

SKRIPSI

**INDEKS DAYA SAING PARIWISATA
KABUPATEN PESISIR SELATAN
MENGUNAKAN METODE *COMPETITIVENESS MONITOR***

Disusun dan diajukan oleh:

**MUH. DODI ALFAYED
D101201052**



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

INDEKS DAYA SAING PARIWISATA KABUPATEN PESISIR SELATAN MENGGUNAKAN *COMPETITIVENESS* *MONITOR*

Disusun dan diajukan oleh

Muh. Dodi Alfayed
D101201052

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 04 Oktober 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Marly Valenti Patandianan, S.T., M.T., Ph.D
NIP. 19730328 200604 2 001

Ketua Program Studi,



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

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini ;
Nama : Muh. Dodi Alfayed
NIM : D101 20 1052
Program studi : Perencanaan Wilayah dan Kota
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulis saya berjudul

Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan *Competitiveness Monitor*

adalah karya tulis 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, 04 Oktober 2024

Yang Menyatakan



Muh. Dodi Alfayed

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “**Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan *Competitiveness Monitor***” dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benderang ini. Penyusunan tugas akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat penyelesaian studi pada Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin.

Pesisir Selatan merupakan kabupaten yang berbatasan dengan Kota Padang dengan keberagaman objek wisata. Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2011-2025, Kabupaten Pesisir Selatan dinyatakan sebagai salah satu dari Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional. Pariwisata Pesisir Selatan memiliki cukup banyak destinasi wisata yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan seperti kawasan wisata Mandeh di Kecamatan Koto XI Tarusan, kawasan wisata Carocok di Kota Painan, objek wisata Jembatan Akar Bayang Sani, yang memiliki keunikan bentang alam dan masih alami menjadi potensi besar untuk menarik banyak wisatawan.

Pengaruh sektor pariwisata terhadap keseluruhan total perekonomian Kabupaten Pesisir Selatan berada di kisaran 14% hingga 16% dalam rentang waktu 2018-2022. Namun sektor ini masih di bawah sektor pertanian, industri pengolahan, konstruksi, dan perdagangan besar. Karena Pesisir Selatan masuk dalam KPPN, maka penting untuk mengetahui sistem pariwisata yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan untuk dapat melihat potensi dan hambatan agar dapat menjadi destinasi wisata yang mampu bersaing. Mengetahui potensi dan hambatan pada objek atau kawasan wisata dapat membantu mengetahui kemampuan daya saing pariwisata dan serta membantu memahami lebih jauh peran sektor pariwisata terhadap perekonomian masyarakat dan keseluruhan wilayah.

Hal tersebut menjadi permasalahan yang akan diangkat ke dalam penelitian ini sehingga peneliti ingin meneliti tentang karakteristik dan indeks daya saing Kabupaten Pesisir Selatan. Isu spesifik yang akan diangkat berkaitan dengan

kondisi sub-sistem eksternal, sub-sistem internal, dan kemudian indikator-indikator pendukung yang ada untuk mengukur kemampuan daya saing pariwisata. Diharapkan penelitian ini dapat mengetahui potensi dan kemampuan pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Pesisir Selatan untuk dapat berkembang dan menjadi salah satu sektor terpenting dalam menyumbang pendapatan kabupaten.

Penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak, agar penulis dapat menjadi lebih baik ke depannya dan menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi sumbangan yang berharga dalam bidang pariwisata. Akhir kata dari penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Gowa, 04 Oktober 2024



(Muh. Dodi Alfayed)

Sitasi dan Alamat Kontak:

Harap menuliskan sumber skripsi ini dengan cara penulisan sebagai berikut:
Muh. Dodi Alfayed. (2024). *Indeks Pengaruh Pariwisata Terhadap Perekonomian Kabupaten Pesisir Selatan* [Skripsi Sarjana, Prodi S1 PWK Universitas Hasanuddin]. Makassar.

Demi peningkatan kualitas dari skripsi ini, kritik dan saran dapat dikirimkan ke penulis melalui alamat email berikut ini: dodialfayed730@gmail.com

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan atas khairat Allah SWT karena atas kehendak dan rida-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah menyebarkan kebaikan-kebaikan kepada umat manusia hingga saat ini. Proses penyelesaian tugas akhir ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada.

1. Kedua orang tua tercinta (Bapak Dardi dan Ibu Hadriani) atas curahan kasih sayang, doa, motivasi dan dukungan lahir batin yang diberikan;
2. Saudara penulis (Muhammad Dazryan Aqshah) serta saudari penulis (Hasha Dayla Zahabiya dan Hana Dhifaa Zahira) dan seluruh keluarga terkasih yang senantiasa membantu serta mendukung penulis;
3. Rektor Universitas Hasanuddin (Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc.) atas segala bentuk kebijakan dan kepemimpinannya selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin;
4. Dekan Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin (Prof. Dr. Eng. Ir. Muhammad Isran Ramli, ST., M.T.) atas segala bentuk dukungan dan kebijakannya selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin;
5. Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin (Dr. Eng. Ir. Abdul Rachman Rasyid, S.T., M.Si. IPM) atas segala kasih sayang, bimbingan, nasehat yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan;
6. Sekretaris Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin (Sri Aliah Ekawati, S.T., M.T.) atas .) atas segala kasih sayang, bimbingan, nasehat yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan;
7. Dosen Penasihat Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Utama (Marly Valenti Patandianan, S.T., M.T., Ph.D.) atas ilmu, nasihat, motivasi, waktu dan tenaga saat membimbing penulis dalam penyelesaian tugas akhir;

8. Kepala Studio Akhir (Dr. techn. Yashinta K. D. Sutopo, S.T., MIP.) yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, motivasi, nasihat, doa dan dukungan kepada peneliti sejak awal hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini;
9. Kepada Dosen Penguji (Dr. Eng. Ihsan, S.T., M.T. dan Isfa Sastrawati, S.T., M.T.) yang telah meluangkan waktu untuk memberikan kritik dan saran kepada penulis dalam penyempurnaan skripsi ini;
10. Kepala Labo *Regional Planning, Tourism, and Disaster Mitigation* (Dr. Eng. Ihsan, ST., M.T.) atas ilmu, nasihat, motivasi, waktu dan tenaga saat membimbing penulis dalam penyelesaian tugas akhir;
11. Seluruh Dosen Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Hasanuddin atas ilmu, bimbingan, waktu serta pengalaman yang telah diberikan kepada penulis;
12. Seluruh staf administrasi dan pelayanan Departemen Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Hasanuddin atas segala bantuannya dalam bidang administrasi dan perlengkapan dari awal perkuliahan hingga saat ini;
13. Instansi Pemerintah Kabupaten Pesisir Selatan atas ketulusan hati membantu penulis dalam melakukan pengumpulan data untuk penelitian tugas akhir di Kabupaten Pesisir Selatan;
14. Teman-teman RASIO 2020 (Afdelia Zahra, Andi Nurul Fauziah Ruslan, Abdil Baar Sudirman, Amri Mastriwan, Andi Agung Wirawan Ikhsan, Andi Nurul Inayah, Atthaliah Ayu Ramadhany, Baso Ruswan Aldi, Ben Rahmat Mahesa, Dirgahayu Mukminin, Dwi Hartini Hasna, Elsa, Ferry Russel Kurniawan, Hyang Sangrila Pralampita, Jailani Agus, Khairul Rafliansyah. S, Muh. Widyachsan Warisman, Muhammad Rayhan Zaira, Nasaruddin, Niken Dwi Indriani, Nurul Chasanah, Nurul Fajri, Raihanah Muthahharah S, Robianto Sesa, Syeli Novita Putri E, Zhafirah Nur Salsabila) atas canda tawa, bantuan, serta semangat yang diberikan kepada penulis ini;
15. Teman-teman seperjuangan Labo *Regional Planning, Tourism, and Disaster Mitigation* (Ahmad Saiful Munir, Andi Dheny Indra Dwitya, Andi St Faatima Mauldini, Andi Ummu Khalisah, Balqish Iskandar, Dian Sukma, Enny Heriany, Fathurrahman, Nur Azisah Mulyadi, Nurul Mutia Syafirah, Rafika

Nurhidayanti) atas canda tawa, bantuan, serta semangat yang diberikan kepada penulis selama ini;

16. Sahabat-sahabat SMAK Harapan Denpasar (Adelia Rizkyta Agusti dan Margaretha Anderani Manuk) atas canda tawa, bantuan, serta semangat yang diberikan kepada penulis selama ini;
17. Teman-teman penempatan MSIB INSPIRING Kabupaten Pesisir Selatan (Andika Ramadhani, Devi Martha Tri Antika, Lukman, Naufal Rafli Ramadhan, dan Wahyuni) atas bantuan serta semangat yang diberikan kepada penulis selama pengambilan data di penempatan; dan
18. Seluruh pihak yang telah berkontribusi, mendukung, dan membantu yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

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

Gowa, 04 Oktober 2024



(Muh. Dodi Alfayed)

ABSTRAK

MUH. DODI ALFAYED. *Indeks Pengaruh Pariwisata Terhadap Perekonomian Kabupaten Pesisir Selatan* (dibimbing oleh Marly Valenti Patandianan)

Kabupaten Pesisir Selatan dinyatakan sebagai salah satu dari Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional. Karena Pesisir Selatan masuk dalam KPPN, maka penting untuk mengetahui bagaimana keadaan sistem pariwisata kabupaten yang ada untuk dapat melihat potensi dan hambatan agar dapat menjadi destinasi wisata yang mampu bersaing. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Mengetahui karakteristik elemen sistem pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan; dan 2) Menganalisis kemampuan daya saing objek-objek pariwisata di Kabupaten Pesisir Selatan. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan (Oktober 2023-Desember 2023) yang berlokasi di beberapa Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) Kabupaten Pesisir Selatan. Jenis penelitian berupa pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Data yang digunakan terdiri atas data primer berupa dokumentasi situasi di lapangan secara langsung, dan data sekunder berupa jumlah kunjungan, jumlah ODTW, jumlah rumah makan, jumlah penginapan, dan data DEM. Metode analisis yang digunakan adalah analisis spasial dan untuk daya saing menggunakan metode *competitiveness monitor* dengan delapan indikator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kabupaten Pesisir Selatan memiliki fokus wisata pesisir dengan penilaian indeks daya saing menunjukkan bahwa dari delapan indikator yang diuji, terdapat lima yang menunjukkan tahap berkembang, yakni HTI, IDI, PCI, EI dan TAI. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Pemerintah Kabupaten Pesisir Selatan dalam peningkatan kualitas pariwisata yang dimiliki.

Kata kunci: Pesisir Selatan, *Competitiveness Monitor*, daya saing, wisata pesisir

ABSTRACT

MUH. DODI ALFAYED. *Index of the Effect of Tourism on the Economy of South Pesisir (supervised by Marly Valenti Patandianan)*

Pesisir Selatan Regency declared as one of the National Tourism Development Area. Because Pesisir Selatan is included in the KPPN, it is important to know how the existing district tourism system is to be able to see the potential and obstacles in order to become a tourist destination that can compete. The objectives of this research are 1) Knowing the characteristics of the tourism system elements of Pesisir Selatan Regency; and 2) Analyzing the competitiveness of tourism objects in South Pesisir Regency. This research was conducted for three months (October 2023-December 2023) located in several Tourism Attraction Objects (ODTW) of Pesisir Selatan Regency. The type of research is quantitative and qualitative descriptive approach. The data used consists of primary data in the form of direct documentation of the situation in the field, and secondary data in the form of the number of visits, the number of ODTW, the number of restaurants, the number of inns, and DEM data. The analysis method used is spatial analysis and for competitiveness using the competitiveness monitor method with eight indicators. The results showed that Pesisir Selatan Regency has a coastal tourism focus with a competitiveness index assessment showing that of the eight indicators tested, there are five that show a developing stage, namely HTI, PCI, IDI, EI, and TAI. It is hoped that this research can be an input for the Government of South Pesisir Regency in improving the quality of its tourism.

Keywords: Pesisir Selatan, Competitiveness Monitor, Competitiveness, coastal tourism

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Pariwisata	5
2.1.1 Definisi Pariwisata.....	5
2.1.2 Jenis-jenis pariwisata	6
2.1.3 Komponen-komponen pariwisata	9
2.1.4 Wisatawan.....	10
2.2 Sistem pariwisata	13
2.2.1 Teori Gunn	14
2.2.2 Teori Leiper.....	15
2.2.3 Teori Wiweka dan Arcana.....	17
2.2.4 Teori Asher.....	24
2.3 Usaha pariwisata	26
2.4 Produk Domestik Regional Bruto	33
2.5 Pendapatan Asli Daerah	33
2.6 Pariwisata dalam PAD.....	34

2.7 Teori Daya Saing.....	36
2.7.1 Teori Porter Diamond	37
2.7.2 Travel and Tourism Competitiveness Index	38
2.7.3 Competitiveness Monitor.....	39
2.8 Penelitian Terdahulu.....	42
2.9 Kerangka Konsep Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Lokasi Penelitian.....	49
3.3 Jenis dan Sumber Data	51
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5 Variabel Penelitian	53
3.6 Teknik Analisis Data	62
3.6.1 Berdasarkan tujuan penelitian pertama.....	62
3.6.2 Berdasarkan tujuan penelitian kedua	62
3.6.3 Definisi Operasional	68
3.7 Alur Pikir Penelitian.....	71
BAB IV PEMBAHASAN.....	73
4.1 Gambaran Umum Kabupaten Pesisir Selatan	73
4.2 Karakteristik Sistem Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan.....	76
4.2.1 Tinjauan elemen sub-sistem eksternal pariwisata	76
4.2.2 Tinjauan sub-sistem internal pariwisata.....	105
4.3 Daya Saing Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan.....	151
4.3.1 Nilai Delapan Indikator	151
4.3.2 Indeks Pariwisata	159
4.3.3 Indeks Komposit.....	161
4.3.4 Indeks Daya Saing Pariwisata.....	161
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	166
5.1 Kesimpulan	166
5.2 Saran.....	167
DAFTAR PUSTAKA.....	168
LAMPIRAN.....	179
CURRICULUM VITAE	186

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1	Model sistem pariwisata Wiweka & Arcana	17
Gambar	2	Kerangka konsep penelitian	44
Gambar	3	Peta lokasi penelitian	50
Gambar	4	Alur pikir penelitian	72
Gambar	5	Peta administrasi Kabupaten Pesisir Selatan tahun 2023.....	75
Gambar	6	Grafik indikator IKLH Kabupaten Pesisir Selatan rentang tahun 2018-2022	79
Gambar	7	Peta topografi Kabupaten Pesisir Selatan 2023	80
Gambar	8	Grafik jumlah penduduk Kabupaten Pesisir Selatan rentang tahun 2018-2022	81
Gambar	9	Piramida penduduk berdasarkan jenis kelamin Kab. Pesisir Selatan tahun 2022	82
Gambar	10	Peta kepadatan Kabupaten Pesisir Selatan.....	84
Gambar	11	Jenis lapangan pekerjaan masyarakat Kabupaten Pesisir Selatan.....	86
Gambar	12	Cagar budaya Kabupaten Pesisir Selatan, Rumah Gadang Mande Rubiah	87
Gambar	13	Masjid Al-Imam Koto Baru yang ditetapkan sebagai cagar budaya pada tahun 2011 (a) dan ritual keagamaan Balimau Paga di Kecamatan Pancung Soal (b)	88
Gambar	14	Grafik jumlah penduduk Kabupaten Pesisir Selatan yang melek huruf (2018-2022)	89
Gambar	15	Grafik jumlah penduduk Kabupaten Pesisir Selatan yang menggunakan telepon seluler dan mengakses internet (2018-2022)	91
Gambar	16	Tampilan utama Tampilan utama aplikasi SIPPORA (a) dan tampilan informasi terkait ODTW di Kabupaten Pesisir Selatan (b)	92
Gambar	17	Grafik jenis PAD Kabupaten Pesisir Selatan rentang tahun 2018-2022	95
Gambar	18	Grafik kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022).....	96
Gambar	19	Grafik jumlah kunjungan wisatawan Kabupaten Pesisir Selatan (2016-2022).....	106
Gambar	20	Kondisi Terminal Sago saat siang hari (a) dan kondisi Terminal Sago saat hari Minggu	107
Gambar	21	Peta persebaran ODTW Kabupaten Pesisir Selatan.....	110
Gambar	22	ODTW alam Bukit Langkisau, 2023	115
Gambar	23	Makam Madam Van Kampen 2023.....	116
Gambar	24	ODTW buatan Carocok Painan, 2023.....	117
Gambar	25	ODTW lingkungan Ampiang Parak, 2023	118
Gambar	26	Sisa dari benteng Pulau Cingkuk berupa gerbang (a) dan pemandangan Pulau Sumatra dari Pantai Cigkuk (b)	121
Gambar	27	Fasilitas kamar mandi di pulau (a);dan tanda petunjuk objek wisata (b).....	123

