

SKRIPSI

**INDEKS DAYA SAING PARIWISATA KABUPATEN
LUWU TIMUR MENGGUNAKAN METODE
*COMPETITIVENESS MONITOR***

Disusun dan diajukan oleh:

A. SYAHRUL

D101 18 1310



DEPARTEMEN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS HASANUDDIN

GOWA

2024

LEMBAR PENGESAHAN (TUGAS AKHIR)

INDEKS DAYA SAING PARIWISATA KABUPATEN LUWU TIMUR MENGGUNAKAN METODE *COMPETITIVENESS MONITOR*

Disusun dan diajukan oleh

A. SYAHRUL

D101 18 1310

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 25 November 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
kelulusan
Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Marly Valenti Patandianan, ST., MT., PhD

NIP. 19930309 201903 1 024

Pembimbing Pendamping,



Ir. Laode Muh Asfan Mujahid, ST., MT

NIP. 19930309 201903 1 014

Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin



Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.Si

NIP. 19741006 200812 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ;

Nama : A. Syahrul

NIM : D101181310

Program Studi : Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul

Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Luwu Timur 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, 21 Oktober 2024

Yang Menyatakan


A. Syahrul

KATA PENGANTAR

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

Skripsi dengan judul “Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Luwu Timur Menggunakan Metode *Competitiveness Monitor*” merupakan salah satu syarat kelulusan studi S1 penulis di Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin. Dalam proses penyusunan skripsi ini, acap kali penulis mendapati tantangan dan hambatan, namun itu semua tidak menjadi penghalang bahkan alasan bagi penulis untuk tidak menyelesaikan skripsi ini hingga selesai di waktu yang tepat.

Akhir kata, penulis sangat mengharapkan masukan saran dan kritik konstruktif yang berguna dalam penyempurnaan skripsi ini selanjutnya. Tak lupa penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu perencanaan yang berkaitan.

Gowa, Agustus 2024

A.Syahrul

Situs dan Alamat Kontak:

Harap menuliskan sumber skripsi ini dengan cara penulisan sebagai berikut:

Syahrul, A. 2024. *Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Luwu Timur Menggunakan Metode Competitiveness Monitor*. Skripsi Program Studi S1 Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Hasanuddin, Makassar.

Demi peningkatan kualitas dari skripsi ini, kritik dan saran dapat disampaikan ke penulis melalui alamat email berikut ini: syahrulbppn5@gmail.com

UCAPAN TERIMA KASIH

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

1. Kedua orang tua tercinta (Bapak Andi Samsu Alam), dan (Nurgaiyya) atas doa, nasihat, kasih sayang, dan dukungan yang luar biasa tak terhingga yang dilimpahkan kepada penulis;
2. Rektor Universitas Hasanuddin (Bapak Prof. Dr. Ir. Djamaluddin Jompa, M.Sc.) yang telah memfasilitasi penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin;
3. Dekan Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin (Bapak Prof. Dr. Eng. Muhammad Isran Ramli, ST. M.Si. IPM) atas dukungan dan kebijakannya;
4. Kepala Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Hasanuddin sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir penulis (Bapak Dr. Eng. Abdul Rachman Rasyid, ST., M.Si) dan Sekretaris Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Hasanuddin sekaligus Dosen Penasehat Akademik penulis (Ibu Sri Aliah Ekawati, ST., MT.) atas ilmu, nasehat, dan waktu yang diluangkan untuk bimbingan serta kelancaran dalam administrasi;
5. Dosen Pembimbing Utama (Marly Valenti Patandianan, ST., MT., PhD) dan dosen Pembimbing pendukung (Ir. Laode Muh Asfan Mujahid, ST., MT) atas waktu dan ilmu yang dengan sabar diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik;
6. Kepala Studio Tugas Akhir (Ibu Dr. techn. Yashinta K.D. Sutopo, ST. MIP.) atas motivasi, ilmu, nasehat, dan pengalaman yang selalu diberikan kepada penulis;
7. Seluruh Dosen Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota yang telah memberikan ilmu, kebaikan, dan bantuannya yang sangat bermanfaat selama penulis menjalani masa perkuliahan;

8. Seluruh Staf Administrasi dan Pelayanan PWK Universitas Hasanuddin atas kesabaran, kebaikan, dan bantuannya kepada penulis selama menempuh pendidikan;
9. Rekan-rekan Raster 2018 atas ilmu, pembelajaran, dan pengalaman yang telah kita lewati bersama dalam mengarungi dinamika kehidupan kampus;
10. Seluruh pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan Tugas Akhir yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Gowa, Agustus 2024

(A. Syahrul)

ABSTRAK

A. SYAHRUL. *Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Luwu Timur Menggunakan Metode Metode Competitiveness Monitor*

Potensi destinasi wisata bahari yang ada di Kabupaten Luwu Timur sangat menyimpan beragam kekayaan alam, maupun kekayaan yang bersifat budaya, serta adat istiadat tradisional yang terdapat dalam masyarakat Luwu Timur. Diperlukan telaah lebih lengkap dalam mengukur daya saing pariwisata dikarenakan pariwisata adalah sebuah sistem yang melibatkan berbagai elemen. maka penelitian ini akan mengeksplor dan menganalisa dua hal, yang pertama adalah mengenai sistem pariwisata dan daya saing pariwisata Kabupaten Luwu Timur. Dalam mencapai tujuan penelitian, digunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif serta analisis spasial. Analisis deskriptif kualitatif dan analisis spasial digunakan untuk menjelaskan sistem pariwisata. Sementara deskriptif kuantitatif digunakan dalam mengukur daya saing dengan metode *competitiveness monitor*. Dalam analisis tersebut dibutuhkan data primer yang diperoleh dari observasi dan data sekunder dari telaah literatur. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa sistem pariwisata Kabupaten Luwu Timur memiliki potensi wisata yang besar, peningkatan infrastruktur, fasilitas, dan layanan tambahan diperlukan untuk mendukung pengembangan pariwisata yang lebih optimal dalam subsistem internal pariwisata. Juga sedikitnya wisatawan mancanegara diakibatkan oleh aksesibilitas yang jauh dari pusat transit. Sementara hasil analisis indeks daya saing pariwisata Kabupaten Luwu Timur tahun 2018-2022, diketahui bahwa dari delapan indikator yang dievaluasi, hanya *Environment Indicator* (EI) yang menunjukkan nilai lebih besar dari 1, yaitu 1,895. Ini menunjukkan bahwa Kabupaten Luwu Timur masih memiliki daya saing yang rendah di sektor pariwisata secara keseluruhan. Indikator lainnya, seperti *Human Tourism Indicator* (HTI), *Price Competitiveness Indicator* (PCI), *Openess Indicator* (OI), dan *Social Development Indicator* (SDI), masih jauh dari daya saing tinggi. Keadaan ini menuntut pemerintah daerah untuk memperhatikan dan meningkatkan sektor-sektor terkait pariwisata, khususnya dalam hal aksesibilitas dan kenyamanan wisatawan, agar dapat bersaing lebih baik di tingkat regional dan nasional.

Kata Kunci: Sistem Pariwisata, Subsistem Eksternal Pariwisata, Subsistem Internal Pariwisata, Daya Saing Pariwisata, Luwu Timur, *Competitiveness Monitor*

ABSTRACT

A. SYAHRUL. *Analysis of Tourism Competitiveness of Luwu Timur Regency Using the Competitiveness Monitor Method*

The potential marine tourism destinations in East Luwu Regency contain a variety of natural riches, as well as cultural riches, as well as traditional customs found in the East Luwu community. A more complete study is needed in measuring tourism competitiveness because tourism is a system that involves various elements. So this research will explore and analyze two things, the first is the tourism system and tourism competitiveness of East Luwu Regency. In achieving the research objectives, qualitative and quantitative descriptive analysis methods and spatial analysis were used. Qualitative descriptive analysis and spatial analysis are used to explain the tourism system. Meanwhile, quantitative descriptive is used to measure competitiveness using the competitiveness monitor method. This analysis requires primary data obtained from observation and secondary data from literature review. Based on the results of the analysis, it was found that the East Luwu Regency tourism system has great tourism potential, improving infrastructure, facilities and additional services is needed to support more optimal tourism development in the internal tourism subsystem. Also, the small number of foreign tourists is caused by accessibility that is far from transit centers. Meanwhile, the results of the analysis of the East Luwu Regency tourism competitiveness index for 2018-2022 show that of the eight indicators evaluated, only the Environment Indicator (EI) showed a value greater than 1, namely 1.895. This shows that East Luwu Regency still has low competitiveness in the tourism sector as a whole. Other indicators, such as the Human Tourism Indicator (HTI), Price Competitiveness Indicator (PCI), Openness Indicator (OI), and Social Development Indicator (SDI), are still far from being highly competitive. This situation requires local governments to pay attention to and improve tourism-related sectors, especially in terms of accessibility and comfort for tourists, so that they can compete better at regional and national levels.

Keywords: *Tourism System, Tourism External Subsystem, Tourism Internal Subsystem, Tourism Competitiveness, East Luwu, Competitiveness Monitor*

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	1
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	2
PERNYATAAN KEASLIAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL	xii
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Pariwisata.....	7
2.2 Sistem Pariwisata	16
2.3 Wisatawan.....	24
2.4 Daya Saing Pariwisata	27
2.5 Pengaruh Ekonomi Pariwisata	36
2.6 Penelitian Terdahulu	40
2.7 Kerangka Konsep Penelitian.....	40
METODE PENELITIAN	47
3.1 Jenis Penelitian.....	47
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	47
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50

3.5	Variabel Penelitian.....	51
3.6	Metode Analisis Data.....	56
3.7	Definisi Operasional	62
3.8	Alur Pikir Penelitian	66
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		68
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	68
4.2	Sistem Pariwisata Kabupaten Luwu Timur	71
4.3	Daya Saing Pariwisata Kabupaten Luwu Timur.....	135
PENUTUP.....		156
5.1	Kesimpulan	156
5.2	Saran	157
DAFTAR PUSTAKA		159
CURRICULUM VITAE		167

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Sistem pariwisata adaptasi Mill & Morrison's Model	16
Gambar 2 Model sistem pariwisata Wiweka dan Arcana	18
Gambar 3 Porter's Diamond	30
Gambar 4 Kerangka Konsep Penelitian	46
Gambar 5 Peta Lokasi Penelitian	48
Gambar 6 Alur Pikir Penelitian.....	67
Gambar 7 Peta Administrasi Kabupaten Luwu Timur.....	70
Gambar 8 Peta Topografi Kabupaten Luwu Timur	72
Gambar 9 IKLH Kabupaten Luwu Timur tahun 2018-2022	74
Gambar 10 Jumlah Penduduk Kabupaten Luwu Timur tahun 2018-2022	75
Gambar 11 Grafik Jumlah Penduduk Kabupaten Luwu Timur Berdasarkan	76
Gambar 12 Jumlah penduduk yang melek huruf tahun 2018-2022	80
Gambar 13 Penduduk pengguna telepon seluler tahun 2018-2022.....	81
Gambar 14 Pendapatan asli daerah tahun 2018-2022	87
Gambar 15 Perkembangan wisatawan di Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	94
Gambar 16 Panjang Jalan di Kabupaten Luwu Timur 2022	95
Gambar 17 Panjang jalan beraspal Kabupaten Luwu Timur 2018-2022.....	96
Gambar 18 Panjang jalan kualitas baik Kabupaten Luwu Timur 2018-2022.....	96
Gambar 19 Peta Sebaran Aksesibilitas Kabupaten Luwu Timur.....	97
Gambar 20 Peta Sebaran Objek Daya Tarik Wisata Kabupaten Luwu Timur ...	102
Gambar 21 Peta persebaran akomodasi Kabupaten Luwu Timur tahun 2022....	105
Gambar 22 Peta persebaran usaha makan dan minum Kabupaten Luwu Timur	108
Gambar 23 Peta sebaran usaha pariwisata Kabupaten Luwu Timur 2022.....	111
Gambar 24 Peta Atraksi Wisata Pantai Ide	113
Gambar 25 Peta Atraksi Wisata Air Terjun Mata Buntu	115
Gambar 26 Peta Atraksi Wisata Danau Matano	117
Gambar 27 Peta Atraksi Wisata Pantai Lemo.....	119
Gambar 28 Peta Atraksi Wisata Sungai Malili	121
Gambar 29 Peta Sebaran Aktivitas Wisata Unggulan Kabupaten Luwu Timur .	124
Gambar 30 Peta Aksesibilitas Wisata Unggulan Kabupaten Luwu Timur.....	127
Gambar 31 Peta Sebaran Amenitas Wisata Unggulan Kabupaten Luwu Timur	129
Gambar 32 Peta Sebaran Akomodasi Wisata Kabupaten Luwu Timur	131
Gambar 33 Perkembangan nilai HTI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	135
Gambar 34 Perkembangan nilai PCI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022.....	137
Gambar 35 Perkembangan nilai IDI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	139
Gambar 36 Perkembangan nilai EI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	140
Gambar 37 Perkembangan nilai TAI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	141
Gambar 38 Perkembangan nilai HRI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	143
Gambar 39 Perkembangan nilai OI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022.....	145

