

**ANALISIS INDIKATOR DAYA SAING INDUSTRI PARIWISATA DI
KABUPATEN PESAWARAN**

Skripsi

**Oleh
Arnoldhi Pradisco**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

ABSTRACT

ANALYSIS INDICATORS OF TOURISM INDUSTRY COMPETITIVENESS IN THE DISTRICT PESAWARAN

by

Arnoldhi Pradisco

Tourism sector is one of strategic sector's in enhancing local revenue. Revenue from tourism activities have contributed in employment, promote employment in these sub-sectors of tourism. In this study the tourism object to be studied is Pesawaran regency which is one of the areas that have the potential for high value tourism. In this research measuring the competitiveness of the tourism industry can use variables competitiveness using eight indicators used World tourism organization (WTO), namely, 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) and the Social Development Indicator (SDI). This study uses secondary data. The analytical method used in this study is the tourism competitiveness index. The analysis showed that the tourism competitiveness in the eighth indicator variable openness Indicator (OI) shows the value of low competitiveness, while other indicators have high competitiveness.

Keywords: Competitiveness , Competitiveness index, Composite Index ,Tourism, Tourism Competitiveness Index ,Tourism Index

ABSTRAK

ANALISIS INDIKATOR DAYA SAING INDUSTRI PARIWISATA DI KABUPATEN PESAWARAN

Oleh

Arnoldhi Pradisco

Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor yang strategis dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Pendapatan dari kegiatan pariwisata memiliki kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, mendorong kesempatan pada sub-sub sektor pariwisata. Pada Penelitian ini objek pariwisata yang akan diteliti adalah Kabupaten Pesawaran yang merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi pariwisata bernilai jual tinggi. Dalam Penelitian ini pengukuran daya saing industri pariwisata dapat menggunakan variabel daya saing dengan menggunakan delapan indikator yang digunakan *World tourism organization* (WTO) yaitu, *Human Tourism Indicator* (HTI), *Price Competitiveness Indicator* (PCI), *Infrastructure Development Indicator* (IDI), *Environment Indicator* (EI), *Technology Advancement Indicator* (TAI), *Human Resources Indicator* (HRI), *Openess Indicator* (OI) dan *Social Development Indicator* (SDI). Penelitian ini menggunakan data sekunder. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah indeks daya saing pariwisata. Hasil analisis menunjukkan bahwa daya saing pariwisata pada kedelapan indikator variabel *Openess Indicator* (OI) menunjukkan nilai daya saing rendah, sedangkan indikator lainnya memiliki daya saing tinggi.

Kata Kunci :Daya Saing, Indeks Daya Saing Pariwisata, Indeks Pariwisata, Indeks Komposit, Pariwisata

**ANALISIS INDIKATOR DAYA SAING INDUSTRI PARIWISATA DI
KABUPATEN PESAWARAN**

**Oleh
Arnoldhi Pradisco**

**Skripsi
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI**

Pada

**Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

Judul Skripsi : **ANALISIS INDIKATOR DAYA SAING
INDUSTRI PARIWISATA DI KABUPATEN
PESAWARAN**

Nama Mahasiswa : Arnoldhi Pradisco

No. Pokok Mahasiswa : 1411021018

Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI

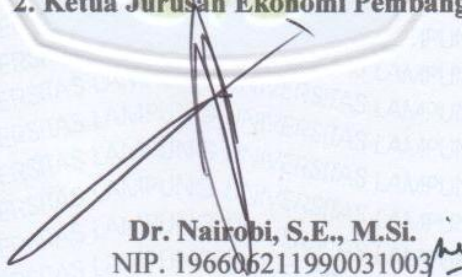
1. Komisi Pembimbing

Pembimbing



Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si.
NIP 19560325 198303 1002

2. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

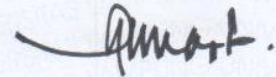


Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 196606211990031003

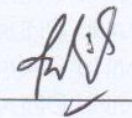
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

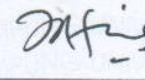
Ketua : Dr. Toto Gunarto., S.E., M.Si.



Penguji I : Dr. Arivina Ratih Yulihar T., S.E., M.M



Penguji II : Emi Maimunah S.E.,M.Si.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Prof. Dr. H. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
NIP. 19610904 198703 1 011

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 10 Oktober 2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Bandar Lampung, 5 November 2019



Arnoldhi Pradisco

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kota Metro, pada tanggal 21 september 1996 dari pasangan Tirtonodi dan Eli Sri Suryani. Penulis merupakan putra kedua dari ketiga bersaudara.

Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di sekolah Pertiwi Teladan Kota Metro dan lulus pada tahun 2008. Sekolah Menengah Pertama (SMP) diselesaikan pada tahun 2011 dari SMPN 2 Kota Metro. Kemudian penulis melanjutkan ke tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMAN Negeri 4 Kota Metro dan lulus pada tahun 2014.

Pada tahun 2014 penulis diterima sebagai mahasiswa jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Selama mengikuti perkuliahan, penulis menjadi pengurus Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (HIMEPA) sebagai Kepala Biro Hubungan Masyarakat tahun 2016.

MOTTO

“Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.”

(QS Al-Ankabut [29]: 6)

Balas dendam Terbaik adalah mendapatkan kesuksesan yang besar

(Frank Sinatra)

“ Jadilah diri anda sendiri. Tidak akan ada satupun orang yang akan menyalahkan anda

(Charles Schultz)

“Jika belum bisa meringankan jangan memberatkan”

(Arnoldhi Pradisco)

PERSEMBAHAN

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu ALLAH SWT telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita impianku.

Lantunan Al-fatihah beriring Shalawat dalam silahku merintih, menadahkan doa dalam syukur yang tiada terkira, terima kasihku untukmu. Kupersembahkan sebuah karya kecil ini untuk kedua orang tuaku tercinta, Bapak Tirtonodi dan Ibu Eli Sri Suryani, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Terimalah bukti kecil ini sebagai hadiah keseriusanku untuk membalas semua pengorbananmu. Dalam hidupmu demi hidupku kalian ikhlas mengorbankan segala perasaan tanpa kenal lelah, dalam lapar berjuang separuh nyawa hingga segalanya kalian berikan dan Almamater tercinta Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

SANWACANA

Puji syukur kepada Allah SWT, atas karunia serta kemudahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Analisis Indikator Daya Saing Industri Pariwisata di Kabupaten Pesawaran” adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penelitian ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dari pihak lain baik dari segi moral dan materi. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Toto Gunarto, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, pelajaran, perhatian, motivasi dan nasihat yang sangat berharga bagi penulis.

5. Ibu Dr.Arivina Ratih Yulihar T, S.E., M.M. selaku dosen pembahas yang telah banyak memberikan pelajaran, bimbingan, masukan dan perhatian yang sangat berharga bagi penulis.
6. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku dosen pembahas yang telah banyak memberikan bimbingan, pelajaran, perhatian, motivasi dan nasihat yang sangat berharga bagi penulis.
7. Bapak Dr.Yoke Muelgini, M.Sc. selaku pembimbing akademik yang memberikan nasehat dan bimbingan untuk perkembangan studi penulis.
8. Para Dosen dan Staf di Jurusan Ekonomi Pembangunan yang telah mengajar dengan penuh kedisiplinan namun penuh cinta.
9. Ayahku tercinta Tirtonodi, Ibuku tercinta Eli Sri Suryani, Kakakku Dio Bermano,dan adikku Andikha Awara serta semua keluarga yang telah mendukung selama ini.
10. Sahabat-sahabat sepermainan,Yusup , Huriya, Fari, Dio, Doni, Rico, Thaipan, Imanez, Rama, Firdo yang telah memberikanku keceriaan,motivasi semangat dan pengalaman yang berharga.
11. Teman-teman dan sahabatku di Ekonomi Pembangunan 2014 Agus, Mamad, Afwan, Rizzo, Japran, Farid, Vickry, Ridho, Andri, Diki, Ifan, Arya, Ruli, Udin, Sofie, Rahayu, Dewi,Aulia dan semua teman-teman yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungannya kepada penulis dalam proses perkuliahan ini.
12. Kakak-Kakak Tingkatku , Alm Bang Ical, Bang ketut, bang Yaser, bang khanif, bang oji, bang Boy, bang Yahya, bang Julian Bewok, bang Tio, bang Indra,bang Ikram, bang Ridel, bang Arpan. terima kasih kalian selalu

menemani penulis dan selalu memberikan semangat untuk berjuang dalam proses pembelajaran kehidupan di kampus ini.

13. Teman-teman Demisioner Himepa, Aji, Sule, Putri, Halvis, Rendra, Uktiya, Murni, Dimas, Kanti, Dek onah, Ais, Tami, Dona dan Raden yang menemani penulis selama masa perkuliahan, dan selalu memberikan semangat bagi penulis.
14. Teman seperjuangan KKN di Sumur Bandung,Lampung Timur.Raka, Ophi, Maul, Celly, Bang eddy, yang selalu memberi doa dan dukungan agar skripsi ini selesai

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentunya mempunyai banyak kekurangan sehingga informasi tambahan, saran dan kritik untuk pengembangan lebih lanjut sangatlah penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandar Lampung,

Penulis,

Arnoldhi Pradisco

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Teoritis	9
1. Pengertian Daya Saing	9
2. Cara Menentukan Daya Saing.....	12
3. Industri Pariwisata.....	15
4. Permintaan Industri Pariwisata.....	16
5. Parwisata	17
B. Tinjauan Empiris.....	35
C. Kerangka Pemikiran.....	36
III. METODE PENELITIAN	41
A. Jenis dan Sumber Data.....	41
B. Definisi Operasional	41
C. Metode Analisis Data.....	45
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	47
1. Kondisi Geografis	47
2. Kondisi Demografis	48
3. Potensi Objek Wisata	49
4. Perkembangan Pariwisata	52
5. Analisis Data dan Pembahasan	54
a. Indeks Pariwisata.....	55
b. Indeks Komposit	59
c. Indeks Daya Saing Pariwisata	60

V. KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2014-2016.....	2
2. Distribusi Kunjungan Wisatawan Nusantara & Mancanegara di Kabupaten dan Kota Se-Provinsi Lampung Tahun 2017	3
3. Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Pesawaran, Tahun 2012-2016.....	4
4. Tinjauan Empiris.....	35
5. Luas Wilayah Administratif Kabupaten Pesawaran Berdasarkan Kecamatan Tahun 2017	48
6. Jumlah Penduduk Kabupaten Pesawaran Tahun 2013-2017	49
7. Data kunjungan wisatawan Kabupaten Pesawaran	52
8. Daftar Hotel dan Penginapan di Kabupaten Pesawaran beserta Harga per Malam	53
9. Perkembangan Indikator Daya Saing Pariwisata Kabupaten Pesawaran periode 2013-2017	55
10. Indeks Pariwisata Kabupaten Pesawaran pada tahun 2013-2017	55
11. Hasil Indeks Komposit Kabupaten Pesawaran	59
12. Indeks Daya Saing Kabupaten Pesawaran	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	40

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat strategis dan memiliki trend kontribusi positif terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia. Menurut data BPS, pada tahun 2010 pariwisata menempati urutan kelima sebagai penghasil devisa terbesar di bawah minyak dan gas bumi, batu bara, minyak kelapa sawit, dan karet olahan dengan nilai devisa sebesar 7,6 milyar USD. Pada tahun 2014 pariwisata menjadi penghasil devisa terbesar keempat dengan total devisa yang diterima sebesar 11,2 milyar USD. (Kementrian Pariwisata, 2014)

Beberapa organisasi internasional seperti perserikatan bangsa-bangsa (PBB), Bank Dunia dan *World Tourism Organization* (WTO), mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Kegiatan sektor pariwisata juga memberikan kontribusi penting dalam penyerapan tenaga kerja, mendorong kesempatan berusaha pada sektor pariwisata seperti hotel, biro perjalanan, restoran, rumah makan, transportasi, *meeting, incentive, convention, and exhibition* (MICE), industri-industri kerajinan di kawasan kunjungan wisata. Perkembangan pariwisata juga mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan permintaan, baik konsumsi maupun investasi yang pada gilirannya akan menimbulkan kegiatan produksi barang dan jasa.

