutuhan dan kegiatan pariwisata, bukan angkutan transportasi reguler/umum.
- (d) Jasa perjalanan wisata, merupakan usaha adalah usaha biro perjalanan wisata dan usaha agen perjalanan wisata. Usaha biro perjalanan wisata meliputi usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan/atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, termasuk penyelenggaraan perjalanan ibadah. usaha agen perjalanan wisata meliputi usaha jasa pemesanan sarana, seperti pemesanan tiket dan pemesanan akomodasi serta pengurusan dokumen perjalanan.
- (e) Jasa makanan dan minuman, merupakan usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk

proses pembuatannya. Usaha makanan dan minuman dapat berupa restoran, kafe, jasa boga, dan bar/ kedai minum.

- (f) Penyediaan akomodasi, merupakan usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Usaha penyediaan akomodasi dapat berupa hotel bintang, hotel melati, vila, pondok wisata, bumi perkemahan, persinggahan karavan, dan akomodasi lainnya yang digunakan untuk tujuan pariwisata.
- (g) Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, merupakan adalah usaha yang ruang lingkup kegiatannya berupa usaha seni pertunjukan, arena permainan, karaoke, bioskop, serta kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya yang bertujuan untuk pariwisata.
- (h) Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, merupakan usaha yang memberikan jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, menyelenggarakan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya. Selain itu usaha ini juga dapat berupa usaha yang menyelenggarakan pameran dalam rangka menyebarluaskan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional, dan internasional.
- (i) Jasa informasi wisata, merupakan usaha yang menyediakan data, berita, feature. foto, video, dan hasil penelitian mengenai Kepariwisataaan yang disebarkan dalam bentuk bahan cetak dan/ atau elektronik.
- (j) Jasa konsultan pariwisata, usaha yang menyediakan saran dan rekomendasi mengenai studi kelayakan, perencanaan, pengelolaan usaha, penelitian, dan pemasaran di bidang kepariwisataan.
- (k) Jasa pramuwisata, merupakan usaha penyediaan dan pengkoordinasian tenaga pemandu wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan atau kebutuhan biro perjalanan wisata.
- (l) Wisata tirta, merupakan usaha yang menyelenggarakan wisata dan olahraga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial. Usaha wisata tirta dapat berada di perairan laut, pantai, sungai, danau, dan waduk.

- (m) Spa, merupakan usaha perawatan yang memberikan layanan dengan metode kombinasi terapi air, terapi aroma, pijat, rempah-rempah, layanan makanan/minuman sehat, dan olah aktivitas fisik. Usaha spa dalam pariwisata memiliki tujuan menyeimbangkan jiwa dan raga dengan tetap memperhatikan tradisi dan budaya bangsa Indonesia.

2.3 Daya Saing Pariwisata

Daya saing sektor pariwisata merupakan kapasitas usaha pariwisata untuk menarik pengunjung asing maupun domestik yang berkunjung pada daerah tujuan wisata. Pariwisata dapat digambarkan sebagai produk bersaing bila daerah tujuan wisata menarik, kompetitif dari segi kualitas dan harga, dibandingkan dengan produk dan jasa dari daerah tujuan wisata lain (Kamaruddin dkk., 2022). Sebuah daerah dengan sektor pariwisatanya mampu dikatakan kompetitif jika dapat menarik wisatawan. Daya saing pariwisata secara langsung mempengaruhi kondisi permintaan pariwisata dalam hal jumlah wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara, dan secara tidak langsung mempengaruhi industri pendukung seperti jumlah hotel, jumlah restoran (Rini & Ma'ruf, 2017).