Gambar 40 Perkembangan nilai SDI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022.....	146
Gambar 41 Indeks Pariwisata Kabupaten Luwu Timur 2018-2022.....	150
Gambar 42 Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	151

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 2 Variabel Penelitian.....	52
Tabel 3 Luas wilayah berdasarkan kecamatan tahun 2022	69
Tabel 4 Jumlah penduduk, kepadatan penduduk, dan persentase penduduk per Kecamatan di Kabupaten Luwu Timur tahun 2022	74
Tabel 5 Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut	79
Tabel 6 Jumlah Penduduk Berpendidikan Kabupaten Luwu Timur.....	79
Tabel 7 PDRB Kabupaten Luwu Timur tahun 2018-2020	82
Tabel 8 Tipologi Sektor Berdasarkan Nilai LQ dan DLQ	85
Tabel 9 Analisis LQ dan DLQ Kabupaten Luwu Timur tahun 2022.....	86
Tabel 10 Jumlah wisman, wisnus, dan rata-rata lama tinggal tahun 2018-2022 ..	94
Tabel 11 Objek Daya Tarik Wisata Kabupaten Luwu Timur 2023	98
Tabel 12 Sebaran Akomodasi Kabupaten Luwu Timur 2023.....	130
Tabel 13 Karakteristik objek daya tarik wisata unggulan.....	133
Tabel 14 Nilai HTI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	135
Tabel 15 Nilai PCI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	137
Tabel 16 Nilai IDI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	138
Tabel 17 Nilai EI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022.....	140
Tabel 18 Nilai TAI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022.....	141
Tabel 19 Nilai HRI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022.....	143
Tabel 20 Nilai OI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	144
Tabel 21 Nilai SDI Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	146
Tabel 22 Nilai Indeks Pariwisata Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	147
Tabel 23 Nilai Indeks Komposit Kabupaten Luwu Timur 2018-2022	150
Tabel 24 Nilai Indeks Daya Saing Pariwisata Luwu Timur 2018-2022	151

DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL

Lambang/Singkatan	Arti dan Keterangan
BPS	Badan Pusat Statistik
Kemenparekraf	Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
ODTW	Objek Daya Tarik Wisata
PDRB	Produk Domestik Regional Bruto
PAD	Pendapatan Asli Daerah
Rippannas	Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional
Ripparda	Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah
WWTC	World Travel and Tourism Council
RTRW	Rencana Tata Ruang Wilayah
HTI	Human Tourism Indicator
PCI	Price Competitiveness Indicator
IDI	Infrastructure Development Indicator
EI	Environment Indicator
TAI	Technology Advancement Indicator
HRI	Human Resources Indicator
OI	Openess Indicator
SDI	Social Development Indicator

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional. Sektor ini dianggap sebagai salah satu sumber penghasil devisa yang handal, memiliki peranan penting dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja, mendorong pemerataan kesempatan berusaha, serta mendorong pemerataan pembangunan nasional. Selain itu, sektor pariwisata berperan dalam mengentaskan kemiskinan yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Hal ini bisa terjadi karena pariwisata mempunyai dampak pada perkembangan sebuah wilayah karena pariwisata secara langsung atau tidak langsung dipercaya mampu menyediakan lapangan kerja. Asumsi itu di afirmasi dalam penelitian (Aponno, 2020) yang menyatakan bahwa sektor pariwisata mampu meningkatkan devisa, menciptakan lapangan kerja dan merangsang pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, di berbagai Negara mendorong untuk mengembangkan sektor pariwisata dalam pertumbuhan ekonomi.

Menurut penelitian Yakup (2019) tentang pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menganalisis jumlah turis dan devisa pariwisata terhadap nilai tukar rupiah di Indonesia pada tahun 2014, menunjukan pariwisata mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, dan pertumbuhan pariwisata (devisa pariwisata dan jumlah turis) dan nilai tukar memiliki hubungan kausalitas timbal balik. Hal ini sebagai dampak dari peningkatan devisa pariwisata yang meningkatkan (apresiasi) kurs rupiah. Pada tahun 2020, WTO memperkirakan pariwisata menciptakan pendapatan dunia sebesar USD 2 Triliun pada tahun tersebut. Pesatnya perkembangan pariwisata mengakibatkan adanya persaingan antar destinasi wisata, sehingga destinasi wisata yang memiliki daya saing baik akan mampu bertahan dan meningkatkan kapasitas ekonomi wilayah tersebut. Namun banyak destinasi wisata yang potensial justru tidak berkembang dengan baik. Adanya daya saing pariwisata dapat menjadi tolak ukur untuk memposisikan

nilai jual suatu destinasi wisata dibandingkan dengan yang lain. Hal ini penting bagi perekonomian yang mana dengan adanya peningkatan daya saing pariwisata maka pemerintah akan memperoleh manfaat langsung seperti peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) dari jumlah kedatangan wisatawan baik dari mancanegara atau nusantara, serta terbukanya lapangan pekerjaan, terutama di area terpencil yang dapat dihidupkan oleh sektor pariwisata (Yakup, 2019).

Perkembangan pariwisata di Indonesia terus meningkat, salah satu faktornya dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan. Laporan perkembangan pariwisata Indonesia pada Desember 2023 menyatakan bahwa Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia pada Desember 2023 mencapai 1,14 juta kunjungan, jumlah tersebut mengalami kenaikan sebesar 22,91 persen bila dibandingkan dengan bulan sebelumnya (month-to-month). Peningkatan jumlah kunjungan terjadi pada Desember 2023 setelah adanya penurunan jumlah wisman sejak September 2023. Jumlah perjalanan wisatawan nasional (wisnas) selama tahun 2023 mencapai 7,52 juta perjalanan. Jumlah tersebut naik drastis sebesar 112,26 persen bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya mencapai 3,54 juta perjalanan (Badan Pusat Statistik, 2024).

Sejak diberlakukannya UU No. 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah, setiap daerah diberikan kebebasan dan kewenangan untuk menentukan arah pembangunan ekonominya masing-masing. Untuk itu diperlukan kemampuan daerah dalam menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki sebagai sumber kegiatan perekonomian. Penentuan sektor basis dan unggulan diharapkan dapat berperan sebagai penggerak utama (prime mover) dalam pertumbuhan suatu wilayah. Karena setiap perubahan yang terjadi pada sektor basis akan menimbulkan efek ganda (multiplier effect) dalam perekonomian regional. Selain itu sektor basis/strategis diharapkan dapat mendorong dan menarik sektor-sektor lain untuk terintegrasi secara bersama-sama dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah (Arianti, 2014).

Sulawesi Selatan memiliki potensi besar sebagai pintu gerbang kawasan Indonesia Timur. Provinsi ini kaya akan warisan budaya dan keindahan alam yang didukung oleh infrastruktur yang memadai, menjadikannya destinasi wisata yang menarik. Dengan beragamnya atraksi wisata, akses yang baik, fasilitas yang

berkualitas, serta layanan yang memuaskan, Sulawesi Selatan memiliki potensi besar untuk tetap menjadi destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan domestik dan mancanegara. Dalam rentan tahun 2019-2023, Sulawesi Selatan menjadi provinsi yang konsisten berada dalam delapan provinsi tujuan wisatawan nusantara terbanyak di Indonesia bersaing dengan enam provinsi di Pulau Jawa dan provinsi Sumatera Utara (Badan Pusat Statistik, 2024).

Kabupaten Luwu Timur merupakan salah satu kabupaten di provinsi Sulawesi Selatan yang ditetapkan ke dalam Kawasan Rencana Induk Kepariwisata Nasional. Dalam rangka meningkatkan sector pariwisata di Kabupaten Luwu Timur, dan melaksanakan amanat Pasal 18 ayat 6 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, setiap daerah berhak untuk mengatur urusan pemerintahannya sendiri sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan pemerintahan dan pelayanan kepada masyarakat, serta Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang mewajibkan setiap daerah provinsi, kabupaten atau kota untuk menyusun Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata yang diatur dan ditetapkan melalui peraturan daerah Pemerintah Daerah Kabupaten Luwu Timur menerbitkan Peraturan Daerah Kabupaten Luwu Timur Nomor 06 Tahun 2021 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Luwu Timur 2021-2027. Melalui perda tersebut diharapkan pembangunan pariwisata Kabupaten Luwu Timur memberi kontribusi dalam pencapaian visi Pembangunan kepariwisataan Kabupaten Luwu Timur, yaitu mewujudkan pesona pariwisata yang berwawasan pelestarian budaya dan alam dengan pemberdayaan masyarakat yang berlandaskan Budaya Masyarakat.

Potensi destinasi wisata bahari yang ada di Kabupaten Luwu Timur sangat menyimpan beragam kekayaan, baik kekayaan yang bersifat alam, maupun kekayaan yang bersifat budaya, serta adat istiadat yang selalu mengisi setiap ruang dalam aktivitas tradisional yang terdapat dalam masyarakat Luwu Timur. Kabupaten Luwu Timur ini juga menjadi salah satu destinasi kunjungan wisata bahari terfavorit, apabila dibangun dan dikembangkan dengan baik dan tepat, pasti akan menjadi daerah tujuan wisata yang sangat menarik bagi wisatawan, dan tentunya tidak akan untuk dikunjungi sekali saja. Maka dari itu, keunggulan

kompetitif dalam daya saing pariwisata Kabupaten Luwu Timur dipandang sebagai faktor yang bisa mempengaruhi kecukupan ekonomi regional.

Menurut Ritchie dan Crouch (2003) daya saing pariwisata berguna sebagai bertambahnya pengeluaran wisatawan, atraksi yang ditawarkan selalu diingat oleh wisatawan, mendapatkan profit yang sebesar-besarnya, profit sebagai benefit untuk masyarakat lokal yang berada di DTW dan dampak positif pada ekonomi dapat mensejahterakan masyarakat sehingga pariwisata menjadi alat konservasi dengan cara terus memelihara dan melindungi sumber daya alam menurut.

Namun, Pengembangan destinasi pariwisata mengenai daya saing produk destinasi terdapat isu dan fenomena yang dikemukakan dalam Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Kabupaten Luwu Timur tahun 2023, menyatakan permasalahan utama sektor pariwisata Kabupaten Luwu Timur adalah (1) Masih lemahnya akurasi data kepariwisataan secara komprehensif, khususnya yang berkaitan dengan pengembangan potensi pariwisata, (2) Materi atau bahan pameran produk unggulan dari para pelaku jasa usaha pariwisata masih terbatas, (3) Pengembangan sektor pariwisata belum berpadu sehingga pengembangannya cenderung stagnan, utamanya sarana dan fasilitas yang mendukung, (4) Belum optimalnya pengelolaan dan pengembangan obyek wisata potensial seperti Danau Matano dan obyek wisata potensial lainnya, (5) Promosi kepariwisataan belum dilakukan secara optimal, khususnya pada tingkat Nasional dan Internasional;

Berdasarkan fenomena yang dipaparkan dalam latar belakang penelitian ini, maka penelitian ini akan mengeksplor dan menganalisa dua hal, yang pertama adalah mengenai sistem pariwisata Kabupaten Luwu Timur dan daya saing pariwisata Kabupaten Luwu Timur. Ini terjadi akibat Kabupaten Luwu Timur dikenal sebagai Kabupaten yang memiliki banyak keunikan baik sumber daya alam, budaya atau tradisi serta lokasi-lokasi wisata yang sangat berprospek menambah devisa dan tentu saja memberikan kontribusi yang cukup besar dalam pertumbuhan ekonomi daerah.

1.2 Pertanyaan Penelitian

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

1. Bagaimana sistem pariwisata Kabupaten Luwu Timur?
2. Bagaimana indeks daya saing pariwisata Kabupaten Luwu Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang serta pertanyaan penelitian yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk:

1. Mengetahui sistem pariwisata Kabupaten Luwu Timur.
2. Mengukur indeks daya saing pariwisata Kabupaten Luwu Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Bagi pemerintah/swasta

Penelitian ini dapat menjadi masukan atau bahan pertimbangan dalam merumuskan arahan pengembangan kepariwisataan Kabupaten Luwu Timur dalam memaksimalkan potensi kepariwisataan dan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat serta sebagai upaya peningkatan nilai perekonomian kabupaten.

2. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi seluas-luasnya kepada seluruh lapisan masyarakat yang memiliki kepentingan di sektor pariwisata Kabupaten Luwu Timur baik sebagai pengelola, tenaga kerja, hingga wisatawan dari luar kabupaten.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana untuk membuka wawasan peneliti dalam penerapan teori-teori yang sudah diperoleh di bangku kuliah terhadap permasalahan dalam bidang perencanaan wilayah dan kota terkhusus kepariwisataan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

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

Ruang lingkup dalam penelitian ini mencakup ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah yang mencakup:

1. Ruang Lingkup Materi

Materi yang dibahas dalam penelitian ini mencakup kawasan wisata yang ada di Kabupaten Luwu Timur, komponen-komponen pariwisata, karakteristik kawasan wisata yang ada di Kabupaten Luwu Timur, Tipe topografi dominan yang mempengaruhi kawasan wisata yang ada di Kabupaten Luwu Timur, indikator dan variabel yang digunakan dalam menganalisis daya saing pariwisata Kabupaten Luwu Timur, seperti jumlah wisatawan, jumlah penduduk, jumlah jalan baik dan jalan beraspal, dan sebagainya.

2. Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah dalam penelitian ini berada pada kawasan pariwisata yang ada di Kabupaten Luwu Timur, Provinsi Sulawesi Selatan dan tersebar ke dalam 11 Kecamatan yaitu Kecamatan Nuha, Towuti, Wasuponda, Malili, Angkona, Kalaena, Mangkutana, Tomoni, Tomoni Timur, Wotu, dan Burau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Kata pariwisata secara etimologi berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari kata pari dan wisata. Pari berarti "banyak" atau "berkeliling", sedangkan pariwisata berarti "pergi" atau "bepergian". Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan rekreasi. Menurut Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 pasal 1 menyebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Tujuan dari adanya pariwisata yaitu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya alam maupun sumber daya manusia, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, serta mempererat persahabatan antar bangsa. Melihat tujuan dari adanya kegiatan pariwisata sehingga pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota.

Yuniningsih (2018) menjelaskan bahwa pariwisata setidaknya harus memiliki empat kriteria, yaitu:

1. Ada perjalanan dari satu tempat ke tempat lain ke luar tempat tinggal dimana orang tersebut biasanya tinggal;
2. Perjalanan dilakukan semata-mata untuk bersenang-senang, tanpa ada niat untuk mencari nafkah.
3. Uang yang dikeluarkan wisatawan diambil dari tempat asalnya, bukan uang yang diperoleh karena hasil usaha selama berwisata; dan
4. Perjalanan harus dilakukan minimal 24 jam atau lebih.

2.1.1 Jenis-Jenis Pariwisata

Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata yang juga disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Jenis-jenis destinasi pariwisata disampaikan menurut Gusti (2017) mengatakan bahwa ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain :

1. Wisata Budaya, merupakan kegiatan perjalanan dengan tujuan untuk berkunjung ke luar negeri agar dapat mengetahui adat istiadat, keadaan rakyat, kebiasaan, seni, cara hidup, dan kebudayaanya.
2. Wisata Cagar Alam, merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk berkunjung ke daerah cagar alam, daerah pegunungan, serta wisata lain yang dilestarikan oleh undang-undang.
3. Wisata Bahari, merupakan kegiatan perjalanan ke sebuah danau dan pantai untuk memancing ataupun untuk berlayar. Wisata ini berkaitan dengan laut, danau, dan pantai.
4. Wisata Industri, merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh rombongan mahasiswa ke tempat perindustrian dengan tujuan mengadakan riset.
5. Wisata Agro, merupakan cara untuk meningkatkan pendapatan dari para petani sebagai peluang usaha serta serta alam pedesaanya.
6. Wisata Ziarah merupakan suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk ziarah ke makam-makam para ulama atau pemimpin yang diagungkan.

Dengan demikian, dari berbagai jenis-jenis destinasi pariwisata tersebut maka kualitas objek daya tarik wisata merupakan hal yang penting dalam pariwisata, karena mutu objek daya tarik wisata yang baik akan berdampak positif pada besaran jumlah wisatawan dan lama tinggal di suatu destinasi wisata. Di dalam hal ini persepsi wisatawanlah yang menjadi tolak ukur untuk melihat tingkat mutu objek daya tarik wisata tersebut (Ali Hadi, 2023). Persepsi wisatawan tidak terlepas dari potensi wisata yang dimiliki tiap jenis-jenis wisata, potensi pariwisata

diperoleh dari sumber daya alam di suatu daerah yang telah memiliki keanekaragaman budaya dan diharapkan dapat mengembangkan kegiatan pariwisata. Menurut Erika Revida, dkk. (2020), Potensi wisata dapat dibagi menjadi 3 yaitu:

1. Potensi Wisata Alam merupakan sebuah potensi dengan alam itu sendiri seperti gunung, laut, atau keadaan jenis flora dan fauna.
2. Potensi Wisata Kebudayaan merupakan sebuah potensi dengan semua hasil cipta, kesenian, kerajinan, ataupun peninggalan sejarah.
3. Potensi Wisata Buatan Manusia merupakan sebuah potensi berupa pementasan yang membuat daya tarik atau pertunjukan seni.

Suwena dan Widyatmajaya (2017) menjelaskan pariwisata dapat terwujud dalam beberapa bentuk, antara lain:

1. Menurut letak geografis, dibedakan menjadi:
 - a. Pariwisata lokal (*local tourism*): jenis pariwisata yang berfokus pada area yang lebih kecil, seperti kota atau daerah.
 - b. Pariwisata regional (*regional tourism*): lebih luas daripada pariwisata lokal, mengacu pada wilayah yang lebih besar seperti Bali atau Yogyakarta.
 - c. Pariwisata nasional (*national tourism*): pariwisata di dalam satu negara yang melibatkan penduduk lokal dan juga wisatawan asing yang datang ke negara tersebut.
 - d. Pariwisata regional-internasional: melibatkan beberapa negara dalam satu wilayah tertentu, namun tidak mencakup seluruh dunia.
 - e. Pariwisata internasional (*international tourism*): pariwisata yang terjadi di banyak negara di seluruh dunia, melibatkan pergerakan wisatawan antar negara dengan destinasi wisata di berbagai tempat.
2. Menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran, dibedakan menjadi:
 - a. Pariwisata aktif (*inbound tourism*): ini merujuk pada kunjungan wisatawan asing ke suatu negara. Kehadiran mereka memberikan kontribusi devisa bagi negara yang mereka kunjungi dengan memasukkan mata uang asing ke dalam ekonomi negara tujuan wisatawan.
 - b. Pariwisata pasif (*outgoing tourism*): merupakan kegiatan di mana penduduk suatu negara melakukan perjalanan ke luar negeri sebagai wisatawan. Dalam

konteks pemasukan devisa bagi negara asal wisatawan, hal ini dianggap merugikan karena pengeluaran uang terjadi di luar negeri.

3. Menurut alasan/tujuan perjalanan, dibedakan menjadi:

- a. Pariwisata bisnis (*business tourism*): pariwisata yang menarik orang-orang untuk keperluan pekerjaan, seperti perjalanan dinas, kegiatan dagang, partisipasi dalam kongres, seminar, dan kegiatan terkait bisnis lainnya.
- b. Pariwisata liburan (*vacational tourism*): jenis pariwisata yang melibatkan orang-orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, cuti, atau kegiatan rekreasi lainnya.
- c. Pariwisata pendidikan (*educational tourism*): pariwisata yang bertujuan untuk tujuan pendidikan atau pembelajaran dalam suatu bidang ilmu pengetahuan, seperti study tour atau perjalanan belajar.
- d. Pariwisata pemahaman (*familiarization tourism*): perjalanan yang dilakukan untuk mengenal lebih jauh suatu bidang atau daerah yang terkait dengan pekerjaan seseorang.
- e. Pariwisata ilmiah (*scientific tourism*): perjalanan wisata yang tujuannya utamanya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau melakukan penelitian dalam suatu bidang ilmu pengetahuan tertentu.
- f. Pariwisata misi khusus (*special mission tourism*): perjalanan wisata yang dilakukan dengan tujuan khusus, seperti misi kesenian, olahraga, atau misi lainnya yang memiliki fokus tertentu.
- g. Pariwisata berburu (*hunting tourism*): kunjungan wisata yang ditujukan untuk kegiatan berburu hewan yang diizinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata.

4. Menurut waktu kunjungan, dibedakan menjadi:

- a. Pariwisata musiman (*seasonal tourism*): merujuk pada jenis pariwisata yang terjadi pada periode atau musim tertentu dalam setahun. Contohnya adalah pariwisata musim panas (*summer tourism*), pariwisata musim dingin (*winter tourism*), dan lain-lain yang terkait dengan karakteristik cuaca atau musim tertentu.
- b. Pariwisata berdasarkan kejadian (*occasional tourism*): merupakan jenis pariwisata di mana perjalanan wisatawan terkait dengan suatu peristiwa atau

acara tertentu. Misalnya, Upacara *Ma' Nene* di Toraja, Nyepi di Bali, dan acara atau peristiwa lainnya yang menjadi daya tarik wisata.

5. Menurut objeknya, dibedakan menjadi:

- a. Pariwisata budaya (*cultural tourism*): pariwisata yang menggunakan alasan utama wisatawan melakukan perjalanan adalah karena ketertarikan pada seni dan budaya dari suatu tempat atau daerah.
- b. Pariwisata rekreasi kesehatan (*recuperational tourism*): jenis pariwisata yang menggunakan motivasi utama wisatawan adalah untuk mencari penyembuhan atau relaksasi, seperti mandi di sumber air panas, terapi lumpur, dan kegiatan sejenis untuk tujuan kesehatan.
- c. Pariwisata komersial (*commercial tourism*): pariwisata yang berkaitan dengan motivasi wisatawan dalam kegiatan perdagangan, baik dalam skala nasional maupun internasional.
- d. Pariwisata olahraga (*sport tourism*): jenis pariwisata yang menggunakan motivasi utama wisatawan adalah untuk menonton atau menyaksikan acara olahraga di suatu tempat atau negara tertentu.
- e. Pariwisata politik (*political tourism*): pariwisata yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan dengan tujuan untuk menyaksikan peristiwa politik atau kegiatan yang terkait dengan negara tertentu, seperti peringatan hari kemerdekaan.
- f. Pariwisata sosial (*social tourism*): pariwisata yang tidak menekankan pada keuntungan, misalnya study tour, piknik, dan kegiatan lainnya yang lebih berfokus pada interaksi sosial dan pengalaman bersama.
- g. Pariwisata keagamaan (*religious tourism*): pariwisata yang menggunakan motivasi utama wisatawan adalah untuk melihat atau mengikuti upacara keagamaan, seperti upacara Bali Krama di Besakih bagi agama Hindu, haji umroh bagi agama Islam, dan kegiatan keagamaan lainnya.
- h. Pariwisata laut (*marine tourism*): kegiatan wisata yang berkaitan dengan aktivitas di laut, seperti berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, serta fasilitas akomodasi, makanan, dan minuman yang tersedia di sekitar area tersebut.

6. Menurut jumlah orang yang melakukan pariwisata, dibedakan menjadi:
 - a. Pariwisata perorangan (*individual tourism*): perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu wisatawan secara mandiri tanpa bergabung dengan kelompok lain.
 - b. Pariwisata keluarga berkelompok (*family group tourism*): perjalanan wisata yang melibatkan sekelompok keluarga yang memiliki hubungan kekerabatan dan melakukan perjalanan bersama dalam suatu perjalanan wisata.
 - c. Pariwisata kelompok (*group tourism*): jenis perjalanan wisata yang diisi sejumlah besar orang melakukan perjalanan sebagai satu rombongan yang biasanya diatur oleh sekolah, organisasi, atau agen perjalanan.
7. Menurut angkutan yang digunakan, dibedakan menjadi:
 - a. Pariwisata daratan (*land tourism*): jenis pariwisata yang mengandalkan kendaraan darat seperti bus, taksi, atau kereta api sebagai sarana utama untuk perjalanan ke destinasi wisata.
 - b. Pariwisata laut (*sea tourism*): aktivitas pariwisata yang menggunakan transportasi di laut seperti kapal pesiar atau perahu untuk mengunjungi destinasi wisata di wilayah perairan.
 - c. Pariwisata udara (*air tourism*): jenis pariwisata yang bergantung pada transportasi udara, seperti pesawat, untuk perjalanan menuju dan dari destinasi wisata yang dituju.
8. Menurut usia yang melakukan pariwisata, dibedakan menjadi:
 - a. Pariwisata remaja (*youth tourism*): jenis pariwisata yang dirancang khusus untuk remaja yang senang melakukan perjalanan wisata dengan biaya yang terjangkau.
 - b. Pariwisata orang dewasa (*adult tourism*): kegiatan pariwisata yang diikuti oleh individu yang sudah lanjut usia, seringkali melibatkan orang-orang yang telah pensiun atau berusia lebih tua.
9. Menurut jenis kelamin yang melakukan pariwisata, dibedakan menjadi:
 - a. Pariwisata maskulin (*masculine tourism*): jenis pariwisata yang hanya diminati oleh kaum pria, seperti safari, berburu, atau petualangan yang menantang.