Provinsi Lampung adalah provinsi yang berada di ujung bagian selatan pulau Sumatera. Berbagai macam wisata yang terdapat di Provinsi Lampung antara lain terdiri dari wisata sejarah, wisata budaya, wisata alam. Potensi wisata ini terbukti mampu mendatangkan wisatawan ke Provinsi Lampung setiap tahunnya, berikut ini adalah data kunjungan wisatawan yang datang ke Provinsi Lampung tahun 2014-2016

Tabel 1. Data Kunjungan Wisatawan ke Provinsi Lampung Tahun 2014-2016

Tahun	Wisatawan		Total
	Nusantara	Mancanegara	
2014	1.448.059	10.028	1.458.087
2015	1.982.910	36.942	2.019.852
2016	2.136.103	37.503	2.173.606

Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung Tahun 2017(diolah)

Data Pada tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan di Provinsi Lampung dalam tiga tahun terakhir mengalami peningkatan baik wisatawan Nusantara maupun wisatawan mancanegara. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah menaruh perhatian yang khusus dalam pengelolaan potensi wisata yang ada.

Salah satu wilayah di Provinsi Lampung yang sedang fokus mengembangkan potensi wilayah adalah Kabupaten Pesawaran. Kabupaten pesawaran merupakan kabupaten yang baru mengalami pemekaran dan resmi berdiri pada tanggal 2 November 2007 dengan luas wilayah 117.377 hektar. Dalam hal pariwisata Kabupaten Pesawaran memiliki tingkat kunjungan tertinggi ketiga pada tahun 2017, berikut ini jumlah kunjungan wisatawan per kabupaten/kota di Provinsi Lampung tahun 2017.

Tabel 2. Distribusi Kunjungan Wisatawan Nusantara & Mancanegara di Kabupaten dan Kota Se-Provinsi Lampung Tahun 2017

Nama Kabupaten/Kota	Wisatawan		Jumlah
	Nusantara	Mancanegara	
Kota Bandar Lampung	1004114	13169	1017283
Kota Metro	16843	36	16879
Kabupaten Lampung Selatan	857828	6295	864123
Kabupaten Lampung Timur	51577	1401	52978
Kabupaten Tulang Bawang	21070	269	21339
Kabupaten Lampung Tengah	14261	749	15010
Kabupaten Way kanan	727	0	727
Kabupaten Lampung Utara	2459	154	2613
Kabupaten Lampung Barat	47364	12077	59441
Kabupaten Tanggamus	9500	3250	12750
Kabupaten Pesawaran	675344	675344	682997
Kabupaten Pringsewu	0	0	0
Kabupaten Mesuji	0	0	0
Kabupaten Tulang Bawang Barat	0	0	0

Sumber : Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung Tahun 2017(Diolah)

Dilihat dari Tabel 2 bahwa Kabupaten Pesawaran memiliki tingkat kunjungan yang tinggi pada tahun 2017, Kabupaten Pesawaran merupakan wilayah yang sangat potensial dalam usaha pengembangan pariwisata di Provinsi Lampung, hal ini bisa dilihat dari kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun nusantar yang menduduki peringkat ketiga setelah kota Bandar Lampung dan Kabupaten Lampung Selatan. Meskipun Kabupaten Pesawaran merupakan wilayah yang baru mengalami pemekaran, dalam hal pariwisata ternyata mampu bersaing dan mampu mendatangkan banyak wisatawan. Objek wisata di Pesawaran digolongkan menjadi tiga golongan wisata yakni, wisata pantai, wisata pulau, wisata alam, dan wisata sejarah. Berikut ini adalah jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Pesawaran tahun 2012-2016

Tabel 3. Jumlah Kunjungan Wisatawan Kabupaten Pesawaran, Tahun 2012-2016

Nama Tempat Hiburan	2012	2013	2014	2015	2016
A. OBYEK WISATA TIRTA					
Pantai Mutun (MS TOWN beach)	60227	171154	179154	183951	182004
Pantai Mutun Haruna Jaya	55105	149832	144011	162293	157782
Pantai Queen Artha	16711	22964	27764	29377	28321
Pantai Teluk Saung Resort & pemancingan apung	2874	4926	6781	7433	6579
Pantai Lempasing		3238	4109	4708	4932
Pantai Mutun Asri	2971	3441	3277	5292	5036
Pantai Putra Mutun	2794	12312	9845	10052	11338
Pantai Lembing		973	969	8681	14849
Pantai Ketapang Dalam	3259	4628	4801	4447	4518
Pantai Klara	43892	61098	66772	71213	69782
Taman Wisata Dewi Mandapa		864	938	1825	3477
Pantai Sari Ringgung		30976	33770	79342	80768
Pantai Muara		937	922	1003	1123
Sumur Kuasa		824	833	946	966
Pantai Pemandangan		872	866	974	988
Pantai Pancur permai		998	1169	1255	1232
Bensor Resort					
Pantai Sukamaju					
Pantai Batu Mandi		4923	5114	5422	5803
B. OBYEK WISATA MARINA					
Pulau Luhu		818	871	932	947
Pulau Kelagian Balak		5382	5428	5889	6104
Pulau Kelagian Lunik		2421	2455	4493	4364
Pulau Tangkil Resort	6213	61274	64333	65441	64332
Pulau Mahitam		1719	1741	1997	2044
Pulau Pahawang	8517	13890	31274	35039	81933
Pulau Tanjung Putus	4324	5958	6023	7765	9044
Pulau Lelangga Balak				1122	1233
Pulau Lelangga Lunik				1156	1344
Pulau Balak				4114	4118
Pulau Loh				1519	1622
Pulau Lunik				1129	1622
Pulau Umang-umang				1129	1324
Pulau Legundi Tua				2211	2304
Pulau Cendigi		469	464	556	622

Bersambung...

Sambungan...

C.OBYEK WISATA ALAM	2012	2013	2014	2015	2016
Youth camp TAHURA Wan Abdurahman	5224	8189	8422	9221	13622
Air terjun Talang Mulya		929	914	1166	1381
Air terjun Talang Rabun		511	499	694	875
Agro Wisata BPPBL Hanura		238	3140	3544	3994
Air terjun Way Sabu		362	411	532	611
Air Panas Margodadi		532	541	591	665
Air terjun Wiyono					
Air terjun Bogorejo		219	313	367	433
BUPER PTPN VII Way lima		991	1088	1396	1488
Air terjun Gunung Tanjung		226	334	359	499
Embung Rawa Kuning		362	355	332	355
Air terjun Batu Perahu		411	402	388	448
Bendungan Argo Guruh Tegineneng		327	414	389	433
D.OBYEK WISATA SEJARAH	2012	2013	2014	2015	2016
Museum Nasional Ketransmigrasian	1247	1442	1596	1699	1708
Situs Batu Pertapaan		458	486	387	418
Desa Wisata Tradisional Pekon Ampai				408	326
TOTAL PENGUNJUNG	213358	582088	622599	734179	789711

Sumber : Pesawaran dalam angka 2017

Tabel diatas menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Pesawaran, obyek wisata tirta menjadi destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi dibandingkan, wisata marina, alam dan sejarah. Jumlah wisatawan mengalami peningkatan setiap tahunnya dan kenaikan terbesar terjadi pada 2013 dimana di tahun 2012 jumlah pengunjung sebanyak 213.358 wisatawan dan meningkat menjadi 582.088 di tahun 2013.

Sektor pariwisata di Kabupaten Pesawaran merupakan sektor yang diunggulkan dan berkontribusi terhadap PDRB (Pendapatan Daerah Regional Bruto) Kabupaten Pesawaran setiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh banyaknya Objek Daya Tarik Wisata (ODTW) pesona keindahan alam yang berpadu dengan

keragaman budaya, kesenian, sejarah maupun kuliner yang ada dan tersebar di 11 kecamatan di Kabupaten Pesawaran. Kabupaten Pesawaran terus melakukan pembangunan diberbagai sektor unggulan salah satunya adalah sektor pariwisata, hal ini yang kemudian dijadikan acuan visi pembangunan jangka panjang, yakni mewujudkan “Pesawaran sejahtera dan berdaya saing menjadi Bumi Wisata 2025”. (Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran, 2016).

Menurut BPS Pesawaran(2017), Kabupaten Pesawaran setidaknya memiliki 51 objek wisata yang tersebar diseluruh wilayah Pesawaran dan terdiri dari objek wisata alam, sejarah dan budaya. Tata letak Kabupaten Pesawaran yang berada tidak jauh dari Bandar Lampung yang merupakan ibukota Provisnis Lampung membuat Pesawaran menjadi salah satu daya tarik terbesar pariwisata di Lampung ,karena jarak tempuh yang dekat.

Industri pariwisata merupakan peluang yang harus dimanfaatkan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat Kabupaten Pesawaran.Masyarakat Kabupaten Pesawaran harus mengambil peluang dari industri pariwisata. Artinya dengan melakukan penataan wisata alam serta pelestarian situs-situs budaya daerah, itu akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para turis untuk melakukan kunjungan wisata ke daerah Pesawaran. Pengembangan industri pariwisata juga mampu meningkatkan PAD.

Dalam pengembangan industri pariwisata tentu harus diimbangi dengan penataan atau perbaikan daripada sarana/prasarana pariwisata agar bisa menunjang kelancaran aktivitas industri pariwisata. Sarana/prasarana itu antarlain penataan transportasi, penginapan, rumah makan dan juga ketersediaan fasilitas-fasilitas

lainnya. Faktor lingkungan, keterbukaan, SDM, teknologi, interaksi sosial juga sangat mempengaruhi minat wisatawan melakukan kunjungan.