Indeks daya saing adalah alat ukur daya saing daerah yang diharapkan dapat menjadi indikator proses pembangunan dalam suatu daerah yang dapat menjadi lebih optimal, dengan melalui manfaat seluruh potensi yang dimiliki dalam rangka mencapai kesejahteraan masyarakat dan peningkatan ekonomi daerah. Tujuan dari pengukuran indeks daya saing (Agustian, 2022) adalah meliputi:

- a. Pengukuran pencapaian aktivitas dalam suatu daerah dengan memanfaatkan potensi yang ada untuk menciptakan daya saing.
- b. Pendorong *stakeholder* dalam pelaku inovasi baik dari lembaga dan masyarakat daerah untuk memicu kreatifitas melalui kemitraan maupun individu dalam meningkatkan daya saing.
- c. Upaya dalam kemandirian masyarakat daerah dan daya saing pariwisata.
- d. Upaya dalam penetapan, evaluasi dan monitoring dalam kebijakan, program kerja, dan kegiatan dalam pembangunan daerah.
- e. Alat yang digunakan dalam proses pembangunan dan program pendukung sebagai alat pengukut daya saing pada peningkatan ekonomi daerah.

Terdapat beberapa model pengukuran dalam menilai daya saing pariwisata daerah, diantaranya yaitu *Porter Diamond*, *Travel and Tourism Competitiveness Indeks (TTCI)*, dan *Competitiveness Monitor*. Rini dan Ma'ruf (2017) dalam penelitiannya menggunakan model *Porter Diamond* yang menilai daya saing pariwisata melalui empat faktor yang terdiri dari kondisi faktor, kondisi permintaan, strategi daerah dan industri pendukung terkait. Faktor kondisi merupakan sumber daya pariwisata yang dinilai dengan variabel jumlah objek wisata dan jumlah tenaga kerja pariwisata. Kondisi permintaan merupakan permintaan pariwisata yang dinilai dengan variabel jumlah wisatawan nusantara dan jumlah wisatawan mancanegara. Strategi daerah merupakan usaha pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan pariwisata yang dinilai dengan variabel anggaran pemerintah dalam sektor pariwisata dan kondisi infrastruktur. Sedangkan, industri pendukung terkait dinilai dengan variabel jumlah hotel, restoran, rumah makan, serta jumlah biro perjalanan wisata.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardhani (2020) yang mengkaji model *Travel and Tourism Competitiveness Indeks (TTCI)* mengungkapkan 14 pilar sebagai indikator pengukuran daya saing pariwisata suatu negara, yaitu sebagai berikut

- a. *Bussiness environment*, menggambarkan bagaimana sebuah negara menempatkan kebijakan dalam melakukan bisnis dan menciptakan suatu lingkungan bisnis yang kondusif bagi suatu perusahaan.
- b. *Safety dan security*, merupakan pilar yang menggambarkan bahwa keselamatan dan keamanan adalah faktor penting yang menentukan daya saing industri travel dan pariwisata suatu negara.
- c. *Health dan hygiene*, merupakan pilar yang menggambarkan bahwa kesehatan dan higienitas, serta kebersihan sebagai faktor pendukung untuk daya saing pada industri travel dan pariwisata.
- d. *Human resource dan labour market*, menggambarkan sumber daya manusia yang dimiliki sebagai pemeran kunci dalam menentukan keberlangsungan, efektivitas, dan daya saing suatu negara.
- e. *ICT readiness*, menggambarkan bagaimana layanan internet dan operasi bisnis yang berperan penting dalam travel dan pariwisata.

- f. *Prioritization of travel and tourism*, menggambarkan sejauh mana pemerintah memprioritaskan sektor travel dan pariwisata.
- g. *International openness*, menggambarkan bagaimana suatu negara mengembangkan sektor travel dan pariwisata yang kompetitif secara internasional.
- h. *Price competitiveness*, menggambarkan biaya perjalanan dan akomodasi ke sebuah negara.
- i. *Environmental sustainability*, menggambarkan bagaimana pentingnya lingkungan alami yang berkelanjutan menyediakan tempat atau lokasi yang menarik bagi wisatawan.
- j. *Air transport infrastructure*, menggambarkan bagaimana konektivitas udara suatu negara sangat penting untuk kemudahan akses wisatawan ke dan dari negara.
- k. *Ground and port infrastructure*, menggambarkan ketersediaan transportasi yang efisien dan mudah diakses ke pusat-pusat bisnis utama dan tempat wisata.
- l. *Tourist service infrastructure*, menggambarkan ketersediaan akomodasi, resort, dan fasilitas hiburan berkualitas yang memadai dapat mewakili keunggulan kompetitif yang signifikan bagi suatu negara.
- m. *Natural resources*, menggambarkan negara-negara dengan aset alam jelas memiliki keunggulan kompetitif dalam menarik wisatawan.
- n. *Cultural resources and business travel*, menggambarkan sumber daya budaya suatu negara sebagai pendorong penting daya saing travel dan pariwisata.

