

SKRIPSI
INDEKS DAYA SAING PARIWISATA
KABUPATEN CILACAP
MENGGUNAKAN METODE *COMPETITIVENESS MONITOR*

Disusun dan diajukan oleh:

NURUL MUTIA SYAFIRAH
D101 20 1064



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

SKRIPSI

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

Disusun dan diajukan oleh:

**NURUL MUTIA SYAFIRAH
D101 20 1064**



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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

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

Disusun dan diajukan oleh

Nurul Mutia Syafirah
D101 20 1064

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

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

Menyetujui,

Pembimbing



Laode Muh. Asfan Mujahid, ST., MT
NIP. 19930309 2019 03 1 014

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



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



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : Nurul Mutia Syafirah
No. Stambuk : D101201064

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Telah memenuhi persyaratan untuk mengikuti Ujian Sarjana pada Program Studi PWK Departemen Perencanaan Wilayah Dan Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin
2. Dalam keadaan sehat jasmani dan rohani untuk mengikuti sidang Ujian Sarjana dengan mengajukan Judul :

Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Cilacap Menggunakan Metode Competitiveness Monitor

3. Bersedia, menerima sanksi akademik, bila ternyata pernyataan ini tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Yang menyatakan,


(Nurul Mutia Syafirah)

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Cilacap Menggunakan Metode *Competitiveness Monitor*"**. Shalawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada junjungan dan panutan kita, manusia yang telah dimuliakan oleh Yang Maha Mulia, pembawa cahaya terang benderang dari kegelapan zaman Jahiliah, kepada panutan kita Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, dan seluruh umat yang selalu istiqomah menjalankan ajarannya.

Sebagai Provinsi terluas di Jawa Tengah, Kabupaten Cilacap tentu saja memberikan peluang besar di sektor pariwisata yang sangat mungkin untuk dapat dikembangkan dan memiliki peluang untuk bersaing secara nasional. Hal ini menarik untuk dikaji dengan mengangkat pengukuran terhadap indeks daya saing pariwisata Kabupaten Cilacap. Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik elemen pariwisata Kabupaten Cilacap yang ditinjau dari indikator-indikator subsistem internal dan subsistem eksternal serta untuk mengetahui daya saing pariwisata Kabupaten Cilacap.

Analisis yang dilakukan pada penelitian ini yaitu analisis spasial, analisis deskriptif kualitatif, dan analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *competitiveness monitor*, yaitu menganalisis daya saing pariwisata melalui indikator-indikator seperti infrastruktur, sumber daya manusia, pendapatan ekonomi, penggunaan teknologi, lingkungan, keterbukaan terhadap wisatawan, serta kenyamanan wisatawan. Penelitian ini diawali dengan observasi, pengumpulan data sekunder berupa data yang tidak dipublikasikan melalui kunjungan ke Organisasi Perangkat Daerah (OPD), dan pengumpulan data *online* yang didapatkan melalui website, artikel, dan buku, yang dilanjutkan dengan penjelasan menggunakan analisis deskriptif dan visualisasi dalam bentuk peta.

Hasil dari penelitian ini didapati bahwa dari delapan indikator indeks daya saing pariwisata yang telah dihitung, satu indikator berada dalam tahap penyempurnaan yaitu EI, enam diantaranya berada dalam tahap berkembang yaitu

HTI, PCI, IDI, TAI, HRI, dan SDI. Serta satu indikator masih dalam tahap belum berkembang OI. Untuk indikator yang indeks daya saingnya telah mencapai skala tahap penyempurnaan dan tahap berkembang, artinya pemerintah Kabupaten Cilacap telah menjalankan tugasnya dengan baik sehingga yang perlu dilakukan selanjutnya adalah mampu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas indeks daya saing pada tiap indikatornya.

Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 Program Studi Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik, Universitas Hasanuddin, serta skripsi ini dapat digunakan oleh pengelola atau pemerintah setempat untuk memperbaiki variabel indikator mana dari analisis tersebut yang masih kurang indeks daya saingnya. Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dan juga sebagai bahan evaluasi dalam pengelolaan daerah, khususnya yang terkait dengan pengembangan pariwisata. Penulis menyadari masih banyak kekurangan didalamnya dan jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk berkarya lebih baik lagi, terima kasih.

Gowa, 29 April 2024

(Nurul Mutia Syafirah)

Sitasi dan Alamat Kontak:

Harap menuliskan sumber skripsi ini dengan cara penulisan sebagai berikut:

Syafirah, Nurul M. 2024. *Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Cilacap Menggunakan Metode Competitiveness Monitor*. Skripsi Program Studi S1 Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Hasanuddin, Makassar.

Demi peningkatan kualitas dari skripsi ini, kritik dan saran dapat dikirimkan ke penulis melalui alamat email berikut ini: nurulmutia02.nm@gmail.com.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala berkat, rahmat, dan kasih karunia-Nya yang memberikan kesehatan dan kesempatan pada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi berjudul **“Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupaten Cilacap Menggunakan Metode *Competitiveness Monitor*”** yang disusun untuk memperoleh gelar sarjana program studi Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis mendapatkan banyak ilmu, pengalaman, bimbingan, dan dorongan oleh karenanya penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, yakni:

1. Ayahanda tercinta (Syarifuddin Machmud), Ibunda (Munirah Mansyur), dan Adikku (Zulfiqri Mahram) atas dukungan yang luar biasa tak terhitung serta doa yang tulus sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan dan menyelesaikan skripsi;
2. Rektor Universitas Hasanuddin (Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc) atas segala bentuk kebijakan dan kepemimpinannya selama penulis menempuh perkuliahan di Universitas Hasanuddin;
3. Dekan Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin (Prof. Dr. Eng. Ir. Muhammad Isran Ramli, ST., MT) atas segala dukungan dan kebijakannya;
4. Kepala Departemen Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Hasanuddin sekaligus Dosen Pembimbing Akademik (Dr. Eng. Ir. Abdul Rachman Rasyid, ST., MT.) atas ilmu dan nasehatnya;
5. Dosen Pembimbing Skripsi (Laode Muh. Asfan Mujahid, ST., MT) yang telah meluangkan waktu dan telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dan saran kepada penulis sejak awal hingga akhir penulisan skripsi ini;
6. Kepala Studio Akhir (Dr. Techn. Yashinta K. D. Sutopo, ST., MIP) atas arahan, nasehat, motivasi luar biasa, dan bimbingan yang telah diberikan selama perkuliahan maupun saat penyelesaian tugas akhir;
7. Dosen Penguji atas segala nasehat, dukungan, serta ilmu yang diberikan penulis;

8. Seluruh dosen dan staff administrasi di Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin yang telah membimbing dan membantu penulis sejak awal hingga akhir perkuliahan;
9. Teman-teman seperjuangan PWK Rasio 2020 khususnya teman-teman dari *Labo Based Education* (LBE) Perencanaan Wilayah, Pariwisata, dan Mitigasi Bencana (Ahmad Saiful Munir, Andi Dheny Indra, Andi Maharani Balqish, Andi Ummu Khalisa, Dian Sukma, Enny Heriany, Fathurrahman, Nur Azisah, Muhammad Dodi Alfayed, Rafika Nurhidayanti, dan St. Fatimah Mauldini);
10. Seluruh keluarga saya yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa;
11. Seluruh teman-teman magang INSPIRING Kabupaten Cilacap (Adit Afrilianto, Afin Rizqiyah Divani, Clara Sita Aprilia, Muhammad Yogi Abdullah, Rafel Putra Rasserwin, Rizky Abdilah Syachbani, dan Wulan Assiamu S.) untuk dukungan dan doa yang telah diberikan;
12. Mentor INSPIRING (Kurnia Andri Purnomo, ST., MT dan Wulan Dwianasari, S.Si) serta Staff Tata Ruang DPUPR Kabupaten Cilacap yang telah membantu dalam proses pengambilan data sekunder.
13. Teman-teman terdekat saya selama SMA (Aliyah Az-zahirah Rachman, Andi Ismi Puteri L, Dwi Nur Karimah, Felicia Cannis, Nandien Febrina, Nur Dwi Fitriyanti, Nurul Fauziah A., Putri Khalisha S., dan Rihlah Fahiranti Marsyea)
14. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini serta memberikan doa dan motivasi, peneliti mengucapkan banyak terima kasih

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan bagi pengembang dunia pendidikan.

Gowa, 29 April 2024

(Nurul Mutia Syafirah)

ABSTRAK

NURUL MUTIA SYAFIRAH. *Indeks Daya Saing Pariwisata Kabupate Cilacap Menggunakan Metode Competitiveness Monitor* (dibimbing oleh Laode Muh. Asfan Mujahid)

Sebagai kabupaten yang terluas di Jawa Tengah, Kabupaten Cilacap tentu saja dapat memberikan peluang potensi pariwisata yang besar untuk dikembangkan, tetapi Kabupaten Cilacap merupakan kabupaten yang memiliki industri pariwisata yang saat ini bukan sebagai *leading sector* dalam penerimaan daerahnya tetapi dari waktu ke waktu mengalami perkembangan dan memiliki peluang untuk bersaing dalam skala nasional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan identifikasi terhadap karakteristik elemen kepariwisataan Kabupaten Cilacap yang ditinjau dari subsistem internal dan subsistem eksternal, lalu melakukan pengukuran terhadap indeks daya saing pariwisata. Penelitian ini dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kuantitatif yang menggunakan analisis *Competitiveness Monitor* dengan delapan indikator, dan analisis spasial yang digunakan untuk analisis tumpang tindih (*overlay*) dengan menggunakan fitur *identity* dan *union*. Penelitian ini dimulai dengan observasi, pengumpulan data sekunder baik dengan mendatangi Organisasi Pemerintah Daerah (OPD) untuk data yang tidak dipublikasikan dan pengumpulan data secara daring melalui website, artikel, dan buku, yang selanjutnya dilakukan dengan deksripsi menggunakan analisis deskriptif dan visualisasi melalui peta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kabupaten Cilacap berada pada kawasan pesisir dengan dataran lereng landai yang mendominasi sebesar 58,76% dari keseluruhan luas wilayah. Karena faktor alam tersebut, banyak objek wisata alam ditemukan di kabupaten ini ditambah lagi dengan ibukota kabupaten berada tepat di pesisir yang menjadikannya usaha pariwisata banyak berkembang pada wilayah ini. Selain faktor alam, Pariwisata Kabupaten Cilacap juga ditunjang faktor demografi, sosial budaya, penggunaan teknologi, ekonomi, serta faktor politik yang membahas kebijakan pariwisatanya. Melalui pengukuran menggunakan *Competitiveness Monitor*, dari delapan indikator, satu indikator berada dalam tahap penyempurnaan yaitu EI, enam diantaranya berada dalam tahap berkembang yaitu HTI, PCI, IDI, TAI, HRI, dan SDI. Serta satu indikator masih dalam tahap belum berkembang yaitu OI. Untuk indikator yang indeks daya saingnya telah mencapai skala tahap penyempurnaan dan tahap berkembang, artinya pemerintah Kabupaten Cilacap telah menjalankan tugasnya dengan baik.