Gambar	28	ODTW Jembatan Akar di Kabupaten Bayang Utara, 2023 .	123
Gambar	29	Gapura selamat datang ODTW Jembatan Akar Bayang (a) dan fasilitas ODTW (b).....	124
Gambar	30	Pemandangan sore hari dari Puncak Mandeh (a), dan pemandangan Mandeh dari pelabuhan (b).....	125
Gambar	31	ODTW Air Terjun Bayang Sani (a) dan Gapura selamat datang ODTW (b)	126
Gambar	32	ODTW alam Labuang Baruak (a) dan akses jalan menuju ODTW (b)	127
Gambar	33	Grafik panjang jalan yang diharapkan Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022).....	130
Gambar	34	Salah satu pelabuhan pengumpul di Kecamatan IV Jurai (a) dan salah satu Pelabuhan di kecamatan Koto XI Tarusan (b)	131
Gambar	35	Peta aksesibilitas Kabupaten Pesisir Selatan, 2023	132
Gambar	36	Peta persebaran penginapan Kabupaten Pesisir Selatan	137
Gambar	37	Peta persebaran rumah makan dan minum Kabupaten Pesisir Selatan	138
Gambar	38	Peta overlay usaha pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan ...	142
Gambar	39	Peta hasil buffer usaha ODTW terhadap amenitas di Kabupaten Pesisir Selatan.....	150
Gambar	40	Grafik indikator HTI Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	152
Gambar	41	Grafik indikator IDI Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	153
Gambar	42	Grafik indikator EI Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	154
Gambar	43	Grafik indikator OI Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	155
Gambar	44	Grafik indikator PCI Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	156
Gambar	45	Grafik indicator TAI Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	157
Gambar	46	Grafik indicator HRI Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	158
Gambar	47	Grafik indicator SDI Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	159
Gambar	48	Indeks pariwisata pada delapan indicator di Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	160
Gambar	49	Grafik tingkat indeks daya saing pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan	162
Gambar	50	Wawancara dengan salah satu warga yang mengunjungi Air Terjun Bayang Sani (a), aktivitas pembuatan salah satu peta persebaran ODTW (b), melakukan wawancara dengan penjual dagangan di Jembatan Akar Bayang (c), dokumentasi foto di depan ODTW Jembatan akar (d)	179

DAFTAR TABEL

Tabel	1. Penelitian terdahulu.....	44
Tabel	2. Variabel penelitian.....	54
Tabel	3. Data luas tiap kecamatan di Kabupaten Pesisir Selatan.....	74
Tabel	4. Kemiringan lereng di Kabupaten Pesisir Selatan.....	77
Tabel	5. Morfologi pada kecamatan-kecamatan di Kabupaten Pesisir Selatan.....	77
Tabel	6. IKLH Kabupaten Pesisir Selatan rentang tahun 2018-2022.....	79
Tabel	7. Kependudukan Kabupaten Pesisir Selatan.....	83
Tabel	8. Penduduk berumur lima (5) tahun ke atas menurut status pendidikan di Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022).....	90
Tabel	9. Data PDRB menurut lapangan usaha di Kabupaten Pesisir Selatan periode tahun 2018-2022.....	93
Tabel	10. Data Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022).....	94
Tabel	11. Data PAD Pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	95
Tabel	12. Anggaran program pariwisata di Kabupaten Pesisir Selatan periode 2019-2022	103
Tabel	13. Data Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Kab. Pesisir Selatan	105
Tabel	14. Data lama tinggal wisatawan Kabupaten Pesisir Selatan.....	106
Tabel	15. Data jumlah ODTW yang terdapat di Kabupaten Pesisir Selatan.....	109
Tabel	16. Data setiap ODTW yang terdapat di Kabupaten Pesisir Selatan.....	111
Tabel	17. Aspek pengembangan di Kabupaten Pesisir Selatan	119
Tabel	18. Klasifikasi dan sebaran ODTW Kabupaten Pesisir Selatan, 2022.....	127
Tabel	19. Panjang jalan menurut jenis permukaan jalan di Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	129
Tabel	20. Jumlah dan Kisaran Harga Penginapan di Kab. Pesisir Selatan.....	134
Tabel	21. Jumlah usaha makan dan minum di Kabupaten Pesisir Selatan tahun 2022	135
Tabel	22. Sebaran dan ketinggian usaha pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan tahun 2022	140
Tabel	23. Hasil buffer usaha ODTW terhadap usaha makanan dan minuman, serta akomodasi di Kabupaten Pesisir Selatan.....	143
Tabel	24. Data jumlah wisatawan dan jumlah penduduk Kabupaten Pesisir Selatan	151
Tabel	25. Data panjang jalan di Kabupaten Pesisir Selatan	152
Tabel	26. Data jumlah penduduk dan luas wilayah Kabupaten Pesisir Selatan.....	153
Tabel	27. Data jumlah wisatawan mancanegara dan total PAD pariwisata	154

Tabel	28.	Data jumlah wisatawan mancanegara, rata-rata tarif hotel, dan rata-rata masa tinggal Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	155
Tabel	29.	Data jumlah pengguna jaringan internet dan keseluruhan penduduk Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	156
Tabel	30.	Data jumlah penduduk bebas buta huruf dan penduduk berpendidikan Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	157
Tabel	31.	Data rata lama-lama masa tinggal Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022).....	158
Tabel	32.	Hasil analisis normalisasi delapan indikator di Kabupaten Pesisir Selatan (2018-2022)	159
Tabel	33.	Hasil analisis indeks komposit pada delapan indikator di Kabupaten Pesisir Selatan.....	161

DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL

Lambang/Singkatan	Arti dan Keterangan
BPS	Badan Pusat Statistik
DPN	Destinasi Pariwisata Nasional
GDP	<i>Gross Domestik Product</i>
PDRB	Produk Domestik Regional Bruto
WTO	World Trade Organization
KBBI	Kamus Besar Bahasa Indonesia
UNWTO	United Nation World Tourism Organization
KKPN	Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional
ODTW	Objek Daya Tarik Wisata
WTTC	<i>World Travel and Tourism Council</i>
TTRI	<i>Tourism and Travel Research Institute</i>
HTI	<i>Human Tourism Indikator</i>
PCI	<i>Price Competitiveness Indicator</i>
IDI	<i>Infrastructure Development Indikator</i>
EI	<i>Environment Indikator</i>
TAI	<i>Technology Advancement Indicator</i>
HRI	<i>Human Resources Indikator</i>
OI	<i>Openess Indikator</i>
SDI	<i>Social Development Indikator</i>
DISPARPORA	Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga
KUPK	Kawasan Utama Pariwisata Kabupaten

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Dokumentasi survei penelitian.....	179
Lampiran 2	Surat rekomendasi penelitian.....	180
Lampiran 3	Jarak akomodasi terhadap ODTW	183

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan suatu industri yang kompleks dan pengertiannya sendiri digunakan dalam berbagai topik. Pariwisata memiliki mekanisme pengaturan yang rumit, di mana pergerakan wisatawan dari tempat asal menuju tempat tujuan wisata, dan kemudian kembali melibatkan berbagai sub-sistem atau komponen seperti pendapatan wisatawan, lokasi wisata yang ingin dikunjungi, ketersediaan fasilitas sarana dan prasarana, usaha-usaha pariwisata, akses kembali, dan lain sebagainya. Aktivitas wisatawan ini menarik banyak sektor sehingga memiliki efek pengganda (*multiplier effect*). Sehingga penting untuk suatu wilayah mengembangkan pariwisata mereka untuk menarik minat dan kunjungan wisatawan (Sawir, 2023).

Sumatra Barat memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai salah satu pintu gerbang utama kawasan Indonesia Barat, terlebih pada pulau Sumatra. Berdasarkan statistik kunjungan wisatawan yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, Sumatra Barat adalah satu dari lima belas pintu masuk udara utama untuk wisatawan mancanegara dengan total kunjungan sebesar 56.692 (ribu). Sumatra Barat memiliki daya tarik wisata yang berkualitas dan dikenal secara luas di dalam dan luar negeri. Untuk mengoptimalkan potensi ini, Pemerintah Indonesia dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2011-2025 menetapkan Mentawai-Siberut beserta sekitarnya dan Padang-Bukittinggi beserta sekitarnya, sebagai bagian dari Destinasi Pariwisata Nasional (DPN).

Pesisir Selatan merupakan kabupaten yang berbatasan dengan Kota Padang dengan keberagaman objek wisata. Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi (RIPKP) Tahun 2014-2025, Kabupaten Pesisir Selatan dinyatakan sebagai salah satu dari Kawasan Strategis Pariwisata Provinsi dan merupakan bagian dari Kawasan Utama Pariwisata Provinsi I Padang. Pariwisata Pesisir Selatan memiliki cukup banyak destinasi wisata yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan dengan beberapa jenis wisata, seperti wisata alam, budaya, buatan dan lingkungan. Kabupaten Pesisir Selatan memiliki pesona pesisir yang

indah dan telah dikenal secara luas, seperti kawasan wisata Mandeh di Kecamatan Koto XI Tarusan dan kawasan wisata Carocok di Kota Painan. Terdapat juga beberapa objek selain wisata alam yang memiliki keunikan yang sangat menarik minat wisatawan, objek wisata Jembatan Akar Bayang Sani dan Rumah Gadang Mandeh Rubiah.

Pesisir Selatan telah ditetapkan sebagai kawasan wisata sesuai dengan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) Tahun 2011-2025 dan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Sumatera Barat 2014-2025. Melihat hal tersebut, maka penting untuk menyelidik lebih jauh terkait elemen-elemen yang membentuk dan menopang pariwisata di kabupaten tersebut. Kondisi suatu objek wisata sangat berpengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan (Nasution dkk., 2020). Dengan mengetahui karakteristik elemen-elemen tersebut dapat membantu memahami potensi dan permasalahan yang dihadapi Kabupaten Pesisir Selatan. Lebih lanjut, untuk dapat memberikan arahan lebih jelas terkait kepariwisataan Kabupaten Pesisir Selatan, kemampuan daya saing kabupaten dapat dilakukan dengan melihat indikator-indikator yang dimiliki oleh keseluruhan wilayah tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait karakteristik elemen sistem pariwisata yang dimiliki dan kemampuan daya saing pariwisata di Kabupaten Pesisir Selatan. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan hasil data untuk mengetahui karakteristik dan kemampuan dari pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, adapun pertanyaan penelitian yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik elemen sistem pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan?
2. Bagaimana indeks daya saing pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah untuk, sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik elemen sistem pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan.
2. Mengetahui indeks daya saing pariwisata di Kabupaten Pesisir Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan antara lain.

1. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat membuka wawasan peneliti dalam pengembangan pariwisata di kawasan Kabupaten Pesisir Selatan;
2. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini mampu menjadi sumbangan bagi dunia pendidikan dan menjadi informasi untuk pengembangan ilmu pengetahuan terkait dengan pariwisata;
3. Bagi masyarakat, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi informasi bagi seluruh lapisan masyarakat, baik bagi masyarakat sebagai pengelola tempat wisata, masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar tempat wisata, maupun masyarakat yang berperan sebagai wisatawan baik, lokal, nusantara, dan mancanegara terkait konsep pengembangan kepariwisataan Kabupaten Pesisir Selatan sebagai upaya dalam memaksimalkan potensi pariwisata yang ada;
4. Bagi pemerintah, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan arahan dalam perencanaan dan pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Pesisir Selatan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini mencakup ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah dengan hal-hal sebagai berikut.

1. Ruang Lingkup Materi

Materi yang dibahas dalam penelitian ini mencakup kondisi kepariwisataan, potensi dan masalah pariwisata, pertumbuhan ekonomi kabupaten, peran sektor pariwisata terhadap ekonomi, serta kemampuan daya saing objek wisata.

2. Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah dalam penelitian ini mencakup keseluruhan Kabupaten Pesisir Selatan, terlebih pada kepariwisataan kabupaten tersebut. Dalam menunjukkan ODTW yang ada di Kabupaten Pesisir Selatan, dipilih lima yang dianggap mewakili keseluruhan objek wisata kabupaten, yakni Kawasan Pantai

Carocok Painan dan sekitarnya yang meliputi Pulau Kereta, Pulau Cingkuk, Situs Cagar Budaya Benteng Portugis, dan Makam Van Kempen, serta Bukit Langkisau, Jembatan Bayang Sani, Pantai Labuang Baruak, Air Terjun Bayang Sani, dan Kawasan Wisata Mandeh.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan penelitian ini terdiri dari lima (5) bab yang memuat latar belakang hingga kesimpulan yang disusun secara berurutan dan terstruktur sebagai berikut.

1. Bagian pertama, bab ini berisi latar belakang, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.
2. Bagian kedua, bab ini memuat kajian atau studi pustaka, teori-teori, penelitian terdahulu, dan alur pikir yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu mengenai pariwisata dan ekonomi.
3. Bagian ketiga, bab ini menguraikan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, jenis dan metode pengumpulan, variabel penelitian, metode analisis data, kerangka penelitian, dan definisi operasional.
4. Bagian Keempat, bab ini menjabarkan hasil analisis data yang menjawab pertanyaan penelitian tentang karakteristik pariwisata Kabupaten Pesisir Selatan, daya saing pariwisata, dan keterkaitan antara pariwisata dan perekonomian kabupaten.
5. Bagian kelima, bab ini merupakan akhir dari penelitian yang berisi kesimpulan yang diambil berdasarkan hasil pembahasan dan analisis, serta saran yang dapat memberikan acuan ke depannya bagi beberapa pihak dalam mewujudkan tujuan dan manfaat dari penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Istilah pariwisata telah digunakan dalam banyak fokus bidang dan merujuk pada berbagai makna rumit yang berkaitan dengan pergerakan orang, ekonomi, konsep industri, dan layanan yang harus ditawarkan kepada pengunjung. Pariwisata adalah praktik subjektif yang terus menerus menghasilkan makna (Soica, 2016). Berikut adalah beberapa definisi dan hal yang berkaitan dengan pariwisata.

2.1.1 Definisi Pariwisata

Pariwisata memiliki banyak pengertian dari berbagai sektor dan keilmuan yang berbeda. Umumnya pariwisata dikelompokkan dalam tiga kategori, yakni penawaran (*supply*), permintaan (*demand*), dan gabungan keduanya. Kategori penawaran berkaitan dimensi industri atau bisnis, untuk permintaan berkaitan lebih dengan sisi wisatawan dengan melihat dimensi spasial (jarak dan tempat), dan kemudian gabungan keduanya dengan melihat dimensi akademis dan sosial budaya (Utama, 2015).