- b. Pariwisata feminim (*feminime tourism*): pariwisata yang spesifik ditujukan untuk kaum wanita, seperti tur kelompok untuk melihat demonstrasi memasak atau kegiatan lain yang menarik bagi minat khusus kaum wanita.
10. Menurut harga dan tingkat sosial, dibedakan menjadi:
- a. Pariwisata mewah (*deluxe tourism*): perjalanan wisata yang menawarkan fasilitas tingkat tinggi mulai dari transportasi, akomodasi hotel, hingga atraksi wisata, semuanya dalam standar mewah.
 - b. Pariwisata kelas menengah (*middle class tourism*): jenis perjalanan wisata yang ditujukan bagi mereka yang mencari fasilitas dengan harga yang terjangkau namun tetap menawarkan pelayanan yang layak dan tidak murahan.
 - c. Pariwisata sosial (*social tourism*): perjalanan wisata yang diorganisir dengan biaya seminimal mungkin, menyediakan fasilitas yang memadai selama perjalanan, dan diarahkan untuk menjadi terjangkau bagi banyak orang.

2.1.1 Komponen Pariwisata

Komponen pariwisata merupakan elemen-elemen kunci yang membentuk industri pariwisata dan memberikan dasar untuk pengembangan destinasi wisata. Selama beberapa dekade, konsep komponen pariwisata telah berkembang dari model dasar yang sederhana hingga menjadi model yang lebih komprehensif. Evolusi ini tercermin dalam perubahan dari model 3A ke 4A dan akhirnya menjadi 6A.

Komponen model 3A yang mencakup Atraksi (*Attractions*), Aksesibilitas (*Accessibility*), dan Amenitas (*Amenities*) adalah salah satu pendekatan pertama yang diadopsi dalam studi pariwisata. Konsep ini mulai dicetuskan oleh dikenali pada tahun 1970-an hingga 1980-an dan telah diakui sebagai elemen dasar yang esensial untuk setiap destinasi wisata. Salah satu kontribusi awal yang signifikan datang dari Neil Leiper dalam studinya tentang sistem pariwisata pada akhir 1970-an. Pada periode ini, perhatian terhadap atraksi, aksesibilitas, dan amenitas sebagai elemen dasar dari destinasi wisata menjadi lebih terfokus.

Pada tahun 1990-an, model 3A diperluas menjadi model 4A dengan penambahan komponen Layanan Tambahan (*Ancillary Services*). Perkembangan

ini mencerminkan kebutuhan untuk mempertimbangkan berbagai layanan pendukung yang penting untuk memberikan pengalaman wisata yang lebih lengkap dan nyaman. Victor T.C. Middleton, dalam bukunya "*Marketing in Travel and Tourism*," yang pertama kali diterbitkan pada tahun 1988 dan mengalami berbagai revisi, membahas pentingnya layanan tambahan untuk memperkaya pengalaman wisata, termasuk agen perjalanan, layanan pemandu wisata, asuransi perjalanan, layanan penukaran uang, dan layanan pendukung lainnya. *Ancillary Services* membantu memastikan bahwa wisatawan mendapatkan bantuan yang diperlukan selama perjalanan mereka, dari perencanaan hingga pelaksanaan.

Pada akhir 1990-an hingga awal 2000-an, pemahaman tentang komponen pariwisata berkembang lebih lanjut menjadi model 6A. Model ini mencakup semua elemen dalam 4A ditambah dua komponen tambahan: Aktivitas (*Activities*) dan Paket Wisata Tersedia (*Available Packages*). Model 6A mencerminkan pendekatan yang lebih komprehensif yang mulai mendapat perhatian pada akhir 1990-an hingga awal 2000-an. Dengan meningkatnya kompleksitas industri pariwisata dan kebutuhan untuk menyediakan pengalaman wisata yang lebih lengkap, peneliti dan praktisi mulai menambahkan elemen kegiatan (*Activities*) dan akomodasi (*Acomodation*) Model ini tidak dikaitkan dengan satu publikasi atau peneliti tertentu tetapi merupakan hasil dari perkembangan pemikiran kolektif di kalangan akademisi dan praktisi pariwisata.

Evolusi dari model 3A ke 4A dan akhirnya ke 6A menunjukkan peningkatan kompleksitas dan komprehensivitas dalam pemahaman tentang komponen pariwisata. Setiap model memberikan pandangan yang lebih mendalam dan lengkap tentang elemen-elemen yang membentuk destinasi wisata yang sukses dan menarik. Studi ini membantu pengembangan strategi yang lebih efektif untuk pengelolaan dan pemasaran destinasi pariwisata, dengan menekankan pentingnya pendekatan yang holistik dalam memahami dan mengembangkan sektor ini. Chaerunnisa dan Triyuniningsih (2020) menjelaskan komponen pengembangan pariwisata terdiri dari 6A yaitu:

1. *Attraction* (atraksi), Adalah segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata. Atraksi terdiri dari apa yang pertama kali membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah kawasan. Atraksi

dapat didasarkan pada sumber daya alam yang memiliki bentuk ciri-ciri fisik alam, dan keindahan kawasan itu sendiri. Selain itu, budaya juga dapat menjadi atraksi untuk menarik minat wisatawan datang, seperti hal hal yang besejarah, agama, cara hidup masyarakat, tata cara pemerintahan, dan tradisi-tradisi masyarakat baik dimasa lampau maupun di masa sekarang. Hampir setiap destinasi memiliki atraksi khusus yang tidak dapat dimiliki oleh destinasi lainnya.

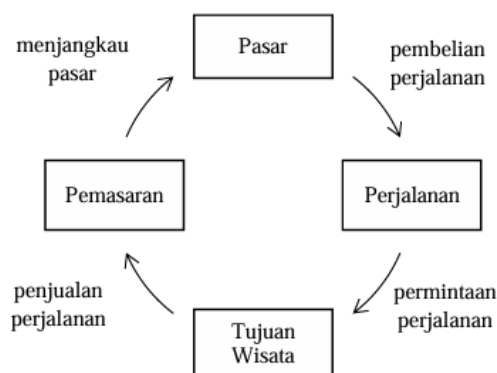
2. *Accessibility* (aksesibilitas), mencakup fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk menuju destinasi wisata, sehingga harus tersedia jasa seperti penyewaan kendaraan dan transportasi lokal, rute atau pola perjalanan (Chaerunnisa dan Triyuniningsih, 2020). Fasilitas dalam aksesibilitas seperti jalan raya, rel kereta api, jalan tol, terminal, stasiun kereta api, dan kendaraan roda empat.
3. *Amenities* (fasilitas pendukung), merujuk pada berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan dalam aktivitas pariwisata. Menurut Chaerunnisa dan Triyuniningsih (2020) *amenities* mencakup berbagai fasilitas dan pelayanan di tempat tujuan wisata yang dapat meliputi biro perjalanan wisata, rumah makan dan minum, toko kreatif, tempat pembuatan souvenir, keamanan yang memadai, layanan perbankan, tempat penukaran mata uang, kantor informasi pariwisata, fasilitas kesehatan, dan lain-lain. Fasilitas penunjang yang ada sangat terkait dengan karakteristik unik dari tempat tujuan itu sendiri untuk memenuhi kebutuhan dasar para wisatawan yang datang berkunjung.
4. *Acomodation* (penginapan), merujuk pada yang menunjang keberadaan pariwisata. Salah satu bentuk akomodasi yang populer adalah penginapan yang menawarkan berbagai fasilitas di dalamnya seperti hotel. Penginapan dalam pariwisata perdesaan memiliki perbedaan dengan penginapan dalam pariwisata perkotaan. Biasanya, akomodasi di desa terdiri dari tempat tinggal penduduk setempat atau unit-unit yang dikembangkan berdasarkan konsep tempat tinggal penduduk seperti homestay, tempat perkemahan, vila, atau rumah penginapan.
5. *Activity* (aktivitas), merujuk pada kegiatan yang dapat dilakukan dalam objek daya tarik wisata. Setiap destinasi memiliki aktivitas yang berbeda sesuai dengan karakteristik destinasi wisata tersebut (Chaerunnisa dan

Triyuniningsih, 2020). Contoh dari aktivitas ini seperti naik perahu dalam wisata sungai, berenang hingga snorkeling di wisata laut, memetik buah di wisata perkebunan, dan lain-lain.

6. *Ancillary*, merujuk pada adalah dukungan yang diberikan oleh lembaga, pemerintah lokal, komunitas, atau pengelola tempat tujuan wisata untuk melaksanakan aktivitas pariwisata (Chaerunnisa dan Triyuniningsih, 2020). Dalam hal ini organisasi dapat berupa kebijakan dan dukungan yang diberikan pemerintah atau organisasi untuk terselenggaranya kegiatan wisata.

2.2 Sistem Pariwisata

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



Gambar 1 Sistem pariwisata adaptasi Mill & Morrison's Model

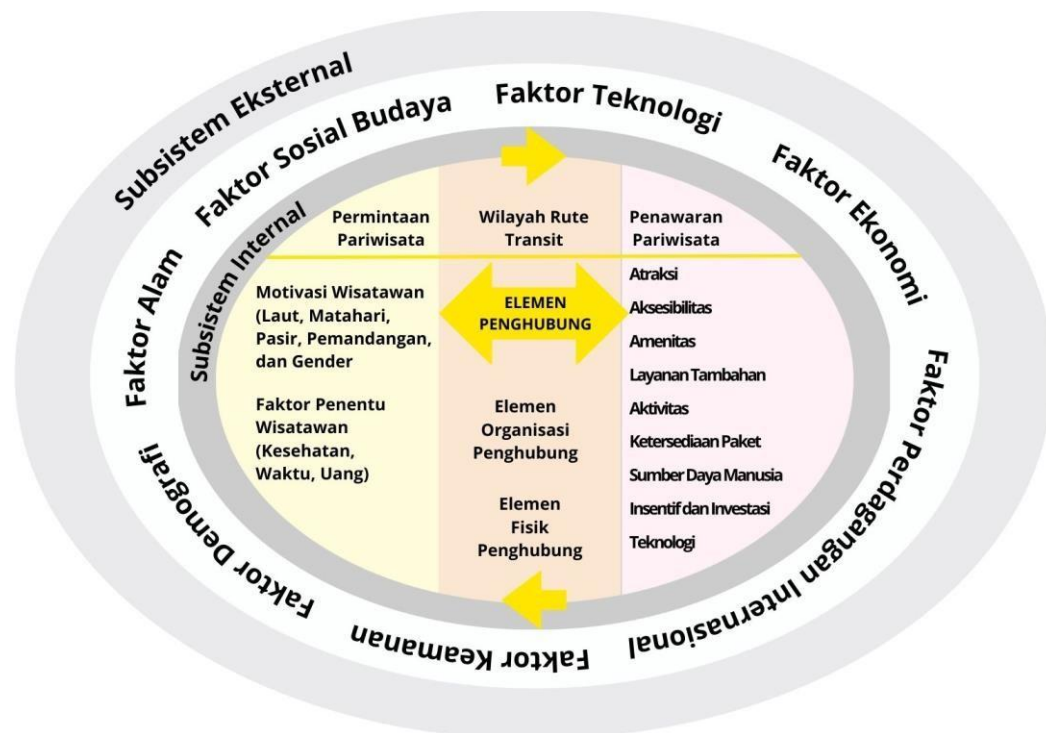
Sumber: Hardianto (2018)

Sedikit berbeda dengan Hardianto (2018), Suwena dan Widayatmajaya (2017) menjelaskan sistem pariwisata dengan mengadaptasi dari *Leiper's Model*.

Dalam model tersebut dijelaskan bahwa terdapat lima subsistem yang saling terikat dalam membentuk sistem pariwisata dengan menambahkan elemen daerah asal wisatawan. Lima elemen yang menjadi subsistem tersebut berupa:

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

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



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

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

a. Subsistem eksternal

Wiweka dan Arcana (2019) mengungkapkan bahwa subsistem eksternal terdiri dari faktor-faktor yang tidak berpengaruh secara langsung atau dapat dikategorikan sebagai faktor pendukung. Namun, peran dari elemen-elemen dalam subsistem eksternal ini tetap perlu dipertimbangkan dalam pariwisata. Sistem eksternal menurut Wiweka dan Arcana (2019) terdiri dari:

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

berpengaruh dalam pariwisata menurut Wiweka dan Arcana (2019). Hal ini dipertegas oleh Herawati dkk. (2024) yang menyebutkan bahwa interaksi antara kebudayaan dan pariwisata dapat dilihat dalam dua aspek. Pertama, pola budaya wisatawan akan mempengaruhi kemampuan dan kemauan mereka untuk melakukan perjalanan. Kedua, budaya dapat berperan sebagai sumber berbagai tujuan wisata dalam konteks pariwisata (penawaran pariwisata) seperti adanya kegiatan budaya, acara, dan produk pariwisata yang menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi tertentu. Faktor sosial ini tidak hanya berlaku untuk masyarakat lokal melainkan juga terhadap wisatawan.