2.4 Competitiveness Monitor

Daya saing dianggap dapat menjadi tolak ukur pariwisata karena dianggap sebagai faktor penting bagi keberhasilan tujuan wisata. Dalam menentukan daya saing industri pariwisata, metode analisis yang digunakan dalam pengukuran yaitu analisis *Competitiveness Monitor (CM)* yang diperkenalkan oleh WTTC (*World Travel and Tourism Council, 2001*) sebagai alat ukur daya saing pariwisata. Analisis CM diperbaharui pada tahun 2002 sebagai hasil kolaborasi WTTC dan Christel De Haan *Tourism and Travel Research Institute (TTRI)*, Universitas Nottingham. Analisis ini juga dikembangkan dalam berbagai bidang penelitian

seperti hasil laporan Daya Saing Global Bank Dunia dan Indikator Daya Saing Regional Inggris (Koranti *et al.*, 2019). Kemudian, pada penelitian yang dilakukan oleh Gooroochurn & Sugiyarto (2005) membahas terkait metodologi inovatif untuk mengukur dan memantau daya saing pariwisata dengan menggunakan delapan indikator pariwisata yang disajikan dalam *competitiveness monitor*. Metode *competitiveness monitor* mulai digunakan di Indonesia pada tahun 2008, yakni pada penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati dan Priyono dengan tujuan penelitian untuk mengukur daya saing pariwisata Surakarta dan Yogyakarta. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gooroochurn & Sugiyarto (2005) dan penelitian yang dilakukan oleh Trisnawati & Priyono (2008), pada tahun 2022, penelitian yang dilakukan oleh Kapitarauw dkk., juga mengukur dan memantau daya saing pariwisata dengan menggunakan 8 indikator yang relevan yang disajikan dalam monitor daya saing, yaitu sebagai berikut.

a. *Human Tourism Indicator (HTI)*

Human Tourism Indicator merupakan indikator yang menunjukkan pencapaian perkembangan ekonomi daerah akibat dari kedatangan pengunjung atau wisatawan ke daerah tersebut (Kapitarauw dkk., 2022). Indikator ini mengukur pencapaian pembangunan manusia dalam hal aktivitas pariwisata (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). HTI dikembangkan sejalan dengan indeks pembangunan manusia untuk mengukur pencapaian dalam berbagai aspek pembangunan manusia. HTI dihitung sebagai rata-rata sederhana dari indeks dampak pariwisata (*tourism impact index*) dan indeks partisipasi pariwisata (*tourism participation index*). *Tourism impact index* mengukur dampak langsung dari pariwisata terhadap perekonomian dan dihitung sebagai rasio dari jumlah penerimaan dan pengeluaran dari wisatawan internasional sebagai persentase dari PDB. Adapun *tourism participation index* mengukur keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata yang dilihat dari rasio jumlah kedatangan dan keberangkatan wisatawan dengan jumlah populasi daerah tujuan wisata (Koranti *et al.*, 2019).