Kata Kunci: Pariwisata, *Competitiveness Monitor*, Kabupaten Cilacap, Daya Tarik Wisata

ABSTRACT

NURUL MUTIA SYAFIRAH. *Index of Tourism Competitiveness of Cilacap Regency Using the Competitiveness Monitor Method. (supervised by Laode Muh. Asfan Mujahid)*

As the largest regency in Central Java, Cilacap Regency certainly has significant tourism potential for development. However, Cilacap Regency currently does not lead in regional revenue from the tourism industry, though it has been experiencing growth and has the opportunity to compete on a national scale. The objective of this study is to identify the characteristics of the tourism elements in Cilacap Regency, considering both internal and external subsystems, and to measure the tourism competitiveness index. This research employs qualitative descriptive analysis, quantitative descriptive analysis using the Competitiveness Monitor method with eight indicators, and spatial analysis for overlay analysis using identity and union features. The study begins with observation and secondary data collection through visits to local government organizations (OPD) for unpublished data, and online data collection via websites, articles, and books. The data is then described using descriptive analysis and visualized through maps. The results indicate that Cilacap Regency, located in a coastal area with gently sloping plains covering 58.76% of its total area, has many natural tourist attractions. Additionally, the regency's capital city is situated right on the coast, which has contributed to the growth of tourism businesses in the area. Beyond natural factors, Cilacap's tourism is also supported by demographic, socio-cultural, technological, economic, and political factors that influence tourism policies. According to the Competitiveness Monitor measurements, among the eight indicators, one indicator is in the improvement stage (EI), six of which are in the developing stage (HTI, PCI, IDI, TAI, HRI, and SDI). And one indicator is still in the undeveloped stage (OI). For the indicators that have reached the refinement and development stages, it indicates that the Cilacap Regency government has been performing its duties effectively.

Keywords: *Tourism, Competitiveness Monitor, Cilacap Regency, Tourist Attractions.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 6
2.1 Pariwisata.....	6
2.2 Sistem Pariwisata	8
2.3 Daya Saing Pariwisata	19
2.4 <i>Competitiveness Monitor</i>	22
2.5 Penelitian Terdahulu	25
2.6 Kerangka Konsep Penelitian.....	28
 BAB III METODE PENELITIAN	 30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Lokasi Penelitian.....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Variabel Penelitian	33
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.7 Definisi Operasional	44

3.8 Alur Pikir Penelitian.....	46
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum.....	48
4.2 Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata	52
4.3 Daya Saing Pariwisata Kabupaten Cilacap	91
4.2.1 Indikator <i>Competitiveness Monitor</i>	91
4.2.2 Indeks Pariwisata	99
4.2.3 Indeks Komposit	100
4.2.4 Indeks Daya Saing Pariwisata	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1. Kesimpulan	105
5.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	114
CURRICULUM VITAE	146

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model sistem pariwisata.....	9
Gambar 2 Kerangka konsep penelitian	29
Gambar 3 Peta lokasi penelitian.....	31
Gambar 4 Alur pikir penelitian	47
Gambar 5 Peta Administrasi Kabupaten Cilacap	51
Gambar 6 Peta Topografi Kab. Cilacap	53
Gambar 7 Kelompok umur berdasarkan jenis kelamin.....	56
Gambar 8 Akun Instagram @cilacapvisit	60
Gambar 9 Stasiun kereta api Cilacap	67
Gambar 10 Peta aksesibilitas pariwisata Kab. Cilacap	69
Gambar 11 Destinasi wisata Gunung Selok.....	72
Gambar 12 ODTW alam (a) Pantai Teluk Penyu (b) Curug Mandala	73
Gambar 13 ODTW buatan (a) Pemancingan Rawa Bendungan (b) Waterpark Tirtamas .	74
Gambar 14 ODTW Sejarah (a) Museum Soesilo Soedarman (b) Benteng Pendem	75
Gambar 15 Peta persebaran ODTW Kabupaten Cilacap	76
Gambar 16 Peta persebaran ODTW berdasarkan topografi.....	80
Gambar 17 Peta persebaran fasilitas akomodasi di Kab. Cilacap tahun 2022	83
Gambar 18 Peta persebaran fasilitas usaha makan dan minum di Kab. Cilacap	85
Gambar 19 Hasil overlay usaha pariwisata di kecamatan dengan jumlah terbanyak	86
Gambar 20 Peta sebaran usaha pariwisata Kabupaten Cilacap tahun 2022	90
Gambar 21 Grafik HTI dalam 5 tahun	92
Gambar 22 Grafik PCI dalam 5 tahun	93
Gambar 23 Grafik IDI dalam 5 tahun	94
Gambar 24 Grafik EI dalam 5 tahun.....	95
Gambar 25 Grafik TAI dalam 5 tahun	96
Gambar 26 Grafik HRI dalam 5 tahun.....	97
Gambar 27 Grafik OI dalam 5 tahun	98
Gambar 28 Grafik SDI dalam 5 tahun	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daya saing model Porter's Diamond	20
Tabel 2 Penelitian terdahulu.....	26
Tabel 3 Detail luas Kabupaten Cilacap	48
Tabel 4. Pengamatan unsur iklim menurut bulan.....	50
Tabel 5. Klasifikasi topografi Kabupaten Cilacap	52
Tabel 6 Jumlah penduduk Kabupaten Cilacap tahun 2019-2022	54
Tabel 7 Jumlah dan kepadatan penduduk di Kabupaten Cilacap tahun 2022	54
Tabel 8 Pengelompokan penduduk menurut umur dan jenis kelamin	55
Tabel 9. Persentase agama yang dianut tahun 2022	57
Tabel 10. Persentase jumlah penduduk melek huruf di Kab. Cilacap	58
Tabel 11. Penduduk usia 15 tahun ke atas menurut pendidikan yang ditamatkan	59
Tabel 12. Persentase jumlah penduduk pengguna telepon seluler di Kab. Cilacap	59
Tabel 13. Persentase penduduk yang mengakses internet di Kab. Cilacap	60
Tabel 14. PDRB AD-HK Kab. Cilacap tahun 2018-2022.....	61
Tabel 15. Pendapatan Asli Daerah (PAD) (miliar) Kab. Cilacap tahun 2018--2022.....	62
Tabel 16 Program Pemerintah di Bidang Pariwisata Tahun 2022	64
Tabel 17. Jumlah wisatawan di Kab. Cilacap tahun 2018-2022	66
Tabel 18. Panjang jalan menurut jenis permukaan jalan tahun 2022	67
Tabel 19. Panjang jalan menurut kondisi jalan	68
Tabel 20. Klasifikasi dan sebaran ODTW Kab. Cilacap tahun 2022	70
Tabel 21 Daftar ODTW alam di Kabupaten Cilacap	71
Tabel 22 Daftar ODTW buatan di Kabupaten Cilacap	73
Tabel 23 Daftar ODTW budaya/sejarah di Kabupaten Cilacap	74
Tabel 24. Klasifikasi ODTW Kab. Cilacap berdasarkan ketinggian.....	79
Tabel 25 Fasilitas akomodasi di Kabupaten Cilacap tahun 2022.....	81
Tabel 26 daftar akomodasi terdekat dari ODTW	82
Tabel 27 Persebaran jumlah usaha makan dan minum di Kab. Cilacap	84
Tabel 28 Sebaran usaha pariwisata Kabupaten Cilacap tahun 2022	87
Tabel 29 Perhitungan indikator HTI	91
Tabel 30 Perhitungan indikator PCI.....	92
Tabel 31 Perhitungan indikator IDI	93
Tabel 32 Perhitungan indikator EI	94
Tabel 33 Perhitungan indikator TAI.....	95
Tabel 34 Perhitungan indikator HRI	97
Tabel 35 Perhitungan indeks OI.....	98
Tabel 36 Perhitungan indeks SDI.....	98
Tabel 37 Perhitungan indeks pariwisata.....	100
Tabel 38 Perhitungan indeks komposit	100
Tabel 39 Perhitungan indeks daya saing pariwisata.....	101

DAFTAR SINGKATAN DAN ARTI SIMBOL

Lambang/Singkatan	Arti dan Keterangan
BPS	Badan Pusat Statistik
DPN	Destinasi Pariwisata Nasional
GDP	<i>Gross Domestic Product</i>
PDRB	Produk Domestik Regional Bruto
WTO	<i>World Trade Organization</i>
KBBI	Kamus Besar Bahasa Indonesia
UNWTO	<i>United Nation World Tourism Organization</i>
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 Indikator</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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak negara di dunia khususnya di Indonesia, perencanaan dan pengembangan pariwisata menjadi prioritas pemerintah karena hal ini dianggap penting untuk pembangunan Indonesia khususnya sebagai salah satu sektor pendapatan daerah maupun negara yang akan berpengaruh pada keadaan ekonomi. Pariwisata dianggap penting selain karena sebagai mesin penggerak ekonomi, pariwisata juga dianggap mampu memangkas angka pengangguran dan mensejahterakan masyarakat sekitar karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru. Maka dari itu, pemerintah daerah berlomba-lomba untuk memaksimalkan potensi pariwisata yang ada daerahnya (Aliansyah & Hermawan, 2019).