- 3) Faktor teknologi, pemanfaatan teknologi dalam meningkatkan daya saing pariwisata sangat penting utamanya pada era digital saat ini. Baik dalam hal promosi hingga ketersediaan sarana dan prasarana pada lokasi tujuan wisata. Destinasi yang menerapkan *smart destination* cenderung dapat meningkatkan nilai daya saing pariwisata. Hal ini sesuai dengan yang digambarkan Gulbahar dan Yildirim (2015) yang menjelaskan bahwa penggunaan internet seperti *website* dan sosial media telah memainkan peran yang signifikan bagi pelaku pariwisata dalam memperkenalkan destinasi mereka kepada masyarakat luas. Bahkan promosi dan penawaran destinasi wisata telah menggunakan *platform* digital sebagai media utama dalam perkembangannya (Iswanto dkk., 2024).
- 4) Faktor ekonomi, stabilitas ekonomi sangat mempengaruhi daya beli produk termasuk produk usaha pariwisata. Ekonomi yang tidak stabil cenderung membuat daya saing melonjak dari harga seharusnya. Krisis ekonomi memberikan pengaruh daya beli wisatawan seperti yang terjadi pada beberapa kasus seperti krisis moneter Asia Tenggara (1997), krisis eropa (2009), dan krisis Turki (2018-2023). Sebaliknya, ekonomi yang sehat di daerah destinasi pariwisata juga cenderung mendorong sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan baik terhitung dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Aji dkk. (2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dalam PDRB, sektor pariwisata merupakan agregasi dari lima sektor PDRB yakni: transportasi dan pergudangan; penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum;

informasi dan komunikasi; jasa perusahaan; dan jasa kesehatan dan kegiatan sosial. Selain itu, pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat menjadi sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Unsur-unsur pariwisata tersebut dapat menyumbang pendapatan seperti pajak hotel, pajak restoran atau rumah makan dan minum, pajak hiburan, retribusi objek daya tarik wisata, dan retribusi izin usaha pariwisata, dan jumlah wisatawan (Sundoro dkk., 2022).

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

b. Subsistem internal

Wiweka dan Arcana (2019) mengungkapkan bahwa subsistem internal adalah interaksi yang terjadi antara pelaku perjalanan (permintaan pariwisata), penghubung, dan destinasi wisata yang menjadi tujuan perjalanan (penawaran pariwisata).

1) Permintaan pariwisata

Permintaan pariwisata dapat dilihat dari perspektif ekonomi dan perspektif psikologi. Perspektif ekonomi ini dipandang sebagai individu yang melakukan perjalanan (wisatawan) serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk berwisata, sementara pendekatan psikologis melihat motivasi dan tindakan wisatawan (Wiweka & Arcana, 2019). Ashoer dkk. (2021) menjabarkan hal-hal yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam melakukan perjalanan pariwisata yaitu biaya, daerah tujuan wisata, bentuk perjalanan, waktu, lama berwisata, akomodasi yang digunakan, moda transportasi, dan lainnya. Isdarmanto (2017) dalam kesempatan yang berbeda mengungkapkan bahwa permintaan pariwisata didefinisikan sebagai kebutuhan pasar yang dijelaskan dari keberadaan wisatawan. Sementara menurut Eddyono (2021), wisatawan didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh semua individu dengan melakukan perpindahan dua lokasi geografis atau lebih baik melintasi perbatasan negara maupun tidak. Wisatawan dalam PP No. 50 Tahun 2011 tentang Ripparnas tahun 2010-2025 dijelaskan sebagai seorang individu atau kelompok yang melakukan perjalanan wisata dan terlibat dalam kegiatan yang terkait dengan wisata.

Berdasarkan asal dan tujuan wisatawan, Isdarmanto (2017) melakukan klasifikasi terhadap jenis-jenis wisatawan dari asal dan tujuannya menjadi enam klasifikasi yakni:

- a. Wisatawan domestik, seseorang yang merupakan penduduk suatu negara dan melakukan perjalanan wisata di dalam wilayah negaranya sendiri tanpa menyeberangi batas negaranya.
- b. Wisatawan asing, seseorang yang melakukan perjalanan ke negara lain yang bukan tempat tinggalnya. Hal ini dapat diidentifikasi melalui kewarganegaraan, dokumen perjalanan, dan mata uang saat bertransaksi.
- c. *Domestic Foreign Tourist*, adalah seseorang dari luar negeri yang menetap di suatu negara dan melakukan perjalanan wisata di wilayah tersebut, misalnya seorang diplomat atau karyawan kedutaan besar.
- d. *Indigenous Tourist*, adalah seseorang yang karena tugas atau jabatannya di luar negeri sehingga menetap di luar negeri lalu kembali ke negara asalnya

dan kemudian melakukan perjalanan wisata di negara asalnya.

- e. *Transit Tourist*, wisatawan yang sedang melakukan perjalanan ke suatu negara tertentu dan mampir di pelabuhan udara, pelabuhan laut, atau stasiun kereta api sebagai bagian dari perjalanan mereka, bukan karena keinginan mereka sendiri.
- f. *Business Tourist*, seseorang yang melakukan perjalanan untuk tujuan lain selain wisata, tetapi memiliki rencana untuk melakukan perjalanan wisata setelah tujuan utama mereka tercapai.

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

- a. Wisatawan mancanegara (wisman)

Warga Negara Asing (WNA) yang melakukan perjalanan pariwisata dengan tujuan untuk rekreasi pada destinasi wisata di Indonesia (Suharto, 2020).

- b. Wisatawan nusantara (wisnus)

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

2) Elemen penghubung

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

Sub elemen penghubung ini dapat berupa elemen non fisik (organisasi penghubung) dan elemen fisik. Elemen non fisik berupa organisasi penghubung ini dapat berupa biro perjalanan atau agen perjalanan yang berfungsi untuk merencanakan, mengelola, memasarkan, dan menjual dari apa yang ditawarkan oleh destinasi pariwisata sebagai kesatuan utuh. Sementara elemen fisik berupa tempat persinggahan atau yang biasa disebut dengan daerah transit (*transit route*). Tempat transit ini dapat dibagi menjadi tempat transit moda perjalanan air, udara, dan darat. Beberapa contoh daerah yang bisa memanfaatkan statusnya sebagai tempat transit seperti Changi Airport di Singapura, Dubai International Airport di Dubai, serta London Heathrow Airport di London. Dalam kesempatan yang berbeda, Suwena dan Widyatmajaya (2017) menjelaskan bahwa *transit route* merupakan komponen geografis di mana aktivitas wisata utama terjadi sehingga kondisi fisik elemen-elemen transportasi juga termasuk didalamnya.

3) Penawaran pariwisata

Penawaran merupakan produk dan jasa yang menarik wisatawan untuk dapat dinikmati datang (Ashoer dkk., 2021). Sugiarto dkk. (2022) menjelaskan jasa dan produk yang ditawarkan oleh sebuah destinasi wisata untuk memenuhi dan menyediakan segala sesuatu yang diinginkan oleh wisatawan. Penawaran pariwisata ini meliputi *attractions* (daya tarik), *accessibilities* (aksesibilitas), *amenities* (fasilitas penunjang), *ancillary services* (layanan tambahan), *activities* (aktivitas), *available packages* (paket yang tersedia), *community empowerment* (pemberdayaan masyarakat), *investments/incentive* (investasi), dan *technology* (teknologi). Menurut Ashoer, dkk. (2021), penawaran pariwisata berupa triple “A”, yaitu Atraksi atau objek daya tarik wisata, daya

tarik ini berkaitan dengan *what to see* dan *what to do*, atau hal apa saja yang dapat dilihat maupun dilakukan oleh para wisatawan didalam sebuah objek wisata (Isdarmanto, 2017). Aksesibilitas atau kondisi jalan dan kualitas jalan menuju lokasi daya tarik wisata. Amenitas atau fasilitas penunjang berupa rumah makan dan penginapan yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan.

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

- 1) *Something to see*, sesuatu yang menarik untuk dilihat atau bisa dijadikan tontonan bagi wisatawan. Suatu ODTW harus memiliki daya tarik berbeda yang dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut.
- 2) *Something to do*, aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan yang dapat memberikan perasaan bahagia sesuai yang diinginkan wisatawan seperti tempat bermain dan tempat makan khususnya makanan lokal dapat memberi pengalaman yang belum pernah dijumpai sebelumnya.
- 3) *Something to buy*, fasilitas berbelanja untuk wisatawan dengan menyajikan souvenir atau produk-produk dalam bentuk kemasan yang merupakan ciri khas atau ikon dari wilayah ODTW ini berada sehingga wisatawan dapat membawanya sebagai buah tangan.

2.3 Wisatawan

Secara etimologi, kata wisatawan berasal dari kata Sansekerta: “wisata” yang artinya perjalanan (Ketut, dkk, 2017) dan kata “wan” yang berarti orang yang ahli dalam suatu bidang, orang yang memiliki barang atau sifat khusus (KBBI). Menurut Dokumen Kajian Data Pasar Wisatawan Nusantara Tahun 2016 yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata, pengertian wisatawan atau tourist adalah setiap orang yang mengunjungi suatu tempat di luar tempat tinggal kesehariannya selama periode tertentu, yang didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud untuk memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi seperti berlibur, rekreasi, dan olahraga serta bisnis, mengunjungi teman dan keluarga, misi, menghadiri pertemuan, konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar dan keagamaan. Komisi Liga Bangsa-Bangsa dalam Ketut, dkk (2017) membuat

pengelompokan orang-orang yang merupakan wisatawan dan bukan wisatawan sebagai berikut:

1. Yang merupakan wisatawan adalah :
 - a. Mereka yang melakukan perjalanan untuk bersenang-senang, mengunjungi keluarga, dll.
 - b. Mereka yang melakukan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan tertentu contoh tugas negara, diplomasi, agama, olahraga dll.
 - c. Mereka yang melakukan perjalanan untuk keperluan usaha-usaha bisnis.
 - d. Mereka yang melakukan perjalanan dalam kapal pesiar, walaupun kurang dari 24 jam.
2. Yang merupakan bukan wisatawan adalah :
 - a. Mereka yang melakukan perjalanan untuk mencari pekerjaan dan melakukan kegiatan usaha.
 - b. Mereka yang berkunjung ke suatu negara dengan tujuan untuk tinggal menetap di negara tersebut.
 - c. Penduduk di daerah tapal batas negara dan bekerja di negara yang berdekatan.
 - d. Wisatawan yang hanya melewati suatu negara dan tidak tinggal di negara yang dilaluinya.

International Union of Official Travel Organization (IUTO) membuat batasan yang sifatnya seragam terkait pengertian wisatawan melalui Perserikatan Bangsa-Bangsa pada tahun 1963, Adapun pengertian wisatawan yang dimaksud yaitu:

1. *Visitors* atau pengunjung, yaitu orang yang melakukan kunjungan ke suatu negara lain dimana dia memiliki tempat kediaman dengan suatu alasan melakukan pekerjaan yang diberikan negara yang dikunjungi.
2. *Tourist* atau wisatawan, yaitu orang yang bertempat tinggal di suatu negara lain tanpa melihat kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada negara yang sama dengan jangka waktu lebih dari 24 jam dengan tujuan perjalanan yang dapat diklasifikasikan pada salah satu hal dari memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan, dan olahraga, serta bisnis atau mengunjungi keluarga.

3. *Excursionist* atau darmawisata yaitu pengunjung sementara yang menetap pada suatu negara yang dikunjunginya dalam waktu kurang dari 24 jam, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar namun tidak termasuk para pesiar yang memasuki negara secara legal, contohnya orang yang hanya tinggal di ruang transit di pelabuhan udara.

Berdasarkan batasan-batasan diatas, dapat disimpulkan bahwa ciri seseorang itu dapat disebut sebagai wisatawan apabila (1) melakukan perjalanan lebih dari 24 jam; (2) perjalanan dilakukan untuk sementara waktu; (3) orang yang melakukannya tidak untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi (Ketut, dkk, 2017).

Terdapat berbagai pengembangan jenis dan macam wisatawan dengan berbagai dasar pengklasifikasian yang sudah dilakukan para ahli. Ketut, dkk (2017) mengklasifikasikan wisatawan berdasarkan 7 kelompok, yaitu:

1. *Explorer*, yaitu wisatawan yang mencari perjalanan baru dengan berinteraksi intensif dengan masyarakat lokal, menerima fasilitas seadanya, dan menghargai nilai nilai serta norma masyarakat lokal.
2. *Elite*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal, tetapi sebelumnya sudah ada pengaturan terlebih dahulu, dan biasanya dalam jumlah kecil.
3. *Off beat*, yaitu wisatawan yang mencari atraksi sendiri, tidak mengunjungi tempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi, dan juga menerima fasilitas lokal seadanya.
4. *Unusual*, yaitu wisatawan yang mengambil aktivitas tambahan dalam perjalanannya, untuk mengunjungi tempat baru atau melakukan kegiatan yang memiliki resiko.
5. *Incipient mass*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan individual atau kelompok kecil dan mencari daerah tujuan wisata yang masih menjaga keasliannya.
6. *Mass*, yaitu wisatawan yang bepergian ke daerah tujuan yang memiliki environmental bubble/ fasilitas yang sama seperti di daerah asalnya.

7. *Charter*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah wisata yang memiliki kemiripan yang sama dengan daerah asalnya dan biasanya dilakukan untuk bersantai/bersenang-senang.