Pengertian pariwisata dilihat dari sisi spasial secara etimologi menurut Wirawan & Octaviany (2022), “berasal dari Bahasa Sanskerta yang memiliki persamaan makna dengan tur (*tour*), yang memiliki arti berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain”. Kata pariwisata yang terdiri atas dua kata yaitu “pari” dan “wisata”. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “bepergian”. Gabungan kedua kata tersebut memiliki arti sebagai suatu aktivitas bepergian yang dilakukan berulang-ulang dari tempat asal ke tempat yang lain.

Definisi tentang pariwisata menurut Bachruddin (2019) mengacu pada individu yang bepergian dengan perencanaan sebelumnya, dari satu tempat ke tempat lain di luar tempat tinggal mereka untuk melaksanakan aktivitas atau mengejar minat yang akan memungkinkan mereka untuk mewujudkan keinginan mereka. Aktivitas atau bepergian untuk kesenangan, kepuasan, perolehan pengetahuan, peningkatan

kesehatan, rekreasi, olahraga, penyelesaian tugas, ziarah, dan tujuan lainnya dikenal sebagai pariwisata (Srisusilawati, 2022).

Kemudian dari sisi penawaran (*supply*) yang berfokus pada dimensi pariwisata sebagai industri. Industri sebagai sebuah jasa memfokuskan pada bagaimana memenuhi dan memfasilitasi kebutuhan berwisata (produk dan jasa) (Utama, 2015). Berdasarkan Undang-Undang (UU) RI No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata memiliki arti “berbagai kegiatan pariwisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah”. Sedangkan pariwisata menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah “yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi; pelancongan; turisme”. Di lain sisi, *World Trade Organization* (WTO) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan yang dilakukan oleh suatu orang atau kelompok untuk liburan, bisnis, atau alasan lain yang melakukan perjalanan dan tinggal jauh dari lingkungan sehari-hari mereka selama maksimal satu tahun berturut-turut (Arjana, 2017).

Berdasarkan beberapa pengertian yang ada, maka pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan untuk mengisi waktu luang untuk bersenang-senang, belajar, kegiatan keagamaan dan olahraga (Isdarmanto, 2017). Selain itu, semua kegiatan ini dapat menguntungkan pelaku, baik secara fisik mau psikologis, baik itu sementara maupun untuk jangka panjang. Pariwisata secara bebas diartikan sebagai sebuah fenomena yang berkaitan dengan kebutuhan dasar manusia dengan melakukan aktivitas seperti kebutuhan akan kesehatan, mental, hobi, dan sekedar menikmati pemandangan yang disebabkan oleh perkembangan di abad modern ini yang lebih aktif dan dekat dengan pergaulan berbagai bangsa dan ekonomi. (Riani, 2021).

2.1.2 Jenis-jenis pariwisata

Klasifikasi resmi yang dikemukakan oleh Fletcher (2017) merekomendasikan bahwa tiga bentuk dasar pariwisata di suatu harus dibedakan berdasarkan:

- a. Pariwisata domestik, yang terdiri dari aktivitas pengunjung yang tinggal di negara rujukan, baik sebagai bagian dari perjalanan domestik atau bagian dari

perjalanan keluar negeri, dan merupakan bentuk utama (sekitar 80%) dari kegiatan pariwisata;

- b. Pariwisata internasional, yang terdiri dari kegiatan pengunjung yang menetap di luar negara tujuan (luar negeri), baik sebagai bagian dari perjalanan internasional atau sebagai bagian dari perjalanan domestik;
- c. Pariwisata *inbound*, yang mencakup kegiatan pengunjung yang bukan penduduk di dalam suatu negara dalam perjalanan domestik.

Selain bentuk dasar dari pariwisata, terdapat berbagai jenis wisata yang ada di Dunia ini. Menurut Utama (2015), pariwisata terbagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

- a. Wisata budaya, merupakan aktivitas kunjungan yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk mempelajari atau sekedar mengunjungi suatu tempat dengan keadaan rakyat, kebiasaan dan ada istiadat, kebudayaan dan seni dengan keunikan yang berbeda dengan tempat lainnya.
- b. Wisata maritim dan bahari, merupakan wisata dengan fokus kegiatan atau aktivitas yang dilakukan wisatawan berkaitan erat dengan air, seperti pantai, danau, sungai, dan lain-lain. Aktivitas yang dilakukan umumnya berkaitan dengan olahraga, seperti berenang, balapan berdayung, arung jeram, dan berselancar. Kegiatan selain olahraga yang bisa dilakukan pada jenis wisata ini adalah, menyelam, bermain pasir, pemotretan, dan lain sebagainya.
- c. Wisata cagar alam, merupakan jenis wisata yang dilakukan pada kawasan yang dilindungi oleh pemerintah dengan tujuan berwisata adalah untuk menikmati kekayaan yang dimiliki kawasan tersebut, seperti flora dan fauna yang beragam serta unik. Umumnya untuk wisata ini diselenggarakan oleh pihak berwajib dengan bekerja sama dengan biro perjalanan atau mereka yang mengkhususkan usaha-usaha yang melakukan perjalanan ke daerah cagar alam, hutan belantara, dan taman lindung.
- d. Wisata konvensi, atau yang lebih sering dikenal dengan MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) merupakan jenis wisata yang memiliki tujuan untuk suatu kelompok secara bersama-sama membahas dan mencari solusi untuk kepentingan bersama. Wisata konvensi memiliki batasan seperti: a) usaha jasa konvensi; b) perjalanan insentif; c) dan pameran.

- e. Wisata pertanian, atau agrowisata merupakan wisata yang memberikan pengalaman berupa kehidupan yang berkaitan dengan pertanian. Wisatawan selain dapat belajar, juga dapat menikmati pemandangan alam yang unik dan sehat dengan lingkungan yang jauh dari polusi kota.
- f. Wisata buru, merupakan salah satu jenis wisata yang dalam pelaksanaan aktivitasnya umumnya berada di bawah naungan pemerintah untuk menjamin terlindungnya hewan yang dilindungi dari aktivitas berburu ini. Jenis ini tidak umum, dan dilakukan hanya pada negara yang mengizinkan aktivitas berburu ini pada beberapa binatang. Salah satu contoh adalah Indonesia yang membuka wisata berburu banteng dan babi hutan di Jawa Timur.
- g. Wisata ziarah, merupakan jenis wisata yang dilakukan secara perorangan atau berkelompok untuk melakukan aktivitas keagamaan, adat istiadat, dan sejarah suatu masyarakat. Umumnya tempat wisata yang dikunjungi berupa makam-makam orang penting, rumah ibadah, bukit atau gunung yang diagungkan, dan lain-lain.

Bentuk-bentuk pariwisata menurut Wirawan (2022) Menurut jumlah orang yang bepergian:

- a. Pariwisata individu atau perorangan (*individual tourism*), yaitu jika seseorang atau sekelompok orang memilih dan memimpin rute perjalanan mereka, menjadwalkan kegiatan secara individu, dan melaksanakan rencana tersebut secara mandiri;
- b. Pariwisata kolektif (*collective tourism*), yaitu suatu usaha perjalanan wisata atau yang biasa disebut biro perjalanan untuk turis dengan menawarkan paket-pakernya kepada siapa saja yang tertarik dengan sejumlah uang yang telah ditentukannya.

Kemudian pariwisata juga terbagi menjadi dua berdasarkan sifatnya. Bentuk-bentuk pariwisata tersebut antara lain:

- a. Pariwisata aktif (*active tourism*), adalah pariwisata yang memberikan devisa bagi suatu negara dengan menarik wisatawan luar negeri untuk berkunjung;
- b. Pariwisata pasif (*passive tourism*), adalah warga suatu negara yang bepergian ke luar negeri dan membawa uang untuk dibelanjakan di luar negeri.

Selain bentuk-bentuk pariwisata, Wirawan (2022) menjelaskan bentuk-bentuk pariwisata menurut motivasi perjalanan. Pariwisata tersebut terbagi atas:

- a. Pariwisata rekreasi (*recreational tourism*), adalah bentuk perjalanan di mana orang tinggal untuk bersantai, menghilangkan kepenatan, dan mendapatkan kembali kesegaran jasmani dan rohani;
- b. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*) adalah jenis pariwisata yang dilakukan oleh mereka yang berlibur dari daerah tempat tinggalnya untuk menikmati hiburan, memuaskan rasa ingin tahu, menghirup udara segar, dan lain sebagainya;
- c. Pariwisata budaya (*cultural tourism*), adalah jenis perjalanan yang ditentukan oleh sejumlah faktor, termasuk keinginan untuk merasakan adat istiadat dan cara hidup orang lain, belajar atau melakukan penelitian di konferensi, melihat situs bersejarah atau kuno, dan lain-lain;
- d. Pariwisata olahraga (*sports tourism*) terbagi atas dua kateogri;
 - 1) *Big sports events*, yaitu acara olahraga akbar yang menarik perhatian penonton dan atlet;
 - 2) *Sporting Tourism of the Practitioners*, adalah jenis olahraga seperti mendaki gunung, menunggang kuda, berburu, memancing dan lain-lain yang ingin dipraktikkan atau dilakukan sendiri oleh orang-orang.
- e. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*), adalah perjalanan pariwisata yang berkaitan dengan pekerjaan yang memiliki bentuk *profesional travel*;
- f. Pariwisata untuk berkonvensi (*convention tourism*), adalah perjalanan pariwisata yang berkaitan dengan pertemuan yang dihadiri banyak orang dalam waktu tertentu.

2.1.3 Komponen-komponen pariwisata

Menurut Riswanto (2023) menyatakan bahwa terdapat empat komponen dasar yang harus dimiliki oleh produk pariwisata dan tujuan wisata, yaitu daya tarik wisata (*attraction*), aksesibilitas (*accessibility*), amenitas (*amenity*) dan kelembagaan (*anciliary*) atau dikenal dengan 4A.

- a. Daya tarik wisata merupakan keunggulan yang dimiliki suatu daerah yang dapat digunakan untuk “menjual” daerah tersebut sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang untuk melakukan kegiatan wisata. Model atraksi atau daya tarik agar wisatawan berkunjung meliputi alami (*natural resources*), atraksi wisata budaya, dan atraksi buatan manusia itu sendiri.
- b. Aksesibilitas yang merupakan jaringan dan sarana prasarana penghubung yang menghubungkan suatu kawasan wisata dengan wilayah lain yang merupakan pintu masuk bagi wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata. Salah satu contoh akses adalah jalan yang mempermudah transportasi ataupun jasa transportasi untuk menunjang perkembangan pariwisata
- c. Amenitas merupakan kenyamanan yang didukung oleh berbagai kelengkapan sarana dan prasarana pendukung kegiatan pariwisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan, rumah makan, dan toko oleh-oleh
- d. Kelembagaan adalah dukungan yang disediakan oleh organisasi, pemerintah daerah, kelompok atau pengelola destinasi wisata untuk menyelenggarakan kegiatan wisata seperti adanya Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS).

2.1.4 Wisatawan

Wisatawan memiliki beberapa pengertian. Wisatawan atau turis merupakan orang yang memilih untuk melakukan perjalanan ke berbagai tempat untuk berlibur atau ketika sedang tidak bekerja untuk mendapatkan atau melakukan sesuatu yang diinginkan (Wolah, (2016)). Pada Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Menurut WTO (dalam Wolah, 2016) membagi wisatawan ke dalam tiga bagian, yakni:

- a. Pengunjung adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke negara lain di mana mereka memiliki izin tinggal dengan tujuan menjalankan bisnis resmi atau pekerjaan.
- b. Wisatawan merupakan setiap orang yang tinggal di suatu negara, apa pun kewarganegaraannya, yang menghabiskan lebih dari 24 jam mengunjungi suatu atau berbagai lokasi di dalam negara tersebut. Untuk jenis-jenis tujuan perjalanan berikut ini dianggap sebagai wisatawan/turis:

- 1) Menggunakan atau memanfaatkan waktu luang kunjungan untuk olahraga, rekreasi, kesehatan, pendidikan, dan keagamaan;
 - 2) Bisnis atau mengunjungi keluarga.
- c. Darmawisata merupakan pelancong sementara yang menghabiskan waktu kurang dari satu hari di negara yang dijadikan tempat kunjungan.

Batasan *the Internasional Union of Office Travel Organization* (IUOTO) berdasarkan komisi statistik PBB pada tahun 1968 yang memakai istilah pengunjung (*visitor*) adalah sebagai orang yang meninggalkan negara tempat tinggalnya untuk melakukan perjalanan ke negara lain dengan tujuan utama melihat sesuatu selain mencari nafkah. Mereka yang menaiki kapal pesiar dan berlabuh di pelabuhan selama beberapa hari juga termasuk dalam definisi ini. IUOTO dan WTO turut pula mendefinisikan pelancong sebagai seseorang yang berkunjung sementara, seperti penumpang kapal pesiar yang hanya menghabiskan satu hari di negara atau lokasi yang mereka kunjungi tanpa menginap. Meskipun begitu, setiap negara memiliki batasan dan pengertian yang berbeda-beda. Indonesia sendiri mendefinisikan wisatawan yang didasarkan pada instruksi Presiden Republik Indonesia No. 9 Tahun 1969 bahwa wisatawan adalah orang yang bepergian dari tempat wisatawan berasal untuk berkunjung ke tempat wisata dengan tujuan untuk menikmati perjalanan dari kunjungan itu (Ni Made, 2019).

Objek dari pariwisata merupakan wisatawan. Berdasarkan tempat kunjungan yang akan dilakukan oleh wisatawan, klasifikasi dibagi atas (Bafadhal, 2020):

a. Wisatawan asing (*Foreign tourist*)

Wisatawan asing atau yang umumnya disebut wisatawan mancanegara merupakan penduduk negara di luar negara tujuan kunjungan yang datang masuk untuk melakukan aktivitas yang berkaitan dengan wisata;

b. Wisatawan asing domestik (*Domestic foreign tourist*)

Merupakan penduduk dengan kewarganegaraan asing, namun menetap di suatu negara dikarenakan tugas, dan kemudian melakukan aktivitas wisata di luar pekerjaannya tanpa meninggalkan negara dia bekerja.

c. Wisatawan nusantara (*Domestic tourist*)

Merupakan seorang warga negara yang melakukan kunjungan dengan tujuan melakukan aktivitas wisata dengan tetap berada di wilayah negara yang menjadi

kewarganegaraannya tanpa melewati perbatasan negaranya. Mereka merupakan wisatawan domestik atau yang umumnya disebut wisatawan nusantara.

d. *Indigenous foreign tourist*

Merupakan seseorang dengan kewarganegaraan asing yang menetap di suatu negara dikarenakan kepentingan tugas atau pekerjaan, namun melakukan aktivitas wisata di negara asalnya. Jenis wisatawan ini merupakan kebalikan dari wisatawan asing domestik.

e. *Transit tourist*

Merupakan wisatawan yang dalam perjalanan menuju tujuan negara wisatanya melakukan kunjungan sementara atau transit pada suatu negara sebelum sampai pada lokasi yang ingin dituju. Umumnya tempat singgah sementara tersebut terjadi pada bandara atau pelabuhan.

f. *Wisatawan bisnis (Business tourist)*

Merupakan seseorang atau kelompok yang melakukan perjalanan untuk tujuan pertemuan terkait sesuatu, namun kemudian melakukan aktivitas wisata setelah tujuan bisnis tersebut selesai. Tujuan wisata tersebut merupakan sekunder, sedangkan tujuan bisnis tersebut merupakan primer.