Potensi pariwisata timbul ketika ada sebuah daya tarik wisata. Berdasarkan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 100.1.1-6117 Tahun 2022 Tentang Pemberian dan Pemutakhiran Kode, Data Wilayah Administrasi Pemerintah dan Pulau, Indonesia memiliki 17.001 pulau yang di mana jumlah ini menjadikan Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia. Dengan kondisi geografis seperti itu, Indonesia memiliki karakteristik ruang yang berbeda-beda di tiap wilayah yang menjadikannya sebuah daya tarik wisata tersendiri yang tidak dimiliki oleh wilayah lain. Hal inilah yang menjadi daya tarik utama wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia dan memiliki potensi yang sangat besar di sektor pariwisata (Suryani, 2017).

Provinsi Jawa Tengah memiliki potensi yang sangat besar di sektor pariwisata. Hal ini bisa dilihat dari jumlah wisatawan nusantara menurut provinsi tujuan dalam tiga tahun terakhir yang jumlahnya selalu diatas 100.000,000 orang, Provinsi Jawa Tengah konsisten masuk kedalam tiga provinsi dengan jumlah wisatawan nusantara terbanyak (Badan Pusat Statistik, 2024). Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Tahun 2010-2025, terdapat empat Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang berada di Provinsi Jawa Tengah yaitu Pangandaran

- Nusakambangan dan sekitarnya; Semarang – Karimunjawa dan sekitarnya; Solo
- Sangiran dan sekitarnya; serta Borobudur – Yogyakarta dan sekitarnya.

Kabupaten Cilacap merupakan salah satu bagian dari 222 Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) dan masuk ke dalam 50 Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yaitu DPN Pangandaran – Nusakambangan dan sekitarnya. DPN ini memiliki citra pariwisata dengan sebutan *visit Indonesia's Alcatraz : Nusakambangan island* (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Tahun 2010-2025). Kabupaten Cilacap merupakan kabupaten terluas di Provinsi Jawa Tengah dengan total luasan sebesar 2.249,28 km². Luas Kabupaten Cilacap mencapai 6,48 persen dari total luas Provinsi Jawa Tengah dan terbagi menjadi 24 Kecamatan. Letak geografis Kabupaten Cilacap Berada pada selatan pulau Jawa yang menjadikannya sebagai kota pesisir dengan banyak objek daya wisata pantai (Badan Pusat Statistik, 2024). Pada Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Cilacap Tahun 2011-2031, di Kabupaten Cilacap sendiri terdapat 48 Daya Tarik Wisata (DTW) yang didominasi oleh objek wisata alam sebanyak 31 destinasi. Sebagai Provinsi terluas di Jawa Tengah, Kabupaten Cilacap tentu saja memberikan peluang besar di sektor pariwisata yang sangat mungkin untuk dapat dikembangkan dan memiliki peluang untuk bersaing secara nasional.

Jika dilihat dari jumlah wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Cilacap dalam tiga tahun terakhir, jumlahnya terus menerus meningkat. Pada tahun 2022 jumlah wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Cilacap mencapai angka 1.069.294 wisatawan (Disporapar Kabupaten Cilacap, 2023). Namun data jumlah wisatawan ini belum cukup untuk melihat tingkat daya saing pariwisata di suatu wilayah. Untuk melihat tingkat daya saing pariwisata, diperlukan indikator lainnya seperti kondisi demografis, kualitas layanan, aksesibilitas, keadaan sosio-ekonomi, dan lain sebagainya. Pengukuran daya saing pariwisata penting untuk memberikan gambaran posisi daya saing di suatu wilayah agar bisa menentukan strategi kebijakan yang perlu diambil oleh pemerintah daerah untuk mengembangkan sektor pariwisata dengan memerhatikan indikator-indikator penentu daya saingnya (Rini & Ma'ruf, 2017).

Hal inilah yang mendorong penulis untuk meneliti mengenai "Analisis Pengaruh Pariwisata Terhadap Perekonomian Kabupaten Cilacap" guna untuk mengetahui seberapa besar daya saing industri pariwisata sehingga nantinya hasil analisis tersebut dapat digunakan oleh pengelola atau pemerintah setempat untuk memperbaiki variabel indikator mana dari analisis tersebut yang masih kurang indeks daya saingnya. Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dan juga sebagai bahan evaluasi dalam pengelolaan daerah, khususnya yang terkait dengan pengembangan pariwisata.

1.2 Pertanyaan Penelitian

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

1. Bagaimana karakteristik elemen sistem pariwisata Kabupaten Cilacap?
2. Bagaimana tingkat daya saing pariwisata Kabupaten Cilacap?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan pada pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi elemen sistem pariwisata Kabupaten Cilacap
2. Menganalisis tingkat daya saing pariwisata Kabupaten Cilacap

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Bagi pemerintah/swasta

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

2. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi seluas-seluasnya kepada seluruh masyarakat baik bagi masyarakat sebagai pengelola tempat wisata, masyarakat yang bertempat tinggal di sekitar tempat wisata, maupun masyarakat

yang berperan sebagai wisatawan lokal hingga mancanegara terkait konsep pengembangan kepariwisataan Kabupaten Cilacap sebagai upaya dalam memaksimalkan potensi kepariwisataan yang ada.

3. Bagi peneliti

Untuk bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat menjadi saran untuk membuka wawasan dalam penerapan teori-teori yang sudah didapatkan di bangku perkuliahan terhadap permasalahan dalam bidang perencanaan wilayah dan kota terkhusus kepariwisataan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini ditentukan untuk membatasi permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini, yang terdiri dari dua sub yaitu ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup substansi.

1. Ruang Lingkup Wilayah

Untuk memudahkan penelitian ini, maka penulis membatasi wilayah penelitian. Adapun batasan lokasi penelitian ini adalah Kabupaten Cilacap yang merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Tengah.

2. Ruang Lingkup Substansi

Materi yang akan dibahas dalam penelitian ini berfokus mengenai elemen-elemen sistem pariwisata yang menggambarkan karakteristik pariwisata Kabupaten Cilacap dan mengukur nilai indeks daya saing pariwisata menggunakan metode *Competitiveness Monitor*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri atas enam bab dengan rincian pembahasan untuk masing-masing bab adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian latar belakang pemilihan penelitian yang mencakup urgensi permasalahan terkait penelitian terkait, rumusan masalah yang merujuk pada pemecahan masalah yang ingin dicapai, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian bagi pengembangan ilmu pengetahuan, ruang lingkup penelitian sebagai batasan

pembahasan dalam penelitian, dan sistematika penulisan sebagai gambaran singkat penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat teori-teori terkait dengan penelitian, sebagai bahan referensi dan rujukan penelitian serta penelitian terdahulu yang akan menjadi dasar dan pedoman dalam penelitian. Pada bab ini berisi mengenai teori definisi pariwisata dan kaitannya dengan perekonomian.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini membahas mengenai metode yang digunakan dalam penelitian yang mencakup lokasi dan waktu penelitian, proses pengambilan data, teknik analisis yang digunakan, variabel penelitian, kerangka penelitian, serta definisi operasional.

Bab IV Analisis dan Pembahasan

Bab ini berisi uraian hasil analisis dan pembahasan terhadap pemecahan masalah yang ingin dicapai berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan pada bab pertama pendahuluan.

Bab V Penutup

Bab yang memuat kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian. Adapun terdapat saran yang diberikan peneliti sebagai masukan dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Pariwisata secara harfiah disebut sebagai "aktivitas mengunjungi tempat-tempat untuk senang-senang, pariwisata juga dapat diartikan sebagai sebuah fenomena dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, pemasok industri bisnis, pemerintah tuan rumah, dan masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan menampung para wisatawan (Ashoer, dkk. 2021). Para ahli lain berpendapat bahwa pariwisata adalah suatu aktivitas perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga, menunaikan tugas, dan sebagainya, yang perjalanannya bersifat sementara dan dilakukan perorang maupun kelompok (Sapta & Landra, 2018). Sedangkan Nagara (2022) memaparkan bahwa pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk penyelenggaraan objek wisata serta pelayanan yang berhubungan dengan pariwisata. Pariwisata menggambarkan suatu aktivitas yang memberikan dampak ekonomi secara langsung, menyeluruh dan melibatkan masyarakat terutama masyarakat sekitar.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan para ahli di atas, dapat ditarik benang merah bahwa dalam pariwisata terdapat beberapa unsur pokok, yaitu; 1) terdapat aktivitas perjalanan manusia dari tempat asal ke lokasi tujuan wisata dan sebaliknya, 2) tujuan utama dari perjalanan tersebut adalah selain dari mencari pekerjaan, dan 3) status di tempat yang dituju adalah hanya untuk tinggal sementara dan tidak untuk menetap. Dari beberapa pengertian tentang pariwisata di atas tampak bahwa pada umumnya pandangan masyarakat mengenai kepariwisataan berkaitan dengan orang-orang yang sedang mengunjungi tempat-tempat tertentu untuk keperluan hiburan dan rekreasi.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, jenis-jenis daya tarik wisata terbagi menjadi tiga, yaitu daya tarik wisata alam, daya tarik wisata buatan, dan daya tarik wisata budaya.