b. *Price Competitiveness Indicator (PCI)*

Price Competitiveness Indicator merupakan indikator daya saing harga. Indikator ini menunjukkan harga komoditas utama yang dikonsumsi oleh

wisatawan selama berwisata seperti biaya akomodasi, perjalanan wisata, penyewaan kendaraan, dan lain sebagainya. Nilai PCI dapat dilihat dari harga hotel dengan pengukuran paritas daya beli (*purchasing power parity*) (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Harga hotel dihitung dengan tarif rata-rata kamar minimum di berbagai kelas hotel. *Purchasing power parity* menunjukkan harga yang dibayar oleh wisatawan di tempat tujuan yang diukur dari jumlah wisatawan di suatu daerah $\times$ rata-rata tarif hotel $\times$ rata-rata lama tinggal (Kapitarauw dkk., 2022).

c. *Infrastructure Development Indicator (IDI)*

Infrastructure Development Indicator merupakan indikator pembangunan infrastruktur. Indikator ini menunjukkan kemajuan infrastruktur pada daerah tujuan wisata. Infrastruktur merupakan salah satu unsur yang penting dalam pariwisata karena infrastruktur yang baik turut menjadi pertimbangan minat wisatawan untuk berkunjung pada daerah tujuan wisata. Daya saing juga terkait dengan pembangunan infrastruktur, yang dalam CM diwakili oleh pembangunan jalan, akses terhadap fasilitas sanitasi yang lebih baik dan akses terhadap air minum. Indeks jalan menunjukkan total panjang jalan di suatu negara dibandingkan dengan panjang jalan yang diharapkan sesuai dengan ukuran populasi, kepadatan penduduk, pendapatan per kapita (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005).

Infrastruktur pariwisata telah lama dianggap sebagai bagian dari pariwisata yang berperan penting dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, dan berkontribusi terhadap kepuasan dan motivasi pengunjung. Hubungan yang jelas antara pengembangan pariwisata dan infrastruktur telah dikonfirmasi dalam teori dan praktik oleh banyak penulis. Bahwa infrastruktur transportasi merupakan representasi penting dari infrastruktur pariwisata dan secara langsung berdampak pada infrastruktur pariwisata yang menarik pengunjung. Transportasi memainkan peran penting dalam keberhasilan penciptaan dan pengembangan atraksi baru serta pertumbuhan yang sehat dari atraksi yang sudah ada. Penyediaan transportasi yang sesuai telah mengubah pusat-pusat wisata yang mati menjadi tempat yang aktif dan makmur yang menarik banyak orang. Sistem transportasi melakukan tugas menghubungkan daerah satu sama

lain, serta dengan tempat-tempat wisata, dan menjadi faktor dalam daya saing destinasi pariwisata (Nguyen, 2021).

d. *Enviromental Indicator (EI)*

Enviromental Indicator merupakan indikator lingkungan. Kualitas lingkungan merupakan aset penting bagi sebuah destinasi, terutama mengingat meningkatnya jumlah wisatawan yang sadar lingkungan. EI menangkap kualitas lingkungan fisik dan sejauh mana suatu daerah sadar dan terlibat dalam pengelolaan lingkungan. Indikator lingkungan menggabungkan kepadatan penduduk, emisi karbon dioksida, dan ratifikasi perjanjian lingkungan (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Indikator ini menunjukkan kualitas lingkungan dan kesadaran masyarakat dalam memelihara lingkungannya (Kapitarauw dkk., 2022).

e. *Technology Advancement Indicator (TAI)*

Technology Advancement Indicator merupakan indikator kemajuan teknologi. Indikator teknologi menandakan kemajuan suatu daerah dalam sistem teknologi modern, yang diwakili oleh penggunaan internet, saluran telepon genggam, dan ekspor teknologi tinggi. Indeks internet menunjukkan rasio dari jumlah komputer dengan alamat protokol internet aktif yang terhubung ke internet. Indeks telepon menunjukkan rasio dari jumlah saluran telepon yang terhubung ke jaringan telepon umum. Indeks telepon genggam mengacu pada rasio jumlah orang yang menggunakan telepon genggam dan berlangganan layanan telepon genggam (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005).