Pendataan wisatawan dapat dilihat dari sisi permintaan yang terbagi atas dua jenis, yakni wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Wisatawan nusantara adalah mereka yang merupakan warga negara Indonesia yang melakukan perjalanan bebas di dalam perbatasan negara di luar tempatnya berdomisili selama kurang dari enam bulan dengan tujuan bukan untuk pekerjaan atau belajar, dan perjalanannya bersifat reguler (dibayar atau menerima gaji), dan sifat perjalanannya bukan rutin. Berikut kriteria yang dipakai untuk mengategorikan jika seseorang diklasifikasikan wisatawan nusantara (Kajian Data Pasar Wisatawan Nusantara, 2017):

- a. Orang yang mengunjungi tujuan wisata komersial, baik yang menginap maupun tidak, baik yang menginap di hotel komersial maupun tidak, dan baik yang melakukan perjalanan lebih atau kurang dari 100 kilometer secara total;
- b. Individu yang melakukan perjalanan kurang lebih 100 kilometer secara total namun menginap di hotel atau motel komersial dan bukannya mengunjungi tempat wisata komersial;

- c. Individu atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan lebih dari 100 kilometer secara total dengan tujuan bukan untuk berkunjung ke objek wisata komersial dan tidak menginap di penginapan komersial.

Definisi wisatawan mancanegara adalah sebuah kunjungan yang dilakukan seorang individu ke suatu negara yang bukan negara tempat dia menjadi sebuah warga negara, dengan kunjungan kurang dari satu tahun, dengan tujuan utama untuk melaksanakan aktivitas seperti bisnis, berlibur, dan lain-lain di luar tujuan bekerja (Wisatawan Mancanegara dalam Angka 2022). Klasifikasi orang yang melakukan perjalanan wisata ke luar negeri adalah (Wisatawan Mancanegara dalam Angka 2022):

- a. Pengunjung yang tinggal minimal 1 malam di negara yang dikunjungi;
- b. Pengunjung yang tinggal kurang dari satu malam di negara yang dikunjungi;
- c. Pengunjung yang datang dan pergi dalam hari yang sama;
- d. Kru pesawat/kapal pribadi yang berlabuh dan memasuki negara yang dikunjungi;
- e. Mereka yang keluar area transit; dan
- f. Bagi mereka yang melakukan perjalanan dari negara asal ke tempat tugas mereka dan sebaliknya.

Konsumsi pariwisata merupakan penjumlahan dari pengeluaran untuk barang dan jasa yang dikonsumsi oleh wisatawan. Dalam hal pengeluaran, wisatawan nusantara selalu berada di atas dari wisatawan mancanegara dalam rentang tahun 2018-2022. Persentase distribusi pengeluaran wisatawan nusantara berada di rata-rata 89,74 persen, dan 10,26 untuk pengeluaran wisatawan mancanegara. Wisatawan yang melakukan aktivitas pariwisata di Indonesia umumnya mengonsumsi tiga produk, yaitu: a) penyediaan makan dan minum; b) akomodasi; dan c) angkutan udara (*Tourism Satellite Account Indonesia 2018-2022, 2024*).

2.2 Sistem pariwisata

Pariwisata memiliki banyak elemen yang terkait di dalamnya untuk berdiri. Tempat wisata, makanan, minuman, fasilitas sarana dan prasarana, tempat asal wisatawan dan tempat tujuan wisata, serta aspek-aspek lainnya membuat pariwisata menjadi sebuah fenomena yang kompleks. Dalam ekonomi, pariwisata yang melibatkan

banyak hal dan industri lainnya selain pariwisata menyebabkan timbulnya efek pengganda (*multiplier effect*) bagi wilayah tersebut. Pariwisata selain mempengaruhi, juga dipengaruhi oleh beberapa aspek dari dimensi lainnya, seperti ekonomi, politik, sosial, dan lain sebagainya. Hubungan timbal balik dan mempengaruhi satu sama lain menyebabkan semua aspek ini membentuk sebuah sistem (Sawir, 2023).

Karena kompleksitas dari pariwisata sebagai sebuah sistem, banyak teori dikemukakan terkait apa sebenarnya sistem pariwisata dan keseluruhan penyusunnya dan hal-hal di luar pariwisata yang mungkin berkaitan. Ada beberapa teori yang umumnya digunakan untuk menjelaskan sistem pariwisata. Yang pertama merupakan teori Gunn yang mencetuskan bahwa sistem pariwisata terdiri atas dua elemen penggerak pariwisata, yakni penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Permintaan wisatawan dapat berkembang dan berbeda pada tiap perkembangan waktu, sehingga penting untuk suatu wilayah untuk memenuhi permintaan tersebut pada penawaran yang mereka berikan (Sawir, 2023).

2.2.1 Teori Gunn

Permintaan (*demand*) berdasarkan teori Gunn dipengaruhi oleh empat faktor, yakni: a) motivasi melakukan perjalanan wisata; b) kemampuan finansial wisatawan; c) waktu luang dan kemampuan fisik wisatawan; d) faktor kompleksitas. Selain empat faktor tersebut, terdapat pendekatan lain yang dinilai dapat memahami permintaan wisatawan, yakni segmentasi pasar. Segmentasi ini terdiri atas empat kategori, yakni: a) segmentasi pasar secara demografis (pendidikan, pendapatan, dan lain-lain); b) segmentasi geografis (lokasi wisata, sarana dan prasarana, transportasi); c) segmentasi psikografis, di mana wisatawan dikelompokkan berdasarkan aktivitas, minat, dan gaya hidup; dan d) segmentasi behaviouristic, yang mengelompokkan wisatawan berdasarkan kesamaan dalam kebiasaan di tempat wisata. Kemudian terkait penawaran, terdapat lima komponen penyusun, yaitu:

a. Atraksi

Adalah komponen atau elemen paling kuat dan menonjol yang ditawarkan oleh industri pariwisata. Pada dasarnya, atraksi memiliki tujuan untuk menarik, memikat, dan memicu keingintahuan wisatawan serta memuaskan kebutuhan

mereka dalam menjelajahi tempat-tempat baru. Atraksi umumnya terdiri atas atraksi, alam, buatan, dan budaya. Atraksi harus memiliki karakternya sendiri dan jika perlu, dibangun berdekatan dengan atraksi lainnya untuk menguatkan minat wisatawan;

b. Transportasi

Merupakan komponen yang dapat mengantarkan wisatawan untuk mencapai tujuan atraksi yang mereka inginkan. Transportasi memiliki beberapa hal penting untuk diperhatikan dalam memenuhi kebutuhan wisatawan, seperti waktu tempuh, keberagaman transportasi (darat, perairan, dan udara), biaya, dan lain sebagainya. Penekanan terkait transportasi adalah kemudahan, efektif, dan efisiensi pergerakan dari satu tempat ke tempat lainnya;

c. Layanan

Layanan merupakan sebuah jasa yang dapat diberikan kepada wisatawan selama berada di tempat wisata. Layanan ini umumnya berbentuk dalam layanan seperti, jasa penginapan, jasa makanan minuman, agen perjalanan, dan layanan lain berupa fasilitas. Banyak pihak dapat menyediakan layanan ini, seperti pemerintah, masyarakat, swasta, dan lain sebagainya.

d. Informasi

Merupakan komponen yang dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan selama di tempat wisata. Informasi seperti arah, lokasi, fasilitas yang tersedia, budaya, cuaca merupakan hal yang harus dapat diakses dan lengkap untuk menjamin keamanan dan kenyamanan wisatawan.

e. Promosi

Promosi adalah komponen penting dan biasanya membutuhkan lebih banyak dana. Oleh karena itu, program promosi harus direncanakan dengan baik dan disesuaikan dengan tujuan dan target pasar agar efektif. Umumnya, promosi mencakup empat kegiatan utama, yakni: iklan, publikasi, humas, dan insentif (Sawir, 2023).

2.2.2 Teori Leiper

Teori selanjutnya berasal dari ahli pariwisata, Neil Leiper. Berbeda dengan Gunn yang teorinya lebih fokus kepada ekonomi, Leiper memandang pariwisata dalam

dimensi spasial (Valeriani, 2019). Dalam teori Leiper, terdapat tiga unsur utama, yakni:

a. Unsur manusia

Unsur manusia yang dimaksud pada teori Leiper adalah wisatawan yang datang berkunjung. Unsur manusia ini berkaitan dengan aktivitas, permintaan, serta perilaku wisatawan selama berada di tempat wisata.

b. Unsur geografis

Pada unsur ini terdiri atas beberapa komponen, yakni:

- 1) *Tourist generating regions* adalah area di mana perjalanan wisata seseorang dimulai dan diakhiri. Di wilayah inilah keinginan untuk berwisata menjadi lebih kuat, yang kemudian mendorong para pelancong untuk mencari informasi, memesan tiket, dan menuju lokasi yang dituju;
- 2) *Transit routes*, Adalah tempat singgah atau perjalanan yang terbentang di antara tempat wisatawan berasal menuju tempat tujuan wisata. Rute transit umumnya berupa fasilitas seperti bandara, area beristirahat, penginapan, layanan makan dan minuman, dan lainnya.
- 3) *Tourist destination regions* yaitu tujuan yang ingin dilihat oleh para wisatawan. Ada beberapa fitur di wilayah ini yang menarik wisatawan. Tempat liburan tidak hanya menyediakan berbagai objek daya tarik wisata, namun juga peluang untuk menghabiskan waktu dengan nyaman menggunakan jasa-jasa yang ada dan disediakan.

c. Unsur industri

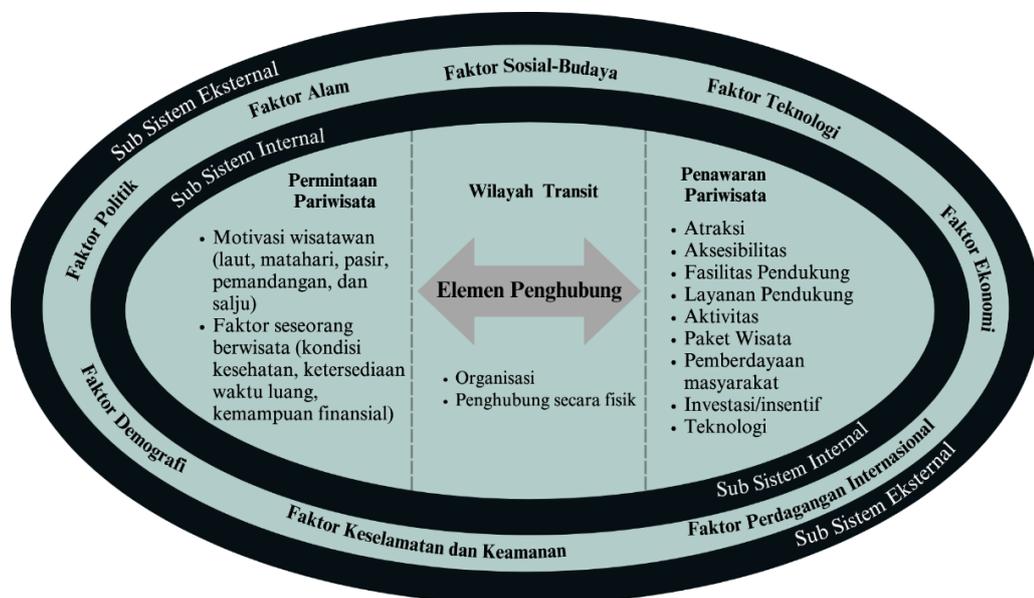
Secara umum, pariwisata melayani kebutuhan umum dan kebutuhan khusus wisatawan, menjadikannya industri yang cukup luas. Dalam kerangka ini, unsur industri meliputi transportasi, akomodasi, pelayanan tambahan, serta penjualan dan distribusi. Pelayanan tambahan (*ancillaries*) dapat berupa:

- 1) Publikasi cetak dan digital dengan rincian tentang tujuan wisata, termasuk apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan;
- 2) Infrastruktur, fasilitas, dan sarana umum, termasuk jalan dengan rambu-rambu yang sesuai aturan, akses ke air bersih, listrik, dan komunikasi, serta layanan kesehatan;
- 3) Layanan keuangan yang disediakan oleh bank dan ATM;

- 4) Pilihan hiburan termasuk taman bermain, karaoke, dan taman fantasi.

2.2.3 Teori Wiweka dan Arcana

Dalam pengembangan teori sistem pariwisata, Wiweka dan Arcana yang didasarkan pada teori Leiper, menyebutkan bahwa sistem pariwisata dibagi menjadi dua bagian, yakni sub-sistem internal dan sub-sistem eksternal yang terhubung dengan elemen penghubung, yakni wilayah transit. Baik kedua sub-sistem ini berkaitan dengan fungsi masing-masing, dengan sub-sistem internal memainkan peran penting yang secara langsung berdampak pada kemampuan pariwisata untuk tetap berlangsung dengan baik. Sementara itu, sub-sistem eksternal diklasifikasikan sebagai elemen pendukung dan memiliki potensi untuk secara tidak langsung berdampak pada fenomena pariwisata (Wiweka, 2019).



Gambar 1 Model sistem pariwisata Wiweka & Arcana
Sumber: Wiweka, K., & Arcana, K. T. P. (2019)

a. Sub-sistem internal

Sub-sistem internal memiliki tiga elemen penyusun, yakni permintaan wisatawan, perantara yang menghubungkan antara permintaan dan perantara, serta penawaran wisatawan. Sub-sistem internal ini adalah representasi dari hubungan dan aktivitas wisatawan di ODTW (Wiweka, 2019).

1) Permintaan wisatawan

Permintaan wisata memiliki keterkaitan dengan sudut pandang ekonomi dan psikologi yang menjadi alasan kunjungan wisatawan ke tujuan wisata. Dari sudut pandang ekonomi, melihat kunjungan wisatawan dari kemampuan mereka untuk berwisata, dilihat dari kondisi kesehatan, waktu luang, dan kemampuan ekonomi. Ketiga faktor tersebut dianggap yang paling utama sebagai syarat wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Kemudian dari sudut pandang psikologi, kunjungan wisatawan ke tujuan wisata dilihat berdasarkan motivasi atau kebutuhan akan sesuatu.

Indonesia sebagai negara berkembang dengan populasi penduduk keempat terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam memanfaatkan masyarakat di dalam negara yang memiliki motivasi untuk berwisata (Setiawati, dkk., 2023). Negara dengan populasi besar seperti Indonesia memiliki kontribusi besar dalam pemasukan melalui wisatawan nusantara dibandingkan wisatawan mancanegara, investasi pariwisata, dan lain-lainnya dalam perekonomian. Kebiasaan masyarakat Indonesia yang memiliki motivasi untuk mengunjungi sanak saudara pada berbagai acara penting seperti hari keagamaan, pernikahan, dan lain-lain menjadi sebuah nilai tambah pada optimalisasi pengelolaan wisatawan nusantara (Maulana, 2019).

2) Perantara

Perantara merupakan penghubung antara permintaan dan penawaran wisatawan. Perantara terdiri atas dua elemen utama, yaitu elemen organisasi perantara dan perantara fisik. Terkait elemen organisasi perantara, ini umumnya terdiri atas agen perjalanan yang membawa wisatawan menuju tujuan dan para usaha yang menyalurkan segala hal yang diperlukan wisatawan di daerah wisata. Kemudian elemen perantara fisik memiliki bentuk seperti tempat singgah sementara atau transit yang memiliki potensi untuk memberikan kenyamanan dan hal yang diperlukan bagi wisatawan, atau bahkan menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke wilayah transit tersebut.