- a. Daya tarik wisata alam, daya tarik yang dikembangkan dengan berbasis pada anugrah keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam (Suwena & Widyatmaja, 2017). Daya tarik wisata alam ini terletak pada keunikan hukum alam, ekosistem, dan daya dukung lingkungan yang sepenuhnya masih alam yang tidak terkontaminasi oleh rekayasa manusia. Atraksi-atraksi pada wisata alam ini antara lain panorama keindahan alam yang menakjubkan seperti gunung, lembah, air terjun, danau, pantai, matahari terbit, dan matahari terbenam, cuaca, udara, keindahan bentang alam dan pemandangan, fauna dan flora, serta cuaca. Aktivitas wisata alam yang bisa dilakukan antara lain menjelajah alam, bersepeda gunung, menunggang kuda, memanjat tebing, menyelam, serta safari (Eddyono, 2019).
- b. Daya tarik wisata buatan, bentuk dari kreativitas manusia untuk memanfaatkan apa yang ada dan digunakan untuk membuat wisata buatan agar dapat menarik wisatawan, selain dari bentuk kreativitas manusia terkadang wisata buatan juga lahir dari bentuk pemikiran manusia untuk memanfaatkan daya tarik lain yang ada semisal daya tarik alam atau budaya yang kemudian dikembangkan lebih lanjut dan kemudian menghasikan daya tarik buatan yang lebih menarik untuk wisatawan, contohnya antara lain taman hiburan, wahana permandian, taman nasional, dan lain sebagainya (Supatmana & Suwarti, 2022)
- c. Daya tarik wisata budaya, daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan ciptaan manusia, baik yang berupa penginggalan budaya maupun nilai budaya yang masih hidup dalam kehidupan suatu masyarakat (Suwena & Widyatmaja, 2017). Daya tarik wisata budaya dikategorikan menjadi dua, yaitu daya tarik yang berwujud dan tidak berwujud. Daya tarik yang berwujud (*tangible*) contohnya seperti cagar budaya, perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya yang khas, serta museum, sedangkan daya tarik tidak berwujud (*intangible*) seperti kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktifitas budaya masyarakat yang khas di suatu tempat (Ripparnas, 2011). Daya tarik wisata budaya ditandai dengan adanya motivasi wisatawan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, mempelajari adat istiadat, kelembagaan, cara hidup masyarakat setempat,

mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu, atau ikut serta dalam festival seni musik, tarik rakyat, dan sebagainya (Eddyono, 2019).

2.2 Sistem Pariwisata

Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017) yang mengadopsi dari teori Leiper menjelaskan bahwa sistem pariwisata secara menyeluruh (*whole tourism system*) dimulai dari mendeskripsikan perjalanan wisatawan dan sistem ini terdapat lima elemen sebagai sub sistem dalam setiap sistem pariwisata yang menyeluruh. Lima elemen yang dimaksud yaitu:

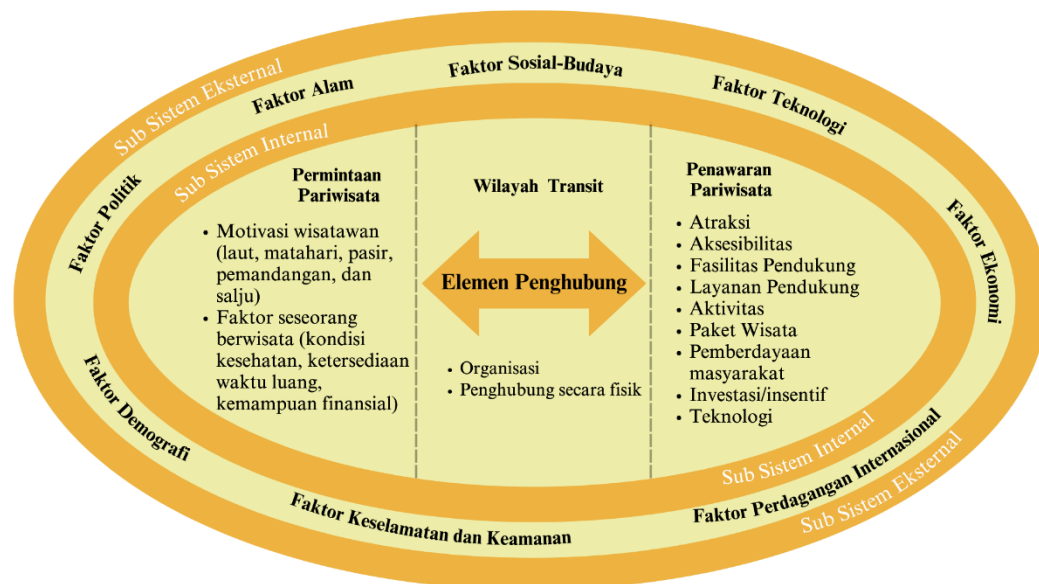
- a. Wisatawan (*tourist*) yang merupakan orang yang melakukan perjalanan wisata;
- b. Daerah asal wisatawan (*traveller-generating regions*) yang merupakan elemen geografis yaitu tempat dimana wisatawan mengawali dan mengakhiri perjalanannya dan menjadi tempat tujuan wisatawan;
- c. Jalur pengangkutan (*transit route*) merupakan elemen geografi, tempat dimana perjalanan wisata utama berlangsung;
- d. Daerah tujuan wisata (*tourist destination region*) sebagai elemen geografi yaitu tempat utama yang dikunjungi wisatawan;
- e. Industri pariwisata (*tourist industry*) sebagai elemen organisasi, yaitu kumpulan dari organisasi yang bergerak di usaha pariwisata, bekerja sama dalam pemasaran pariwisata untuk menyediakan barang, jasa, maupun fasilitas pariwisata.

Dari kelima elemen tersebut, bisa disimpulkan bahwa wisatawan yang berada di daerah asalnya agar sampai ke daerah tujuan wisata memerlukan rute (*transit route*) dan industri pariwisata berperan sebagai elemen organisasi yang menyediakan barang, jasa, maupun fasilitas pariwisata untuk wisatawan.

Ashoer dkk (2021) berpendapat bahwa sistem pariwisata terbentuk dari dua bagian, yaitu *supply* (penawaran) dan *demand* (permintaan) yang di mana keduanya saling berkaitan satu sama lain. *Demand* (permintaan) yang dimaksud adalah wisatawan itu sendiri, dan wisatawan ini tidak lepas dari *supply* (penawaran) karena penawaran merupakan produk yang diberikan kepada wisatawan untuk dinikmati.

Wiweka dan Arcana (2019) juga memiliki gagasan terkait model sistem pariwisata, tantangan yang dihadapi dalam model pariwisata adalah bagaimana

penjabaran suatu fenomena secara menyeluruh (*comprehensive*) dan terintegrasi (*integrative*) antar masing-masing subsistem serta elemen-elemen pembentuknya. Jika pariwisata sebuah sistem bisa dianalogikan dengan proses pergerakan wisatawan semenjak berada di daerah asal atau tempat tinggalnya, selama mengunjungi daerah tujuan wisata yang dikenal dengan destinasi, hingga kembali ke tempat asal. Proses ini digambarkan dengan arah panah searah jarum jam, menuju dan kembali lagi ke asalnya. Perjalanan wisatawan juga dapat terlaksana dikarenakan adanya berbagai dukungan dari elemen-elemen lainnya, yang dalam model tersebut diklasifikasikan menjadi dua yaitu sub sistem internal dan subsistem eksternal. Pengklasifikasian ini didasarkan pada keterkaitannya dengan pariwisata, yang dimana sub sistem internal memiliki keterkaitan langsung dan sangat penting terhadap eksistensi pariwisata. Sedangkan untuk sub sistem eksternal diklasifikasikan sebagai faktor pendukung yang memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap pariwisata. Melalui model ini dapat disimpulkan bahwa banyak faktor yang menentukan wisatawan dapat melakukan perjalanan. Model sistem pariwisata yang dijabarkan oleh Wiweka dan Arcana (2019) dapat dilihat dalam Gambar 1.



Gambar 1 Model sistem pariwisata

Sumber: Wiweka dan Arcana, 2019.

Berikut merupakan penjelasan dari model sistem pariwisata yang digambarkan oleh Wiweka & Arcana (2019):

a. Sub sistem internal

Sub sistem dinternal terdiri atas tiga macam, yaitu permintaan wisatawan (*touristm demand*), elemen perantara (*intermediaries element*), serta penawaran pariwisata (*tourism supply*) (Wiweka & Arcana, 2019). Untuk lebih rincinya dijelaskan sebagai berikut.

1) Permintaan pariwisata (*tourism demand*)

Muslihatunnisa dan Iskandar (2023) menjelaskan bahwa permintaan pariwisata pada dasarnya merupakan orang yang ingin melakukan perjalanan wisata sedangkan menurut Richardy (2014) permintaan pariwisata merupakan orang-orang yang sedang berusaha berpergian dengan adanya motivasi tertentu, seperti kebutuhan, cita-cita, atau kesenangan ingin keluar dari wilayah tempat tinggal. Jadi dapat ditarik benang merah dari kedua penjelasan tersebut, bahwa permintaan pariwisata merupakan orang melakukan perjalanan wisata atau wisatawan.

Menurut UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, wisatawan merupakan orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Sedangkan menurut Isdarmanto (2017), wisatawan yaitu pelaku dalam kegiatan wisata yang melakukan perjalanan baik secara individu maupun kelompok sejauh minimal 80 km dalam waktu lebih dari 24 jam dengan tujuan untuk mencari kesenangan rekreasi di objek destinasi wisata. Saksana (2019) memaparkan bahwa wisatawan dibagi menjadi dua jenis berdasarkan asalnya, yaitu wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara.

Wisatawan domestik atau nusantara merupakan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata di dalam negara asalnya. Wisatawan domestik juga dapat diartikan sebagai seorang warga negara dari suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya (Saksana, 2019). Wisatawan nusantara memegang peranan penting dalam ekonomi pariwisata di Indonesia. Tingginya peranan wisatawan nusantara pada perekonomian nusantara dapat dilihat pada Neraaca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas), di mana wisatawan nusantara mampu menghidupkan sektor angkutan, perhotelan, usaha penyedia makanan dan minuman, industri kreatif, dan lain sebagainya (Kementrian Pariwisata, 2017). Bagi Indonesia yang masih kental dengan budaya mengunjungi kerabat atau

teman, tentu merupakan nilai tambah dalam mengoptimalkan pengelolaan wisatawan nusantara, apalagi mengingat Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi terbanyak di dunia (Kementerian Pariwisata, 2019). Sedangkan wisatawan mancanegara adalah orang asing yang berkunjung ke sebuah negara lain yang bukan negara negara asalnya. Wisatawan asing ini tentu saja ditandai dengan status kewarganegaraannya, dokumen perjalanan yang dimilikinya serta bisa dilihat dari jenis mata uang yang dibelanjakannya (Saksana, 2019).