f. *Human Resource Indicator (HRI)*

Human Resource Indicator merupakan indikator sumber daya manusia. Nilai HRI menunjukkan kualitas sumber daya manusia di suatu daerah sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada wisatawan. Indikator sumber daya manusia mengukur kualitas tenaga kerja di daerah tujuan dalam hal pendidikan, karena tenaga kerja dengan kualitas baik dapat memberikan layanan pariwisata yang lebih berkualitas. Namun data semacam itu sulit diperoleh di seluruh daerah, maka dari itu untuk mengetahui nilai HRI digunakan indeks pendidikan umum (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Indeks pendidikan diukur dari rasio tingkat melek huruf penduduk dan gabungan partisipasi penduduk

yang berpendidikan mulai dari sekolah dasar, menengah, hingga perguruan tinggi. Tingkat melek huruf orang dewasa yang presentase orang berusia 15 tahun ke atas yang memiliki kepahaman membaca dan menulis dalam kehidupan sehari-hari (Kamaruddin dkk., 2022).

g. *Openess Indicator (OI)*,

Openess Indicator merupakan indikator keterbukaan. Indikator ini menunjukkan tingkat keterbukaan destinasi wisatawan terhadap perdagangan internasional dan wisatawan internasional. Pengukuran yang digunakan yakni menggunakan rasio jumlah wisatawan mancanegara dengan total Pendapatan Asli Daerah (PAD). Indikator keterbukaan sesuai dengan literatur ekonomi pembangunan, yang menyatakan bahwa keterbukaan suatu negara terhadap perdagangan merupakan faktor penentu pertumbuhan yang signifikan (Ferdin, 2022).

h. *Social Development Indicator (SDI)*

Social Development Indicator merupakan yang menunjukkan keamanan dan kenyamanan daerah tujuan wisata terhadap wisatawan. Kualitas hidup di destinasi berkontribusi pada pengalaman pariwisata, sehingga menambah kualitas pariwisata destinasi tersebut (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Kualitas hidup ditangkap oleh indikator pembangunan sosial mengingat kompleksitas yang terlibat dalam mengukur kualitas hidup. Ukuran nilai SDI yakni dengan menggunakan rata-rata lama tinggal wisatawan di daerah tujuan wisata (Kapitarauw dkk., 2022).

Berdasarkan kajian literatur yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa pada dasarnya sistem pariwisata dan indikator daya saing pariwisata yang digunakan dalam metode perhitungan *competitiveness monitor* saling terkait. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan daya saing CM yang indikatornya menggunakan elemen-elemen yang terdapat dalam sistem pariwisata, baik elemen dari sub sistem eksternal pariwisata maupun elemen dari sub sistem internal pariwisata.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan suatu sumber literatur untuk menjadi perbandingan atau menjadi inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi untuk penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Penelitian terdahulu