Sedangkan Ketut, dkk (2017) melakukan pengklasifikasian wisatawan berdasarkan sifat perjalanan dan ruang lingkup perjalanan sebagai berikut:

1. Wisatawan asing atau *foreign tourist*: orang asing yang melakukan kegiatan wisata di mana mereka memasuki suatu negara lain dan bukan dari negara di mana dia biasanya menetap, biasanya dilihat berdasarkan status kewarganegaraannya, dokumen perjalanan, dan jenis uang yang dibelanjakan.
2. *Domestic foreign tourist*: orang asing yang bertempat tinggal pada suatu negara di mana dia melakukan perjalanan wisata di wilayah negara yang dia tinggal, contohnya seseorang yang bekerja di kedutaan besar.
3. Wisatawan lokal atau *domestic tourist*: warga negara pada suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas negaranya tanpa melewati batas negaranya dengan negara lain.
4. *Indigenous foreign tourist*: warga negara pada suatu negara tertentu yang memiliki tugas atau jabatan di luar negeri kemudian pulang ke negaranya sendiri dan melakukan perjalanan wisata disana.
5. *Transit tourist*: seseorang yang melakukan perjalanan wisata ke suatu negara tertentu yang menumpang suatu transportasi dan terpaksa singgah pada suatu pelabuhan/bandara/stasiun bukan atas kemauannya sendiri.
6. *Business tourist*: seseorang yang melakukan perjalanan entah orang asing atau seorang warga negaranya sendiri di mana dia melakukan perjalanan untuk tujuan bukan wisata namun perjalanan wisata nya akan dilakukan setelah tujuan utamanya selesai.

2.4 Daya Saing Pariwisata

Kegiatan yang mempunyai kekuatan untuk cepat tumbuh dan berkembang yakni sektor pariwisata. Kegiatan ini akan membawa dampak kepada kegiatan lainnya atau dapat dikatakan membawa multiplier effect yang cukup besar bagi kegiatan lainnya. Setiap wilayah di Indonesia tidak mungkin terlepas dari namanya kegiatan pariwisata. Tetapi, tidak semua wilayah menjadikan pariwisata sebagai

ujung tombak perekonomian wilayahnya. Setiap wilayah yang memiliki keunggulan pada kegiatan pariwisata akan berlomba-lomba untuk menarik orang-orang yang akan berkunjung atau berwisata ke wilayahnya. Hal ini akan mengakibatkan perekonomian di wilayah tersebut berputar, karena tadi dijelaskan bahwa pariwisata ini memiliki multiplier effect yang besar untuk perekonomian khususnya. Maka, perlu adanya konsep atau indikator mengenai daya saing pariwisata yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kegiatan pariwisata mempunyai daya saing yang nantinya menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung atau berwisata (Fajar, 2022)

Vyana (2019) menyebutkan bahwa daya saing pariwisata adalah: *“its ability to increase tourism expenditure, to increasingly attract visitors while providing them with satisfying memorable experience, and to do so in a profitable way, while enhancing the well-being of destination residents and preserving the natural capital of the destination for future generations”*. Maksudnya adalah salah satu upaya daya saing pariwisata yaitu dengan bertambahnya pengeluaran wisatawan, atraksi yang ditawarkan bersifat diingat selalu oleh wisatawan, dan dengan mendapatkan profit, profit sebagai benefit untuk masyarakat lokal yang berada di DTW dan diharapkan dampak positif pada ekonomi dapat mensejahterakan masyarakat. Sektor pariwisata diharapkan sebagai alat konservasi dengan cara terus memelihara dan melindungi SDA.

Persoalan daya saing destinasi pariwisata menjadi semakin penting, khususnya bagi negara dan wilayah yang sangat bergantung pada pariwisata (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Suatu destinasi dapat dianggap kompetitif jika dapat menarik dan memuaskan calon wisatawan. Daya saing suatu destinasi tidak hanya secara langsung mempengaruhi penerimaan pariwisata dalam hal jumlah pengunjung dan pengeluaran, namun juga secara tidak langsung mempengaruhi bisnis yang terkait dengan pariwisata, seperti industri perhotelan dan ritel di destinasi tersebut, sampai batas tertentu. Seperti yang ditunjukkan oleh Cizmar dan Weber (2000), pilihan destinasi tetap menjadi salah satu keputusan pertama dan terpenting yang dibuat oleh wisatawan; dan keputusan ini sebagian besar bergantung pada sejumlah faktor eksternal, seperti citra negara, aksesibilitas, daya tarik, keamanan. Di sisi lain, pilihan destinasi juga menentukan persaingan antar

perusahaan antara maskapai penerbangan, operator tur, dan lain-lain. hotel, dan jasa pariwisata lainnya (Ritchie & Crouch, 2000).

Berbagai peneliti telah mendefinisikan daya saing destinasi/pariwisata sebagai berikut:

- Daya saing pariwisata adalah kemampuan suatu destinasi untuk memberikan standar hidup yang tinggi bagi penduduk destinasi tersebut (Crouch & Ritchie, 1999)
- Daya saing pariwisata adalah kemampuan destinasi untuk menciptakan dan mengintegrasikan produk bernilai tambah yang menopang sumber dayanya sekaligus mempertahankan posisi pasar relatif terhadap pesaing (Hassan, 2000)
- Daya saing pariwisata adalah kemampuan suatu destinasi untuk mempertahankan posisi dan pangsa pasarnya dan/atau meningkatkannya seiring berjalannya waktu (d’Hauteserre, 2000)

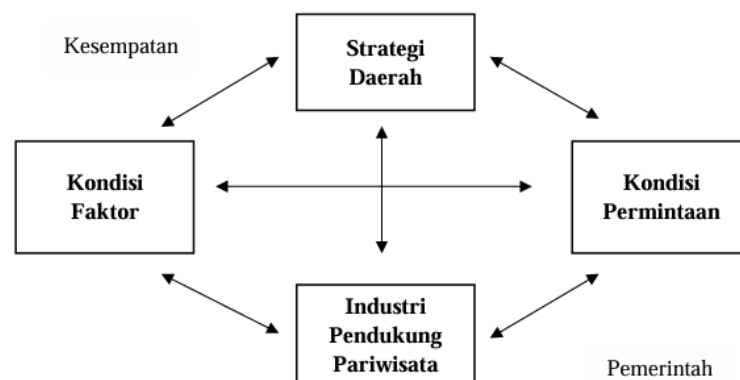
Dwyer dan Kim (2003) menyatakan bahwa tujuan akhir daya saing adalah mempertahankan dan meningkatkan pendapatan riil warganya. Dalam hubungan ini, daya saing destinasi bukanlah suatu tujuan melainkan alat untuk mencapai tujuan yang meningkatkan standar hidup masyarakat di destinasi tersebut dalam kondisi pasar yang bebas dan adil (Heath, 2003).

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

- a. Mengukur pencapaian di suatu wilayah dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia untuk meningkatkan daya saing.

- b. Mendorong para pemangku kepentingan untuk merangsang inovasi melalui kemitraan dan usaha individu demi meningkatkan daya saing.
- c. Usaha untuk meningkatkan kemandirian masyarakat setempat.
- d. Upaya dalam menetapkan, mengevaluasi, dan memonitor kebijakan, program kerja, serta kegiatan dalam pembangunan wilayah.
- e. Instrumen yang digunakan dalam proses pembangunan dan program pendukung sebagai alat untuk mengukur daya saing dalam meningkatkan ekonomi regional.

Rini dan Ma'ruf (2017) dalam penelitiannya terkait elemen-elemen yang berperan dalam menghitung indeks pariwisata menggunakan elemen kondisi (*input*) faktor; kondisi permintaan; industri pendukung terkait; serta strategi, struktur, dan pesaing yang dikenal dengan istilah *Porter's Diamond*. Hal ini membuat pemerintah juga memiliki andil termasuk dalam pemanfaatan peluang-peluang yang dimiliki dalam meningkatkan daya saing. Berikut Gambar 3 yang merupakan gambaran dari *Porter's Diamond*.



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

Dengan terciptanya daya saing Pariwisata yang baik maka akan dapat menciptakan dan menumbuhkan pangsa pasar baik domestik maupun global dengan sumber daya yang tersedia digunakan secara efisien dan berkelanjutan untuk mendukung pariwisata (OECD dalam Farhan, 2022). Mengukur daya saing pariwisata suatu negara dapat menjadi langkah penting dalam menentukan keberhasilan pengembangan pariwisatanya. Sektor pariwisata yang semakin berkembang juga menghasilkan multiplier effect yang cukup besar bagi negara. Oleh karenanya sangat perlu diakan peninjauan untuk mengukur daya saing pariwisata yang dimiliki agar dalam pengembangannya dapat berdampak baik ditandai dengan tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung (Farhan, 2022).

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

Salah satu metode pengukuran daya saing pariwisata yang cukup lengkap dan sudah terstandarisasi internasional yaitu metode *competitiveness monitor* (CM) yang dikeluarkan oleh “World Travel & Tourism Council (WTTC)” yang bekerja sama dengan “Christel De Haan Tourism and Travel Research Institute (TRRI), University of Nottingham”. Gooroochurn dan Sugiarto (2005) membahas delapan indikator utama pariwisata daya saing di bawah Competitiveness Monitor (CM) di lebih dari 200 negara. Indikator-indikator dalam tujuan CM untuk pariwisata serupa dengan yang digunakan dalam memantau daya saing arus utama suatu negara berdasarkan karya penting Porter (1990), yang memperkenalkan konsep “*national diamond*”. Selain itu, Gooroochurn dan Sugiyarto menurunkan konsep tersebut ke indikatornya, berdasarkan faktor endowment dari Crouch dan Ritchie (1999), dan meminjam konsep kualitas lingkungan dari Inskeep (1991) dan Middleton (1997). Mereka yakin bahwa kebijakan lingkungan sangat penting untuk pengembangan sektor pariwisata. Selain itu, karena wisatawan internasional

sensitif terhadap harga, maka penting untuk memberikan perhatian khusus pada daya saing harga suatu destinasi (Dwyer et al., 2000).

Sebagaimana dikemukakan oleh Crouch dan Ritchie (1999), sebagian besar pariwisata bersifat diperdagangkan, dalam arti menghasilkan devisa, teori keunggulan komparatif dapat diterapkan pada daya saing destinasi wisata. Menurut teori Heckscher-Ohlin, keunggulan komparatif didasarkan pada ketersediaan faktor-faktor produksi, yang mencakup sumber daya alam dan sumber daya ciptaan. Model daya saing Crouch dan Ritchie mengidentifikasi beberapa kategori besar faktor yang dimiliki – sumber daya manusia, sumber daya fisik, sumber daya pengetahuan, sumber daya modal, infrastruktur, serta sumber daya sejarah dan budaya. Oleh karena itu, indikator sumber daya manusia, indikator teknologi untuk menangkap sumber daya fisik dan modal, serta indikator infrastruktur dimasukkan dalam CM. Sumber daya sejarah dan budaya sulit diukur, terutama di sebagian besar negara yang termasuk dalam CM. Sebaliknya, indikator pembangunan sosial dimasukkan untuk mengukur kualitas hidup masyarakat di negara tujuan. Inskeep (1991) dan Middleton (1997) menganggap kualitas lingkungan menjadi faktor penting dalam menentukan pertumbuhan destinasi wisata, dengan alasan bahwa kebijakan lingkungan sangat penting untuk pengembangan sektor pariwisata. Hal ini juga konsisten dengan penelitian Ritchie dan Crouch (1993) dan Mihalic (2000) yang telah memasukkan faktor lingkungan dalam merancang ukuran daya saing pariwisata. Oleh karena itu, indikator lingkungan hidup dimasukkan dalam CM. Analisis CM menggunakan delapan indikator dalam melihat daya saing pariwisata, antara lain:

1. *Human Tourism Indicator* (HTI). Indikator ini menggambarkan pencapaian pertumbuhan ekonomi regional sebagai hasil dari kedatangan wisatawan ke daerah tersebut. Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) mengemukakan bahwa terdapat dua cara dalam mengukur HTI, yakni dengan menggunakan *Tourism Impact Index* (TII) dan *Tourism Participation Index* (TPI). TII didapat dari rasio PAD pariwisata dan PDB suatu wilayah, sementara TPI didapat dari rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk setempat. Rumusan ini kemudian juga digunakan dalam penelitian-penelitian setelahnya seperti pada Trisnawati dkk. (2008), Koranti et al. (2019), Kamaruddin dkk. (2019), dan Sesa dkk. (2023).