Selain jumlah wisatawan, lama tinggal wisatawan dan pengeluaran wisatawan juga menggambarkan permintaan pariwisata (Pasaribu & Suhartini, 2021). Secara teoritis menurut Manik (2021) semakin lama wisatawan tinggal di daerah tujuan wisata, maka akan semakin banyak uang yang dihabiskan di daerah tujuan wisata tersebut, paling sedikit untuk keperluan makan, minum dan penginapan selama tinggal di daerah tujuan wisata tersebut. Berbagai macam kebutuhan wisatawan selama perjalanan wisatanya akan menimbulkan gejala konsumtif untuk produk-produk yang ada di daerah tujuan wisata.

Nugroho (2019) juga mengemukakan bahwa wisatawan bisa dibagi menjadi beberapa jenis. Jenis ini bisa dilihat dari segi jumlahnya, adapun jenisnya dibagi menjadi wisatawan perorangan (*individual tour*), wisata keluarga (*family group tour*), dan wisata rombongan (*group tour*).

- (a) Wisatawan perorangan, yaitu suatu perjalanan yang dilakukan oleh satu orang saja;
- (b) Wisata keluarga, yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain;
- (c) Wisatawan rombongan, yaitu suatu perjalanan yang dilakukan bersama-sama dengan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya;

2) Elemen penghubung (*intermediaries element*)

Elemen perantara ini merupakan sub sistem yang menghubungkan antara permintaan wisatawan dan penawaran pariwisata. Karakteristik dan efisiensinya memainkan peran penting sebagai 'jembatan', baik untuk menarik wisatawan atau bahkan digunakan oleh wisatawan dalam mencapai destinasi itu sendiri.

Elemen penghubung dapat berupa organisasi (*intermediary organization elements*) serta penghubung fisik (*physical intermediaries elements*) (Wiweka & Arcana, 2019). Biro perjalanan wisata bisa berperan sebagai 'jembatan' penghubung antara elemen penawaran dan permintaan pariwisata. Dengan adanya biro perjalanan wisata ini dapat mempermudah kegiatan wisata para wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan (Puja, 2019). Namun seiring jangkauan perjalanan yang semakin jauh, penghubung ini tidak lagi sebatas organisasi, melainkan tempat persinggahan atau yang dikenal dengan wilayah transit (*transit route region*), tempat wisatawan umumnya melakukan persinggahan sementara dari tempat asalnya sebelum mencapai daerah tujuan wisata mereka (Priyanto dkk., 2022).

3) Penawaran pariwisata (*tourism supply*)

Sebagai elemen penawaran, objek wisata menawarkan segala sesuatu untuk menarik wisatawan. Penawaran yang dimaksud merupakan produk dan jasa. Penawaran wisata ini diperuntukkan bagi atau dikonsumsi para wisatawan selama melakukan kegiatan wisata (Ashoer dkk., 2021).

Produk wisata merupakan produk yang diperuntukkan bagi atau dikonsumsi oleh seseorang selama melakukan kegiatan wisata, sedangkan jasa merupakan layanan yang diterima wisatawan ketika mereka memanfaatkan (mengonsumsi) produk tersebut. Jasa ini biasanya tidak tampak (*intangible*), bahkan sering kali tidak dirasakan. Salah satu contoh bentuk jasa wisata adalah penyediaan informasi di *tourist information center*. Banyak kalangan mempersepsikan bahwa produk dan jasa sebagai potensi wisata, tetapi sebaliknya, produk dan jasa harus sudah siap dikonsumsi oleh wisatawan. Sebaiknya potensi wisata adalah semua objek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan. Misalnya, gunung tinggi dan indah dipandang atau pantai landai berpasir putih di pulau terisolasi termasuk potensi wisata karena mempunyai peluang untuk dijadikan sebagai daya tarik wisata. Semuanya masih tergolong embrio objek dan daya tarik wisata. Setelah unsur-unsur aksesibilitas, amenitas, dan hospitality menyatu dengan objek tersebut maka ia merupakan produk wisata (Ashoer dkk., 2021).

Ashoer dkk (2021) juga menjelaskan bahwa penawaran pariwisata juga sering disebut dengan *Triple A*. *Triple A* yang dimaksud antara lain atraksi, aksesibilitas, dan amenitas.

- (a) Atraksi merupakan objek wisata yang memberikan wisatawan pengalaman wisata. Atraksi ini dibagi menjadi tiga jenis, yaitu alam, budaya, dan buatan.
- (b) Aksesibilitas, segala sesuatu yang dapat memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk dapat berkunjung pada suatu tempat wisata. Komponen-komponen yang perlu diperhatikan dari aksesibilitas adalah transportasi, infrastruktur, peraturan pemerintah dan prosedur operasional. Aksesibilitas yang mudah dengan transportasi yang mendukung akan sangat membantu wisatawan untuk melakukan perjalanan. Perjalanan wisata dapat berlangsung dengan baik apabila tersedia sarana dan prasarana transportasi yang memadai, sehingga wisatawan dapat menjangkau tempat-tempat yang ingin dikunjunginya. Dengan semakin meningkatnya kualitas jaringan transportasi maka diharapkan semakin meningkat pula kunjungan dan perjalanan wisata dikawasan tersebut.
- (c) Amenitas, infrastruktur yang sebenarnya tidak langsung terkait dengan pariwisata tetapi sering menjadi bagian dari kebutuhan wisatawan, seperti akomodasi, jasa makanan dan minuman, bank, penukaran uang, dan sebagainya.

Semakin lengkap dan terintegrasinya ketiga unsur tersebut di dalam produk wisata maka semakin kuat posisi penawaran dalam sistem kepariwisataan. Untuk memperkuat posisi penawaran tersebut maka kualitas produk yang ditawarkan harus benar-benar diperhatikan (Ashoer dkk., 2021).

Isdarmanto (2017) mengatakan pada dasarnya konsep pengembangan suatu destinasi pariwisata harus memiliki tiga aspek pengembangan pariwisata yang meliputi *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. Adapun penjelasan mengenai tiga konsep dasar pengembangan pariwisata dijelaskan sebagai berikut.

- (a) *Something to see*, merujuk pada daya tarik visual atau atraksi yang ada di destinasi wisata, baik yang bersifat alami maupun buatan, dalam hal ini merupakan sesuatu yang menarik perhatian wisatawan secara visual dan menjadi alasan utama mereka mengunjungi suatu destinasi. Dengan kata lain destinasi tersebut harus mempunyai daya tarik khusus untuk mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung di destinasi tersebut.
- (b) *Something to do*, merujuk pada aktivitas atau pengalaman yang bisa dilakukan wisatawan di destinasi tersebut. Aktivitas ini menciptakan keterlibatan lebih dalam, memungkinkan wisatawan untuk berpartisipasi secara langsung dan merasa lebih terhubung dengan destinasi tersebut.
- (c) *Something to buy*, merujuk pada produk atau souvenir yang bisa dibeli oleh wisatawan sebagai bentuk kenang-kenangan atau oleh-oleh dari destinasi tersebut. Hal ini juga memainkan peran penting dalam mendukung ekonomi lokal karena pengeluaran wisatawan untuk belanja seringkali menjadi salah satu sumber pendapatan terbesar dalam pariwisata.

Suwena dan Widyatmaja (2017) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan suatu industri dengan kumpulan usaha pariwisata didalamnya yang menghasilkan barang dan jasa untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan selama di daerah tujuan wisata. Sementara itu, usaha pariwisata juga tercatat dalam UU No. 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang, usaha pariwisata dikelompokkan menjadi 13, yaitu usaha daya tarik wisata; kawasan pariwisata; jasa transportasi wisata; jasa perjalanan wisata; jasa makanan dan minuman; penyediaan akomodasi; penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; penyelenggaraan pertemuan, perjalanan intensif, konferensi, dan pameran; jasa informasi wisata; jasa konsultan pariwisata; jasa pramuwisata; wisata tirta; dan spa. Berikut merupakan penjelasan dari usaha pariwisata tersebut.

- (a) Daya tarik wisata, segala usaha yang kegiatannya mengelola objek daya tarik wisata alam, objek daya tarik wisata budaya, dan objek daya tarik wisata buatan. Usaha daya tarik wisata adalah usaha yang kegiatannya

mengelola daya tarik wisata. Tempat yang menjadi tujuan pengunjung kemudian disebut sebagai Objek Daya Tarik Wisata (ODTW).

- (b) Kawasan pariwisata, yaitu area atau wilayah yang diperuntukkan untuk pengembangan kepariwisataan. Usaha kawasan pariwisata ini berfokus pada beberapa daya tarik wisata yang berada di dalam satu area atau wilayah yang sama sehingga pengelolaannya bisa dibawahhi oleh developer atau pemerintah yang sama. Usaha kawasan pariwisata inilah yang biasanya disebut daerah tujuan wisata atau destinasi wisata.
- (c) Jasa transportasi wisata, usaha jasa transportasi wisata ini merupakan usaha khusus yang menyediakan angkutan untuk kebutuhan dan kegiatan pariwisata. Perusahaan transportasi mencakup transportasi darat, laut, dan udara. Untuk perusahaan jasa transportasi darat terdiri dari pelayanan bus, kereta, taksi, dan agen perjalanan. Perusahaan udara meliputi maspakai penerbangan, dan perusahaan laut terdiri atas pelayaran wisata dan pelayaran umum.
- (d) Jasa perjalanan wisata, jasa usaha perjalanan wisata merupakan suatu usaha yang bergerak dalam bidang jasa. Usaha ini meliputi usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan.atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata. Usaha agen ini meliputi usaha jasa pemesanan sarana, seperti tiket dan pemesanan akomodasi serta pengurusan dokumen perjalanan
- (e) Jasa makanan dan minuman, usaha jasa makanan dan minuman merupakan jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan produknya. Usaha jasa makanan dan minuman ini berupa restoran, kafe, bar/kedai minuman, jasa boga, dan warung makan.
- (f) Penyediaan akomodasi, usaha penyediaan akomodasi merupakan usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya. Usaha penyediaan akomodasi ini dapat berupa hotel, pondok, vila, motel, dan akomodasi serupa yang digunakan untuk tujuan pariwisata.