Judul	Peneliti (Tahun)	Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Sumber
Potensi Pantai Panrangluhung di Bira Kabupaten Bulukumba sebagai Destinasi Wisata	Muhammad Muasawantoro, Masri Ridwan (2019)	Analisis Spasial, Analisis Sistem Informasi Geografis dengan metode overlay eksisting data	Sebaran daya tarik wisata yang terdapat di Pantai Panrangluhung meliputi daya tarik wisata bahari dan wisata budaya. Aktivitas pada kawasan objek daya tarik wisata bahari yang berupa wisata pantai diantaranya seperti berenang, diving, rekreasi pantai, dan banana boat. Adapun aktivitas yang dapat dilakukan pada kawasan objek wisata daya tarik budaya diantaranya seperti mengamati kearifan lokal dan tuntutan hidup masyarakat di Kawasan Pantai Panrangluhung sebagai pembuat perahu phinisi. Sebaran akomodasi yang berada di sepanjang wilayah pesisir pantai yang berupa <i>villa</i> , <i>cottage</i> , dan wisma,	Persamaan: Identifikasi karakteristik daya tarik wisata serta menggunakan analisis spasial dengan metode <i>overlay</i> Perbedaan: Identifikasi karakteristik fokus ke satu objek wisata, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis akan mengidentifikasi karakteristik pariwisata pada skala satu daerah kota.	<i>Jurnal Kepariwisata an: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan</i> , 3(1), 1-7. https://doi.org/10.34013/jk.v3i1.27
Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Ekowisata Desa Wisata Nglanggeran dan Wisata Desa Pada Desa Wisata Pentingsari	Novia Purbasari dan Asnawi Manaf (2017)	Analisis deskriptif kualitatif	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah pada kedua desa wisata, elemen atraksi dan pengunjung merupakan elemen yang paling menggambarkan karakteristik dari masing-masing Desa Wisata. Atraksi pada ekowisata Desa Nglanggeran mayoritas merupakan kegiatan konservasi yang mendukung konsep ekowisata. Dengan karakteristik demikian, maka karakteristik mayoritas pengunjungnya adalah pecinta alam dan petualang. Sedangkan atraksi pada Desa Wisata Pentingsari merupakan kegiatan masyarakat desa yang mencirikan kearifan	Persamaan: Mengidentifikasi karakteristik elemen sistem pariwisata Perbedaan: Mengidentifikasi karakteristik elemen sistem pariwisata berdasarkan teori sistem pariwisata dari Mason (2003), Middleton (1994), dan Leiper (1990). Sedangkan penulis menggunakan gabungan teori sistem pariwisata dari Leiper, Wiweka dan Arcana (2019), Ashoer dkk. (2021).	<i>Jurnal Pembangunan Wilayah&Kota</i> , 1(13). https://doi.org/10.14710/pwk.v13i1.15151

Judul	Peneliti (Tahun)	Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Sumber
			lokal wisata pedesaan. Dengan karakteristik yang demikian, maka karakteristik pengunjung datang dari kalangan pelajar untuk melakukan wisata edukasi kehidupan masyarakat desa.		
Analisis Daya Saing Industri Pariwisata pada Kabupaten Lumajang dan Peningkatan Ekonomi Daerah	Ferdi Wahyu Agustian (2022)	Metode kuantitatif deskriptif, <i>Analisis Competitiveness Monitor</i>	Posisi daya saing pariwisata Kabupaten Lumajang diketahui dengan melihat indeks daya saing pariwisata Kabupaten Lumajang memiliki indeks daya saing unggul dalam beberapa indikator penentu daya saing yaitu <i>Human Tourism Indicator</i> (HTI), <i>Price Competitiveness Indicator</i> (PCI), <i>Infrastructure Development Indicator</i> (IDI) dan <i>Environment Indicator</i> (EI). Sedangkan indeks daya saing pariwisata yang rendah dalam penentu daya saing pariwisata Kabupaten Lumajang yaitu indikator <i>Openess Indicator</i> (OI).	Persamaan: Menggunakan metode analisis <i>competitiveness monitor</i> Perbedaan: Hanya menggunakan lima indikator penentu daya saing, sedangkan pada penelitian yang dilakukan penulis akan menggunakan delapan indikator penentu daya saing	<i>Jurnal Ilmu Ekonomi</i> , 6(4), 653-664. https://doi.org/10.22219/jie.v6i4.23003
Analisis Daya Saing Pariwisata Kecamatan Labuhan Badas Kabupaten Sumbawa Untuk Meningkatkan	Kamaruddin, Marisa Sutanty, Suharni (2019)	Pendekatan Deskriptif Kuantitatif <i>Analisis Competitiveness Monitor</i>	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat daya saing pariwisata di Kecamatan Labuhan Badas Kabupaten Sumbawa tahun 2018 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya 2017. Hasil ini memberi implikasi pada kebijakan yang harus dilakukan oleh pemerintah Kecamatan Labuhan Badas untuk mengembangkan	Persamaan: Menggunakan metode analisis <i>competitiveness monitor</i> Perbedaan: Mengukur daya saing dengan hasil langsung dari perhitungan indikator daya saing. Sedangkan penulis melanjutkan perhitungan dengan menghitung indeks komposit dan indeks daya saing pariwisata untuk	<i>Jurnal Ekonomi & Bisnis</i> , 7(3), 271-280. https://doi.org/10.58406/jeb.v7i3.544