3) Penawaran pariwisata

Pasokan wisata atau penawaran wisata merupakan elemen yang menawarkan segala sesuatu, terlebih pada barang dan jasa yang diperlukan atau diinginkan

oleh wisatawan. Dalam sub-sistem ini, wisatawan berinteraksi secara langsung dengan berbagai elemen yang berada di wilayah pariwisata. Terdapat beberapa elemen yang membangun pasokan pariwisata, yakni:

a) Atraksi

Atraksi merupakan elemen terpenting yang memberikan pengaruh dan mendorong pertumbuhan elemen lainnya, seperti akomodasi, makanan dan minuman, dan lain sebagainya. Keberadaan atraksi wisata dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Terdapat tiga pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan terkait atraksi, yaitu: a) pendekatan ideografis, di mana atraksi wisata dilihat dari potensi yang telah dimilikinya, seperti keindahan panorama alam; b) pendekatan organisasi yang mengarah pada pemahaman geografis, seperti kapasitas dan jenis daya tarik wisata alam; dan c) pendekatan kognitif yang mengklasifikasikan daya tarik wisata berdasarkan apa yang telah dirasakan oleh wisatawan setelah berkunjung ke wilayah wisata tersebut.

b) Aksesibilitas

Merupakan elemen yang menjadi penghubung wisatawan dengan tujuan wisata. Aksesibilitas dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mengakses segala hal yang mereka perlukan selama berada di daya tarik wisata. Hal-hal seperti informasi dan kemudahan regulasi menjadi salah satu dari bagian non-fisik aksesibilitas.

c) Fasilitas

Elemen ini terdiri atau tersusun dengan berbagai macam sektor. Fasilitas merupakan elemen yang memiliki pengaruh dan juga dipengaruhi oleh sektor-sektor lain. Contohnya adalah usaha penginapan yang sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang berkunjung dan menggunakan akomodasi mereka. Kemudian, jumlah akomodasi yang banyak tentu akan memikirkan kebutuhan wisatawan lain, seperti penyewaan kendaraan, fasilitas olahraga, dan lain sebagainya.

d) Layanan tambahan

Layanan tambahan ini dapat berupa organisasi yang dapat membantu dan memberikan informasi tambahan yang diperlukan wisatawan. Organisasi-

organisasi ini, baik dari pemerintah dan swasta memiliki fungsi untuk mengelola dan memasarkan destinasi, serta mengkoordinasikannya dalam memaksimalkan potensi daya tarik wisata.

e) Kegiatan

Pengembangan kegiatan yang beragam jenis adalah salah satu elemen penting dalam pengembangan destinasi wisata. Umumnya wisatawan memerlukan sesuatu untuk dilaksanakan selama berada di daya tarik wisata. Kegiatan yang dilakukan wisatawan memungkinkan wisata untuk dapat menikmati lebih daya tarik wisata yang mereka pilih yang dapat memperpanjang masa tinggal mereka dan keinginan untuk berkunjung kembali.

f) Paket yang tersedia

Untuk dapat bersaing dengan daya tarik wisata lain, perlu untuk memikirkan beberapa hal yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, salah satunya dengan mengemas produk atau apa yang ditawarkan pada daya tarik wisata tersebut menjadi paket-paket wisata. Paket wisata tersebut dapat menawarkan berbagai alternatif kegiatan, sehingga wisatawan memiliki gambaran apa saja yang dapat mereka lakukan selama perjalanan. Paket-paket wisata tersebut dapat juga dipasarkan atau diperkenalkan kepada wisatawan melalui elemen penghubung, atau langsung kepada target pasar yang dituju. Untuk memberikan gambaran kepada wisatawan tentang apa yang dapat dilakukan saat berwisata, paket wisata ini dapat menawarkan alternatif kegiatan yang ada. Selain itu, aspek penghubung atau target pasar yang diinginkan dapat digunakan untuk memasarkan atau memperkenalkan paket perjalanan kepada wisatawan.

g) Pemberdayaan masyarakat

Pemberdayaan masyarakat menjadi hal penting mendukung dan pengembangan daya tarik wisata yang berkelanjutan. Pemberdayaan masyarakat ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menjadi mitra kerja dan dapat terlibat dalam lingkup perencanaan, pengelolaan, dan pembangunan yang di mana kebanyakan masyarakat memahami kondisi

dari daya tarik wisata yang berdekatan dengan mereka. Keterlibatan ini dapat membantu pengembangan pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan dan kearifan lokal masyarakat setempat.

h) Insentif atau investasi

Investasi menjadi elemen penting dalam pengembangan lebih pada daya tarik wisata untuk dapat lebih menarik wisatawan. Investasi dapat mendorong tumbuhnya banyak elemen lain pada banyak hal. Hal-hal seperti fasilitas infrastruktur dan sarana prasarana dasar menjadi salah satu yang dapat diinvestasikan.

i) Teknologi

Teknologi dengan pariwisata menjadi satu hal yang berkaitan erat karena perkembangan dari penggunaan alat elektronik dan internet menjadi sangat pesat dan mempengaruhi daya tarik wisata secara keseluruhan. Pariwisata menjadi salah satu bidang yang paling diuntungkan dari perkembangan teknologi. Teknologi ini mempengaruhi wisatawan dan masyarakat dalam mengakses informasi terkait apa yang dibutuhkan. Apa yang dapat dilakukan, dan beberapa hal yang harus diperhatikan saat berinteraksi di daya tarik wisata.

b. Sub-sistem eksternal

Sub-sistem ini memiliki keterkaitan atau memberikan pengaruh secara tidak langsung dengan pariwisata. Hal-hal seperti sosial budaya, iklim, politik menjadi hal-hal yang memberikan pengaruh kepada pariwisata (Wiweka, 2019). Elemen-elemen tersebut secara lebih rinci dijelaskan sebagai berikut:

1) Faktor alam

Adanya perbedaan iklim di beberapa tempat di belahan bumi menjadi faktor pendorong timbulnya keinginan untuk wisatawan berkunjung ke tempat-tempat tersebut. Perbedaan iklim menjadi penyebab wisatawan ingin mencoba merasakan iklim yang berada di luar kesehariannya. Seperti wisatawan yang berasal dari negara tropis, datang untuk menikmati musim gugur dan dingin di negara dengan empat musim.

Faktor alam yang salah satunya juga berkaitan dengan geomorfologi memiliki beberapa kategori ketinggian absolut. Pengelompokan

geomorfologi ini terbagi atas: a) dataran rendah (0-50 mdpl); b) dataran pendalaman/bukit bergelombang (50-100 mdpl); c) perbukitan rendah (100-200 mdpl); d) perbukitan (200-500 mdpl); e) perbukitan tinggi (500-1.500 mdpl); f) pegunungan (1.500-3.000 mdpl); dan pegunungan tinggi (di atas 3.000 mdpl) (Rahayu, 2020). Selain iklim dan geomorfologi, kualitas lingkungan menjadi salah satu pertimbangan kunjungan wisatawan ke suatu daerah. Kualitas lingkungan yang terjaga merupakan komoditi yang dapat dijual kepada wisatawan dan untuk pengembangan pariwisata (Riani, 2021). Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk melihat kualitas lingkungan udara, air, dan tutupan lahan adalah Indeks Kualitas Lingkungan Hidup (IKLH) (Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Kabupaten Pesisir Selatan, 2022).

2) Faktor sosial budaya

Struktur sosial budaya yang dimiliki oleh suatu wilayah dapat menjadi sebuah alasan perkembangan pesat pariwisata di tempat tersebut. Kecenderungan untuk suatu wilayah menerima orang asing untuk belajar budaya dan kehidupan sosial mereka menyebabkan adanya pertumbuhan pariwisata. Contohnya adalah masyarakat Bali yang lebih “terbuka” dalam menerima wisatawan dibandingkan masyarakat di pulau lainnya (Wiweka, 2019).

Perkembangan pariwisata di suatu daerah sangat dipengaruhi oleh adanya keberadaan kesenian dan kebudayaan sebagai salah satu komponen identitas budaya suatu masyarakat. Wujud kebudayaan memiliki tiga bagian penting, yakni ide, aktivitas, dan artefak. Ide yang merupakan jiwa dalam hidup dan berkembang menjadi sistem adat dalam masyarakat, ide yang berkembang dan kemudian mempengaruhi aktivitas, serta meninggalkan berbagai wujud kebudayaan seperti benda-benda hasil karya manusia. Tiga bagian ini menjadi wujud kebudayaan suatu masyarakat yang menjadi daya tarik wisatawan. Setiap budaya memiliki karakteristik khas dan berbeda dari daerah satu dengan lainnya sebagai identitas diri dan menjadi sebuah promosi tak disengaja untuk menarik minat kunjungan (Sumbawa, 2018).

3) Faktor teknologi

Teknologi memegang peranan penting dalam hampir keseluruhan lingkup sektor di dunia, tidak terkecuali pariwisata. Teknologi menjadi pendukung suatu pariwisata untuk berkembang dengan baik. Dan juga, pemanfaatan kemajuan teknologi dalam mengembangkan '*smart destination*' telah meningkatkan daya saing pariwisata.

4) Faktor ekonomi

Negara dengan ekonomi stabil cenderung mempengaruhi daya beli produk pariwisata. Wisatawan dapat tertarik pada produk-produk yang ditawarkan karena keberagaman barang yang tersedia dengan harga yang stabil. Di sisi lain, negara dengan perekonomian yang sehat cenderung meningkatkan pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan mereka.

5) Faktor politik

Kebijakan politik yang memprioritaskan pariwisata dalam usaha meningkatkan pendapatan negara memberikan dampak positif dalam pengembangan pariwisata. Kebijakan-kebijakan ini untuk memastikan kemudahan investasi di daya tarik wisata tersebut dan kemudahan dalam pembangunan sarana dan prasarana pendukung. Kebijakan tersebut mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ke banyak negara.

6) Faktor demografi

Faktor demografi seperti jumlah penduduk, perbandingan usia, serta lain sebagainya menyebabkan adanya pengaruh pada perkembangan dan aktivitas pariwisata. Faktor demografi ini dapat mempengaruhi karakteristik produk dan layanan.

7) Faktor keselamatan dan keamanan

Faktor ini merupakan salah satu yang terpenting dan memberikan pengaruh pada sektor lain. Keamanan dan keselamatan wisatawan akan memberikan dampak pada kunjungan wisatawan yang ingin berkunjung ke wilayah tersebut. Tragedi seperti bom di tempat pada wisatawan dapat menjadi salah satu alasan wisatawan enggan untuk berkunjung.

8) Faktor perdagangan internasional

Perdagangan yang dilakukan suatu negara dengan banyak negara lain dapat meningkatkan pemenuhan permintaan wisatawan. Dan selain pemenuhan di

dalam negeri, dapat dilakukan ekspor produk dan jasa, sehingga wisatawan dapat merasakan dan mungkin dapat menarik minat wisatawan untuk melihat lebih pada daya tarik wisata tersebut.

2.2.4 Teori Asher

Pariwisata merupakan sebuah fenomena yang melibatkan banyak aktivitas manusia beserta kebutuhan yang diperlukan untuk keberlangsungan aktivitas tersebut. Pariwisata yang kompleks ini berkaitan dengan organisasi, layanan jasa, individu, dan lain-lain. Setiap bagian ini membangun hubungan mereka masing-masing dan saling mempengaruhi elemen satu dengan elemen lain yang kemudian membentuk sebuah sistem. Menurut Asher (2021), sistem pariwisata memiliki dua bagian besar, yaitu penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*).

a. Permintaan pariwisata

Bagian dari permintaan merupakan sebuah hasrat yang dimiliki oleh individu untuk melakukan perjalanan dengan motivasi atau kebutuhan yang berbeda, namun dengan tujuan untuk berwisata. Unsur penting dalam permintaan wisata adalah wisatawan dan penduduk lokal yang menggunakan sumber daya (produk dan jasa) wisata. Basis utama dalam permintaan potensial dari wisatawan yakni ketersediaan waktu yang luang, uang, sarana dan prasarana. Terdapat beberapa pertimbangan penting yang dilakukan seseorang dalam mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan, yakni: a) biaya; b) daerah tujuan wisata; c) bentuk perjalanan; d) waktu berwisata; e) akomodasi yang digunakan; f) moda transportasi; dan g) lainnya (Asher dkk., 2021).

b. Penawaran pariwisata

Bagian dari penawaran sendiri adalah penyediaan barang dan jasa yang diinginkan oleh wisatawan. Barang dan jasa atau lebih dikenal sebagai produk wisata, merupakan hal penting yang sudah harus tersedia di wilayah wisata. Produk wisata dapat digolongkan dalam empat kategori yakni: a) sumber daya alam (pegunungan, pantai, flora dan fauna); b) infrastruktur (sistem air bersih, drainase, sistem listrik dan komunikasi); c) transportasi (pesawat, kereta api, kapal); dan d) sumber daya kebudayaan dan keramahtamahan penduduk. Penawaran pariwisata tersusun dari tiga dasar atau yang lebih sering disebut

dengan *triple* “A”. Ketiga unsur ini perlu untuk diintegrasikan dengan baik sehingga penawaran suatu wilayah terhadap pariwisata semakin baik (Asher dkk., 2021).

1) Atraksi

Atraksi sebagai aspek inti dari kegiatan wisata merupakan daya tarik yang dimiliki objek wisata yang memberikan kenikmatan kepada wisatawan. Dalam UU Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia untuk dikunjungi wisatawan. Atraksi ini dapat terbagi menjadi tiga, yakni alam, budaya, dan buatan.

2) Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah unsur yang menghubungkan wisatawan dengan tujuan mereka menggunakan komponen-komponen seperti infrastruktur, transportasi, peraturan pemerintah, dan lain-lain. Aksesibilitas yang mudah dengan transportasi yang mendukung akan sangat membantu wisatawan untuk melakukan perjalanan. Dengan semakin meningkatnya infrastruktur beserta transportasinya, maka diharapkan dapat meningkatkan keinginan wisatawan untuk berkunjung (Asher dkk., 2021).

Dalam pengembangan industri pariwisata pada suatu wilayah, infrastruktur jalan dan transportasi memainkan peran penting (Nguyen, 2021). Oleh karena itu, peningkatan infrastruktur pada suatu wilayah atau berfokus pada infrastruktur wisata dapat meningkatkan kedatangan wisatawan pada daya tarik destinasi. Infrastruktur jalan dan jalan memainkan peranan penting dalam meningkatkan kegiatan pariwisata dan kemudahan dalam pengembangan objek daya tarik lainnya di wilayah tujuan wisata. Selain wisatawan, infrastruktur jalan dan transportasi juga memberikan kemudahan akses pada masyarakat dalam meningkatkan kegiatan bisnis mereka di sekitar objek daya tarik (Kanwal *et al.*, 2020).

3) Amenitas

Amenitas merupakan fasilitas pendukung yang dibutuhkan wisatawan selama berkunjung, yang dapat meliputi akomodasi, penyediaan makanan dan minuman, bank, dan lain sebagainya. Dalam UU Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2023 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang menyebutkan bahwa penyediaan akomodasi merupakan usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Sedangkan jasa makanan dan minuman merupakan usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan.

2.3 Usaha pariwisata

Dalam memenuhi kebutuhan wisatawan dan memberikan layanan terbaik, terdapat banyak jenis usaha pariwisata yang dapat menjadi sumber pendapatan masyarakat. Potensi atraksi yang dimiliki oleh suatu daerah seperti, alam, budaya, medis, dan lain-lain dapat dikemas dengan baik dengan menyediakan layanan untuk memberikan pengalaman yang lebih pada wisatawan (Bafadhal, 2018). Berikut merupakan beberapa jenis dari usaha pariwisata yang tersedia.

a. Daya tarik wisata

Menurut UU RI Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata bisa dijelaskan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Sedangkan menurut Utama (2015), menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat (Syarifuddin, 2018).