- (g) Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi adalah usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi ini merupakan sebuah usaha penyelenggaraan kegiatan berupa usaha seni pertunjukan seperti tari, musik, dan upacara adat suatu budaya setempat baik tradisional maupun modern.
- (h) Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, yaitu usaha penyelenggaraan pertemuan, perjalanan intensif, dan pameran atau yang dalam bahasa Inggris sering disebut MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) merupakan usaha dengan cara memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.
- (i) Jasa informasi wisata, merupakan usaha yang menyediakan data, berita, foto, video, dan hasil penelitian mengenai kepariwisataan yang disebarkan dalam bentuk bahan cetak dan/atau elektronik.
- (j) Jasa konsultan pariwisata, usaha yang menyediakan sarana dan rekomendasi mengenai studi kelayakan, perencanaan, pengelolaan usaha, penelitian, serta pemasaran di bidang kepariwisataan.
- (k) Jasa pramuwisata, usaha yang menyediakan dan mengkoordinasikan tenaga pemandu wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan kebutuhan biro perjalanan wisata.
- (l) Wisata tirta, jenis pariwisata yang berkaitan dengan kegiatan olahraga air, contohnya seperti pantai, danau, sungai, maupun kegiatan lain yang dapat dilakukan di perairan lepas seperti berlayar, maupun menyelam.
- (m) Spa, berkembangnya persepsi spa mendorong berkembangnya spa sebagai sebuah industri mulai dari *tipe a day spa* yang merupakan perawatan satu hingga *tipe destination spa* yang memiliki staff lengkap dan ahli di mana pengunjung harus menginap, menawarkan kesempatan dan peluang kepada bidang lain untuk menjadi industri spa.

b. Sub sistem eksternal

Sub sistem eksternal terdiri dari faktor-faktor yang tidak berpengaruh secara langsung atau dapat dikategorikan sebagai faktor pendukung. Namun, peran dari

elemen-elemen dalam subsistem eksternal ini tetap perlu dipertimbangkan dalam pariwisata (Wiweka & Arcana, 2019). Sistem eksternal terdiri dari:

- 1) Faktor alam/iklim, iklim telah lama menjadi faktor pendorong aktivitas pariwisata. Perbedaan iklim dapat menarik minat wisatawan untuk merasakan langsung iklim diluar kesahariannya (Priyanto, 2022). Contohnya seperti wisatawan yang tinggal di daerah dingin yang ingin menikmati suasana panas di daerah tropis, begitupun sebaliknya. Selain iklim, faktor pendorong aktivitas pariwisata juga dapat dilihat berdasarkan kondisi topografi suatu wilayah. Dalam penelitian Bermana (2016) mengelompokkan topografi menjadi 6 klasifikasi yaitu lereng landai (0 – 50 mdpl), bergelombang-bukit landai (51 – 75 mdpl), perbukitan curam (76 – 200 mdpl), perbukitan sangat curam (201 – 500 mdpl), pegunungan curam (501 – 1.000 mdpl), dan pegunungan sangat curam (> 1.000 mdpl). Selain itu, kualitas lingkungan memengaruhi preferensi wisatawan, lingkungan yang terpelihara dengan baik bisa menjadi daya tarik yang dijual kepada wisatawan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan daerah melalui kunjungan wisatawan daerah tersebut (Riani, 2021).
- 2) Faktor demografis, peran demografis penting dalam penyaluran produk dan jasa dalam sistem pariwisata. Ada tiga faktor yang secara tidak langsung memengaruhi aktivitas wisata, yaitu jumlah penduduk, perbandingan usia, serta persebarannya. Kondisi demografi yang didominasi generasi muda atau usia produktif umumnya memiliki sumber daya manusia yang baik karena dapat mengembangkan pariwisata dalam waktu singkat, selain karena fisik yang masih bagus dibandingkan usia non produktif, bisa juga karena profil generasi tersebut memiliki inovasi dan kreativitas yang dibutuhkan dalam industri pariwisata (Priyanto, 2022).
- 3) Faktor sosial budaya, faktor sosial budaya terbukti dapat memengaruhi perkembangan pariwisata di suatu destinasi. Di beberapa wilayah, nilai-nilai agama dapat memengaruhi persepsi wisatawan tentang kenyamanan atau kesesuaian destinasi. Daerah yang dikenal terbuka dan toleran terhadap berbagai agama dan keyakinan cenderung lebih menarik bagi wisatawan, sementara wilayah yang memiliki aturan agama yang ketat cenderung lebih

selektif terhadap tipe wisatawan yang datang. Sebagai contohnya Bali dengan masyarakatnya yang dianggap 'terbuka' dan mudah beradaptasi dengan kegiatan pariwisata akan berbeda dengan destinasi yang lebih tertutup seperti Aceh (Priyanto, 2022). Selain itu, perkembangan pariwisata juga dipengaruhi oleh adanya keberadaan kesenian dan kebudayaan sebagai salah satu komponen identitas budaya suatu masyarakat. Setiap budaya memiliki karakteristik khas dan berbeda dari tiap daerah lainnya dan menjadi sebuah promosi tak disengaja untuk menarik minat kunjungan (Sumbawa, 2018).

- 4) Faktor teknologi, di era teknologi seperti saat ini, teknologi memegang peranan yang sangat penting di semua bidang industri, salah satunya pariwisata. Karena keterbatasan perjalanan fisik, perusahaan industri pariwisata banyak memasarkan lokasi wisata mereka kepada wisatawan menggunakan saluran *online* seperti web, aplikasi ponsel pintar, dan media sosial, selain itu penyebaran informasi dan promosi pariwisata juga dapat tersebar lebih cepat melalui teknologi (Iswanto dkk., 2024).
- 5) Faktor ekonomi, kestabilan ekonomi baik dari wilayah tujuan maupun wilayah wisatawan dapat memengaruhi daya beli produk pariwisata. Di sisi lain perekonomian yang sehat di beberapa negara saat ini cenderung mendorong pariwisata sebagai sumber utama PDB bagi banyak negara (Priyanto, 2022). Kondisi ekonomi suatu daerah dapat dilihat dari nilai PDRB yang merupakan salah satu komponen penting sebagai upaya untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). PDRB juga dapat menggambarkan kemampuan daerah dalam mengelola sumber daya pembangunan yang dimilikinya, oleh karena itu PDRB di setiap daerah bervariasi sesuai dengan potensi yang dimiliki dan faktor produksi masing-masing daerah. Dengan PDRB yang meningkat maka akan menambah penerimaan daerah untuk membiayai program-program pembangunan yang selanjutnya akan mendorong produktivitasnya (Widiyanti & Dewanti, 2017).
- 6) Faktor politik, kebijakan politik yang pro pariwisata memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan industri pariwisata karena adanya dukungan dan perhatian langsung dari pemerintah yang bersangkutan (Priyatno, 2022).

- 7) Faktor keselamatan dan keamanan merupakan salah satu faktor kunci dalam keberadaan pariwisata. Wisatawan membutuhkan jaminan keamanan untuk melakukan kegiatan pariwisata hingga kembali ke tempat asalnya (Wiweka & Arcana, 2019).
- 8) Faktor perdagangan internasional, kemudahan perdagangan internasional mendorong pertumbuhan pariwisata dalam hal ekspor dan impor komoditas utama industri pariwisata, baik produk seperti makanan, minuman ataupun manufaktur serta jasa seperti sumber daya manusia (Wiweka & Arcana, 2019).

2.3 Daya Saing Pariwisata

Berdasarkan *World Economic Forum* (2020), daya saing menjadi tolak ukur kesuksesan pemerintah daerah guna meningkatkan perekonomian daerahnya. Daya saing pariwisata merupakan suatu kemampuan atau usaha untuk menarik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik untuk datang ke lokasi wisatawan. Daya saing merupakan gabungan dari kebijakan, lembaga, dan faktor yang menentukan tingkat produktivitas suatu wilayah. Dalam hal ini, tingkat produktivitas menentukan tingkat kesejahteraan dan tingkat pengembalian investasi yang kemudian akan menjadi dasar pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah.

Daya saing menurut Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 Tentang Standar Proses merupakan kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau bermakna. Adapun kemampuan yang dimaksud yaitu kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, kemampuan menghubungkan lingkungannya, kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti serta kemampuan menegakkan posisi yang saling menguntungkan. Dari pengertian daya saing di atas dapat disimpulkan bahwa suatu wilayah yang memiliki daya saing tinggi, perekonomiannya dapat bertumbuh dengan cepat.

Daya saing juga dapat dijabarkan dari sisi permintaan (*demand*) dan dari sisi penawaran (*supply*). Dari sisi permintaan, kemampuan daya saing bisa diartikan bahwa produk pariwisata yang dijual wajib produk yang sudah sesuai dengan atribut yang dituntut oleh konsumen atau produk yang bernilai tinggi oleh konsumen.

Pengukuran daya saing pariwisata penting untuk memberikan gambaran posisi daya saing di suatu wilayah agar bisa menentukan strategi kebijakan yang perlu diambil oleh pemerintah daerah untuk mengembangkan sektor pariwisata dengan memerhatikan indikator-indikator penentu daya saingnya (Rini & Ma'ruf, 2017).