2. *Price Competitiveness Indicator (PCI)*. Indikator ini mengukur persaingan harga dari komoditas yang dikonsumsi oleh wisatawan dalam perjalanan wisatanya termasuk bisasa akomodasi, perjalanan, transportasi, hiburan, dan lain-lain selama wisatawan berada dalam destinasi pariwisata. Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) menjelaskan bahwa PCI terdiri dari harga hotel dan indeks *Purchasing Power Parity (PPP)*. Namun tidak dijelaskan lebih lanjut terkait penjabaran dari indeks PPP. Pada penelitian Trisnawati dkk. (2008) dan Koranti et al. (2019) menggunakan nilai dari jumlah wisatawan, tarif hotel, dan lama tinggal wisatawan sebagai penjabaran indeks PPP. Sedikit berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamaruddin dkk. (2019) dan Sesa dkk. (2023) yang menggunakan nilai jumlah wisatawan mancanegara (wisman), tarif hotel, dan lama tinggal wisatawan sebagai penjabaran indeks PPP.
3. *Infrastructure Development Indicator (IDI)*. Indikator ini menilai kemajuan dalam pembangunan infrastruktur di wilayah setempat dengan hubungan sebab akibat dari kedatangan wisatawan pada destinasi pariwisata. Pengukuran IDI menggunakan data indeks jalan yang dilihat melalui panjang jalan suatu wilayah dibandingkan dengan ekspektasi panjang jalan terhadap jumlah populasi setempat, akses masyarakat terhadap fasilitas sanitasi, dan akses masyarakat terhadap air minum (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Pada penelitian Trisnawati dkk. (2008) menggunakan ukuran pendapatan perkapita penduduk sebagai representasi IDI, sementara Kamaruddin dkk. (2019) menggunakan menggunakan persentase panjang jalan beraspal dan berkualitas baik. Keterkaitan infrastruktur dengan pariwisata juga telah dibuktikan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Infrastruktur transportasi memiliki dampak besar dalam pariwisata dengan membuat banyak lokasi dapat diakses (Rohini & Meenakshi, 2022). Raharjo dkk. (2023) dalam penelitiannya juga mendapati bahwa transportasi berdampak terhadap jumlah kunjungan wisman di Provinsi Bali. Hal yang sama juga didapati dalam penelitian Hasdiandi (2022) yang mendapatkan kesimpulan bahwa dalam prefensi pemilihan ODTW yang ingin dikunjungi wisatawan sangat mempertimbangkan kondisi jalan.
4. *Environment Indicator (EI)*. Indikator ini menunjukkan kualitas lingkungan fisik pada wilayah tujuan pariwisata karena lingkungan yang baik merupakan sebuah

aset berharga bagi sebuah destinasi pariwisata, khususnya untuk mendatangkan wisatawan yang memiliki kesadaran lingkungan yang cukup tinggi (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) mengemukakan bahwa dalam mengukur EI digunakan kombinasi dari indeks kepadatan penduduk, indeks emisi CO², dan indeks kebijakan dalam menjaga lingkungan. Keterbatasan terhadap data indeks CO² membuat penelitian-penelitian selanjutnya khususnya yang dilakukan di Indonesia seperti oleh Trisnawati dkk. (2008), Koranti et al. (2019), Kamaruddin dkk. (2019), dan Sesa dkk. (2023) membuat mereka hanya menggunakan indeks kepadatan penduduk untuk merepresentasikan nilai EI.

5. *Technology Advancement Indicator (TAI)*. Indikator ini mengukur tingkat kemajuan teknologi modern yang dapat diukur melalui peningkatan penggunaan internet, telepon kabel, telepon seluler dan ekspor barang-barang berbasis teknologi tinggi (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Hal ini kemudian diadopsi dalam beberapa penelitian setelahnya. Trisnawati dkk. (2008) dan Koranti et al. (2019) menggunakan indeks penggunaan telepon (rasio panjang line telepon dan jumlah penduduk) dan indeks ekspor (rasio ekspor dari produk berteknologi tinggi; komputer, produk farmasi, mesin-mesin industri dan elektronik dengan jumlah ekspor secara keseluruhan) dalam penelitiannya. Kamaruddin dkk. (2019) menggunakan indeks penggunaan internet pada penelitiannya, sementara Sesa dkk. (2023) hanya menggunakan indeks penggunaan telepon kabel. TAI menggambarkan hubungan timbal balik antara teknologi dan kedatangan wisatawan. Asumsi dalam penelitian Trisnawati dkk. (2008) menggambarkan kedatangan wisatawan khususnya wisman dapat membawa perubahan teknologi kepada daerah destinasi. Namun seiring berkembangnya teknologi seperti sekarang ini cenderung teknologilah yang mendatangkan wisatawan dengan penggunaan internet seperti *website* dan sosial media dalam memperkenalkan destinasi mereka kepada masyarakat luas (Gulbahar & Yildirim, 2015).
6. *Human Resources Indicator (HRI)*. Indikator ini menunjukkan kualitas sumber daya manusia (SDM) di wilayah kajian dalam memberikan layanan yang lebih baik kepada para wisatawan yang dilihat dari pendidikan (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005). Lebih lanjut Gooroochurn dan Sugiyarto (2005) menjabarkan

data yang dapat digunakan dalam mengukur indeks pendidikan pada suatu wilayah yaitu dengan menggunakan tingkat literasi masyarakat dewasa dan jumlah masyarakat yang menempuh pendidikan dalam usia 7-18 tahun. Hal ini kemudian diadaptasi dalam beberapa penelitian seperti oleh Trisnawati dkk. (2008), Koranti et al. (2019), Kamaruddin dkk. (2019), dan Sesa dkk. (2023) yang menggunakan indeks pendidikan dari angka melek huruf masyarakat diatas 15 tahun dan masyarakat berpendidikan SD-Sarjana.

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

ini dikarenakan SDI sebagai indikator yang memberikan gambaran bahwa destinasi tujuan dapat memberikan rasa nyaman dan aman bagi wisatawan sehingga akan mempengaruhi waktu yang dihabiskan selama kunjungan. Indeks ini kemudian diadopsi dalam penelitian Koranti et al. (2019), Kamaruddin dkk. (2019), dan Sesa dkk. (2023).

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

2.5 Pengaruh Ekonomi Pariwisata

Tahiri dan Kovaci dalam Lestari (2019) mengungkapkan bahwa pariwisata memastikan kegiatan ekonomi jangka panjang yang layak, memberikan manfaat sosial ekonomi bagi semua pemangku kepentingan dan yang lebih penting mendistribusikannya secara adil dengan menciptakan lapangan kerja yang stabil dan menghasilkan pendapatan peluang dan berkontribusi pada peningkatan layanan sosial untuk masyarakat tuan rumah. Manfaat utama pariwisata untuk suatu wilayah atau negara adalah aspek ekonomi karena memberikan kesempatan untuk penciptaan lapangan kerja dan penciptaan pendapatan di tingkat internasional,

nasional, regional dan lokal (Zaei dan Zaei dalam Lestrari 2019). Pariwisata juga dapat menguntungkan ekonomi di tingkat regional dan lokal karena uang datang ke daerah perkotaan dan pedesaan pada gilirannya akan merangsang perusahaan bisnis baru dan mempromosikan citra yang lebih positif di suatu daerah (Cooper dkk dalam Lestari 2019).

Chatziantoniou dkk. (2013) menetapkan bukti keteraturan yang dapat diterjemahkan ke dalam empat hipotesis utama dalam menentukan hubungan antara pariwisata dan pertumbuhan ekonomi. Dua hipotesis dalil kausalitas searah antara dua variabel, baik dari pariwisata maupun pertumbuhan ekonomi, yaitu hipotesis pertumbuhan ekonomi yang dipicu pariwisata (*Tourism Led Economic Growth/TLEG*) dan hipotesis pertumbuhan pariwisata yang didorong oleh ekonomi (*Economic Driven Tourism Growth/EDTG*). Hipotesis ketiga dan keempat melihat hubungan dua arah antara pariwisata dan ekonomi yaitu hipotesis kausalitas dua arah/timbal balik (*bidirectional causality/BC*) dan hipotesis netral/tidak ada hubungan sama sekali (tidak ada hubungan sebab-akibat).

Antonakakis dkk., (2015) juga menemukan bahwa hubungan pertumbuhan ekonomi pariwisata tidak stabil dari waktu ke waktu tidak hanya dalam besarnya tetapi juga arah pertumbuhannya yang seringkali dipengaruhi peristiwa ekonomi besar seperti resesi. Penelitian yang dilakukan di 10 (sepuluh) negara Eropa yang sedang mengalami krisis hutang (Cyprus, Yunani, Italia, Portugal dan Spanyol, Austria, Jerman, Belanda, Swedia dan Inggris) memperlihatkan bahwa efek penggandaan yang dihasilkan berbeda untuk setiap negara. Pengaruh resesi besar pada tahun 2007 dan krisis utang tahun 2010 menunjukkan bahwa dampak dari peristiwa ekonomi pada hubungan antara pariwisata dan ekonomi lebih menonjol di Siprus, Yunani, Portugal dan Spanyol yang merupakan negara-negara Eropa yang telah mengalami kemerosotan ekonomi terbesar sejak 2009 dan sektor pariwisata mereka memainkan bagian penting dalam ekonomi mereka.

Sektor pariwisata akan memberikan dampak terhadap perekonomian yang pada hakikatnya merupakan salah satu tujuan dari pengembangan pariwisata itu sendiri. Untuk melihat dampak ekonomi dari pariwisata dapat dikategorikan menjadi delapan kelompok (Cohen, dalam Shalna 2019), yaitu:

1. Dampak terhadap penerimaan devisa

Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke suatu negara tentunya akan mengeluarkan uangnya untuk berbelanja di negara yang menjadi destinasi wisata. Sehingga, pemasukan negara tersebut akan bertambah akibat pengeluaran belanja dari wisatawan mancanegara.

2. Dampak terhadap pendapatan Masyarakat

Masyarakat yang berada di sekitar destinasi wisata berperan penting dalam penyediaan kebutuhan wisatawan. Pengeluaran uang wisatawan akan menjadi pemasukan bagi masyarakat setempat, sehingga pendapatan masyarakat pun akan meningkat.

3. Dampak terhadap peluang kerja

Kegiatan wisata akan membuka peluang kerja guna memperlancar keberjalanan kegiatan wisata tersebut. Kebutuhan wisatawan yang beragam tentu menimbulkan usaha yang semakin beragam pula, seperti akomodasi, penyewaan kendaraan, bisnis perjalanan pariwisata, makanan, dan toko cinderamata.

4. Dampak terhadap harga dan tarif

Kegiatan wisata yang berjalan di suatu daerah akan memberikan interaksi ekonomi yang cukup kuat, salah satunya berimplikasi pada harga dan tarif. Siklus perekonomian yang semakin meningkat akan membuat harga dan tarif yang berlaku di tujuan wisata tidak jarang lebih mahal dibandingkan di daerah lain.

5. Dampak terhadap distribusi manfaat dan keuntungan

Dalam PDRB, sektor yang dapat dilihat untuk mengetahui keuntungan dari pariwisata adalah sektor perdagangan, hotel, dan restoran. Di luar PDRB tersebut, terdapat sektor lain yang juga terkena dampak dari pariwisata, seperti sektor pengangkutan dan komunikasi, keuangan, persewaan dan jasa perusahaan, dan sektor lainnya.

6. Dampak terhadap kepemilikan dan pengendalian

Kepemilikan dan pengendalian akan berubah seiring dengan berkembangnya pariwisata, dapat dilihat dari transaksi dalam pemanfaatan lahan dan peluang investasi yang akan meningkat. Sehingga, kepemilikan akan lahan mungkin saja

berubah dan pengendalian akan cukup diperlukan guna mengatasi adanya ketimpangan kepemilikan.

7. Dampak terhadap Pembangunan

Pariwisata berimplikasi pada pembangunan secara fisik di sekitar lokasi wisata. Pembangunan fasilitas, sarana, dan prasarana di sekitar lokasi wisata tentu digencarkan dalam rangka menunjang kegiatan wisata di daerah tersebut.

8. Dampak terhadap pendapatan pemerintah

Pemerintah adalah salah satu pihak yang diuntungkan dengan adanya pariwisata, karena pemerintah akan memperoleh pendapatan seperti pajak dan retribusi dari sektor pariwisata.

Indeks daya saing pariwisata memiliki peran strategis bagi pemerintah daerah, termasuk pemerintah kabupaten, sebagai alat evaluasi dan pengambilan keputusan yang berbasis data. Indeks ini mengukur berbagai aspek seperti infrastruktur, daya tarik budaya dan alam, serta kebijakan pendukung pariwisata, yang semuanya berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi wilayah. Menurut laporan World Economic Forum (WEF), indeks ini membantu pemerintah mengidentifikasi kelemahan dan peluang strategis dalam pengelolaan destinasi wisata untuk meningkatkan daya tarik lokal dan internasional (World Economic Forum, 2022). Selain itu, indeks ini menjadi acuan bagi pemerintah kabupaten untuk merancang kebijakan yang mempromosikan investasi, memperbaiki infrastruktur, serta memperkuat kolaborasi dengan sektor swasta dan masyarakat lokal. Langkah-langkah ini berdampak langsung pada penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan daerah, dan pemberdayaan komunitas lokal (OECD, 2021). Sebagai contoh, negara-negara yang menerapkan strategi berbasis indeks daya saing berhasil meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata dan memperluas aksesibilitas wisata, sehingga memperkuat posisi mereka di pasar global (Devine & Devine, 2011).