Dengan meningkatnya informasi destinasi wisata, dan biaya perjalanan yang semakin rendah mendorong peningkatan wisatawan dari mancanegara dan nusantara sehingga pariwisata menjadi bagian yang penting dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Media informasi online menampilkan harga hotel, makanan, dan transportasi secara riil sehingga wisatawan dengan mudah membandingkan harga dan layanan yang di dapat pada hotel dan jasa penunjang wisata lain antar daerah. Hal ini mendorong setiap destinasi wisata harus memilikidaya saing yang tinggi dalam hal harga yang kompetitif, paket perjalanan yang menarik dan mengesankan.

Secara ringkas, daya saing sektor pariwisata dapat didefinisikan sebagai kapasitas usaha pariwisata untuk menarik pengunjung asing maupun domestik yang berkunjung pada suatu tujuan wisata tertentu. Pariwisata dapat digambarkan sebagai produk bersaing bila daerah tujuan wisata menarik, kompetitif dari segi kualitas dan harga, dibandingkan dengan produk dan jasa dari daerah tujuan wisata lain. Ketidakmampuan suatu daerah menciptakan dan mengemas sektor pariwisata yang berdaya saing akan berdampak negatif terhadap pertumbuhan wisatawan dan mengurangi pendapatan daerah potensial.

Dengan melihat kondisi dan faktor-faktor apa saja yang mendukung pariwisata di Kabupaten Peswara dibandingkan dengan sektor pariwisatakabupaten/kota lain di Lampung, diharapkan pemerintah mampu memanfaatkan potensi yang ada dan menetapkan strategi kebijakan yang efektif dan efisien agar pariwisata di

Kabupaten Pesawaran dapat terus meningkat dan mampu berdaya saing dengan kabupaten/kota lain di Lampung. Oleh karena itu perlu studi untuk menganalisis daya saing sektor pariwisata di Kabupaten Pesawaran.

B. Rumusan Masalah

Adapun beberapa permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Indikator-indikator apa saja yang menentukan daya saing sektor pariwisata Kabupaten Pesawaran?
2. Bagaimana daya saing sektor pariwisata Kabupaten Pesawaran?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis Indikator-indikator yang menentukan daya saing sektor pariwisata Kabupaten Pesawaran
2. Menganalisis daya saing sektor pariwisata Kabupaten Pesawaran.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan dan informasi bagi para pengambil kebijakan ditingkat daerah Pesawaran dalam peranannya untuk mengembangkan sektor pariwisata di Kabupaten Pesawaran.
2. Sebagai bahan pustaka, informasi dan referensi bagi yang memerlukan serta sebagai bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritis

1. Pengertian Daya Saing

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang standar proses, mendefinisikan daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah (1) kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, (2) kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, (3) kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, (4) kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

World economic forum mendefinisikan daya saing sebagai kombinasi dari institusi, kebijakan, dan faktor yang menentukan tingkat produktivitas suatu negara. Dimana tingkat produktivitas akan menentukan tingkat kemakmuran yang dapat dicapai oleh suatu perekonomian. Tingkat produktivitas juga menentukan tingkat pengembalian investasi dalam perekonomian yang pada akhirnya menjadi pendorong fundamental dari pertumbuhan ekonomi. Dengan kata lain, negara yang berdaya saing akan cenderung memiliki pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat (*World economic forum*, 2016).

Daya saing sangat bergantung kepada produktivitas. Teori komparasi produktivitas antar perekonomian telah dijelaskan oleh beberapa teori mulai dari teori *absolute advantage* yang dianalisa oleh Adam Smith hingga teori daya saing

Porter. Adam Smith menjelaskan bahwa suatu negara akan mendapat manfaat dari perdagangan antar negara karena melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang jika negara ini memiliki keunggulan mutlak tersebut sebaliknya akan mengimpor barang bila tidak memiliki *absolute advantage* dalam memproduksi barang tersebut (Safitri, 2011). Sehingga dapat disimpulkan menurut Adam Smith produktivitas dijelaskan oleh spesialisasi produksi.

Berbeda dengan teori *absolute advantage*, David Ricardo dalam teori *comparative advantage* menjelaskan bahwa perbedaan produktivitas antar negara disebabkan adanya perbedaan produktivitas tenaga kerja. Negara yang memiliki produktivitas tenaga kerja lebih tinggi akan mampu menghasilkan output yang lebih besar dengan menggunakan jumlah input yang sama dibandingkan dengan negara lain. Sehingga perbedaan produktivitas suatu negara disebabkan oleh perbedaan produktivitas tenaga kerjanya.

Meskipun teori Heckser – Ohlin menjelaskan keunggulan komparasi, namun menurut teori ini sumber keunggulan komparasi suatu negara muncul akibat perbedaan jumlah sumber daya (*endowment factors*) antar negara. Teori ini menyatakan bahwa negara yang memiliki sumber daya/faktor produksi melimpah akan memiliki *opportunity cost* biaya produksi yang lebih rendah dan akan meningkatkan *output*. Lebih lanjut dijelaskan bahwa setiap proses produksi menggunakan intensitas produksi yang berbeda (Krugman, Obstfeld, and Melitz, 2012). Dari teori Heckser-Ohlin dapat disimpulkan bahwa negara yang memiliki faktor produksi yang melimpah akan mendapat keuntungan sementara negara yang memiliki sumber daya rendah akan tidak akan mampu bersaing.

Porter (1990) membahas bahwa kemakmuran nasional diciptakan bukan diwariskan. Porter menjelaskan bahwa daya saing bangsa tergantung pada kapasitas industri untuk berinovasi. Teori ini juga mencatat bahwa tidak mungkin suatu negara unggul di setiap jenis industri, namun suatu negara dapat meraih sukses di industri tertentu. Porter memperkenalkan model *diamond of national advantage* untuk menjelaskan mengapa industri tertentu di suatu negara berhasil. *Model diamond of national advantage* menyatakan bahwa ada empat kondisi yang dapat menyebabkan daya saing industri.

Pertama, faktor keadaan (*factor condition*), hal ini terkait posisi negara dalam kepemilikan faktor produksi untuk bersaing dalam suatu industri tertentu seperti tenaga kerja terampil atau infrastruktur. Kedua, kondisi permintaan (*demand factor*), bagian ini menunjukkan kondisi sifat pasar negara asal dari produk atau jasa tertentu. Ketiga, industri terkait dan industri pendukung (*related and supporting industries*), seperti ketersediaan pemasok kompetitif. Dan yang terakhir adalah, strategi perusahaan, struktur, dan persaingan (*firm strategy, structure, and rivalry*) yang merupakan kondisi bagaimana perusahaan diciptakan, dan dikelola, termasuk kecenderungan kompetisi pada industri domestik di negara tersebut.

Keempat atribut model *diamond of national advantage* adalah suatu sistem yang akan mempengaruhi satu sama lain. Selain itu, model *diamond of national advantage* mendorong meningkatnya kluster industri di suatu negara. Porter menjelaskan peran pemerintah untuk meningkatkan daya saing dengan mendorong fungsi pemerintah sebagai katalis, untuk mempromosikan atau

mendorong perusahaan untuk meningkatkan aspirasi mereka untuk bergerak maju ke tingkat yang lebih tinggi dari kinerja yang sudah ada. Menurut Porter pemerintah tidak dapat menciptakan daya saing negara, daya saing suatu negara diciptakan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di negara tersebut. Perusahaan yang berdaya saing menurut Porter dapat dicapai dengan menciptakan tantangan untuk berinovasi, melihat persaingan sebagai motivasi, membangun sistem peringatan dini, menyambut persaingan domestik, globalisasi untuk mendapat keuntungan terkait di negara-negara lain, pemanfaatan kerjasama secara selektif, dan menemukan sumber untuk mendukung keunggulan kompetitif.

2. Cara Menentukan Daya Saing

a. *Competitiveness Monitor*

Dalam menentukan daya saing pariwisata menggunakan Alat pengukuran yaitu *Competitiveness monitor* yang diperkenalkan oleh WTTC (*World Travel and Tourism Council*) pada tahun 2001. *Competitiveness monitor* diperbaharui pada tahun 2002 sebagai hasil kerjasama WTTC (*World Travel and Tourism Council*) dan *Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute (TTRI), University of Nottingham*. *Competitiveness monitor* ini juga dikembangkan pada area riset yang berbeda seperti hasil dari *World Bank Global Competitiveness report, UK Regional Competitiveness Indicators* dan *IMD World Competitiveness Yearbook*. Analisis CM menggunakan 8 (delapan) Indikator-indikator yang digunakan untuk membentuk daya saing. Indikator-indikator tersebut adalah *Human Tourism Indicator, Price Competitiveness Indicator, Infrastructure Development Indicator, Environment indicator, Technology Advancement Indicator, Human Resources Indicator, Openess Indicator, dan Social Development Indicator*.

1) *Human Tourism Indicator*

Indikator ini menunjukkan pencapaian perkembangan ekonomi dari kedatangan turis pada daerah tersebut. Menurut Esponda (2004) *Tourism Participation Index* cenderung lebih tinggi di negara maju secara ekonomi(USA,Spanyol,dll) dan lebih rendah di negara-negara kurang berkembang(Afrika selatan,dll)

2) *Price Competitiveness Indicator*

Menurut valentinas dan Asta (2009) Secara teoritis, daya saing harga harus diukur dengan mengevaluasi harga yang paling umum dikonsumsi pada produk dan layanan (layanan hiburan, penyewaan mobil,perjalanan, hotel dan restoran, pemandu wisata, dll).

3) *Infrastructure Development Indicator*

IDI dapat diukur dengan bantuan berikut indikator: indeks jalan, ketersediaan kebersihan infrastruktur, kualitas air yang ditujukan untuk rumah tangga konsumsi. Indeks jalan memperkirakan hubungan antara panjang jalan dan populasi tujuan wisata /PDB per kapita / tingkat urbanisasi/ indeks regional lainnya (Bank Dunia, 2008). Pembangunan indikator infrastruktur dapat dilengkapi dengan indeks tambahan dan faktor-faktor, seperti: jaringan kereta api, jumlah maskapai penerbangan ,kualitas sistem telekomunikasi,dll. (Manente,2005).

4) *Openness indicator*

Gejala utama dari keterbukaan pasar adalah perdagangan bebas,yaitu, tidak ada batasan sirkulasi barang dan jasa. Sebagian besar ekonom mengusulkan keterbukaan pasar merupakan sumber utama pembangunan ekonomi.Indikator keterbukaan pasar mencakup indeks visa, level pajak atas perdagangan

internasional, tingkat pariwisata dan keterbukaan perdagangan. Indeks visa menunjukkan jika turis dari negara-negara wisata strategis (Inggris, Italia, Perancis, AS, Jerman, Kanada, dll.) Dapat melakukan perjalanan tanpa visa. Tingkat sektor pariwisata keterbukaan diukur dengan jumlah pengeluaran wisatawan sebagai persentase dari PDB, sedangkan tingkat keterbukaan perdagangan diukur sebagai hubungan antara omset perdagangan internasional dan PDB. Pajak impor menunjukkan jika ada negara tertentu menerapkan kebijakan proteksionis perdagangan internasional. Pentingnya perdagangan internasional, sebagai faktor daya saing, telah dianalisis dalam berbagai penelitian ilmiah (Čiburienė, Zaharieva, 2006).