Ada beberapa cara untuk mengukur nilai daya saing pariwisata suatu wilayah bisa dengan beberapa cara, diantaranya yaitu *Competitiveness Monitor*, *Porter's Diamond*, dan *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI). Pada penelitian Rini dan Ma'ruf (2017) dan Fajarin (2020) menggunakan model *Porter's Diamond* dengan empat elemen penting yaitu kondisi faktor, kondisi permintaan, industri yang berhubungan dan mendukung, serta dan strategi daerah. Masing-masing faktor memiliki beberapa variabel yang mewakilinya. Variabel-variabel yang mewakili faktor dijabarkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Daya saing model *Porter's Diamond*

Faktor	Variabel
Kondis faktor	Jumlah objek wisata
	Jumlah tenaga kerja
	Pariwisata
Kondisi permintaan	Jumlah wisatawan nusantara
	Jumlah wisatawan mancanegara
Strategi daerah	Anggaran pemerintah dalam sektor pariwisata
	Kondisi infrastruktur
Industri pendukung terkait	Jumlah hotel
	Jumlah restoran dan rumah makan
	Jumlah biro perjalanan wisata

Sumber: Rini dan Ma'ruf (2017)

Di penelitian Kusumawardhani (2020), daya saing juga bisa diukur menggunakan metode yang dikenal dengan *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) yang dirumuskan oleh *World Economic Forum* (2020) yang menggunakan 14 pilar, yaitu:

- a. *Business environment*, indikator ini menjelaskan bagaimana sebuah wilayah menempatkan kebijakan dalam melakukan bisnis dan menciptakan suatu lingkungan bisnis yang kondusif bagi suatu perusahaan.
- b. *Safety and security*, indikator ini menjelaskan bagaimana keselamatan dan keamanan sebagai suatu faktor yang penting untuk menentukan daya saing industri pariwisata.

- c. *Health and hygiene*, indikator ini menjelaskan bahwa kesehatan dan higienitas merupakan faktor pendukung dalam daya saing pada industri travel dan pariwisata.
- d. *Human resources and labour market*, indikator ini menjelaskan bahwa sumber daya manusia (SDM) berperan sangat penting dalam hal keberlangsungan, efektivitas, dan daya saing di suatu wilayah.
- e. *ICT readiness*, indikator ini menjelaskan bahwa salah satu faktor pendukung yang berperan penting dalam sektor travel dan pariwisata adalah layanan internet dan operasi bisnis.
- f. *Prioritization of travel & tourism*, indikator ini menjelaskan sejauh mana pemerintah di suatu wilayah memprioritaskan sektor travel dan pariwisata
- g. *International openness*, indikator ini menjelaskan bahwa bagaimana suatu negara mengembangkan sektor travel dan pariwisata yangn kompetitif secara internasional.
- h. *Price competitiveness*, Indikator ini menjelaskan biaya perjalanan dan akomodasi untuk ke sebuah wilayah tujuan.
- i. *Environmental sustainability*, Indikator ini menjelaskan pentingnya lingkungan yang nyaman untuk menyediakan tempat atau lokasi yang menarik untuk wisatawan.
- j. *Air transport infrastructure*, Indikator ini menjelaskan bagaimana aksesibilitas suatu wilayah sangat penting untuk kemudahan akses wisatawan ke dan dari negara.
- k. *Ground and port infrastructure*, indikator ini menjelaskan ketersediaan transportasi yang efisien dan mudah diakses ke pusat-pusat bisnis dan tempat wisata.
- l. *Tourist service infrastructure*, indikator ini menjelaskan ketersediaan akomodasi, *resort*, dan fasilitas hiburan sebagai penunjang fasilitas.
- m. *Natural resources*, indikator ini menjelaskan negara-negara dengan aset alam jelas memiliki keunggulan kompetitif dalam menarik wisatawan
- n. *Cultural resources and business travel*, indikator ini menjelaskan sumber daya budaya suatu wilayah sebagai pendorong penting daya saing travel dan pariwisata.

Sementara itu Koranti *et al.* (2019); Nabilah dkk., (2024); dan Kamaruddin dkk., (2019) memakai metode *Competitiveness Monitor* yang merupakan rumusan dari *World Travel and Tourism Council* (WTTC) dan *Christel De Haan Tourism and Travel Research Institute* (TTRI) *University of Nottingham* dalam penelitiannya untuk mengukur nilai indek daya saing pariwisata. Adapun metode *Competitiveness Monitor* ini menggunakan delapan indikator terkait pariwisata, indikator yang dimaksud antara lain yaitu *Human Tourism Indicator* (HTI), *Price Competitiveness Indicator* (PCI), *Infrastructure Development Indicator* (IDI), *Environment Indicator* (EI), *Technology Advancement Indicator* (TAI), *Human Resources Indicator* (HRI), *Openness Indicator* (OI), dan *Social Development Indicator* (SDI).

2.4 Competitiveness Monitor

Metode *World Travel and Tourism Council* (WTTC) dan *Christel De Haan Tourism and Travel Research Institute* (TTRI) yang dirumuskan pada tahun 2001, digunakan sebagai alat ukur daya saing pariwisata. Kemudian pada tahun-tahun berikutnya disempurnakan oleh Goorochurn dan Sugiarto (2004) yang memperbaiki dan memperluas metodologi yang digunakan dalam kedua indeks ini.

Berdasarkan Goorochurn dan Sugiarto (2004) dalam Navickas & Malakauskaite (2009), metode *Competitiveness Monitor* dapat diaplikasikan sebagai alat ukur daya saing pariwisata. 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. Metode ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yaitu dengan melakukan penghitungan indeks daya saing pariwisata dengan memasukkan seluruh indikator daya saing sebanyak delapan indikator sebagai berikut.

- a. *Human Tourism Indicator* (HTI), menunjukkan pencapaian pembangunan manusia dalam konteks aktivitas pariwisata. Terdapat dua cara untuk mengukur HTI, yang pertama dengan cara menggunakan *Tourism Impact Index* (TII) yang didapat dari rasio PAD pariwisata dan PDB suatu wilayah dan yang kedua dengan menggunakan *Tourism Participation Index* (TPI) yang didapat dari rasio jumlah wisatawan dan jumlah penduduk setempat.
- b. *Price Competitiveness Indicator* (PCI), indikator yang menunjukkan harga komoditi yang dikonsumsi oleh wisatawan selama berwisata di daerah tersebut, seperti biaya perjalanan, akomodasi, sewa kendaraan, dan lain sebagainya. PCI memakai pengukuran *Purchasing Power Parity* (PPP) dengan cara jumlah wisatawan dikali rata-rata tarif hotel dan dikalikan lagi dengan rata-rata masa tinggal wisatawan untuk mencerminkan biaya yang dikeluarkan oleh wisatawan.
- c. *Infrastructure Development Indicator* (IDI), indikator yang menunjukkan perkembangan infrastruktur di suatu daerah tujuan wisata, yang dimana jalan merupakan salah satu infrastruktur penting untuk mencapai tujuan tempat wisata. Menurut World Economic Forum (2019), infrastruktur transportasi dan pelayanan wisata merupakan "arteri" penting bagi industri pariwisata, karena wilayah yang memiliki infrastruktur berkembang dengan baik cenderung mengalami pertumbuhan jumlah wisatawan yang lebih cepat, sebaliknya daerah dengan infrastruktur yang kurang berkembang akan kesulitan menangani lonjakan jumlah wisatawan dan menjaga daya saing. Daya saing juga terkait dengan pembangunan infrastruktur, yang dalam *Competitiveness Monitor* diwakili oleh pembangunan jalan, akses terhadap fasilitas sanitasi yang lebih baik dan akses terhadap air minum. Indeks jalan menunjukkan total panjang jalan di suatu wilayah dibandingkan dengan panjang jalan yang diharapkan sesuai dengan besaran populasi, kepadatan penduduk, dan pendapatan per kapita (Gooroochurn & Sugiyarto, 2005).
- d. *Environment Indicator* (EI), menunjukkan kualitas lingkungan dan sejauh mana suatu wilayah sadar dan terlibat dalam pengelolaan lingkungan hidup. Indikator EI bisa dihitung menggunakan data indeks kepadatan penduduk, emisi karbon, serta ratifikasi perjanjian lingkungan internasional sebagai variabel utama. Indeks kepadatan penduduk digambarkan dengan rasio jumlah penduduk di

suatu wilayah dibagi dengan luas wilayah, sedangkan untuk data emisi CO² mencakup gas yang berasal dari pembakaran bahan fosil, pembuatan semen, dan konsumsi bahan bakar padat, cair, dan gas. Kualitas lingkungan merupakan aset penting bagi suatu pariwisata mengingat semakin banyaknya wisatawan yang sadar lingkungan.

- e. *Technology Advancement Indicator* (TAI), merupakan indikator yang menunjukkan kemajuan teknologi di suatu wilayah atau perkembangan teknologi modern seperti penggunaan internet, jumlah saluran telepon, dan ekspor teknologi tinggi. Indikator ini menggambarkan adopsi teknologi dalam mendukung pariwisata.
- f. *Human Resources Indicator* (HRI), indikator ini menggambarkan sumber daya manusia dalam artian menunjukkan perkembangan kualitas sumber daya manusia di suatu wilayah sehingga diimplikasikan hal ini berpengaruh terhadap pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Nilai HRI dapat diukur menggunakan indeks pendidikan yang didalamnya terdapat perbandingan antara jumlah penduduk yang melek huruf dengan jumlah penduduk yang memiliki tingkat pendidikan mulai dari pendidikan dasar hingga perguruan tinggi.
- g. *Openess Indicator* (OI), menunjukkan tingkat keterbukaan destinasi wisata terhadap kunjungan wisatawan mancanegara di daerah tujuan wisata. Ini mencakup kebijakan visa, keterbukaan terhadap wisatawan internasional, keterbukaan perdagangan, dan pajak internasional.
- h. *Social Development Indicator* (SDI), indikator pembangunan sosial ini menunjukkan tingkat kenyamanan dan keamanan para wisatawan di daerah tujuan wisata. Indikator SDI ini diukur dengan menggunakan rata-rata lama tinggal wisatawan di daerah tujuan wisata.

Delapan indikator tersebut mencakup berbagai dimensi yang memiliki pengaruh dalam daya saing pariwisata. Akibatnya, setiap indikator memiliki kepentingan masing-masing dalam mengukur indeks daya saing (Mazanez & Ring, 2011). Meskipun demikian, karena masing-masing mewakili dimensi yang esensial dalam menentukan daya saing, indikator-indikator ini tidak hanya berdiri sendiri, tetapi juga memiliki sifat dependen (Mazanez et al., 2007).