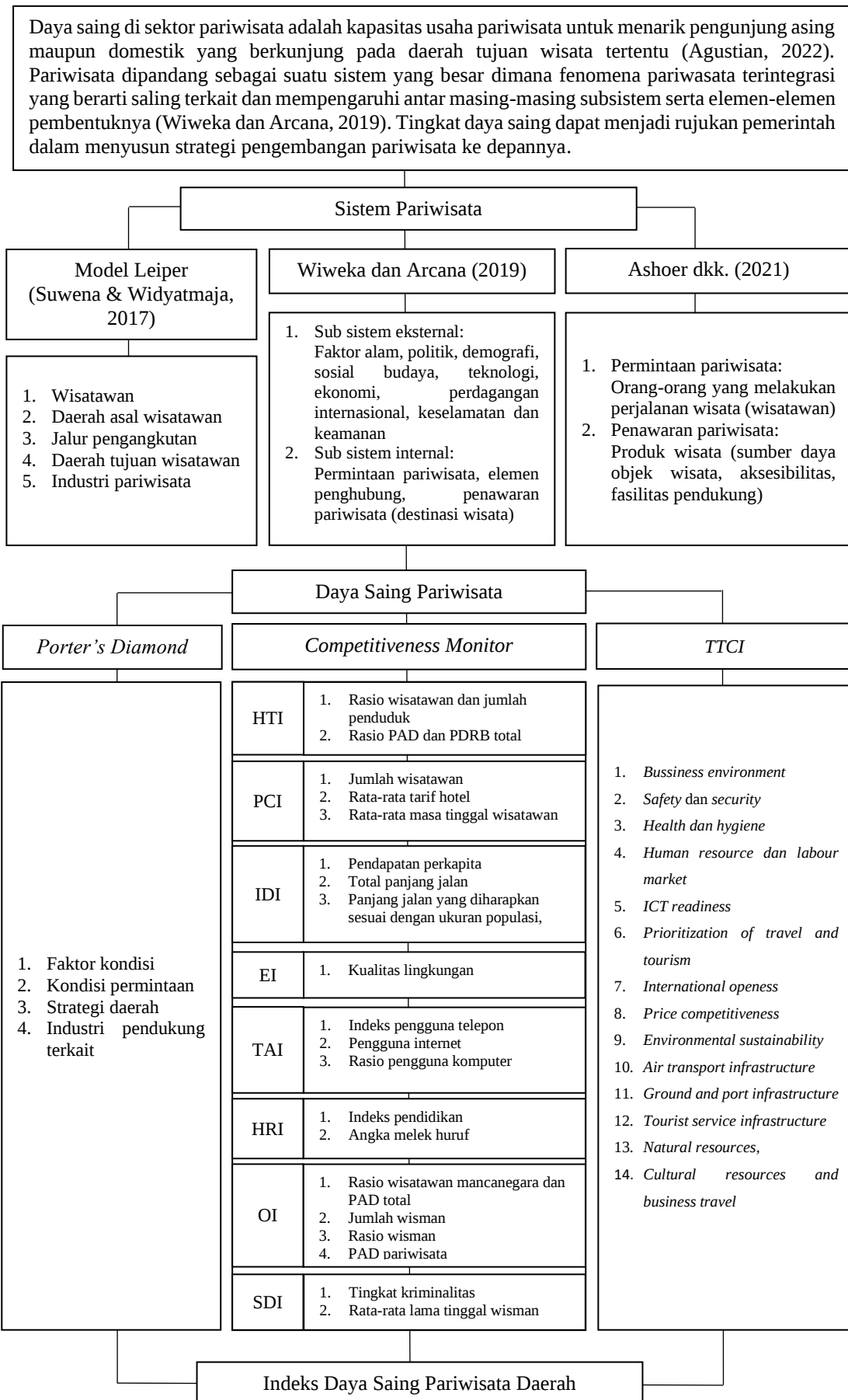
Judul	Peneliti (Tahun)	Teknik Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan	Sumber
n Ekonomi Daerah			sektor pariwisata karena dengan memperhatikan indikator-indikator penentu daya saing dapat dikaji kelebihan dan kekurangan daerah tersebut dalam mengembangkan industri pariwisata sebagai salah satu sumber PAD yang potensial.	melihat klasifikasi daya saing Kota Bima.	
Analisis Daya Saing Industri Pariwisata di Kabupaten Manokwari	Yustinus Mayai Kapitarauw, Dedy Riantoro, Sarce Babra Awom (2022)	Analisis <i>Competitive ness Monitor</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa, kedelapan indikator menunjukan perkembangan sangat tinggi hanya terdapat satu indikator yang sangat rendah di mana indikator tersebut adalah Sosial Development Indicator (SDI) sebesar -1,7 yang artinya menunjukkan kemampuan daya saing yang rendah dimana nilainya lebih kecil dari 1, selain dari pada itu indikator-indikator lain menunjukan perkembangan daya saing yang baik atau tinggi dimana nilainya adalah lebih besar dari 1.	Persamaan: Menggunakan delapan indikator pariwisata dalam metode competitiveness monitor. Perbedaan: Penulis menggunakan 3 klasifikasi dalam menyimpulkan hasil nilai indeks daya saing yang diperoleh.	<i>Lensa Ekonomi</i> , 16(01), 132- 149. https://jurnal.feb.unipa.ac.id/index.php/lensa/article/view/223