5) *Environment indicator*

Indikator ini menunjukkan kualitas lingkungan dan kesadaran penduduk terhadap lingkungannya. Maka dari itu penting untuk memasukan indeks lingkungan dalam model CM karena indeks lingkungan menggambarkan prioritas pembangunan serta kepedulian lingkungan (valentinas dan Asta, 2009).

6) *Technology Advancement Indicator (TAI)*

Indikator ini menunjukkan perkembangan infrastruktur dan teknologi modern yang ditunjukkan dengan meluasnya penggunaan internet, mobile telephone dan ekspor produk-produk berteknologi tinggi. Pengukuran yang digunakan adalah *telephone index* (rasio penggunaan line telephone dengan jumlah penduduk)

7) *Human Resources Indicator*

Indikator sumber daya manusia dimaksudkan untuk mengukur kualitas tenaga kerja di tujuan wisata tertentu. Indeks pendidikan formal paling banyak digunakan dalam kasus ini, karena diduga sumber daya manusia dengan level yang lebih

tinggi pendidikan mampu menghasilkan barang dan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi. Indeks pendidikan mengukur tingkat melek huruf dan karakteristik serupa. Individu yang melek adalah didefinisikan sebagai orang di atas usia 15 tahun yang mampu memahami, membaca dan menulis teks sederhana dalam bahasa yang umum digunakan. Indeks ini berkaitan dengan tingkat pendidikan dan memperkirakan jumlah individu yang termasuk dalam tingkat pendidikan tertentu dibandingkan dengan semua orang, termasuk dalam kelompok umur yang sama (Gooroochurn dan Sugiyarto, 2004). Pentingnya sumber daya manusia sebagai ukuran daya saing telah dianalisis oleh banyak peneliti (Kochetkov, 2005).

8) *Social Development Indicator*

Gooroochurn dan Sugiyarto (2004) mengusulkan kualitas kehidupan yang di evaluasi dengan indeks pembangunan sosial memiliki dampak pada daya tarik tujuan wisatawan untuk datang. Hal tersebut memberikan kenyamanan dan keamanan turis untuk berwisata di daerah tersebut.

3. Industri Pariwisata

Pengertian industri pariwisata, antara lain sebagai kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama-sama menghasilkan barang dan jasa (*goods and service*) yang dibutuhkan para wisatawan. Berdasarkan Undang-Undang Pariwisata Nomor 10 Tahun 2009, industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Menurut W. Hunziker Industri pariwisata adalah "*Tourism enterprise are all business entities wich, by combining various means of production, provide goods and service of a specially tourist nature*". Maksudnya industri pariwisata adalah semua kegiatan

usaha yang terdiri dari bermacam macam kegiatan produksi barang dan jasa yang diperlukan para wisatawan. Menurut R.S Darmajadi tentang industri pariwisata merupakan rangkuman daripada berbagai macam bidang usaha, yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk maupun jasa-jasa/layanan-layanan atau *service*, yang nantinya, baik secara langsung ataupun tidak langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan selama perawatannya (Yoeti, 1996).

Sedangkan menurut Soekadijo, industri pariwisata adalah industri yang kompleks, yang meliputi industri lain. Dalam kompleks industri pariwisata terdapat industri perhotelan, industri rumah makan, industri kerajinan/cendera mata, industri perjalanan, dan sebagainya (Soekadijo, 1996).

4. Permintaan Industri Pariwisata

Menurut G.A Schmoll Permintaan industri pariwisata adalah permintaan dalam industri pariwisata yang tidak hanya terbatas pada waktu yang diperlukan pada saat perjalanan wisata dilakukan. Akan tetapi jauh sebelumnya melakukan perjalanan permintaan itu sudah mengemuka seperti informasi tentang: daerah tujuan wisata (DTW) yang akan dikunjungi, hotel yang akan digunakan untuk menginap, pesawat yang akan digunakan, tempat-tempat yang akan dikunjungi di daerah tujuan dan berapa banyak uang yang harus dibawa.

Menurut Schmidhauser (dalam Yoeti 1996:154), karakter permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya dalam satu macam pelayanan saja, akan tetapi merupakan suatu kombinasi bermacam-macam pelayanan yang satu dengan lainnya berbeda dan ditawarkan secara terpisah. Dengan perkataan lain permintaan terhadap produk industri pariwisata itu tercermin dalam suatu

paketwisata yang disusun atas bermacam-macam produk yang berbeda dalam bentuk, fungsi dan manfaatnya. Dalam rangka menarik kunjungan wisatawan pada suatu DTWada dua hal yang perlu diperhatikan:

- a. Faktor-faktor yang menentukan keseluruhan permintaan (*total demand*) karena diperlukan dalam menetapkan strategi pemasaran dan promosi, terutama dalam menetapkan segmen pasar mana yang akan dijadikan target pasar.
- b. Informasi tentang faktor-faktor yang menentukan permintaan khususnya (*specific demand*) untuk dijadikan dasar dalam perencanaan pemasaran dan promosi pariwisata.

5. Parwisata

a. Pengertian Wisatawan

Kata wisatawan berasal dari bahasa Sanskerta, dari asal kata “wisata” yang berarti perjalanan ditambah dengan akhiran “wan” yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata. Dalam Bahasa Inggris, orang yang melakukan perjalanan disebut *traveller*. Sedangkan orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata disebut *Tourist*.

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, berobat, berbisnis, berolahraga serta menuntut ilmu dan mengunjungi tempat-tempat yang indah atau sebuah negara tertentu. Organisasi Wisata Dunia (WTO) menyebut wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan pendek. Menurut organisasi ini, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke sebuah daerah atau negara dan menginap minimal 24 jam atau maksimal enam bulan di

tempat tersebut. Adapun jenis-jenis wisatawan berdasarkan sifat perjalanan dan lokasi di mana perjalanan itu dilakukan, dapat diklasifikasikan berikut: (Yoeti, 1996: 143-145)

a. *Foreign Tourist* (Wisatawan Asing)

Orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana ia biasanya tinggal. Wisatawan asing disebut juga wisatawan mancanegara atau disingkat wisman.

b. *Domestic Foreign Tourist*

Orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal di suatu negara karena tugas, dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negara di mana ia tinggal. Misalnya, staf kedutaan Belanda yang mendapat cuti tahunan, tetapi ia tidak pulang ke Belanda, tetapi melakukan perjalanan wisata di Indonesia (tempat ia bertugas).

c. *Domestic Tourist* (Wisatawan Nusantara)

Seorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya sendiri tanpa melewati perbatasan negaranya. Misalnya, Danau Toba. Wisatawan ini disingkat wisnus.

d. *Indigenous Foreign Tourist*

Warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya berada di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri. Misalnya, warga negara Perancis yang bertugas sebagai konsultan di perusahaan asing di Indonesia, ketika liburan ia kembali ke Perancis dan melakukan perjalanan wisata di sana. Jenis wisatawan ini merupakan kebalikan dari *Domestic Foreign Tourist*.

e. *Transit Tourist*

Wisatawan yang sedang melakukan perjalanan ke suatu negara tertentu yang terpaksa singgah pada suatu pelabuhan/airport/stasiun bukan atas kemauannya sendiri.

f. *Business Tourist*

Orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan bisnis bukan wisata tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuannya yang utama selesai. Jadi perjalanan wisata merupakan tujuan sekunder, setelah tujuan primer yaitu bisnis selesai dilakukan.

b. Pariwisata dari Sisi Permintaan

World Tourism Organization, WTO (1995) mendefinisikan permintaan pariwisata sebagai permintaan terhadap barang dan jasa yang muncul karena adanya kegiatan pariwisata. Tentu saja pihak yang melakukan permintaan adalah wisatawan itu sendiri (konsumen), serta pemerintah dan swasta dalam rangka investasi dan promosi wisata. Terdapat tiga elemen dasar permintaan pariwisata, antara lain:

- a. Permintaan aktual atau efektif
- b. *Suppressed demand* (permintaan yang ditunda)
- c. Tidak ada permintaan

Dari ketiga elemen dasar tersebut, maka permintaan aktual merupakan permintaan terealisasi, sehingga dapat diukur atau didefinisikan secara jelas. Sedangkan kedua elemen lainnya masih merupakan permintaan yang sulit untuk dianalisa, karena belum terealisasi transaksinya.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata

Pariwisata dipandang sebagai suatu jasa yang sangat disukai (*Preferred goods or services*), karena lebih banyak dilakukan ketika pendapatan meningkat. Di saat banyak keluarga yang memasuki kelompok pendapatan tinggi, maka permintaan untuk berwisata meningkat lebih cepat dari pendapatan. Permintaan dalam kepariwisataan dapat dibagi dua, yaitu:

- a. *Potensial Demand*, yaitu sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata, dan
- b. *Actual Demand*, adalah orang-orang yang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata (Yoeti, 2008). Permintaan dalam industri pariwisata juga ditentukan oleh beberapa faktor antara lain:

- 1) *General Demand Factor*
- 2) *Purchasing Power*

Kekuatan untuk membeli banyak barang ditentukan oleh pendapatan yang siap dibelanjakan (*disposable income*) yang erat kaitannya dengan standar hidup dan intensitas perjalanan yang dilakukan. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.

c. *Demographic Structure and Trends*

Permintaan pariwisata ditentukan oleh besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk, serta struktur usia penduduk. Jumlah penduduk yang banyak dengan pendapatan perkapita yang kecil akan memperkecil kemungkinan/kesempatan melakukan perjalanan wisata. Dan penduduk yang masih muda dengan pendapatan relatif tinggi akan berpengaruh lebih besar dalam

melakukan perjalanan wisata dibandingkan dengan penduduk yang berusia pensiun.

d. *Social and Culture Factors*

Industrialisasi yang menyebabkan meningkatnya pemerataan pendapatan dalam masyarakat sehingga waktu senggang meningkat dan ada liburan yang dibayar membuat orang-orang berkecenderungan sering melakukan perjalanan wisata.

e. *Travel Motivation and Attitudes*

Motivasi untuk melakukan perjalanan wisata sangat erat hubungannya dengan kondisi sosial dan budaya masyarakatnya. Masih eratnya hubungan kekeluargaan masyarakat dan sering melakukan saling berkunjung satu dengan yang lain sehingga meningkatkan permintaan untuk melakukan perjalanan wisata.

f. *Opportunities to travel and Tourism Marketing Intensity*

Adanya *Meeting, Incentive, Convention dan Exhibition* (MICE) membuat kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata tidak hanya karena biaya perjalanan yang ditanggung perusahaan, tetapi juga memberi kesempatan kepada keluarga untuk ikut melakukan perjalanan wisata.

g. *Determining Specific Demand Factors*

Faktor-faktor penentu permintaan yang khusus terhadap daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi adalah sebagai berikut:

1) Harga

Secara umum, *price differentiation* berlaku dalam kepariwisataan sebagai suatu strategi dalam pemasaran. Faktor harga sangat menentukan dalam persaingan antara sesama operator. Bila perbedaan dalam fasilitas tidak begitu berbeda, wisatawan cenderung akan memilih harga paket wisata yang lebih murah.