Untuk menarik wisatawan ke suatu lokasi, wisata alam memanfaatkan potensi lingkungan untuk mengapresiasi keindahan lingkungan, baik yang terjadi secara alami maupun buatan. Setelah melakukan aktivitas yang sangat padat dan melihat hiruk pikuk kota, wisata alam digunakan sebagai cara untuk

menyeimbangkan kehidupan seseorang (Tangian, 2020). Bentang alam, vegetasi, dan satwa liar adalah contoh pemandangan alam. Aktivitas wisata alam merupakan salah satu daya tarik yang bisa ditawarkan, seperti menjelajah alam, bersepeda gunung, menunggang kuda, memanjat tebing, menyelam dan snorkeling, dan safari (Fauziah, 2021).

Wisata budaya mengacu pada pergerakan atau aktivitas wisatawan yang dipicu oleh kehadiran atraksi wisata berupa barang seni budaya daerah, termasuk kerajinan rakyat, adat istiadat, ritual, agama, dan kehidupan masyarakat setempat. Umumnya, produk warisan sejarah dan budaya dikonseptualisasikan sebagai serangkaian atraksi pariwisata dan warisan budaya lokal yang dikemas dalam kerangka waktu tertentu. Namun pada kenyataannya, produk warisan sejarah dan budaya memadukan atraksi alam dan buatan yang mendukung dengan atraksi sejarah dan budaya sebagai daya tarik utama (Tangian, 2020).

Selain wisata alam dan budaya, objek daya tarik wisata buatan manusia merupakan wisata yang mencakup kreasi buatan atau usaha manusia yang memiliki kekhasan, keindahan, daya cipta, dan nilai. Kegiatan MICE (*meeting, incentive, convention, and exhibition*) lebih banyak dilakukan di tempat wisata buatan manusia. Acara-acara seperti pertandingan olahraga, perjalanan bisnis, konferensi, dan pameran merupakan salah satu dari contoh kegiatan yang dapat dilakukan (Eddyono, 2021).

Terdapat syarat-syarat yang mesti dapat dipenuhi untuk menjadi daya tarik wisata pada tujuan wisata. Daya tarik daerah untuk tujuan wisata akan mampu menarik wisatawan untuk mengunjunginya jika memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, Atmoko (2016) menyatakan syarat-syarat tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Daya tarik yang dapat disaksikan (*what to see*), hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang bisa dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang disaksikan dapat terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian, dan atraksi wisata;
- 2) Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*what to do*), hal ini mengisyaratkan bahwa di tempat wisata, menyaksikan sesuatu yang menarik, wisatawan juga

mesti disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata;

- 3) Sesuatu yang dapat dibeli (*what to buy*), hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata mesti menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja terutama barang suvenir dan kerajinan rakyat yang bisa berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan;
- 4) Alat transportasi (*what to arrived*), hal ini mesti mampu dijelaskan bahwa untuk dapat mengunjungi daerah daya tarik tujuan wisata tersebut, kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama wisatawan tiba ke tempat tujuan wisata yang akan dituju;
- 5) Penginapan (*where to stay*), hal ini menunjukkan bagaimana wisatawan akan dapat tinggal untuk sementara selama mereka berlibur. Untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang berkunjung, daerah tujuan wisata perlu mempersiapkan penginapan-penginapan, seperti hotel berbintang atau hotel tidak berbintang dan sejenisnya.

b. Kawasan Pariwisata

Usaha kawasan pariwisata adalah setiap usaha komersial yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan prasarana dan sarana untuk pengembangan pariwisata. Usaha kawasan diselenggarakan oleh badan usaha perseroan terbatas atau koperasi dengan kegiatan:

- a. penyewaan lahan yang telah dilengkapi dengan prasarana sebagai tempat untuk menyelenggarakan usaha pariwisata;
- b. penyewaan fasilitas pendukung lainnya; dan
- c. penyediaan bangunan-bangunan untuk menunjang kegiatan pariwisata di dalam kawasan pariwisata.

penyelenggaraan usaha kawasan pariwisata dilakukan sesuai Rencana Tata Ruang Wilayah dan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional serta Rencana Induk Pengembangan Wisata Daerah yang mempunyai fungsi melindungi sumber daya alam dan wisata budaya.

c. Jasa transportasi wisata

Jasa transportasi wisata adalah usaha yang diberikan kepada wisatawan berupa penyediaan angkutan untuk kebutuhan perpindahan lokasi yang tidak bersifat

umum. Kegiatan usaha jasa transportasi wisata meliputi: a) penyediaan sarana angkutan wisata yang layak dan aman; dan b) penyediaan tenaga pengemudi dan pembantu pengemudi. Usaha ini disediakan oleh perseorangan, koperasi, dan perseroan terbatas.

d. Jasa perjalanan wisata

Jasa perjalanan wisata adalah usaha biro perjalanan wisata dan usaha agen perjalanan wisata. Usaha biro perjalanan wisata meliputi usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan/atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, termasuk penyelenggaraan perjalanan ibadah. Usaha agen perjalanan wisata meliputi usaha jasa pemesanan sarana, seperti pemesanan tiket dan pemesanan akomodasi, serta pengurusan dokumen perjalanan. Usaha biro perjalanan wisata, dilakukan dalam bentuk badan usaha yang tunduk pada hukum di Indonesia. Bentuk badan usahanya bisa perseroan terbatas atau koperasi. Persyaratan utama untuk menjalankan usaha ini adalah tersedianya tenaga profesional dalam jumlah dan kualitas yang memadai serta dimilikinya kantor tetap yang memenuhi syarat sesuai peraturan.

Kegiatan usaha biro perjalanan wisata meliputi:

- 1) Perencanaan dan pengemasan komponen-komponen perjalanan wisata yang meliputi sarana wisata, objek dan daya tarik wisata dan jasa pariwisata lainnya, dalam bentuk paket wisata;
- 2) Penyelenggaraan dan penjualan paket wisata dengan cara menyalurkan melalui agen perjalanan wisata dan atau penjualannya langsung kepada wisatawan atau konsumen;
- 3) Penyediaan layanan pramuwisata yang berhubungan dengan paket wisata yang dijual;
- 4) Penyediaan layanan angkutan wisata;
- 5) Pemesanan akomodasi, restoran, tempat konvensi, dan tiket pertunjukan seni budaya serta kunjungan ke objek dan daya tarik wisata;
- 6) Pengurusan dokumen perjalanan berupa paspor dan visa atau dokumen lain yang berkaitan;
- 7) Penyelenggaraan perjalanan ibadah agama;
- 8) Penyelenggaraan perjalanan insentif.

e. Usaha penyediaan makanan dan minuman

Merupakan usaha yang berfokus pada penyediaan makanan dan minuman yang meliputi berbagai aktivitas proses pembuatan, penyajian, dan penyimpanan. Kegiatan usaha penyediaan makanan dan minuman meliputi: a) kegiatan pengelolaan, penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman; b) menyelenggarakan pertunjukan atau hiburan sebagai pelengkap usaha penyediaan makanan dan minuman oleh badan usaha.

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minum. Restoran ada yang berlokasi dalam suatu hotel, kantor maupun pabrik, dan banyak juga yang berdiri sendiri di luar bangunan itu. Tujuan operasi restoran adalah untuk mencari untung. Selain bertujuan bisnis atau mencari untung, membuat puas para tamu pun merupakan tujuan operasi restoran yang utama.

f. Penyediaan akomodasi

Penyediaan akomodasi merupakan salah satu jenis usaha di pariwisata yang memberikan sebuah tempat, ruangan, kamar, atau bangunan beserta fasilitas selama wisatawan tinggal di sana untuk memaksimalkan kenyamanan dalam kunjungan mereka. Standar kegiatan usaha penyediaan akomodasi meliputi: a) penyediaan kamar tempat menginap; b) penyediaan tempat dan pelayanan makan dan minum; c) pelayanan pencucian pakaian atau binatu; d) penyediaan fasilitas akomodasi dan pelayanan lainnya seperti sarana parkir, olahraga, dan lain-lain yang diperlukan dalam pemenuhan kebutuhan wisatawan.

g. Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi

Usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi merupakan penyelenggaraan kegiatan seperti seni pertunjukan, karaoke, olahraga, dan lain sebagainya dengan tetap berkaitan dengan hiburan dan rekreasi. Tujuan dari usaha ini adalah untuk memberikan sebuah pengalaman lebih bagi wisatawan yang berkunjung. Jenis dari usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi antara lain: a) gelanggang rekreasi olahraga; b) gelanggang seni; c) usaha wisata ekstrem; d) arena permainan; e) hiburan malam; f) karaoke; dan g) taman rekreasi.

- h. Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran
Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran adalah usaha yang memberikan jasa bagi suatu kelompok yang meliputi pertemuan, dan menghadiri konferensi, serta pameran. Usaha ini berkaitan dengan MICE dan dapat berskala regional, nasional, dan internasional. Ruang lingkup kegiatan usaha ini adalah: a) perencanaan; b) pengelolaan anggaran; c) penawaran; d) penyusunan; e) melakukan koordinasi; dan f) penyelenggaraan kegiatan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, atau pameran sebelum, selama, dan sesudah acara.
- i. Jasa informasi pariwisata
Perkembangan teknologi informasi menyebabkan jasa informasi sangat penting, terlebih pada pariwisata. Jasa informasi pariwisata adalah usaha yang memberikan atau melakukan penyediaan informasi bagi wisatawan. Ruang lingkup kegiatan usaha jasa informasi pariwisata meliputi: a) penyediaan informasi mengenai objek dan daya tarik wisata, sarana pariwisata, transportasi, dan informasi lain yang diperlukan wisatawan; b) penyebaran informasi tentang usaha pariwisata atau informasi lain yang diperlukan wisatawan melalui media cetak, elektronik, atau media komunikasi lainnya; dan c) pemberian informasi mengenai layanan pemesanan, akomodasi, restoran, jadwal pesawat, kereta, kapal, dan angkutan lain.
- j. Jasa konsultasi pariwisata
Jasa konsultasi pariwisata adalah jasa untuk memberikan sebuah saran dalam pelaksanaan pariwisata yang dapat berupa penyelesaian suatu masalah yang timbul, penentuan ide terkait pariwisata, pelaksanaan operasi, dan lain sebagainya. Ruang lingkup kegiatan usaha jasa konsultan pariwisata meliputi: a) penyampaian pandangan; b) pemberian saran; c) penyusunan studi kelayakan; d) perencanaan; e) pengawasan; f) manajemen; dan g) penelitian di bidang kepariwisataan.
- k. Jasa pramuwisata
Jasa pramuwisata atau *tour guide* merupakan usaha yang mengatur atau menyediakan seorang pemandu wisata untuk memberikan pelayanan bagi seseorang atau kelompok yang melakukan kunjungan wisata. Fungsi dari

pramuwisata adalah untuk memberikan bimbingan dan arahan pada wisatawan pada ODTW yang dikunjungi;

l. Wisata tirta

Wisata tirta merupakan usaha beroperasi pada badan air seperti waduk, sungai, danau, dan pantai dengan menyediakan jasa penyediaan sarana dan prasarana, serta segala bentuk peralatan untuk aktivitas olahraga air. Kegiatan usaha sarana wisata tirta meliputi: a) pelayanan kegiatan rekreasi menyelam untuk menikmati keindahan flora dan fauna di bawah air laut; b) penyediaan sarana untuk rekreasi di danau, sungai, dan pantai; dan c) pembangunan dan penyediaan sarana tempat tambat kapal pesiar untuk kegiatan wisata dan pelayanan jasa lain yang berkaitan dengan kegiatan air.

m. Spa

Adalah salah satu usaha pariwisata yang berkaitan dengan relaksasi dan menyeimbangkan jiwa raga yang memberikan pelayanan berupa terapi air, terapi aroma, pijat, layanan makanan dan minuman sehat, dan lain-lain. Umumnya usaha ini memiliki keunikan di masing-masing negara dan mempertahankan tradisi dan budaya yang sesuai pada negara tersebut dalam penyelenggaraannya.

Badan usaha kawasan pariwisata wajib:

- a. membangun dan menyediakan sarana, prasarana dan fasilitas lain, termasuk melakukan pematangan lahan yang akan digunakan untuk kegiatan usaha pariwisata;
- b. Mengendalikan kegiatan pembangunan dan pengelolaan sarana dan prasarana dengan memperhatikan kepentingan kelestarian lingkungan;
- c. Mengurus perizinan yang diperlukan bagi pihak lain yang akan memanfaatkan kawasan pariwisata menyelenggarakan kegiatan usaha pariwisata;
- d. Memperhatikan kebijaksanaan pengembangan wilayah yang berlaku dan memberikan kesempatan kepada masyarakat di sekitarnya untuk berperan serta dalam kegiatan usaha pariwisata di dalam kawasan pariwisata.

2.4 Produk Domestik Regional Bruto

Indikator yang digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah tingkat Produksi Bruto atau disingkat PDB (Arifin, 2019). Menurut Syahputra (2017), nilai pasar barang jadi dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya di dalam suatu negara selama periode waktu tertentu, umumnya satu tahun, diukur menggunakan Produk Domestik Bruto (PDB). PDB juga dapat digunakan untuk membandingkan beberapa ekonomi dari waktu ke waktu. PDB merupakan salah satu indikator makro ekonomi, sedangkan untuk tingkat wilayah, provinsi, kabupaten dan kota, digunakan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Terdapat dua cara untuk menghitung PDRB, yakni menggunakan harga konstan atau harga berlaku. PDRB atas dasar harga berlaku sangat dipengaruhi oleh inflasi dan variasi harga, sedangkan PDRB atas dasar harga konstan tidak terpengaruh oleh perubahan harga atau inflasi. PDRB atas dasar harga berlaku digunakan untuk menghitung perubahan struktur ekonomi, sedangkan PDRB atas dasar harga konstan digunakan untuk menghitung pertumbuhan ekonomi tahunan. Kekayaan suatu daerah dinilai dari peningkatan nilai PDRB per kapita (Sinaga, 2020).

2.5 Pendapatan Asli Daerah

Pendapatan Asli Daerah terdiri atas beberapa pos atau komponen. Total dari pos-pos penerimaan daerah, seperti pajak dan retribusi daerah, pos-pos penerimaan bukan dari pajak, seperti uang yang diterima dari hasil penjualan kekayaan daerah, penerimaan investasi serta pengelolaan sumber daya alam, membentuk suatu PAD (Wulansari, 2023). Pendapatan Asli Daerah atau disingkat PAD merupakan pendapatan yang diperoleh dari sumber-sumber dalam wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan daerah sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Sinaga, 2020). Menurut UU Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2022 tentang hubungan keuangan antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah, PAD adalah pendapatan daerah yang diperoleh dari pajak daerah, retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Sumber atau komponen dari PAD telah diatur di dalam UU No. 33 Tahun 2004 tentang perimbangan keuangan antara pusat dan daerah pasal 6 yang menyatakan bahwa PAD bersumber dari: 1) pajak daerah; 2) retribusi daerah; 3) hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan; dan 4) lain-lain PAD yang sah.

2.6 Pariwisata dalam PAD

Salah satu mesin ekonomi global yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kekayaan daerah adalah pariwisata. Aktivitas bisnis dapat dirangsang oleh pertumbuhan pariwisata, yang dapat memberikan dampak sosial, budaya, dan ekonomi yang positif bagi suatu daerah. Ketika pariwisata dikelola dengan baik, komunikasi lokal di suatu lokasi akan mendapatkan keuntungan dari hal tersebut. Pendapatan pemerintah dari industri pariwisata merupakan indikator yang baik untuk kinerja industri ini karena dapat mendorong pertumbuhan sektor industri lainnya (Utama, 2015). Masih menurut Utama (2015), arti penting pariwisata dalam perekonomian adalah:

- a. Memberikan kesempatan kerja/memperkecil pengangguran;
- b. Peningkatan penerimaan pajak dan retribusi daerah;
- c. Meningkatkan pendapatan nasional;
- d. Memperkuat posisi neraca pembayaran; dan
- e. Memberikan efek pengganda (*multiplier*) dalam perekonomian daerah tujuan wisata.