Competitiveness Monitor dapat digunakan untuk mengukur dan membandingkan daya saing antar daerah dengan melihat berbagai indikatornya. Dalam konteks pariwisata, *Competitiveness Monitor* digunakan untuk menilai dan membandingkan daya saing pariwisata di tingkat global atau nasional. Pengukuran ini membantu dalam menilai kinerja setiap daerah dan dapat memberikan gambaran tentang bagaimana suatu daerah dapat bersaing dalam skala nasional. Mengingat sektor pariwisata semakin berkembang, maka penting untuk melakukan pemantauan daya saing untuk memahami pariwisata mereka sendiri, dan memungkinkan juga untuk mengetahui kemampuan dari wilayah lain terkait pariwisata mereka (Sira & Pukala, 2019).

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini memiliki beberapa acuan yang digunakan sebagai pedoman. Di bawah ini terdapat Tabel 1 yang di mana ada beberapa penelitian/perencanaan yang telah ada sebelumnya yang menjadi acuan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 2 Penelitian terdahulu

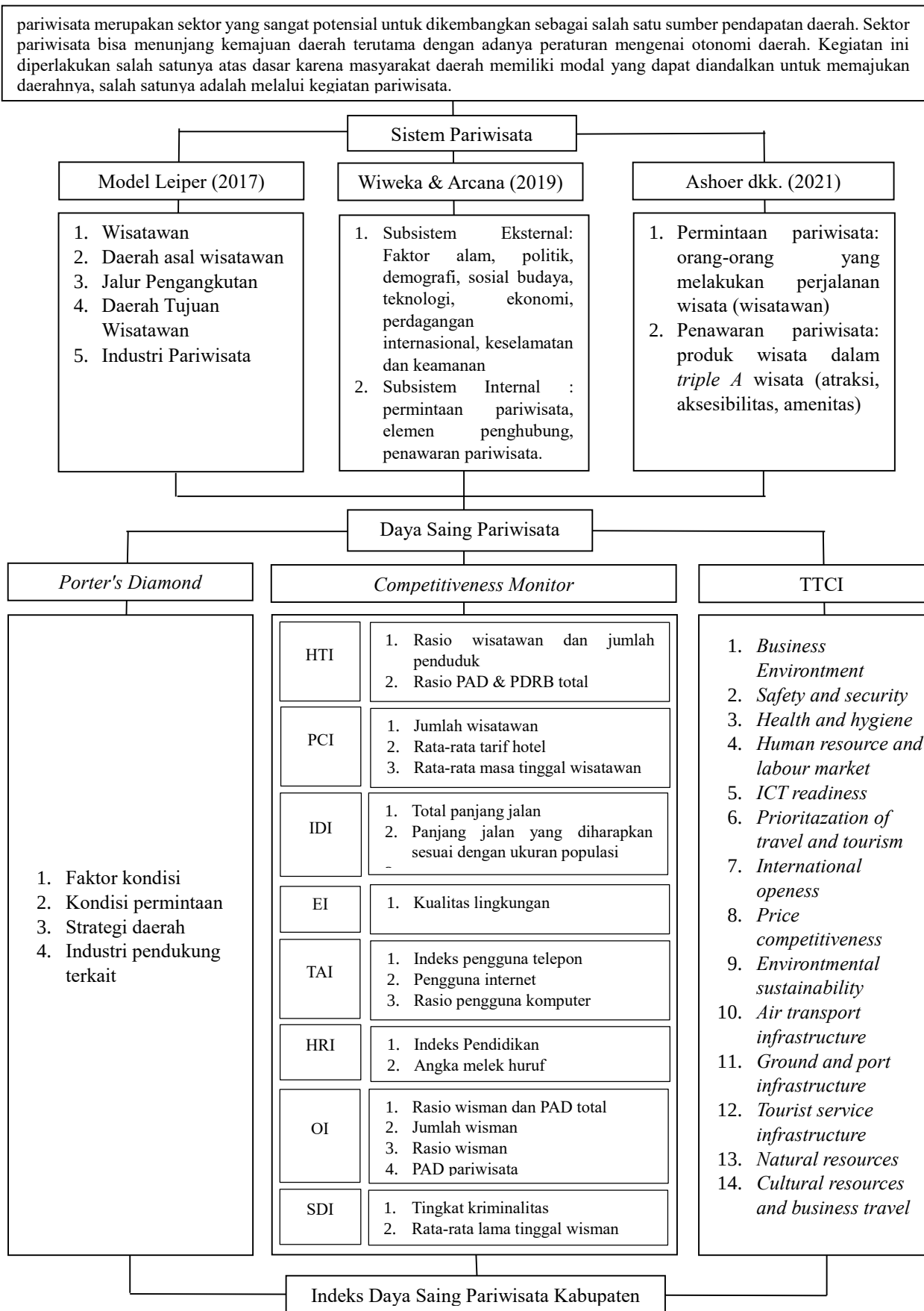
No	Peneliti (Tahun)	Judul	Tujuan	Metode Analisis	Hasil Penelitian	Sumber Penelitian
1.	Koranti <i>et al.</i> (2019)	<i>Competitiveness Monitor in Measuring the Competitiveness Level of Tourist Villages in Indonesia</i>	Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat daya saing desa wisata di Indonesia	Analisis daya saing dengan metode <i>Competitiveness Monitor</i>	Indeks daya saing pariwisata di desa wisata Kopeng lebih tinggi dibandingkan dengan desa wisata Ngrawan dan desa wisata Gemawang	<i>Journal of Economics and Business</i> 2(2), 334-344. 10.31014/aior.1992.02.02.90
2.	Nabilah, F. A., Valeriani, D., Agustina, D. (2024)	Analisis Daya Saing Pariwisata untuk Meningkatkan perekonomian Daerah di Kabupaten Bangka	Mengetahui ukuran tingkat daya saing pariwisata di Kabupaten Bangka	Analisis daya saing dengan menggunakan metode <i>Competitiveness Monitor</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing pariwisata di Kabupaten Bangka Tahun 2018-2020 termasuk dalam kriteria rendah, karena terdapat empat indikator kriteria tidak kompetitif yaitu, <i>Human Tourism Indicator</i> (HTI), <i>Infrastructure Development Indicator</i> (IDI), <i>Technology Advancement Indicator</i> (TAI), <i>Openess Indicator</i> (OI), serta <i>Social Development Indicator</i> (SDI). Selain itu terdapat tiga indikator dengan kriteria kurang kompetitif yaitu, <i>Price Competitiveness Indicator</i> (PCI), <i>Environment Indicator</i> (EI), dan <i>Human Resources Indicator</i> (HRI).	Jurnal Industri Pariwisata, 6(2), 128-142. https://doi.org/10.36441/pariwisata.v6i2.1396
3.	Fajarin, Iga (2020)	Analisis Daya Saing Sektor Pariwisata Kab. Banyuwangi: Pendekatan <i>Competitiveness</i>	Menganalisis daya saing dan faktor-faktor yang memengaruhi industri pariwisata terhadap perekonomian Kab. Banyuwangi	Deskriptif Kuantitatif dengan metode <i>Porter's Diamond</i> dan metode <i>Competitiveness Monitor</i>	Rekomendasi kebijakan dan strategi untuk mengembangkan Kab. Banyuwangi menjadi daerah tujuan wisatawan	Jurnal Ilmiah Vol. 8(2). https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6498/5670

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Tujuan	Metode Analisis	Hasil Penelitian	Sumber Penelitian
		<i>Monitor & Porter's Diamond</i>				
4.	Kamaruddin, Sutanty, M., & Suharni. (2019)	Analisis Daya Saing Pariwisata Kecamatan Badas Labuhan Kabupaten Sumbawa untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah	Bertujuan untuk menganalisis daya saing industri pariwisata di Kecamatan Labuhan Badas yang memiliki potensi Pariwisata.	Metode deskriptif kuantitatif dan metode analisis <i>Competitiveness Monitor</i>	Berdasarkan hasil analisis posisi daya saing pariwisata Kecamatan Labuhan Badas tidak terlalu baik jika di bandingkan dengan Kecamatan Sumbawa, indeks daya saing pariwisata yang unggul di Kecamatan Labuhan Badas hanya unggul dalam beberapa indikator penentu daya saing yaitu, <i>Human Resources Indicator</i> (HRI) dan <i>Price Competitiveness Indicator</i> (PCI) sehingga dapat dikatakan daya saing pariwisata Kecamatan Labuhan Badas tergolong rendah.	Jurnal Ilmu Ekonomi 6(4), 653-664. https://doi.org/10.58406/jeb.v7i3.544
5.	Puspitasari, N., & Rahmawati, F. (2022)	Analisis Indeks Daya Saing dan Pengaruh Sektor Pariwisata dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah Kota Batu	Penelitian ini untuk meningkatkan perekonomian di sektor pariwisata di Kota Batu menggunakan metode deskriptif kuantitatif melalui analisis indeks daya saing pariwisata dan uji regresi linier berganda.	Analisis shift share dan analisis daya saing pendekatan <i>Porter's Diamond</i>	Hasil yang diperoleh untuk pilar indeks daya saing pariwisata antarlain lingkungan bisnis, keamanan dan kenyamanan, sumber daya manusia, persaingan harga, keberlanjutan lingkungan, transportasi darat dalam tahap berkembang sedangkan pilar kesehatan dan kenyamanan, kesiapan TIK, prioritas pariwisata dan perjalanan, keterbukaan internasional dan pelayanan pariwisata belum berkembang.	OECONOMICUS Journa of Economics, 6(2), 59-72 http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/oje

Sumber: Penulis, 2024.

2.6 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep penelitian merupakan landasan dari penelitian yang dibuat oleh penulis, yang dibentuk melalui tinjauan pustaka untuk mengidentifikasi beragam indikator dari berbagai variabel. Proses penyelesaian masalah melibatkan penggunaan berbagai indikator yang berasal dari variabel-variabel yang telah ditetapkan. Hal ini bertujuan untuk membentuk kerangka konsep yang kemudian diilustrasikan dalam Gambar 2.



Gambar 2 Kerangka konsep penelitian
Sumber: Analisis penulis, 2024.