2) Daya Tarik Wisata

Daya tarik yang terdapat di daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi sangat mempengaruhi pemilihan daerah tujuan wisata. Karena orang tidak mau mengunjungi daerah wisata dengan daya tarik biasa saja, karena mereka harus membayar dan meluangkan waktu untuk melakukan perjalanan wisata. Sehingga mereka tidak mau merasa kecewa. Daya tarik tujuan wisata dapat di dukung dengan fasilitas dan infrastruktur yang lengkap dan memadai.

3) Kemudahan Berkunjung

Kemudahan transportasi ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi akan mempengaruhi pilihan wisatawan. Tersedianya prasarana yang memadai akan menjadi faktor penting dalam menentukan perjalanan wisata yang akan dilakukannya. Mereka akan mempertimbangkan hal-hal seperti; bandara yang bersih dan nyaman, jalan yang mulus menuju obyek wisata, transportasi yang mudah dan nyaman, dan lain sebagainya.

4) Informasi dan Layanan Sebelum Kunjungan

Faktor *Tourism Information Service* sangat penting untuk diketahui wisatawan karena dapat memberikan gambaran dan penjelasan tentang tempat-tempat yang akan dikunjungi wisatawan, kendaraan yang akan dipakai, waktu dan apa saja yang perlu dibawa, pelayanan pemesanan tiket, perpanjangan visa, penukaran valuta asing, dan sebagainya.

5) Citra

Wisatawan memiliki kesan dan harapan tersendiri tentang daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Apakah kunjungan yang dilakukan akan seperti yang

diharapkan, dan terhindar dari pikiran negatif seperti bencana alam atau bom sehingga kan meninggalkan kesan yang baik saat mereka kembali ke daerah/negara asalnya. Keramahan tenaga kerja tujuan wisata juga perlu dipertimbangkan untuk menciptakan citra yang bagus di mata wisatawan.

d. Pariwisata dari Sisi Penawaran

Penawaran pariwisata merupakan suatu keinginan dari pengelola pariwisata untuk menawarkan hal-hal yang menarik dari obyek wisata yang dikelola baik dari segi keunikan obyek wisata tersebut maupun pernak-pernik/cinderamata yang ada didaerah obyek wisata tersebut dengan kesesuaian tingkat harga yang telah ditentukan.

e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penawaran Pariwisata

Menurut Burkart dan Medlik ,menyatakan bahwa ada empat unsur yang dapat mempengaruhi penawaran pariwisata, yaitu:

1) Atraksi Wisata

Aktraksi wisata merupakan daya tarik utama wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Ketertarikan wisatawan pada atraksi yang ada di daerah tujuan wisata itu akan dipengaruhi oleh keragaman maupun kualitas atraksi yang menjadi produk wisata.

2) Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah keseluruhan infrastruktur transportasi yang menghubungkan tempat tinggal wisatawan dengan objek dan daya tarik wisata yang dituju,maupun yang menghubungkan objek wisata didaerah tujuan wisata.

3) Amenitas

Infrastruktur ini adalah sarana dan prasarana pariwisata yang dapat membuat wisatawan merasakan kesenangan lebih di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya karena kebutuhannya terpenuhi.

4) Kelembagaan

Keberadaan suatu lembaga yang secara khusus ditujukan untuk mendukung pariwisata dapat membantu wisatawan dalam mengurus segala kepentingannya pada saat menikmati obyek/daya tarik wisata di suatu daerah tujuan wisata.

f. Usaha Penawaran Pariwisata

Suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu:

- 1) *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.
- 2) *Something to do* adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguma untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax, berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.

3) *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau icon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

g. Jenis-Jenis Pariwisata

Menurut J. Spillane (1985:28-3), pariwisata dapat dibedakan menurut Motiftujuan perjalanan,dapat pula dibedakan adanya beberapa jenis Pariwisata khusus sebagai berikut:

1) Pariwisata untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin-tahunya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, untuk mengetahui hikayat setempat, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota-kota besar ataupun untuk ikut serta dalam keramaian pusat-pusat wisatawan.

2) Pariwisata untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Biasanya mereka tinggal selama mungkin di tempat-tempat yang dianggapnya benar-benar menjamin tujuan-tujuan rekreasi tersebut (misalnya ditepi pantai, di pegunungan, di pusat-pusat kesehatan) dengan tujuan menemukan kenikmatan yang diperlukan.

3) Pariwisata untuk Kebudayaan (*Culture Tourism*)

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat-istiadat, kelembagaan dan cara hidup rakyat negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau juga untuk ikut serta dalam festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

4) Pariwisata untuk Olahraga (*Sport Tourism*)

Jenis ini dapat dibagi dalam dua kategori:

a) *Big Sports Event*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan ski sedunia, kejuaraan tinju dunia, dan lain-lain yang menarik perhatian tidak hanya pada olahragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.

b) *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri, seperti pendakian gunung, olahraga naik kuda, berburu, memancing, dan lain-lain. Negara yang memiliki banyak fasilitas atau tempat-tempat olahraga seperti ini tentu dapat menarik sejumlah besar penggemar jenis olahraga pariwisata ini.

5) Pariwisata untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*)

Menurut para ahli teori, perjalanan usaha ini adalah bentuk professional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan.

6) Pariwisata untuk Berkonvensi (*Conference Tourism*)

Peranan jenis pariwisata ini makin lama makin penting. Tanpa menghitung banyaknya konvensi atau konferensi nasional, banyaknya simposium maupun sidang yang diadakan setiap tahun di berbagai negara. Konvensi dan pertemuan bentuk ini sering dihadiri oleh ratusan dan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau negara penyelenggara. Jika pada taraf- taraf perkembangannya konvensi-konvensi semacam itu hanya dilakukan secara tradisional di beberapa kota tertentu, maka sekarang berbagai *tourism resort* atau daerah-daerah wisata banyak yang menawarkan diri untuk dijadikan tempat konferensi.

h. Bentuk Pariwisata

1) Pariwisata Individu dan Kolektif

Baik pariwisata dalam negeri maupun luar negeri dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

- a) *Individual tourism* atau pariwisata perorangan, dan
- b) *Organized collective tourism*, atau pariwisata kolektif yang diorganisasi secara baik.

Kategori pertama meliputi seseorang atau kelompok orang (teman operator) yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan anggota kelompok yang dimaksudkan di atas.

2) Pariwisata Jangka Panjang, Pariwisata Jangka Pendek dan Pariwisata

Pembagian menurut lamanya perjalanan dibedakan atas pariwisata jangka panjang dimaksudkan sebagai suatu perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan bagi wisatawan sendiri. Ini mempunyai arti penting bagi tempat-tempat yang dikunjungi, lebih-lebih bila terjadi pada jenis *recreation* atau *cultural tourism*. Pariwisata jangka pendek atau short term tourism mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu sampai sepuluh hari. Secara sosiologis, hal tersebut adalah bentuk perjalanan yang hanya dapat dilakukan oleh mereka yang tidak dapat mengambil liburan panjang. Pariwisata eksekursi atau *excursionist tourism* adalah suatu perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi. Bentuk ini sangat menyolok bagi daerah-daerah perbatasan.

3) Pariwisata dengan Alat Angkutan

Ada berbagai bentuk pariwisata dengan alat angkutan yang dipakai misalnya, kereta api, kapal laut, kapal terbang, bus, dan kendaraan umum lain. Wisatawan yang berjalan kaki atau *pedestrian tourism (hikers)* sampai sekarang masih banyak penggemarnya. Bentuk ini patut diperhatikan terutama untuk kebijaksanaan investasi.

4) Pariwisata Aktif dan Pasif

Untuk mempelajari pariwisata internasional dan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran. Kedatangan wisatawan asing yang membawa devisa untuk suatu negara merupakan bentuk pariwisata yang sering disebut *active tourism (receptive tourism)*. Sedangkan penduduk suatu negara yang pergi ke luar negeri dan

membawa uang ke luar negeri dan yang mempunyai pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran merupakan *passive tourism*.

i. Prasarana dan Sarana Wisata

Agar suatu obyek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu obyek wisata yang menarik dan banyak dikunjungi oleh wisatawan, maka faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana obyek wisata tersebut. Karena sarana dan prasarana juga sangat diperlukan untuk mendukung dari pengembangan obyek wisata. Menurut Yoeti (1996:186), mengatakan: “Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beranekaragam”.

Prasarana tersebut antara lain:

- a) Perhubungan: jalan raya, rel kereta api, pelabuhan udara dan laut
- b) Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih
- c) Sistem komunikasi, baik itu internet, telepon, telegraf, radio, televisi
- d) Pelayanan kesehatan baik itu puskesmas maupun rumah sakit
- e) Pelayanan keamanan baik itu pos satpam penjaga obyek wisata maupun pos-polisi untuk menjaga keamanan di sekitar obyek wisata
- f) Pelayanan wisatawan baik berupa pusat informasi ataupun kantor pemandu wisata
- g) Pom bensin

Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung

danhidup serta kehidupannya tergantung pada kedatangan wisatawan (Yoeti, 1996:199). Sarana kepariwisataan tersebut adalah:

- a) Perusahaan akomodasi : hotel, losmen, bungalow
- b) Perusahaan transportasi : pengangkutan udara, laut atau kereta api dan bus-bus yang melayani khusus pariwisata saja.
- c) Rumah makan, restoran, depot atau warung-warung yang berada di sekitar obyek wisata dan memang mencari mata pencaharian berdasarkan pengunjung dari obyek wisata tersebut.
- d) Toko-toko penjual cinderamata khas dari obyek wisata tersebut yang notabene mendapat penghasilan hanya dari penjualan barang-barang cinderamata khas obyek tersebut.

Dalam pengembangan sebuah obyek wisata sarana dan prasarana tersebut harus dilaksanakan sebaik mungkin karena apabila suatu obyek wisata dapat membuat wisatawan untuk berkunjung dan betah untuk melakukan wisata disana maka akan menyedot banyak pengunjung yang kelak akan berguna juga untuk peningkatan ekonomi baik untuk komunitas di sekitar obyek wisata tersebut maupun pemerintah daerah.

j. Dampak Positif Pariwisata terhadap Ekonomi Daerah

Menurut I Gede Pitana(2009) ada banyak dampak positif pariwisata bagi perekonomian, di antaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pendapatan dari penukaran valuta asing

Hal ini terjadi pada wisatawan asing. Walau di beberapa negara pendapatan dari penukaran valuta asing tidak begitu besar, namun beberapa negara pendapatan dari penukaran valuta asing ini sangat besar nilainya dan berperan secara signifikan.