Pariwisata merupakan sektor yang sangat penting bagi pembangunan ekonomi suatu daerah. Pengembangan sektor pariwisata di suatu wilayah menjadi semakin penting karena dapat mendorong pembangunan ekonomi sekaligus memperluas kesempatan kerja dan pemerataan pendapatan. Kegiatan pariwisata memainkan peran penting dalam menciptakan peluang kerja bagi masyarakat usia kerja. Beroperasinya usaha-usaha seperti hotel berbintang atau penginapan, restoran, atraksi wisata, usaha jasa pariwisata, usaha transportasi dan komunikasi, serta usaha jasa hiburan dan rekreasi, semuanya akan memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan menciptakan lapangan kerja, yang tentunya akan membantu mengurangi pengangguran (Alyani, 2021).

Peranan sektor pariwisata mencakup dampak yang lebih luas yang terdiri dari kontribusi langsung, kontribusi tidak langsung, dan kontribusi yang terinduksi dalam perekonomian.

a. Kontribusi langsung

Kontribusi langsung dari sektor pariwisata terhadap suatu daerah akan berdampak langsung kepada pendapatan daerah dan kesempatan kerja. Kontribusi langsung pariwisata berdampak langsung pada pendapatan daerah yang dihasilkan dari kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata seperti jasa akomodasi, jasa makanan dan minuman, jasa transportasi, dan lain sebagainya, yang dirancang untuk membantu pengunjung dalam memenuhi kebutuhan perjalanan dan pariwisata seperti akomodasi, transportasi, hiburan, dan rekreasi (Eddyono, 2021). Kontribusi langsung ini didapatkan dari pajak pendapatan yang dipungut dari para pekerja pariwisata dan pelaku bisnis pariwisata pada suatu kawasan wisata yang diterima langsung oleh dinas pendapatan suatu destinasi (Utama, 2015);

b. Kontribusi tidak langsung

Kontribusi tidak langsung pariwisata terhadap perekonomian juga berdampak terhadap PAD dan lapangan pekerjaan pada suatu wilayah yang didukung oleh:

- 1) Pengeluaran untuk perjalanan dan pariwisata, terdiri dari usaha saat ini dan yang akan datang yang memerlukan belanja modal seperti membangun hotel baru dan mengakuisisi armada pesawat;
- 2) Pengeluaran pemerintah secara kolektif, yang dibelanjakan dengan berbagai cara tergantung pada peruntukannya, seperti mengembangkan infrastruktur di destinasi wisata, untuk mendukung kegiatan perjalanan dan pariwisata;
- 3) Pembelian barang dan jasa domestik, seperti makanan dan layanan kebersihan, oleh industri yang terlibat langsung dalam pariwisata.

c. Kontribusi terinduksi

Kontribusi yang ditimbulkan ini juga secara langsung mempengaruhi pendapatan lokal dan pekerjaan yang dihasilkan oleh tenaga kerja yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam perjalanan dan pariwisata. Sebagai contoh, para pekerja di sektor pariwisata membayar gaji mereka untuk keperluan

mereka seperti, membayar cicilan, membeli makanan dan minuman, hiburan, pakaian, dan perlengkapan rumah tangga (Eddyono, 2021).

2.7 Teori Daya Saing

Konsep daya saing (*competitiveness*) memiliki perubahan pengertian dari waktu ke waktu. Teori daya saing pertama kali dicetuskan oleh ahli ekonomi dari Skotlandia, Adam Smith yang mengemukakan bahwa keunggulan absolut disajikan dengan menggunakan dua negara dan dua komoditas. Masing-masing negara dapat memproduksi satu barang dengan pengeluaran tenaga kerja yang lebih sedikit dibandingkan barang lain dan yang artinya memiliki harga yang lebih murah. Akibatnya setiap negara memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi satu barang (Afrizal, 2021).

Dalam teori daya saing di dunia modern, dikenal teori keunggulan komparatif oleh David Ricardo sebagai penyempurnaan dari keunggulan absolut. Teori keunggulan komparatif mengacu pada faktor atau sektor yang oleh suatu wilayah atau negara yang dari awal memang memiliki potensi yang besar. Dikarenakan teori ini dianggap terlalu luas atau umum untuk mengetahui kemampuan suatu negara dalam bersaing di dunia internasional, model baru kemudian dibentuk dan diberi nama teori keunggulan kompetitif. Teori ini bergantung pada faktor yang dapat diciptakan atau ditingkatkan dan permintaan produk (Gupta, 2015).

Teori keunggulan kompetitif dikembangkan oleh Michael Porter dengan melakukan studi kasus pada beberapa negara maju pada perusahaan-perusahaan yang terdapat di negara tersebut dan mengambil kesimpulan bahwa daya saing sebagai suatu kemampuan negara dalam berinovasi dan meningkatkan kapasitas yang berkelanjutan dalam mempertahankan tingkat kualitas kehidupan bagi masyarakatnya (Makakombo, 2016). Daya saing diartikan sebagai kapasitas sektor, bisnis, atau perusahaan untuk berhasil bersaing dalam rangka mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan di lingkungan global dengan juga menghasilkan setidaknya biaya peluang pengembalian sumber daya yang telah digunakan (Makakombo, 2016). Pada teori yang dikemukakan Porter, tercipta empat faktor yang menciptakan suatu lingkungan kompetitif, yaitu: 1) kondisi faktor; 2) kondisi

permintaan; 3) industri pendukung dan terkait; dan 4) persaingan, struktur dan strategi perusahaan (Afrizal, 2021).

2.7.1 Teori Porter Diamond

Model *Porter Diamond* merupakan salah satu metode analisis yang digunakan untuk menilai suatu daya saing. Umumnya model ini digunakan untuk menganalisis faktor-faktor internal serta eksternal pada industri. Menurut teori ini, terdapat empat faktor-faktor yang menciptakan suatu daya saing, yaitu:

a. *Factor Condition*

Merupakan posisi suatu industri dalam hal penguasaan faktor produksi, seperti tenaga kerja, sumber daya alam, modal dan infrastruktur, merupakan syarat kecukupan untuk bersaing;

b. *Demand Condition*

Merupakan kondisi atau keadaan permintaan atas barang dan jasa pada suatu industri atau negara. Permintaan yang besar dapat mendorong industri untuk lebih memaksimalkan produksi dan lebih berinovasi sehingga mampu lebih berdaya saing. Permintaan ini meliputi, komposisi permintaan domestik, besar dan pola pertumbuhan permintaan domestik, dan permintaan internasional;

c. *Firm Strategy, Structure, and Rivalry*

Merupakan kondisi terkait bagaimana pengaturan pendirian, organisasi, dan strategi yang dianut pada suatu perusahaan pada umumnya, serta keadaan kompetisi dalam industri. Strategi perlu untuk dibentuk oleh industri dalam menghadapi daya saing yang kompetitif. Strategi itu sendiri dilakukan untuk memaksimalkan tujuan yang ingin dicapai;

d. *Related and Supporting Industries*

Merupakan eksistensi industri lain atau pendukung yang saling berhubungan untuk mencapai suatu tujuan. Faktor ini menggambarkan hubungan dan dukungan antar industri. Industri yang memiliki keunggulan, cenderung memberikan dampak pada industri pendukung.

Keempat komponen di atas membentuk sebuah lingkungan di mana masing-masing industri saling berdaya saing. Pemerintahan suatu negara dinyatakan memiliki pengaruh penting dalam membentuk ekstensifikasi faktor-faktor yang

menentukan tingkat keunggulan kompetitif industri suatu negara. Oleh karena itu, terdapat dua variabel tambahan dalam model ini, yaitu:

e. Peluang.

Prospek atau peluang ini mencakup penemuan baru, kemajuan teknologi, perkembangan politik eksternal, dan pergeseran permintaan yang signifikan di pasar luar negeri yang semua hal ini berada di luar kendali industri atau negara.

f. Pemerintah

Peran pemerintah dari tingkatan atas hingga bawah memiliki kelebihan yang dapat menguntungkan dan memiliki potensi untuk melemahkan suatu industri. Hal ini dapat dilihat dari kebijakan yang dibentuk untuk mengatur dan mempengaruhi industri untuk berjalan sesuai dengan yang diinginkan oleh pemerintah. Selain kebijakan, belanja negara dapat merangsang industri terkait dan industri yang menjadi pendukungnya.

2.7.2 Travel and Tourism Competitiveness Index

Dalam persaingan industri pariwisata pada masing-masing negara, perlu suatu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui kemampuan daya saing pariwisata suatu negara. Salah satu metode yang umumnya digunakan adalah *Travel and Tourism Competitiveness Indeks* (TTCI). TTCI pertama kali dipublikasikan oleh *World Economic Forum* (WEF) pada tahun 2007 dan sering digunakan pada *Travel and Tourism Competitiveness Report* (TTCR) (Diaz, 2021). TTCI merupakan alat yang paling diminati untuk menentukan peringkat negara dalam hal kinerja pariwisata (Nazmfar, 2019).

TTCI melakukan penghitungan dengan menggunakan kumpulan faktor dan hukum yang mendukung berjalannya sektor pariwisata, yang pada akhirnya berkontribusi pada pembangunan dan daya saing negara. TTCI terdiri atas 14 variabel yang dikelompokkan dalam empat indikator atau sub-indeks, yakni: a) *Enabling Environment*; b) *T&T Policy and Enabling Conditions*; c) *Infrastructure*; dan d) *Natural and Cultural Resources* (Kusumawardhani, 2020). Dalam metode TTCI, 14 variabel atau pilar yang diklasifikasikan ke dalam empat indikator secara implisit memiliki bobot masing-masing karena jumlah variabel yang tidak sama pada empat sub-indeks. Hal ini dapat menyebabkan sub-indeks dengan jumlah pilar

yang lebih sedikit akan memiliki nilai signifikan dalam perhitungan indeks (Gonzalez, 2021).

Meskipun memiliki popularitas yang tinggi, TTCI mengalami beberapa kritik terkait penggunaannya. Beberapa penulis menganggap bahwa pembobotan variabel pada TTCI sewenang-wenang dan penggunaan metodologi yang sangat sederhana. Perhitungan TTCI juga memiliki tingkat skala global, sehingga penggunaan model pada tingkat administrasi di bawah negara tidak disarankan (Gonzalez, 2021).

2.7.3 Competitiveness Monitor

Untuk dapat memahami pariwisata pada suatu wilayah, salah satu faktor yang dapat digunakan adalah dengan melakukan penghitungan daya saing. Konsep daya saing ini telah dilakukan beberapa kali studi untuk menemukan tolak ukur yang sesuai, mengingat daya saing merupakan konsep yang kompleks dan sulit untuk diukur (Navickas, 2009). Analisis *Competitiveness Monitor* (CM) kemudian diperkenalkan pada tahun 2001 oleh *World Travel and Tourism Council* (WTTC) sebagai alat ukur penentuan daya saing suatu negara. Analisis CM kemudian disempurnakan pada tahun-tahun berikutnya (2001-2004) oleh Christrel DeHaan *Tourism and Travel Research Institute* (TTRI), University of Nottingham, dengan penggunaannya yang telah dikembangkan pada banyak riset yang berbeda dengan salah satunya adalah sektor pariwisata (Hanafiah, M. H. M., & Zulkifly, M. I., 2019).

Menurut Goorochurn dan Sugiarto (2004) dalam Navickas (2009), metode CM dapat diaplikasikan untuk evaluasi daya saing destinasi wisata. Untuk mengetahui daya saing dari pariwisata yang bersifat multidimensi, maka penting untuk mengidentifikasi indikator-indikator yang dapat digunakan (Goorochurn dan Sugiarto, 2004). Klasifikasi analisis oleh Goorochurn dari TTRI, University of Nottingham kemudian mengerucut kepada delapan indikator yang dianggap dapat mewakili keseluruhan hal yang dapat digunakan untuk mengetahui daya saing pariwisata. Delapan indikator ini memiliki variabel-variabel yang beragam dan memiliki kepentingan mereka masing-masing, namun dapat digunakan untuk menghitung data saing pariwisata suatu daerah. Kedelapan indikator tersebut antara lain (Koranti *et al.*, 2019):

a. *Human Tourism Indicator*

Merupakan indikator yang mengukur pembangunan ekonomi di suatu wilayah sebagai akibat dari kedatangan wisatawan ke daya tarik wisata. Pengukuran yang digunakan adalah Indeks Partisipasi Pariwisata (*Tourism Participation Indeks*) yang menggunakan jumlah wisatawan yang melakukan aktivitas di daya tarik wisata dan membaginya dengan jumlah penduduk di wilayah terdapat objek wisata. Terdapat pengukuran lain yang dapat digunakan, yakni *Tourism Impact Index* (TII) yang menghitung PAD pariwisata dengan dibagi total PDRB.

b. *Price Competitiveness Indicator*

Merupakan indikator yang menggunakan harga komoditas dan seberapa lama wisatawan tinggal di daya tarik wisata. Pengukuran yang digunakan adalah *Purchasing Power Parity* (PPP), dengan variabel yang dihitung adalah jumlah wisatawan di suatu daerah x rata-rata tarif hotel x rata-rata lama tinggal wisatawan.

c. *Infrastructure Development Indicator*

IDI memiliki fokus dalam indikator jalan raya, peningkatan fasilitas sanitasi dan peningkatan akses penduduk terhadap fasilitas air bersih. Namun umumnya yang digunakan adalah indikator jalan raya. IDI menggunakan variabel jalan berkualitas baik dengan jalan yang telah diaspal pada wilayah daya tarik wisata.

d. *Environment Indicator*

Pada indikator ini memiliki dua cara untuk mendapatkan nilai yang ingin didapatkan, yakni melalui pengukuran indeks kepadatan penduduk dengan variabel yang digunakan adalah jumlah penduduk di wilayah daya tarik wisata dengan luas keseluruhan wilayah. Indeks kedua adalah emisi CO₂ yang berada pada jalan-jalan utama yang dilewati di daya tarik wisata.

e. *Technology Advancement Indicator*

Terdapat beberapa perhitungan indeks yang bisa digunakan pada indikator ini. Pertama, pengukuran indeks telepon dengan variabel berupa rasio masyarakat yang menggunakan saluran telepon dengan total seluruh masyarakat di wilayah daya tarik wisata. Kedua, pengukuran indeks ekspor produk teknologi dengan variabel berupa rasio ekspor produk berteknologi tinggi terhadap jumlah total ekspor. Kemudian terakhir, pengukuran menggunakan penggunaan internet dan

HP yang variabelnya kurang lebih sama dengan indeks telepon, namun hanya berupa peningkatan dari telepon menuju internet dikarenakan perkembangan zaman.

f. Human Resources Indicator

Indikator ini berfokus kepada variabel kualitas sumber daya manusia yang berada di wilayah daya tarik wisata. Pengukuran dari HRI menggunakan indeks pendidikan yang terdiri dari variabel penduduk yang buta huruf dan jumlah penduduk yang menempuh pendidikan dengan rentang Sekolah Dasar (SD) hingga Sarjana.

g. Openess Indicator

Indikator ini berkaitan dengan tingkat keterbukaan pariwisata terhadap perdagangan dan wisatawan internasional. Terdapat dua perhitungan, yakni yang pertama menggunakan variabel jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung terhadap total PAD. Yang kedua menggunakan variabel penerimaan pajak ekspor-impor terhadap total penerimaan.

h. Social Development Indicator

Perhitungan yang dilakukan adalah menggunakan rata-rata lama tinggal wisatawan di daerah tujuan.