Pemerintah juga menggunakan indeks ini sebagai indikator keberlanjutan dalam pembangunan pariwisata. Hal ini sejalan dengan pendekatan "blue and green economy," yang mengintegrasikan pelestarian lingkungan dan budaya ke dalam strategi pembangunan destinasi (World Bank, 2022). Melalui pemanfaatan data dari indeks ini, pemerintah kabupaten dapat mengarahkan sumber daya secara efisien

untuk mengatasi masalah utama, seperti minimnya aksesibilitas atau promosi yang kurang optimal, serta menciptakan strategi promosi yang lebih efektif di tingkat nasional dan internasional. Ritchie dan Crouch (2003) menekankan bahwa indeks ini memungkinkan pemerintah untuk memahami daya tarik pariwisata suatu daerah dalam kaitannya dengan pasar global, serta menyediakan gambaran prioritas pembangunan jangka panjang yang terfokus. Indeks daya saing juga memperkuat koordinasi lintas sektor antara pemerintah daerah, swasta, dan masyarakat. OECD (2021) mencatat bahwa pengembangan pariwisata yang berbasis data mendorong kolaborasi yang lebih efektif di antara berbagai pihak yang berkepentingan, sehingga mengurangi tumpang tindih kebijakan dan meningkatkan efisiensi alokasi sumber daya.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian merupakan kegiatan untuk membandingkan penelitian yang sedang dikerjakan penulis dengan penelitian yang sudah dilakukan peneliti sebelumnya. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat perbedaan dan persamaan yang terdapat pada hasil penelitian sebelumnya sehingga penulis dapat melihat kekurangan yang ada pada hasil penelitian yang penulis laksanakan. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian disajikan pada Tabel 1.

2.7 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep penelitian merupakan landasan dari penelitian yang dibuat oleh penulis, yang dibentuk melalui tinjauan pustaka untuk mengidentifikasi beragam indikator dari berbagai variabel. Proses penyelesaian masalah melibatkan penggunaan berbagai indikator yang berasal dari variabel-variabel yang telah ditetapkan. Hal ini bertujuan untuk membentuk kerangka konsep yang kemudian diilustrasikan dalam Gambar 4.

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Sumber Penelitian
Meutuah, Caisarina, Dewi (2022)	Pemetaan Komponen Pariwisata (6A) Untuk Perencanaan Pengembangan Pariwisata (Studi Kasus: Gampong Naga Uimbang, Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar)	penelitian dengan metode penelitian kualitatif menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gampong Naga Uimbang memiliki atraksi wisata alam dan budaya, kuliner tradisional yang unik serta didukung dengan berbagai fasilitas untuk mengembangkan pariwisata.	1. Persamaan kedua penelitian ini yakni sama-sama mengkaji perihal komponen 6A dalam pariwisata 2. Perbedaan kedua penelitian terletak pada skala studi kasus yang berfokus pada desa wisata sementara penulis berfokus pada skala kabupaten. Perbedaan lainnya terletak pada analisis daya saing yang dilakukan penulis.	Jurnal Ilmiah Mahasiswa Arsitektur Dan Perencanaan Volume 6, No.4, November 2022. https://jim.usk.ac.id/ ArsitekturPWK/21489
Kapitarauw, Riantoro, dan Awom (2022)	Analisis Daya Saing Industri Pariwisata di Kabupaten Manokwari	Analisis daya saing dengan metode <i>Competitiveness Monitor</i>	Hasil penelitian menunjukkan Delapan indikator yang diteliti menunjukan perkembangan sangat tinggi kecuali	Persamaan kedua penelitian ini yakni sama-sama mengkaji tingkat daya saing menggunakan indikator yang telah ditetapkan WWTC.	Lensa Ekonmi, Vol. 16 (1). Tahun 2022. https://doi.org/10.30862/ lensa.v16i01.223

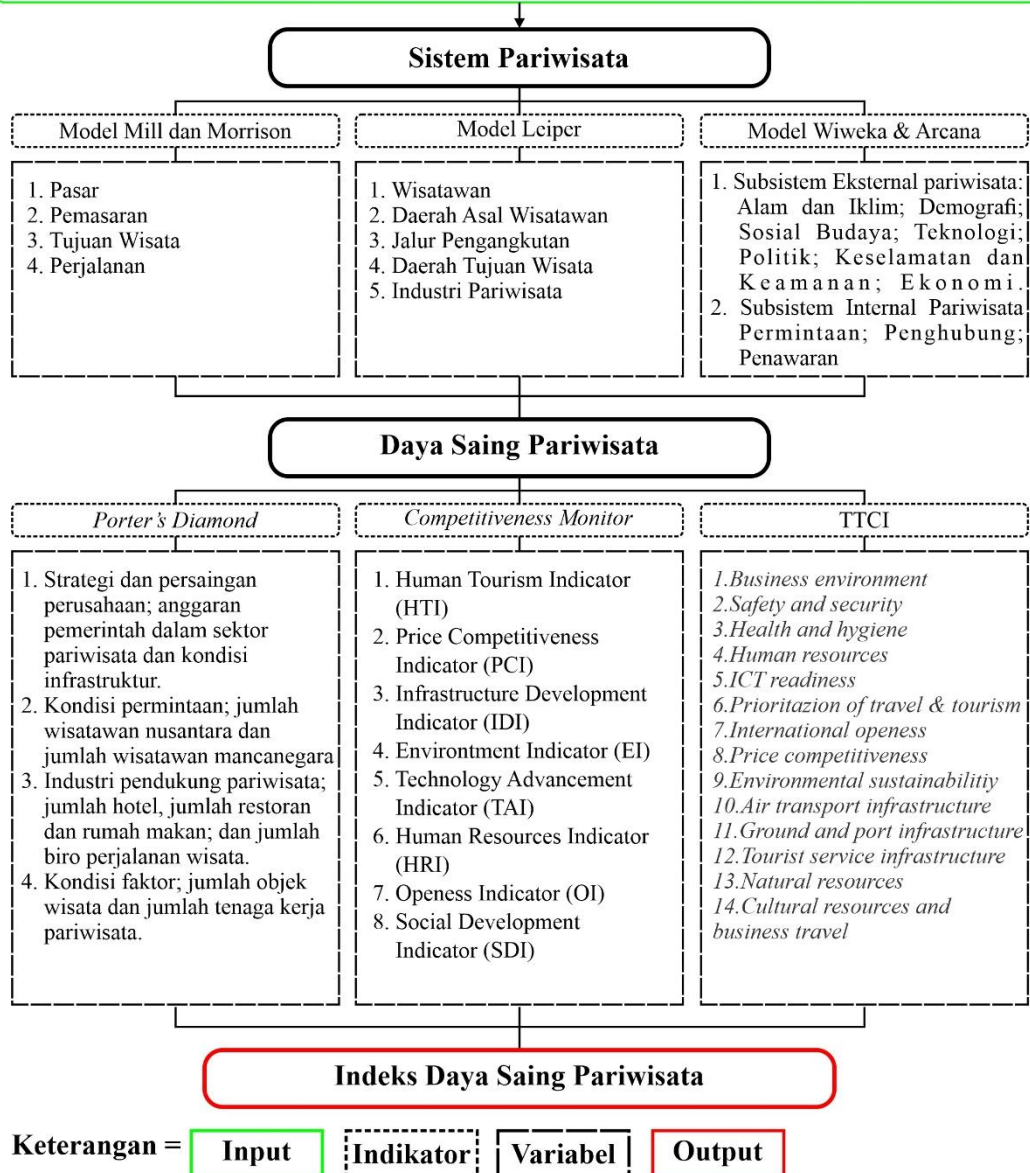
			Sosial Development Indicator (SDI)	Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada pengklasifikasian nilai akhir indeks daya saing pariwisata. Kapitarauw dkk. Menggunakan skala 0-1 untuk menunjukkan tingkat daya saing, sementara penulis menggunakan skala 0-7.	
Yasti, Hendry., Suteja, W, I., Wahyuningsih, Sri (2022)	Analisis Daya Saing Pariwisata Kabupaten Lombok Tengah : Pendekatan Competitiveness Monitor	Jenis penelitian ini adalah penelitian eksploratif kuantitatif dengan analisis Competitiveness Monitor yang dibentuk dari delapan indikator yang telah ditetapkan oleh World Tourism Organization	1. Hasil Competitiveness Monitor (TPI, IDI, EI, HRI, TAI) menunjukkan Kabupaten Lombok Tengah memiliki nilai indeks yang terus meningkat secara konsisten. 2. Hasil Competitiveness Monitor (PCI, OI, SDI) mengalami penurunan secara	1. Persamaan kedua penelitian ini yakni sama-sama mengkaji tingkat daya saing dari WWTC dan menggunakan analisis regresi linier untuk melihat pengaruh variabel pariwisata terhadap variabel perekonomian 2. Perbedaan kedua penelitian ini terdapat pada ketiadaan analisis ODTW dari peneliti, sementara penulis melakukan analisis	Journal Of Responsible Tourism Vol.1, No.3, Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram. 2022. https://stp-mataram.e-journal.id/JRT/article/view/1913

			fluktuatif dari tahun 2014-2018.	karakteristik ODTW dengan komponen 6A	
Harahap, M. Farhan (2022)	Daya Saing Pariwisata Di Pesisir Selatan Kabupaten Fakfak	Jenis penelitian ini adalah Analisis deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kuantitatif, dan Analisis TTCI untuk meninjau karakteristik Pariwisata	Hasil menunjukkan keseluruhan Aspek mendapatkan nilai Daya Saing lebih besar dari 60% yang artinya tiap aspek memiliki daya saing baik. Berdasarkan total daya saing keseluruhan, maka didapatkan nilai Daya Saing Pariwisata Pesisir Selatan Kabupaten Fakfak sebesar 70,42% yang tergolong kategori “daya saing baik”	1. Persamaan kedua penelitian ini yakni sama-sama mengkaji karakteristik pariwisata melalui analisis 6A. 2. Perbedaan kedua penelitian ini terdapat pada jenis analisis terhadap daya saing pariwisata. Harahap menggunakan Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI), sementara penulis menggunakan analisis Competitiveness Monitor (WWTC)	Skripsi. Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota. Institut Teknologi Bandung. 2022. https://digilib.itb.ac.id/gdl/view/69483
Amanullah, Muhammad Fajar	Daya Saing Pariwisata Kabupaten Kuningan	Jenis penelitian ini menggunakan analisis konten dan analisis deskriptif kualitatif	Hasil dari penelitian ini mengeluarkan 8 indikator daya saing pariwisata berdasarkan indicator WWTC. Dari indicator	1. Persamaan kedua penelitian ini yakni sama-sama mengkaji tingkat daya saing menggunakan indikator yang telah ditetapkan WWTC.	Skripsi. Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota. Institut Teknologi Bandung. 2022. https://digilib.itb.ac.id/gdl/view/65455

			tersebut, Kabupaten Kuningan mendapatkan nilai 54,266 dari 100. Nilai ini dapat menunjukkan daya saing pariwisata Kabupaten Kuningan yang cukup berdaya saing	2. Perbedaan kedua penelitian ini terletak pada pengklasifikasian nilai akhir indeks daya saing pariwisata.	
Pamungkas, Binar. D, Sesanti Rosiana (2023)	Analisis Daya Saing Pariwisata Kabupaten Sumbawa Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah	Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif untuk menganalisis potensi pariwisata di Kabupaten Sumbawa sebagai sumber ekonomi daerah yang diukur menggunakan variabel daya saing yang menggunakan indikator	Hasil menunjukkan Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Sumbawa terbilang cukup baik karena dari delapan indikator pengukuran, terdapat empat indikator yang memiliki tingkat daya saing tinggi/baik, yaitu Infrastructure Development Indicator (IDI), Environment Indicator (EI),	1. Persamaan kedua penelitian ini yakni sama-sama mengkaji tingkat daya saing menggunakan indikator yang telah ditetapkan WWTC. 2. Perbedaan kedua penelitian terletak pada pembahasan kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD, penulis tidak mengkaji kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 11, nomor 1, April 2023. Universitas Samawa. https://e-journalppmunsa.ac.id/index.php/jeb/article/view/1159

Human Resources Indicator (HRI), dan Social Development Indicator (SDI). Sedangkan empat indikator lainnya memiliki tingkat daya saing yang rendah sehingga memerlukan upaya perbaikan.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat dimaksimalkan dalam meningkatkan PAD. Keragaman geografi di tiap wilayah berpengaruh terhadap karakteristik pariwisata yang terbentuk pada wilayah tersebut. Selain itu, pariwisata merupakan satu sistem yang melibatkan sosial, ekonomi, demografis, kualitas layanan, pengeluaran wisatawan, dan lain-lain. Hal ini turut mempengaruhi indeks daya saing pariwisata wilayah.



Gambar 4 Kerangka Konsep Penelitian

Sumber : Penulis, 2024