2) Menyehatkan neraca perdagangan luar negeri

Surplus dari pendapatan penukaran valuta asing akan menyebabkan neraca perdagangan menjadi semakin sehat. Hal ini mendorong suatu negara mampu mengimpor beragam barang, pelayanan dan modal untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya.

3) Pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata

Pengeluaran dari wisatawan secara langsung ataupun tidak langsung merupakan sumber pendapatan dari beberapa perusahaan, organisasi, atau masyarakat perorangan yang melakukan usaha di sektor pariwisata. Jumlah wisatawan yang banyak merupakan pasar bagi produk lokal.

4) Pendapatan pemerintah

Pemerintah memperoleh pendapatan dari sektor pariwisata dari beberapa cara. Beberapa negara di dunia, termasuk Indonesia, telah membuktikan sumbangan sektor pariwisata terhadap pendapatan pemerintah. Oleh karena itu, pemerintah negara maupun menaruh perhatian besar untuk berusaha menarik sebanyak-banyaknya wisatawan asing untuk berlibur ke negaranya.

5) Penyerapan tenaga kerja

Banyak individu menggantungkan hidupnya dari sektor pariwisata. Pariwisata merupakan sektor yang tidak bisa berdiri sendiri tetapi memerlukan dukungan dari

sektor lain. Baik sektor pariwisata maupun sektor-sektor lain yang berhubungan dengan sektor pariwisata tidak dapat dipungkiri merupakan lapangan kerja yang menyerap begitu banyak tenaga kerja.

6) *Multiplier effect*

Efek multiplier merupakan efek ekonomi yang ditimbulkan kegiatan ekonomi pariwisata terhadap kegiatan ekonomi secara keseluruhan suatu wilayah (daerah, negara) tertentu.

7) Pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal

Wisatawan dan masyarakat lokal sering berbagi fasilitas untuk berbagai kepentingan. Dalam beberapa kasus, keberadaan pariwisata di suatu daerah atau di suatu negara tujuan wisata menjadi perbedaan kritis dari nilai ekonomi fasilitas pariwisata tersebut. Banyaknya wisatawan mendatangkan keuntungan yang cukup besar sehingga suatu fasilitas dapat digratiskan pemanfaatannya bagi masyarakat lokal

Berkembangnya kepariwisataan di suatu daerah juga berarti ada peningkatan kebutuhan akan sumber daya. Misalnya air, listrik, gas, dan sebagainya. Bagi pemerintah atau otoritas lokal yang berwenang dalam pengelolaannya, hal itu menjadi sumber pendapatan yang memberi keuntungan cukup besar karena perbedaan harga diberlakukan antara sektor pariwisata dengan sektor lain, seperti pertanian dan industri. Konsekuensi, perlu pengelolaan yang memenuhi standar pelayanan, kesehatan dan mutu. Disamping dampak positif bagi perekonomian di atas, WTO (1995) mengidentifikasi dampak positifnya sebagai berikut:

1) Meningkatnya permintaan akan produk pertanian lokal

Bagi daerah tujuan wisata yang sudah mengintegrasikan pembangunan pariwisata dengan pembangunan pertaniannya, permintaan akan produk pertanian berarti kesempatan emas bagi petani lokal untuk menyuplai dan memproduksi hasil pertanian yang diinginkan.

2) Memacu pengembangan lokasi atau lahan yang kurang produktif

Dalam beberapa kasus, keberadaan pariwisata mampu meningkatkan nilai tanah/lahan, terlebih bagi lahan pertanian yang subur. Solusinya pembangunan fasilitas pariwisata menasar daerah atau lahan yang kurang bernilai ekonomi tinggi, kurang produktif, lahan kering, dan sejenisnya. Hal ini akan membantu pengembangan daerah, yang sebelumnya kurang bernilai ekonomi kemudian menjadi lebih bermanfaat dibanding jika harus memakai lahan pertanian yang subur.

3) Menstimulasi minat dan permintaan akan produk eksotik dan tiikal bagi suatu daerah atau negara

Jika suatu daerah atau negara dibuka untuk tujuan wisata, biasanya terdapat keunggulan spesifik yang dijadikan andalan untuk menarik wisatawan. Misalnya pemandangan yang eksotik, kerajinan yang unik, kesenian yang menawan, dan sebagainya.

4) Meningkatkan jumlah dan permintaan akan produk perikanan dan laut.

wisatawan sangat banyak memanfaatkan produk perikanan dan bahan makanan dari laut (ikan, kerang, lobster, kepiting, rumput laut, dan sebagainya).Minat wisatawan yang meningkat pada bahan makanan dari laut memicu meningkatnya permintaan bagi nelayan lokal, mendorong peningkatan pendapatannya, sehingga

mereka mampu memodernisasi kapal penangkap ikan, menambah produksinya dan seterusnya.

5) Mendorong pengembangan wilayah dan penciptaan kawasan ekonomi baru tidak dapat dipungkiri, pariwisata memerlukan suatu kawasan eksklusif yang agak berbeda dari lingkungan sekitarnya, resort seperti Cannes dan Montecarlo (di Prancis) sengaja dibuat karena permintaan dan kebutuhan dunia pariwisata. Kemajuan ilmu teknik memungkinkan untuk membuat sebuah pantai yang dulunya tidak ada.

6) Menghindari konsentrasi penduduk dan penyebaran aktivitas ekonomi
Tidak jarang sebuah resort atau obyek pariwisata dipilih di daerah pinggiran, pegunungan, pantai dan lokasi eksotis lainnya. Lokasi ini tidak jarang jauh dari pusat konsentrasi penduduk (kota). Hal ini akan membantu penyebaran konsentrasi penduduk dan penyebaran aktivitas ekonomi ke wilayah lain. Hal ini sangat positif untuk menggerakkan ekonomi di seluruh pelosok wilayah.

7) Penyebaran infrastruktur ke pelosok wilayah
Lokasi obyek wisata yang menyebar ke daerah pinggiran memerlukan infrastruktur (jalan, rel kereta api, sarana komunikasi, air bersih, listrik, gas, dan sebagainya) untuk mendukungnya. Hal ini merupakan manfaat balik dari kegiatan pariwisata sebab pendapatan pariwisata dimanfaatkan untuk membangun fasilitas penunjang.

8) Manajemen pengelolaan sumber daya sebagai sumber penerimaan bagi otoritas lokal

Berkembangnya kepariwisataan di suatu daerah juga berarti ada peningkatan akan sumber daya. Misalnya air, listrik, gas, dan sebagainya. Bagi pemerintah dan otoritas lokal yang berwenang dalam pengelolaannya, hal itu menjadi sumber pendapatan yang memberi keuntungan cukup besar karena perbedaan harga diberlakukan antara sektor pariwisata dengan sektor lain, seperti pertanian dan sektor industri. Konsekuensinya, perlu pengelolaan yang memenuhi standar pelayanan, kesehatan dan mutu.

B. Tinjauan Empiris

Tabel 4. Tinjauan Empiris

No	Peneliti/ Judul Penelitian	Alat Analisis/Variabel	Hasil
1.	Trisnawati (2007) Analisis daya saing industri pariwisata dalam meningkatkan ekonomi daerah(kajian perbandingan daya saing pariwisata antara Surakarta dan Yogyakarta)	<i>Competitiveness Monitor</i> (CM)	Daya industri pariwisata Surakarta secara menyeluruh lebih rendah dibandingkan Yogyakarta. Indikator-indikator yang digunakan menunjukkan pariwisata Yogyakarta lebih unggul.
2	Sholeh (2010) Analisis daya saing dan pengaruh pariwisata terhadap perekonomian daerah Kabupaten Bogor	<i>Competitiveness Monitor</i> (CM)	Menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan, pajak hiburan, dan jumlah hotel di kabupaten Bogor berpengaruh positif dan signifikan terhadap PAD(Pendapatan asli daerah) di kabupaten tersebut
3	Yulianti (2009) Analisis Faktor-faktor Penentu Daya saing dan Preferensi Wisatawan Berwisata ke Kota Bogor	<i>Porter's Diamond dan Metode Probit</i>	Hasil perhitungan tingkat Menunjukkan bahwa semakin besar nilai variabel-variabel tersebut maka semakin besar pula peluang wisatawan yang preferensi wisatanya ke bogor

Bersambung...

Sambungan...

4	Valentinas Navickas, Asta Malakauskaite (2009) <i>The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors</i>	<i>the systematical and logical analysis of scientific literature, and synthesis.</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa orang dapat menambahkan destinasi dan indeks wisata sebanyak yang diinginkan untuk tingkat akurasi yang maksimal dan telah mengikuti klasifikasi faktor dasar dalam <i>competitiveness monitor</i> .
---	---	--	--

C. Kerangka Pemikiran

Berbagai organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia dan *World Tourism Organization* (WTO) telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang termasuk Indonesia. Dalam hubungan ini, berbagai negara termasuk Indonesia pun turut menikmati dampak dari peningkatan pariwisata dunia terutama pada periode 1990-1996.

Salah satu upaya untuk meningkatkan perekonomian daerah yaitu dengan mengoptimalkan potensi dalam industri pariwisata. Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan yang penting bagi suatu Negara atau lebih khusus lagi pemerintah daerah. Keberhasilan pengembangan industri kepariwisataan, berarti akan meningkatkan daya saing industri pariwisata daerah destinasi. Dimana daya saing industri pariwisata mempunyai komponen utama dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti: perkembangan jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, sarana dan prasarana yang ditawarkan, perkembangan pendapatan

perkapita masyarakat, jumlah hunian hotel berbintang, PAD dan rata-rata masa tinggal turis.

Kabupaten Pesawaran mempunyai potensi yang sangat besar untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sumber utama pendapatan daerah khususnya. Kabupaten Pesawaran sangat kaya akan potensi alam yang beranekaragam. Wisatanya pun menyuguhkan beberapa jenis obyek wisata antara lain wisata rekreasi pantai, wisata muuseum, wisata kuliner (makanan), wisata peninggalan budaya , dan wisata produk kerajinan.

Potensi obyek wisata Kabupaten Pesawaran masih bisa untuk dikembangkan. Perkembangan obyek wisata itu juga didukung oleh sarana dan prasarana dan infrastruktur yang ada. Oleh karena itu, kebijakan yang tepat yang diberikan kepada Kabupaten Pesawaran untuk mengelola potensi yang dimiliki dapat berkembang secara optimal.

Analisis perkembangan daya saing industri pariwisata penting untuk dilakukan. Hasil analisis dapat menunjukkan perkembangan potensi pariwisata yang juga dapat memperlihatkan sejauh mana pemerintah maupun swasta memaksimalkan potensi yang ada. Selain itu, untuk menentukan daya saing industri pariwisata menggunakan analisis *Competitiveness Monitor* yang memperhatikan kedelapan indikator. Dalam Trisnawati (2007) analisis *Competitiveness Monitor* ini dilakukan untuk mengukur daya saing industri pariwisata di Kabupaten Pesawaran, antara lain:

1) *Human Tourism Indicator (HTI)*

Indikator ini menunjukkan pencapaian perkembangan ekonomi daerah akibat kedatangan turis pada daerah destinasi.