Kedelapan indikator mewakili banyak dimensi yang memiliki pengaruh dalam daya saing pariwisata. Hal ini menyebabkan setiap indikator yang digunakan memiliki kepentingan masing-masing dalam pengukuran indeks (Mazanez & Ring, 2011). Namun, karena mewakili setiap dimensi yang dibutuhkan untuk mendapatkan daya saing, maka selain berdiri sendiri, indikator-indikator ini memiliki sifat dependen (Mazanez, Wöber, & Zins, 2007).

Metode CM digunakan untuk memonitor indikator-indikator yang memiliki kaitan dengan pariwisata pada suatu wilayah. Mengingat sektor pariwisata semakin berkembang, maka penting untuk melakukan pemantauan daya saing untuk memahami pariwisata mereka sendiri, dan mungkin juga untuk mengetahui kemampuan dari wilayah lain terkait pariwisata mereka (Sira & Pukala, 2019). Pada beberapa penelitian, metode CM digunakan untuk melihat tingkat indeks indikator daya saing dari beberapa wilayah atau negara. Metode CM akan memberikan nilai indeks yang menentukan apakah indikator ini memiliki nilai yang telah ditentukan

rentang baik dan buruknya untuk kemudian dilihat pada beberapa wilayah atau negara lain untuk memahami kemampuan daya saing wilayah yang dimiliki (Hanafiah, 2019).

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dijadikan perbandingan oleh penelitian penulis dengan penelitian yang sudah dilakukan peneliti sebelumnya. Penelitian pertama yang dilakukan oleh Gooroochurn & Sugiyarto pada tahun 2004 menjadi revisi ketiga dalam metode *Competitiveness Monitor* yang dipublikasikan oleh TTCI dengan delapan indikator digunakan untuk mengetahui indeks daya saing pariwisata pada suatu negara. Hasil penelitian kemudian mengklasifikasikan indeks daya saing dari 200 negara yang dijadikan sampel penelitian.

Penelitian kedua yang diambil oleh Koranti dkk., (2019) yang berjudul “Monitor Daya Saing Dalam Mengukur Tingkat Daya Saing Desa Wisata di Indonesia”. Pada penelitian ini dilakukan pengukuran pada beberapa desa wisata untuk dibandingkan dengan desa yang dijadikan lokasi penelitian. Digunakan metode analisis *competitiveness monitor* dengan menggunakan delapan indikator dengan masing-masing satu sub-indikator untuk mendapatkan hasil daya saing. Didapatkan hasil bahwa lokasi penelitian, yakni Desa Kopeng memiliki daya saing yang lebih unggul dibandingkan desa lainnya.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Adji dkk., (2022) yang berjudul “Analisis Daya Saing Pariwisata Provinsi Lampung” yang menggunakan metode analisis *competitiveness monitor*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui skala daya saing indikator pariwisata yang ada di Kabupaten Lampung. Objek penelitian ini adalah Menggunakan metode *Competitiveness Indikator* dengan variabel yang digunakan adalah, *Human Tourism Indikator (HTI)*, *Price Competitiveness Indikator (PCI)*, *Infrastructure Development Indikator (IDI)*, *Environment Indikator (EI)*, *Technology Advancement Indikator (TAI)*, *Human Resources Indikator (HRI)*, *Openess Indikator (OI)*, dan *Social Development Indikator (SDI)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedelapan indikator pariwisata yang ada di Kabupaten Lampung tidak memiliki daya saing dengan nilai di bawah 0,20.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Fajarin dan Fitanto (2020) yang berjudul “Analisis Daya Saing Sektor Pariwisata Kabupaten Banyuwangi: Pendekatan *Competitiveness Monitor* dan *Porter’s Diamond*” dimana tujuan penelitian ini untuk mengetahui potensi sektor pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Banyuwangi berdasarkan potensi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan metode analisis *competitiveness monitor* dari WWTC dengan delapan indikator dan faktor-faktor dari analisis *Porter’s Diamond*. Hasil penelitian membandingkan Kabupaten Banyuwangi dengan beberapa kabupaten-kabupaten yang dulunya Keresidenan Besuki (Kabupaten Bondowoso, Kabupaten Situbondo, dan Kabupaten Jember) menunjukkan pada beberapa indikator pada metode *Competitiveness Monitor* menunjukkan pertumbuhan pada Kabupaten Banyuwangi, seperti TAI dan PCI, fluktuatif pada IDI. Kesimpulan yang didapatkan bahwa beberapa hasil seperti IDI menunjukkan pertumbuhan negatif, kemudian untuk SDI pada indeks komposit relatif lebih rendah dari kabupaten lainnya.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Purbasari & Asnawi (2016) yang berjudul “Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Ekowisata Desa Wisata Nglanggeran dan Wisata Desa Pada Desa Wisata Pentingsari” dengan tujuan penelitian untuk mengidentifikasi karakteristik elemen sistem pariwisata di Desa Wisata Nglanggeran dan Pentingsari. Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus *multiple case studies*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing desa memiliki karakteristik sistem pariwisata yang berbeda. Terdapat beberapa elemen sistem seperti atraksi, akomodasi, dan transportasi yang memiliki perbedaan variabel yang menyusun elemen.

2.9 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep penelitian merupakan penggambaran konsep penelitian yang didapatkan dari studi literatur yang kemudian menghasilkan indikator-indikator yang akan menjadi tolak ukur dari setiap variabel penelitian. Adapun kerangka konsep penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.

Tabel 1. Penelitian terdahulu

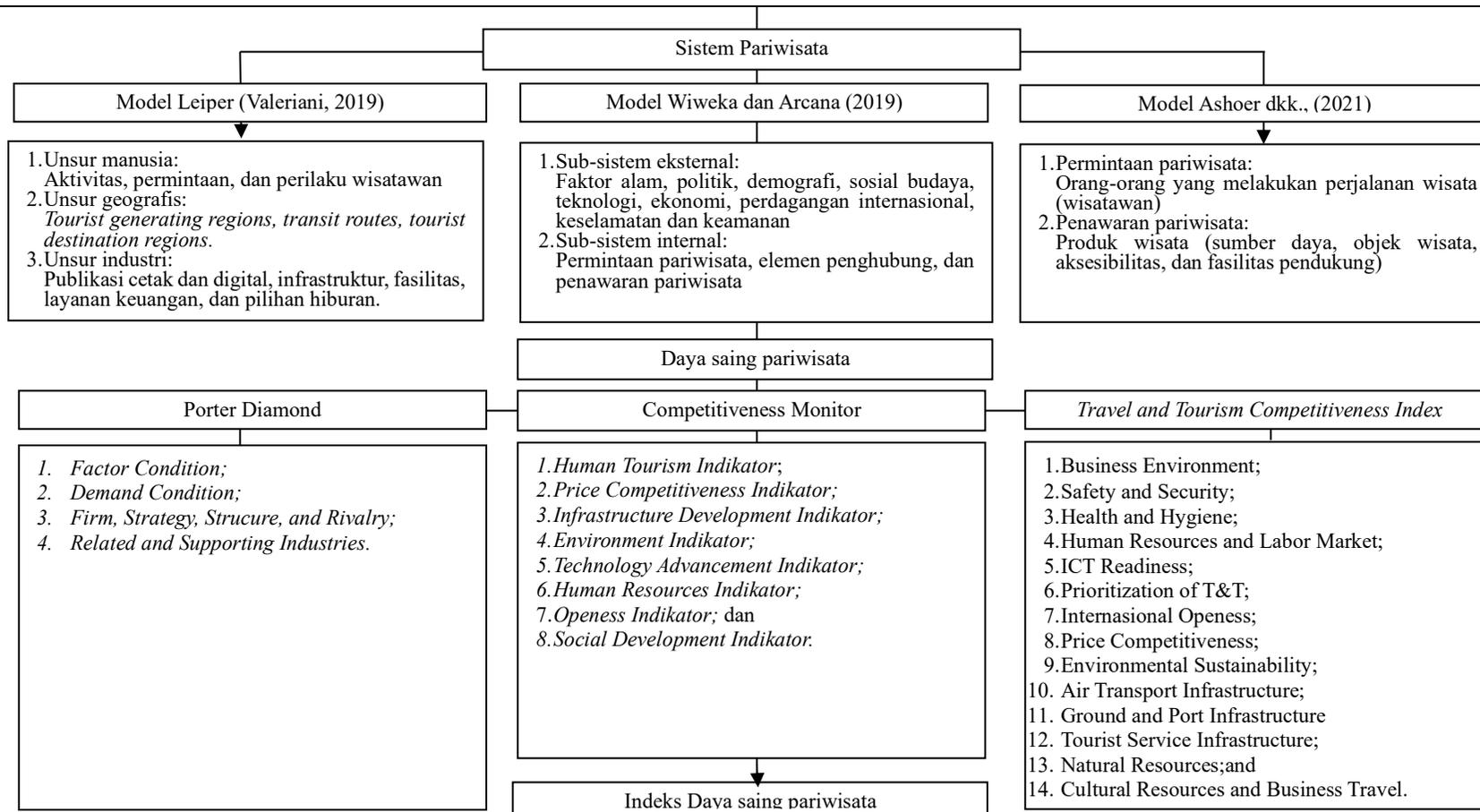
No.	Penulis/Tahun	Judul	Variabel	Metode	Hasil Penelitian	Sumber Penelitian
1.	Gooroochurn & Sugiyarto, (2005)	<i>Competitiveness indicators in the travel and tourism industry</i>	Merupakan salah satu dari revisi dari pihak TTRI terkait pengukuran dan pemantauan daya saing pariwisata	<i>Competitiveness Monitor</i> dengan indikator: 1. <i>Human Tourism Indikator (HTI)</i> 2. <i>Price Competitiveness Indikator (PCI)</i> 3. <i>Infrastructure Development Indikator (IDI)</i> 4. <i>Environment Indikator (EI)</i> 5. <i>Technology Advancement Indikator (TAI)</i> 6. <i>Human Resources</i>	Dengan adanya penambahan indeks daya saing pariwisata, didapatkan pengelompokan negara-negara berdasarkan indikator-indikator yang digunakan. Umumnya negara berkembang memiliki nilai yang lebih rendah dibandingkan negara maju dalam beberapa indikator.	Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). <i>Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. Tourism economics, 11(1)</i> , 25-43. https://doi.org/10.5367/0000000053297130

No.	Penulis/Tahun	Judul	Variabel	Metode	Hasil Penelitian	Sumber Penelitian
				Indikator (HRI) 7. Openess Indikator (OI) 8. Social Developme nt Indikator (SDI)		
2.	Koranti dkk., (2019)	Monitor Daya Saing dalam Mengukur Tingkat Daya Saing Desa Wisata di Indonesia	menganalisis pengaruh daya saing Desa Wisata Ngrawan dan Desa Wisata Gemawang	<i>Competitiveness Monitor</i>	Hasil analisis menggunakan Competitiveness dengan delapan indikator menunjukkan bahwa nilai pada beberapa indikator menunjukkan bahwa Desa Wisata Kopeng memiliki kemampuan daya saing yang lebih baik dibandingkan desa lainnya.	Koranti, K., Yunanto, M., & Medyawati, H. (2019). Competitiveness Monitor in Measuring the Competitiveness Level of Tourist Villages in Indonesia. <i>Journal of Economics and Business</i> , 2(2), 334-344. DOI: 10.31014/aior.1992.02.02.90
3.	Adji dkk., (2022)	Analisis Daya Saing Pariwisata Provinsi Lampung	Menilai tingkat daya saing pariwisata di Provinsi Lampung	<i>Competitiveness Monitor</i>	Penelitian ini menggunakan sub-indikator yang sama dengan yang umumnya digunakan pada delapan indikator. Pada penelitian ini juga memberikan klasifikasi dari daya saing	Adji, D. P., Gunarto, T., & Ratih, A. (2022). Analisis daya saing pariwisata provinsi Lampung. <i>Peradaban Journal of Economic and Business</i> , 1(2), 19-26. https://doi.org/10.59001/pjeb.v1i2.8

No.	Penulis/Tahun	Judul	Variabel	Metode	Hasil Penelitian	Sumber Penelitian
					pariwisata sehingga dapat dijadikan acuan terkait <i>competitiveness monitor</i> .	
4.	Harahap <i>et al.</i> , (2023)	<i>The Competitiveness of the Tourism Industry in West Sumatra with A Competitiveness Monitor Monitor Approach</i>	Menilai tingkat daya saing pada beberapa kota dan kabupaten di Sumatra Barat	Analisis <i>Competitiveness Monitor</i> dengan delapan indikator dan tiga tahap, yakni indeks pariwisata, indeks komposit, dan indeks daya saing.	Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, Kota Bukittinggi memiliki beberapa indikator yang tinggi dibandingkan kota atau kabupaten lain.	Harahap, E. F., Muslim, I., & Anjely, V. (2023). The Competitiveness of the Tourism Industry in West Sumatera with A Competitiveness Monitor Approach. <i>KnE Social Sciences</i> , 199-206. https://doi.org/10.18502/kss.v8i13.13757
5.	Fajarin (2020)	Analisis Daya Saing Sektor Pariwisata Kabupaten Banyuwangi : Pendekatan <i>Competitiveness Monitor</i> dan <i>Porter's Diamond</i>	Menganalisis daya saing dan faktor-faktor yang mempengaruhi industri pariwisata terhadap perekonomian	Analisis <i>Competitiveness Monitor</i> dan <i>Porter's Diamond</i>	Analisis yang dilakukan adalah untuk mendapatkan data-data terkait unsur pendukung kepariwisataan yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Pada analisis <i>Competitiveness Monitor</i> didapatkan bahwa <i>Infrastructure Development Indikator (IDI)</i> dan <i>Social Development Indikator (SDI)</i> yang menunjukkan poin negatif dan di bawah indikator lain. Analisis ini mendukung kondisi langsung di lapangan yang	SE, I. F. (2020). Analisis daya saing sektor pariwisata kabupaten banyuwangi: pendekatan <i>competitiveness monitor</i> dan <i>porter's diamond</i> . <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB</i> , 8(2).

No.	Penulis/Tahun	Judul	Variabel	Metode	Hasil Penelitian	Sumber Penelitian
					merupakan masalah yang menghambat berkembangnya pariwisata di Banyuwangi. Dan analisis <i>Porter's Diamond</i> digunakan untuk mengetahui daya saing kabupaten setingkatnya dalam kepariwisataan.	
6.	Purbasari & Asnawi., (2016)	Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Ekowisata Desa Wisata Nglanggeran dan Wisata Desa Pada Desa Wisata Pentingsari	Elemen sistem pariwisata	Deskriptif kualitatif	Peneliti pada jurnal ini mencoba mengidentifikasi dan mendeskripsikan elemen-elemen yang terdapat pada pariwisata di desa wisata pilihan peneliti.	Purbasari, N., & Manaf, A. (2016). "Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Ekowisata Desa Wisata Nglanggeran dan Wisata Desa pada Desa Wisata Pentingsari," <i>Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota</i> , vol. 13, no. 1, pp. 100-113, Mar. 2017. https://doi.org/10.14710/pwk.v13i1.15151

Pariwisata merupakan sebuah industri dengan mekanisme pengaturan yang rumit, di mana segala hal yang berkaitan dengan wisatawan merupakan sesuatu yang membentuk dan menggerakkan pariwisata. Aktivitas wisatawan ini melibatkan dan menggerakkan banyak sektor lain, sehingga penting untuk suatu wilayah mengembangkan pariwisata sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.



Gambar 2 Kerangka konsep penelitian