Dari kajian beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan, dapat diketahui karakteristik pariwisata suatu daerah dapat dijelaskan melalui identifikasi elemen sistem pariwisata yang ada di dalamnya. Adapun dalam mengukur potensi daya saing wisata suatu daerah terdapat beberapa indikator yang menentukan, yaitu *Human Tourism Indicator (HTI)*, *Price Competitiveness Indicator (PCI)*, *Infrastructure Development Indicator (IDI)*, *Environment Indicator (EI)*, *Technology Advancement Indicator (TAI)*, *Human Resource Indicator (HRI)*, *Openess Indicator (OI)*, dan *Social Development Indicator (SDI)*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ferdi Wahyu Agustian (2022) menggunakan lima indikator untuk menganalisis daya saing pariwisata Kabupaten Lumajang, yang terdiri dari *Human Tourism Indicator (HTI)*, *Price Competitiveness Indicator (PCI)*, *Infrastructure Development Indicator (IDI)* dan *Environment Indicator (EI)*, dan *Openess Indicator (OI)*. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Kamarudiin dkk. (2019) menggunakan delapan indikator dalam analisis *competitiveness monitor* untuk melihat daya saing pariwisata Kecamatan Labuhan Badas Kabupaten Sumbawa. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa mengukur tingkat daya saing pariwisata mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Kapitarauw dkk. (2022) juga menggunakan kedelapan indikator yang menunjukan terdapat satu indikator yang sangat rendah di mana indikator tersebut adalah Sosial Development Indicator (SDI) sebesar -1.7 yang artinya menunjukkan kemampuan daya saing yang rendah dimana nilainya lebih kecil dari 1, selain dari pada itu indikator-indikator lain menunjukan perkembangan daya saing yang baik atau tinggi dimana nilainya adalah lebih besar dari 1.

2.6 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep penelitian dibentuk melalui tinjauan pustaka untuk mengidentifikasi beragam indikator dan parameter dari berbagai variabel. Proses penyelesaian masalah melibatkan penggunaan berbagai indikator dan parameter yang berasal dari variabel-variabel yang telah ditetapkan. Hal ini bertujuan untuk membentuk kerangka konsep. Kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Kerangka konsep penelitian
Sumber: Penulis, 2024