2) *Price Competitiveness Indicator (PCI)*

Indikator ini menunjukkan harga komoditi yang dikonsumsi oleh turis selama berwisata seperti biaya akomodasi, travel, sewa kendaraan dan sebagainya.

3) *Infrastructure Development Indicator (IDI)*

Indikator ini menunjukkan perkembangan jalan raya, perbaikan fasilitas sanitasi dan peningkatan akses penduduk terhadap fasilitas air bersih.

4) *Environment Indicator (EI)*

Indikator ini menunjukkan kualitas lingkungan dan kesadaran penduduk dalam memelihara lingkungannya.

5) *Technology Advancement Indicator (TAI)*

Indikator ini menunjukkan perkembangan infrastruktur dan teknologi modern yang ditunjukkan dengan meluasnya internet, mobile telephone dan ekspor produk-produk berteknologi tinggi.

6) *Human Resources Indicator (HRI)*

Indikator ini menunjukkan kualitas Sumber Daya Manusia daerah destinasi tersebut dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada turis yang berkunjung ke daerah tersebut.

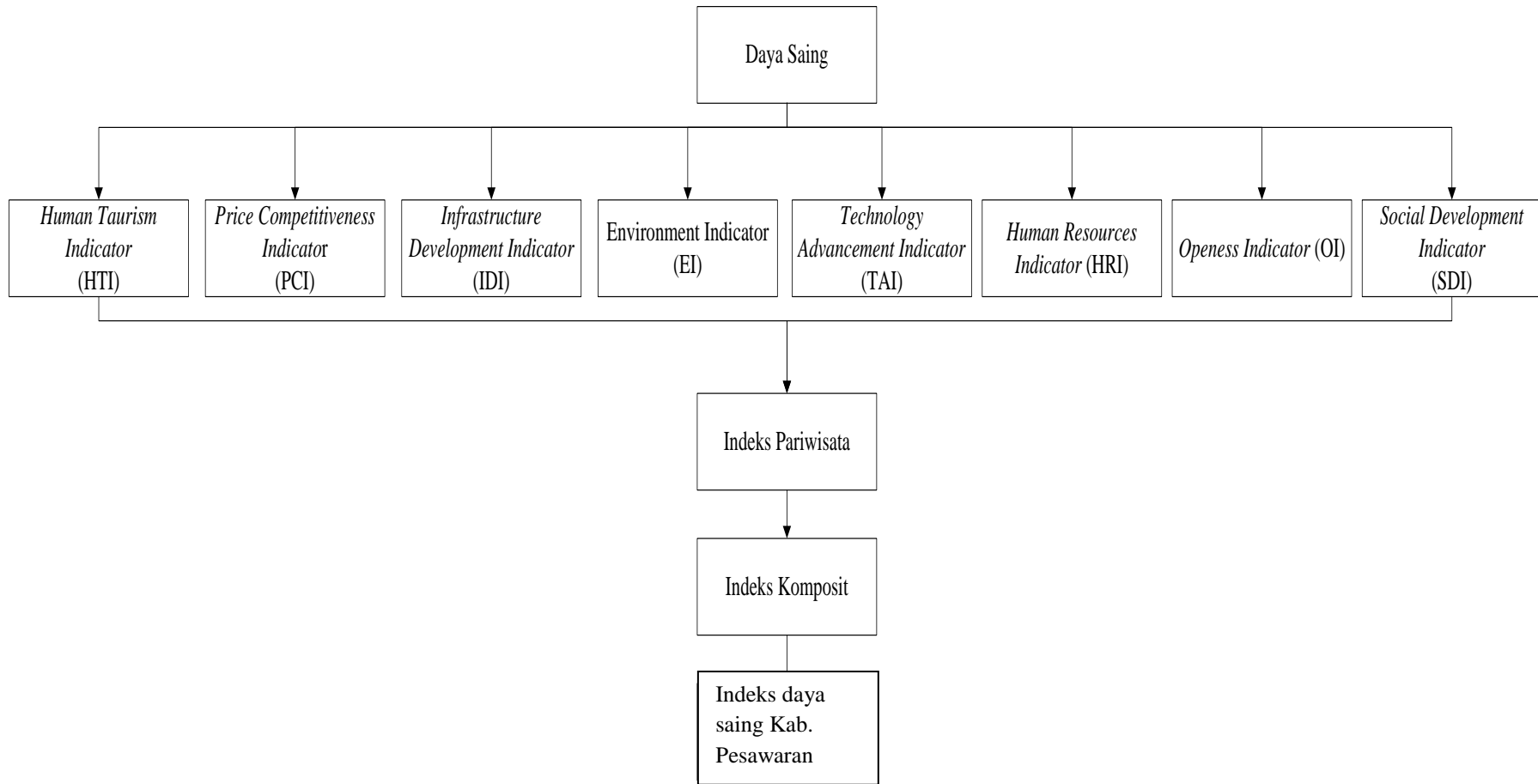
7) *Openess Indicator (OI)*

Indikator ini menunjukkan tingkat keterbukaan destinasi terhadap perdagangan internasional dan turis internasional.

8) *Social Development Indicator (SDI)*

Indikator ini menunjukkan kenyamanan dan keamanan turis untuk berwisata di daerah destinasi.

Kedelapan indikator di atas merupakan bagian dari variabel daya saing. Untuk menentukan daya saing industri pariwisata di Kabupaten Pesawaran selain dari kedelapan indikator tersebut dapat menggunakan alat analisis yaitu Indeks Pariwisata, *Index Composite*, dan Indeks Daya Saing Pariwisata



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

III.METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini digolongkan sebagai penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat suatu objek atau populasi tertentu. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Keseluruhan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari data runtut waktu (*time series*) dari periode 2013-2017. Sumber data yang diperoleh dari hasil publikasi BPS, BPD, dan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan variabel daya saing. Secara operasional variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Indeks Daya Saing

Daya saing industri pariwisata di Kabupaten Pesawaran ini diukur melalui tersedianya potensi-potensi yang dimiliki daerah tersebut baik potensi alam, budaya dan agama. sumber data dan kegunaan kedelapan indikator, indikator ini diadopsi dari penelitian Trisnawati (2007). Kedelapan indikator yang digunakan dalam analisis penentuan daya saing penelitian ini adalah:

a. *Human Tourism Indicator (HTI)*

Indikator ini menunjukkan pencapaian perkembangan ekonomi daerah akibat kedatangan turis pada daerah tersebut. Pengukuran yang digunakan adalah *Tourism Participation Index (TPI)*. *Tourism Participation Index (TPI)* bertujuan untuk mengukur pengaruh kedatangan turis terhadap masyarakat di destinasi wisata, dimana semakin banyak turis datang untuk berwisata, maka akan berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian masyarakat, dan industri-industri pariwisata yang ada di destinasi wisata tersebut. Dalam penelitian ini, ukuran yang digunakan adalah TPI, dimana data yang digunakan bersumber dari publikasi BPS "Pesawaran Dalam Angka" tahun 2014-2018. Dengan rumus:

$$TPI = \frac{\text{jumlah wisatawan di Kabupaten Pesawaran}}{\text{jumlah penduduk di Kabupaten Pesawaran}}$$

b. *Price Competitiveness Indicator (PCI)*

Indikator ini menunjukkan harga komoditi yang dikonsumsi oleh turis selama berwisata seperti biaya akomodasi, travel, sewa kendaraan dan sebagainya. Pengukuran yang digunakan untuk menghitung PCI adalah *Purchasing Power Parity (PPP)*. Proksi yang digunakan untuk mengukur PPP adalah rata-rata tarif minimum hotel, dimana data yang digunakan bersumber dari Dinas Pariwisata Provinsi Lampung dan Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran. Sehingga rumus yang digunakan untuk menghitung PPP adalah:

PPP = jumlah Wisatawan Mancanegara x rata-rata tarif hotel x rata-rata masa tinggal.

c. *Infrastructure Development Indicator (IDI)*

Indikator ini menunjukkan perkembangan jalan raya, perbaikan fasilitas sanitasi dan peningkatan akses penduduk terhadap fasilitas air bersih. Pengukuran yang digunakan pada indikator ini adalah rasio antara panjang jalan kualitas baik dan panjang jalan. Data yang digunakan bersumber dari publikasi BPS “Pesawaran Dalam Angka” tahun 2014-2018

d. *Environment Indicator (EI)*

Indikator ini menunjukkan kualitas lingkungan dan kesadaran penduduk dalam memelihara lingkungannya. Pengukuran yang digunakan adalah indeks emisi CO₂ dan indeks kepadatan penduduk (rasio antara jumlah penduduk dengan luas daerah). Sementara pengukuran pada indeks emisi CO₂ tidak terdapat data maka yang digunakan untuk menghitung EI adalah indeks kepadatan penduduk, dimana data yang digunakan bersumber dari publikasi BPS “Pesawaran Dalam Angka” tahun 2014-2018. Dengan rumus:

$$EI = \frac{\text{jumlah penduduk}}{\text{luas daerah}}$$

e. *Technology Advancement Indicator (TAI)*

Indikator ini menunjukkan perkembangan infrastruktur dan teknologi modern yang ditunjukkan dengan meluasnya penggunaan internet, *mobile telephone*, dan ekspor produk-produk berteknologi tinggi. Pengukuran yang digunakan dalam indikator ini adalah *telephone index* (rasio penggunaan telepon seluler dengan jumlah penduduk), dimana data yang

digunakan bersumber dari publikasi BPS “Pesawaran Dalam Angka” tahun 2014-2018. Dengan rumus :

$$TAI = \frac{\text{penggunaan telepon seluler diatas umur 5 tahun}}{\text{jumlah penduduk kabupaten peswaran}}$$

f. *Openess Indicator (OI)*

Indikator ini menunjukkan tingkat keterbukaan destinasi terhadap perdagangan internasional dan turis internasional. Pengukurannya menggunakan rasio jumlah wisatawan mancanegara dengan total PAD. Data yang digunakan bersumber dari publikasi Dinas Pariwisata Provinsi Lampung dan Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Pesawaran.

$$OI = \frac{\text{jumlah pengunjung wisatawan mancanegara}}{\text{total PAD}}$$

g. *Human Resources Indicator (HRI)*

Indikator ini menunjukkan kualitas sumber daya manusia daerah tersebut sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada turis. Pengukuran HRI menggunakan indek pendidikan yang terdiri dari rasio penduduk yang bebas buta huruf dan rasio penduduk yang berpendidikan SD, SMP, SMU, Diploma dan Sarjana. Data yang digunakan bersumber dari publikasi BPS “Pesawaran Dalam Angka” tahun 2014-2018.

$$HRI = \frac{\text{penduduk bebas buta huruf}}{\text{penduduk berpendidikan sd,smp,sma,diploma dan sarjana}}$$

h. *Social Development Indicator (SDI)*

Indikator ini menunjukkan kenyamanan dan keamanan turis untuk berwisata di daerah destinasi, dimana semakin lama masa tinggal yang

menunjukkan bahwa wisatawan merasa nyaman dan aman. Ukuran SDI adalah lama rata-rata masa tinggal turis di daerah destinasi. Data yang digunakan bersumber dari Dinas Pariwisata Kabupaten Pesawaran.

C. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini melakukan penghitungan index daya saing pariwisata dengan memasukkan seluruh indikator daya saing dari *World Travel and Tourism Council* (WTTC) sebanyak 8 indikator dan mengkhususkan pada Kabupaten Pesawaran. Analisis penentuan daya saing ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran posisi daya saing pariwisata di daerah Kabupaten Pesawaran. Dalam penelitian ini tahapan analisis yang dilakukan adalah:

1. Menghitung indeks pariwisata dari kedelapan indikator-indikator pembentuk indeks daya saing yang telah dikemukakan di atas dengan formula

$$\text{Normalisasi}(X_i^c) = \frac{\text{Nilai aktual} - \text{Nilai minimum}}{\text{Nilai maksimal} - \text{Nilai minimum}}$$

$$X_i^c = \frac{X_i^c - \min(X_{ci})}{\max(X_i^c) - \min(X_{ci})}$$

Keterangan :

X_{ci} : Koefisien normalisasi suatu lokasi (c) dan variabel (i)

c : Lokasi

i : Variabel

Untuk menentukan indeks daya saing pariwisata tersebut perlu diperhatikan adanya variabel yang akan dihitung satu-persatu menurut indikator-indikator daya saing potensi yang dimiliki oleh daerah yang bersangkutan. Analisis perhitungan indeks pariwisata sangat diperlukan dalam menganalisis penatapan potensi yang dimiliki. Dengan potensi yang ada di daerah tersebut maka akan didapatkan salah satu besarnya potensi yang dimiliki daerah tersebut.

Tujuannya adalah untuk meningkatkan keunggulan daerah destinasi dengan daerah lain disekitarnya.

- Melakukan penghitungan *index composite* dari kedelapan indikator yang menentukan daya saing pariwisata

$$Y_k^c = 1/N \sum x_i^c$$

Keterangan :

Y_k^c : Indeks komposit k (k = 1 sampai 8)

c : Lokasi

k : Indikator-indikator daya saing

N : Jumlah variabel dari k

i : Variabel

$\sum X_i^c$: Perhitungan penjumlahan setiap indikator

Dalam menentukan indeks komposit perlu diperhatikan kedelapan indikator yang menentukan daya saing pariwisata karena akan diketahui nilai dari keseluruhan indikator-indikator daya saingnya.

- Menghitung index daya saing pariwisata

$$Z^c = \sum W_k Y_k^c$$

Keterangan :

Z^c = Daya saing pariwisata

Y_k^c = Bobot asosiasi pada setiap indikator

$\sum W_k$ = Perhitungan penjumlahan bobot asosiasi setiap indikator

Nilai indeks “<1” menunjukkan kemampuan daya saing rendah, sedangkan nilai “≥1” menunjukkan kemampuan daya saing yang tinggi/baik (Craigwell, 2007).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang di lakukan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari delapan indikator daya saing, terdapat tujuh indikator yang memiliki nilai baik/tinggi dan satu indikator memiliki nilai buruk/rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa daya saing sektor pariwisata Kabupaten Pesawaran sudah cukup baik. Indikator yang mempengaruhi daya saing Kabupaten Pesawaran yaitu *Human Tourism Indicator (HTI)*, *Price Competitiveness Indicator Infrastructure Development Indicator (IDI)*, *Environment Indicator (EI)*, *Technology Advancement Indicator (TAI)*, *Human Resources Indicator (HRI)*, dan *Social Development Indicator (SDI)*.

2. Daya saing Kabupaten Pesawaran

a. *Human Tourism Indicator*

Nilai indikator daya saing *human tourism indicator* Kabupaten Pesawaran yaitu sebesar 2,30. Berdasarkan nilai indikator tersebut menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi yang disebabkan oleh kedatangan turis di Kabupaten Pesawaran memiliki pencapaian yang baik/tinggi.

b. *Price Competitiveness Indicator*

Nilai indikator daya saing *Price Competitiveness Indicator* Kabupaten Pesawaran yaitu sebesar 1,52. Nilai indikator tersebut menunjukkan bahwa harga barang dan jasa yang dikonsumsi wisatawan selama berkunjung di Kabupaten Pesawaran memiliki daya saing yang baik/tinggi.

c. *Infrastructure Development Indicator*

Nilai indikator daya saing *Infrastructure Development Indicator* Kabupaten Pesawaran yaitu sebesar 2,79. Nilai indikator tersebut menunjukkan bahwa pembangunan infrastruktur di Kabupaten Pesawaran sudah baik atau memiliki daya saing yang tinggi.

d. *Environment indicator*

Nilai indikator daya saing *Environment Indicator* Kabupaten Pesawaran yaitu sebesar 1,90. Nilai indikator tersebut menunjukkan bahwa kualitas lingkungan hidup di Kabupaten Pesawaran sudah baik atau memiliki daya saing yang tinggi.

e. *Technology Advancement Indicator*

Nilai indikator daya saing *Technology Advancement Indicator* Kabupaten Pesawaran yaitu sebesar 1,80. Nilai indikator tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi di Kabupaten Pesawaran sudah baik atau memiliki daya saing yang tinggi

f. *Human Resources Indicator*

Nilai indikator daya saing *Human Resources Indicator* Kabupaten Pesawaran yaitu sebesar 1,50. Nilai indikator tersebut menunjukkan bahwa kualitas sumber daya manusia di Kabupaten Pesawaran sudah baik atau memiliki daya saing yang tinggi.

g. *Openess Indicator*

Nilai indikator daya saing *openness Indicator* Kabupaten Pesawaran yaitu sebesar 0,80. Nilai indikator tersebut menunjukkan bahwa keterbukaan pariwisata terhadap pasar internasional memiliki daya saing yang rendah/buruk.

h. *Social Development Indicator*

Nilai indikator daya saing *Social Development Indicator* Kabupaten Pesawaran yaitu sebesar 1,43. Nilai indikator tersebut menunjukkan bahwa pembangunan aspek sosial di Kabupaten Pesawaran sudah baik dan memiliki daya saing yang tinggi, sehingga memberikan kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan selama berkunjung.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas dapat memberikan saran antara lain :

1. Pemerintah Kabupaten Pesawaran sebenarnya sudah cukup baik di beberapa indikator pembentuk daya saing pariwisata, namun pada *openess indicator* yang menggambarkan tentang keterbukaan terhadap pasar internasional memiliki nilai atau hasil yang rendah/buruk. Pemerintah Kabupaten Pesawaran seharusnya dapat membuat kebijakan dan strategi untuk menjadikan pariwisata di kabupaten Pesawaran mampu berdaya saing di pasar internasional.
2. Pemerintah kabupaten pesawaran harus terus mengembangkan seluruh indikator pembentuk daya saing di industri pariwisata agar kedepanya industri pariwisata di kabupaten Pesawaran memiliki daya saing yang semakin baik/tinggi dan mampu menjadi sektor andalan untuk pendapatan asli daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Indonesia Tahun 2011, Jakarta
- Badan Pusat Statistik Pesawaran, 2017
- Burkart, A. Jand Medlik, S. 1981. *Tourism: Past, Present, and Future. Second Edition*. London: Heinemann.
- Čiburienė, J., Zaharieva, G. *International Trade as a Factor of Competitiveness: Comparison of Lithuanian and Bulgarian Cases. Engineering economics*. ISSN 1392-2785, 2006. No. 4 (49), p. 48–57.
- Craigwell, R., 2007, “*Tourism Competitiveness in Small Island Developing States*”, *World Institute for Development Economic Research*.
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif , 2017
- Esponda, R, 2004 .*Tourism as a National Strategy for Sustainable Development in Mexico: Prospective Role of Public Policies* ,Columbia University, EMPA Program
- Gooroochurn, N., Sugiyarto, G. *Measuring Competitiveness in Travel and Tourism Industry*, 2004. [<http://www.nottingham.ac.uk>]
- I Gede Pitana., 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kochetkov, Y. *Problematic Issues of Competitiveness in Latvia :Engineering Economics*. ISSN 1392-2785. 2005, Nr. 4 (44), p. 88– 94.
- Krugman, P. (2012). R., Obstfeld, M.en Melitz, MJ (2012). *International Economics : Theory and Policy*.
- Manente, M. *Key Challenges for City Tourism Competitiveness* ,WTO Forum: *New Paradigms for City Tourism Management*, Istanbul, Turkey, 1–3 June, 2005.
- Navickas V, Malakauskaitė,A, 2009.*The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors*.Kauno technologijos universitetas

- Republik Indonesia, 2007. “Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No 41 Tahun 2007 Tentang Standar Proses Untuk Satuan Pendidikan Dasar Dan Menengah”, Jakarta.
- Republik Indonesia, 1990. “Undang-Undang No 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata”, 18 Oktober 1990. Lembaran Negara RI Tahun 1990, No 78. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia, 2009. “Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata”, 16 Januari 2009. Lembaran Negara RI Tahun 2009, No 11. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Porter, M.E. (1990). The Competitive advantage of nations. Harvard business review, 68 (2), 73-93
- Safitri, L. (2011). “Analisis Kinerja Ekspor Dan Impor Tembakau Indonesia Periode 2000-2009 Fakultas Ekonomi Trisakti”. Jakarta. 55.
- Schwab, K., & Sala-i-Martin, X. (Eds). 2015. “The Global Competitiveness report 2015-2016. Geneva: World Economic Forum”. Halaman 4.
- Salma dan Susilowati. 2004. Analisis Permintaan Obyek Wisata Alam Curug Sewu, Kota Padang Dengan Pendekatan Travel Cost. Jurnal Dinamika Pembangunan Vol.1 No.2/Desember 2004, hal 153-165
- Spillane, James J., 1987. Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Trisnawati R (2007) “Analisis Daya Saing Industri Pariwisata Untuk Meningkatkan Ekonomi Daerah” Surakarta.
- Wardianto dan M. Baquini, 2011. “Perencanaan Pengembangan Pariwisata”, Edisi 1, CV. Lubuk Agung, Bandung.
- World Economic Forum (WEF), 2010. “The Global Competitiveness Report” 2015-2016. Geneva: SRO-Kundig.
- World Tourism Organization (WTO), 1994. “Global Tourism Forecasts to the Year 2000 and Beyond”, Madrid: WTO.
- Yoeti, H. Oka A., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Penerbit Angkasa